

## **Moda masculina y distinción social. El ejemplo de Asturias desde la Restauración hasta la Segunda República**

### **Male fashion and social distinction. The example of Asturias from the Restoration to the Second Republic**

Luis Benito GARCÍA ÁLVAREZ  
Universidad de Oviedo  
garcibenito@uniovi.es

Fecha de recepción: 16-2-2017  
Fecha de aceptación: 20-2-2017

#### **RESUMEN**

Pese a lo extendido de la creencia de que a lo largo de buena parte del período contemporáneo la moda masculina se había caracterizado por la monotonía y la uniformidad, lo cierto es que esta dimensión no dejaría de desempeñar un destacado papel entre las estrategias de distinción social. En la Asturias de la Restauración, sometida a un acelerado proceso de industrialización y urbanización, tales realidades se tornarían bien visibles, generalizándose un cambio profundo en el atuendo tradicional y actuando Londres y más adelante también los modelos cinematográficos como referentes inexcusables del estilo masculino. De todo ello, dan buena cuenta fuentes como los anuncios publicitarios de sastres y bazares o materiales de tanta valía como las topografías médicas y los testimonios literarios.

**PALABRAS CLAVE:** Asturias, Restauración, moda masculina, distinción, sastrería.

#### **ABSTRACT**

Despite the widespread belief throughout much of the contemporary period that male fashion was characterized by monotony and uniformity, the fact is that it always played a prominent role in the strategies of social distinction. In the Asturias of the Restoration, during an accelerated process of industrialization and urbanization, such realities became highly visible and a deep change in traditional attire became general, with London and later also the cinematographic models being key reference points for male style. Research sources such as the advertisements of tailors and clothes retailers and valuable materials such as medical topographies and literary testimonies provide a good account of all this.

**KEY WORDS:** Asturias, Restoration, men's fashion, distinction, tailoring.

## 1. INTRODUCCIÓN

La moda constituye una clave privilegiada para comprender los mecanismos psicosociales implicados en la convivencia social. Implica, sobre todo, a modos de vestir, de apreciar objetos, a prácticas que diferencian a unas personas de otras otorgándoles cierta distinción. Supone, antes que nada, un modo simbólico de distinción y asimilación social por el que un individuo se identifica o diferencia de un grupo determinado por medio del binomio buen gusto/mal gusto.

En los debates teóricos sobre moda se constata una tendencia a confundir la moda (fashion) con la moda pasajera (fad), cuando las modas se deben entender como conjuntos de normas y códigos que constituyen estilos reconocibles en cualquier momento dado; hallándose sujetas a una continua revisión y modificación y sucediendo que, cada cierto tiempo, ocurren cambios sustanciales en ellas. La vistosidad relativa de las modas pasajeras tiende a esconder la continuidad dentro de la moda y contribuye a fomentar la idea de que se trata de un fenómeno efímero y trivial.

La idea de la utilización del vestido como “disfraz” para el ser social se encuentra ya presente en autores como Quevedo, y el análisis del ropaje como signo de pertenencia a una clase social, o como elemento de construcción y mantenimiento de la identidad social, viene de lejos. Durante buena parte de la historia la distinción fue considerada como una cualidad tan útil como necesaria, y la educación en esta cualidad se encontraba fuertemente reglamentada y codificada. El reflejo de todo ello en el currículo escolar y en la educación doméstica fue la introducción en ellos de una nueva materia: la urbanidad. Con la modernidad, en cualquier caso, el imperio de la distinción y la cortesía comenzaría a tambalearse y autores como Tocqueville sostendrían que estas cualidades deberían comenzar a transformarse; mientras que otros como Proust vaticinaban la desaparición de la *politesse*, junto con el gusto y la sensibilidad en que se apoyaba. La cortesía, de todos modos, no había desaparecido, pero parecía haberse simplificado –al menos en apariencia–, aunque en algunos ámbitos sociales nunca ha dejado de practicarse una exquisitez exclusivista.

El término distinción social, por su parte, hace referencia a corrientes estéticas relativas fundamentalmente a modos de vestir y formas de comportamiento y de apreciación de los objetos culturales. Para autores como N. Elías la civilización como proceso supone una transformación de las estructuras psíquicas (*habitus*) en la dirección de una creciente autocorrección de los impulsos, siendo la distinción social uno de los motores básicos de este proceso. Todos estos aspectos aparecen claramente reflejados en los manuales de conducta que, de modo especial durante los siglos XVIII y XIX, conocieron numerosas ediciones, estando dirigidos a los grupos privilegiados de la sociedad para que, como portadores naturales de la *distinción*, pudiesen reconocerse entre ellos y diferenciarse de los demás. En este proceso, pues, subyace una clara voluntad de distinguirse simbólicamente de las clases subordinadas. Tales prácticas, apreciadas en origen como modas, acaban por difundirse socialmente por el deseo de imitación, lo que obliga a los estratos superiores a renovar esa moda de forma continua<sup>1</sup>.

Uno de los pioneros en el análisis de la moda fue T. Veblen, destacando entre sus obras títulos como *Teoría de la clase ociosa* (1899), que aporta al análisis teórico la idea

1 Una breve síntesis sobre el tema en L. B. García Álvarez, “Moda y distinción social en la obra de Palacio Valdés”, en *Variaciones sobre Palacio Valdés*, Laviana, Asociación de Amigos de Palacio Valdés, 2014, pp. 93-106; véase especialmente la completa monografía A. M. González y A. N. García (dir.), *Distinción social y moda*, Pamplona, EUNSA, 2007; “Moda. El poder de las apariencias”, *Revista de Occidente*, 366 (2011).

central de “consumo conspicuo” como pauta de distinción social; constituyendo el vestido en ese marco una expresión evidente de la cultura pecuniaria y claro signo de estatus. Veblen abundaría también en la idea de emulación de las capas subalternas, tendencia que se vería acelerada por la creciente movilidad social que permitiría el desarrollo las sociedades industriales. Del consumo ostentoso dependería en buena medida el buen nombre de la familia, cumpliendo la mujer un destacado papel dentro esta estrategia social. En un contexto de gasto superfluo los objetos pasan a convertirse en depositarios de significados y, en último término, de la propia estratificación social. El consumo, entonces, no supondría sólo un acto material, sino también simbólico.

La imitación, por otra parte, conduce a un proceso de refinamiento gradual de los criterios de consumo ostentoso, en el que se irían acentuando con cada vez mayor claridad los elementos simbólicos. Veblen abundaba así en una idea en la que posteriormente insistiría Bourdieu: la distinción no ya por el gasto, sino por el gusto<sup>2</sup>.

Un referente ineludible en el análisis social de la moda se encuentra en la obra de G. Simmel, para quien esta es esencialmente imitación y satisface la necesidad de distinguirse. Será el sociólogo alemán quien ofrezca una primera definición de moda: “forma social que satisface, en difícil equilibrio, la doble tendencia a asimilarse a un grupo social mientras subraya la propia individualidad”. Ambas tendencias se hallan en pugna, siendo la vida social el campo de batalla. La moda, dentro de esta lógica, cumple la doble función de igualar y diferenciar, de establecer la pertenencia y la distinción. Las modas, señalaría, son siempre de clase, no sólo porque las dominantes se diferencian mediante ellas abandonándolas cuando son imitadas, sino también porque legitiman y sedimentan relaciones de inclusión y exclusión, garantizan la unidad de círculos sociales específicos y, finalmente, les otorga sentido.

La moda, en definitiva, posee sus ritmos que se corresponden con los de los grupos sociales; las clases subalternas evolucionan imitando a las hegemónicas quienes, a su vez, operan cuando ven invadido su terreno. El fenómeno se aceleraría con el desarrollo de las sociedades modernas a consecuencia del progresivo abaratamiento de los artículos de consumo, lo que permite una más rápida sucesión de los patrones de imitación y cambio<sup>3</sup>.

Otro de los teóricos reseñables que ha prestado atención a estos aspectos ha sido el sociólogo francés P. Bourdieu, especialmente en su estudio de 1979 *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. El núcleo de su argumentación se encuentra en la idea de que las preferencias estéticas que se ejercen en los distintos ámbitos sociales, o las prácticas de moda en un sentido más general, son producto de unos esquemas de percepción más o menos inconscientes; lo que sirve para preservar la separación entre los distintos grupos sociales. En el trasfondo de todo ello se encuentran las luchas de dominación que se entrelazan con las prácticas de consumo y moda a través del imperio de lo simbólico. Existe desde luego una evidente pretensión de señalar la distinción con respecto a los grupos inferiores, de establecer una reafirmación y una distancia suficiente y fácilmente detectable. Dichas preferencias estéticas son, en su argumentación, creaciones de unos esquemas de percepciones y clasificación que Bourdieu denomina “habitus”, que funcionan como un “sentido práctico” adaptativo, y los recursos que van acumulándose constituyen su “capital”.

2 T. Veblen, *Teoría de la clase ociosa*, Madrid, FCE, 2002, especialmente el capítulo VII “El vestido como expresión de la cultura pecuniaria”, pp. 173 y ss.; A. M. González, “La contribución de Thorstein Veblen a la teoría de la moda”, en A. M. González y A. N. García, *Distinción...*, pp. 131 y ss.

3 G. Simmel, “Fashion”, *The American Journal of Sociology*, vol. 62, 26 (1957), pp. 541-558; y *Cultura femenina y otros ensayos*, Buenos Aires, Espasa Calpe, 1938; A. M. González y A. C. Dávalos, “La moda en Georg Simmel”, en A. M. González y A. N. García, *Distinción...*, pp. 198 y ss.

Este no es solamente económico, es también cultural, social y simbólico, de ahí el que se hable de violencia simbólica; lo que no le resta efectividad ya que los dominados perciben una estructura social que asumen como “natural”.

Bourdieu relaciona el consumo con las estrategias de distinción social que buscan la dominación, destacando de modo especial el capital cultural (títulos académicos) y el simbólico: la capacidad de apreciar adecuadamente. El consumo y las prácticas de moda tienden a preservar las diferencias objetivas entre clases sociales<sup>4</sup>.

Antropólogos como Marcel Mauss, por otra parte, han aportado desde su disciplina ideas interesantes al desarrollo de esta temática. En su *Ensayo sobre el don* (1925) insistiría en la importancia de la percepción entre “lo que se lleva” y “lo que no se lleva”, y sugería que los objetos poseían una vida social, lo que queda claramente plasmado en el fenómeno del consumo. Su distinción entre “valor de uso” y “valor de deseo” será retomada posteriormente por R. Barthes en su estudio *El sistema de la moda*.

Otros autores han aportado reflexiones sumamente interesantes acerca del cuerpo y su función social, y de cómo históricamente la ropa ha servido para transformar el cuerpo incompleto en un producto cultural acabado. Muy atractiva resulta en este sentido la metáfora teatral de E. Goffman: el cuerpo desnudo como percha sobre la que se cuelgan las máscaras según el acto puesto en escena y el personaje que se quiere interpretar, algo que resulta indispensable para construir una identidad personal y social. Realmente sugerente, a su vez, debe considerarse la teoría de J. Entwistle que subraya el vestir como uno de los más potentes instrumentos de culturización del cuerpo. Distintos elementos, en el marco de esta lógica, asignan a los cuerpos significados sociales y los reconducen por el cauce de la cultura, vinculándolos al orden social y volviéndolos “tratables” dentro de una comunidad de lenguaje.

La idea marxista de que la cultura controla los cuerpos a través de las prácticas y las costumbres cotidianas sería recuperada y desarrollada por M. Foucault quien la utilizaría como una premisa fundamental en sus trabajos. El teórico galo sostenía que, a partir de los siglos XVIII-XIX, se asistió a una transformación del ejercicio del poder: este ya no se impone mediante la amenaza o la fuerza como en la sociedad premoderna, sino que se ejerce mediante el control y la gestión de los objetos que paradójicamente han creado la estructura por la que son controlados. Los cuerpos, de este modo, adoptan e interiorizan los valores dominantes y autoconservadores del sistema<sup>5</sup>.

## 2. EL VESTIDO EN LA HISTORIA

Es evidente el papel social que los adornos y el vestir han desempeñado históricamente, tanto en las sociedades tradicionales rígidamente estratificadas como en la época moderna, cuando han estimulado el comercio y las artes (como bien explicó W. Sombart). Es asimismo importante su función propia en aquel período de tránsito que supuso el siglo XVIII, con la Revolución francesa y el nacimiento de la burguesía moderna. Como señala D. Roche, en el occidente del siglo XVIII el atuendo continuaba jugando un rol relevante en

4 P. Bourdieu, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998; A. N. García Martínez, “La propuesta de Bourdieu sobre la distinción social. Perspectivas y límites”, en A. M. González y A. N. García, *Distinción...*, pp. 231 y ss.

5 F. Mújica Martínez, “Elementos para una teoría de la moda en Marcel Mauss”, pp. 177 y ss. y L. Rugierare, “Cuerpos de moda, cuerpos para la moda: vestidos entre la subjetividad y la representación”, pp. 259 y ss, ambos en A. M. González y A. N. García, *Distinción...*; R. Barthes, *El sistema de la moda y otros escritos*, Barcelona, Paidós, 2002, *passim*; y E. Goffman, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1971.

la representación de los espacios sociales, en camino de redefinirse precisamente durante aquel período: la esfera pública está naciendo, la privada se está transformando. El valor del vestido siempre ha sido visible en la estructura social, y en esta época comienza a ser una cuestión tremendamente seria ya que se duplican las clases que aspiran a las mismas recompensas: nobleza y burguesía. La burguesía en ascenso “usurpa”, gracias al poder del dinero, la apariencia de otro grupo social.

Las mujeres, en este contexto, harán de puente entre el honor aristocrático y la respetabilidad burguesa. Las reformas estéticas por medio de las cuales se expresa esta última derivan, sin embargo, del repertorio nobiliario, e introducen en la vida burguesa la dicotomía entre realidad y apariencia; con la correspondiente especialización de los géneros: los hombres, produciendo, se ocupan de la realidad, las mujeres, trabajando por la imagen social de la respetabilidad –cuyas formas legítimas son las aristocráticas–, se ocupan de la apariencia. Dos son, por su lado, los modelos de masculinidad en la época moderna: el dandi, figura no del todo normativizada en la sociedad burguesa, y el burgués, protagonista del desarrollo industrial, al que se le atribuye “la gran renuncia” al fasto de la apariencia a favor de la sobriedad más acorde con una vida cotidiana dedicada a la rutina del trabajo y los negocios. Ambos modelos han constituido, más o menos implícitamente, la referencia de estilos de vestir y códigos de comportamiento que han atravesado el siglo XX<sup>6</sup>.

Se puede concluir que la moda de clase constituía una serie de estándares diferenciados que fueron creados y adoptados por las clases hegemónicas y difundidos durante el siglo XIX y las primeras décadas del XX a otros sectores sociales. Su función era identificar la posición social que se ocupaba o la posición que se aspiraba alcanzar. Uno de sus elementos diferenciadores más característicos fue, pues, el deseo mimético. Esta moda, en definitiva, se expresaba por medio de unas normas verdaderamente estrictas que, como se puede suponer, respondían a un trasfondo de terror respecto a la exclusión social.

En Europa las modas, en lo referente a la vestimenta, comenzaron a perfilarse a finales de la Edad Media cuando los avances en el corte y la confección permitieron la elaboración de indumentarias que se ajustaban al cuerpo, con lo que se facilitaba la elaboración variaciones estilísticas constantes. Hasta el advenimiento de la Revolución industrial el fenómeno se limitaría a las capas sociales más favorecidas, ya que la tela era cara y la ropa debía hacerse a mano. Sin embargo, a finales del siglo XIX las prendas comenzaron a manufacturarse de forma industrial y las telas se habían abaratado considerablemente. La vestimenta pasaba a ser, de este modo, uno de los primeros bienes de consumo disponibles para la mayor parte de los sectores sociales.

Así pues, todas las manufacturas comenzarían a mecanizarse en el siglo XIX y en este proceso, además de los archiconocidos adelantos que se produjeron en la producción de tejidos –con el algodón erigido como uno de los emblemas de la primera revolución industrial–, jugó un destacadísimo papel la invención de la máquina de coser en la segunda

6 D. Roche, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation XVIIIe-XIXe siècle*, Paris, Fayard, 1997; y L. B. García Álvarez, “Moda y distinción...”. En todo caso, el término “dandi” no deja de ser bastante ambiguo. El dandismo, en origen, impuso una elegancia distinguida y sobria en la indumentaria del caballero, mientras la imagen popular del dandi es la de un personaje afectado. Efectivamente, entre los postulados iniciales de esta tendencia resalta la intención de desprenderse de todo lo que resultase excesivo en el guardarropa masculino. G. Brummell, la quintaesencia del dandismo, afirmaba que “la verdadera elegancia consiste en pasar inadvertido”, aunque para alcanzar tal singularidad debía tomarse su tiempo. Hay historiadores que sostienen que la principal función de Brummell consistió en democratizar la moda masculina, reemplazando a los aristócratas por caballeros. B. Crosgrove, *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*, Barcelona, Gustavo Gili, 2005, pp. 207 y 208.

mitad de la centuria; lo que a la postre resultaría esencial en el desarrollo de la línea de confección que se conoce popularmente como *prêt-à-porter*<sup>7</sup>.

Desde finales del siglo XVIII, además, los tejidos se habían vuelto más finos, vaporosos y coloridos, debido al desarrollo del pujante sector textil y también a la mejora de los sistemas de calefacción. Hasta el siglo XIX la industria se mantendría básicamente recluida en pequeños talleres y, a partir de este momento, se asistiría a un rápido proceso de mecanización. Sería también durante el transcurso del 1800 cuando se asista al proceso de desarrollo de las tiendas de ropa, destacando especialmente la aparición de los grandes almacenes, centros con una amplia variedad de artículos a precios relativamente económicos. El primero de estos establecimientos se abrió en París en la década de 1850, generando su inauguración gran expectación, y en su funcionamiento resultaría clave el compensar el escaso margen de beneficios con una enorme facturación. Bajo el mismo techo se vendían prendas de confección y accesorios para mujer, varón y niño. En un principio los productos se exponían en vitrinas, pero rápidamente se colocarían a la vista y alcance de los clientes con el objeto de fomentar el consumo. A todo ello se irían sumando novedosas prácticas comerciales como las rebajas y las ofertas. En todo caso, sólo en las grandes urbes representaban negocios rentables, siendo su expansión lenta desde finales de aquella centuria y naciendo muchas casas ya en el siglo XX. La difusión de sucursales por unidades poblacionales de menor entidad da cuenta de la elevación del nivel de vida y el crecimiento del consumo de masas. En este contexto, la publicidad invadiría las revistas y los periódicos, y es evidente que el acto de gastar una buena parte de la renta familiar en esas “deliciosas novedades” constituía un hecho que poseía no pocas connotaciones sociales<sup>8</sup>.

Por esta época el sistema de la moda se encontraba altamente centralizado: París marcaba la moda femenina y Londres la masculina. Con todo, hombres y mujeres mantienen una relación diferente con la vestimenta, así como unas diferenciadas pautas de consumo. Esta situación que estribaba seguramente en el hecho de que la mujer no dispusiese de muchos recursos alternativos a la hora de redefinir su identidad aunque, en algunos casos, los diseñadores franceses respondieron con lentitud a los cambios que tuvieron lugar en el estilo de vida de las mujeres de clase alta y media de occidente. Los estilos alternativos, más adecuados a los nuevos roles que estaban asumiendo las mujeres en el trabajo y en algunas formas de ocio aparecieron gradualmente en Inglaterra y Estados Unidos. Surgieron en aquellas latitudes nuevas formas de vestir en colegios y universidades –donde las mujeres hacían deporte– y en centros turísticos –donde había juegos o natación con frecuencia–, que representaron lugares en los que se pudo ensayar con la vestimenta. A finales del siglo XIX, por mencionar un caso reseñable, el éxito del ciclismo impuso el uso de una ropa distinta y adecuada para tal práctica<sup>9</sup>.

7 M. Toussaint-Samat, *Historia técnica y moral del vestido 3. Complementos y estrategias*, Madrid, Alianza Editorial, 1994, p. 104; L. B. García Álvarez, “Moda y distinción...”. Otro ejemplo evidente será el desarrollo y difusión del telar de Jacquard (1804), cuyo uso está documentado por primera vez en España en Barcelona a la altura de 1822; F. Sousa Congosto, *Introducción a la historia de la indumentaria en España*, Madrid, Istmo, 2007, pp. 180 y ss.

8 R. Sarti, *Vida en familia. Casa, comida y vestido en la Edad Moderna*, Barcelona, Crítica, 2003, pp. 258-159; D. Roche, *La Culture des apparences. Une histoire du vêtement, XVIIe-XVIIIe siècle*, Paris, Fayard, 1989; N. G. Pounds, *La vida cotidiana. Historia de la cultura material*, Barcelona, Crítica, 1999, pp. 393 y 514; B. Crosgrave, *Historia de la moda...*, p. 196.

9 Una síntesis sobre estos aspectos, por ejemplo, en L. B. García Álvarez, “Moda y distinción...”; F. de Sousa Congosto, *Introducción a la historia de la indumentaria en España*, Madrid, Istmo, 2007; y J. Laver, *Breve historia del vestido y la moda*, Madrid, Cátedra, 1988.

En España, al igual que en el resto de los países occidentales, no se permanecería ajeno a estas novedades en el campo de la moda, ayudándose del mismo modo por todo un novedoso universo de imágenes o por unas revistas especializadas en esta temática. De todos modos, la industria textil nacional arrancararía con cierto retraso respecto a otros países del entorno a consecuencia de la guerra de la Independencia y a la pérdida de los mercados americanos. En cualquier caso, tanto la alta costura como el desarrollo de la confección industrial desempeñarían también en el campo social un papel crucial.

Como se ha anticipado, para el caballero español, el *gentleman* inglés representaba el modelo a seguir. Se debe tener en cuenta en este contexto que un contingente considerable de miembros de las élites patrias se habían educado en Inglaterra, lo que como es lógico suponer dejaría su impronta en los más variados ámbitos de su personalidad. De hecho, se conocen casos de acaudalados empresarios españoles que encargaban sus camisas en Londres, e incluso se las hacían planchar en la ciudad del Támesis un par de veces al año (práctica que, en todo caso, parece hallarse bastante extendida entre los elegantes del continente, que en buen número enviaban allí bienalmente sus camisas para que se las lavaran, almidonaran y planchasen –también a los Países Bajos–, puesto que sus lavanderas no conseguían hacerlo igual).

Esta acendrada anglomanía queda bien patente, por ejemplo, en un artículo publicado por el diario gijonés *El Noroeste* en 1905 bajo el título “Modas masculinas” en el que se postulaba que los ingleses eran los maestros en el arte del buen vestir –un botón de más o de menos en una levita o unos milímetros en un cuello podía suponer un problema fundamental, se sostenía desde el rotativo– y de aquellas latitudes debían tomar ejemplo quienes desearan presentarse en sociedad correctamente ataviados<sup>10</sup>.

Algunos contemporáneos afirmaban, en consecuencia, que el traje inglés era digno de imitación, sobre todo por sus ventajas innegables en cuanto a comodidad, discreción, practicidad y economía. Esta tendencia pudo en algún caso conducir a cierta sensación de uniformidad, especialmente con el desarrollo de la “confección de bazar” que, en el caso de la moda masculina, desempeñaría un papel mucho más importante que el de la femenina (el caso norteamericano sería paradigmático en el campo de la producción a gran escala y la compra por catálogo), lo que se constataría de forma más patente en el caso del guardarropa de los varones occidentales de clase media; siendo menos frecuente entre los dandis y los miembros de la aristocracia que continuarían siendo fieles a sus sastres y cortadores de confianza.

El caso es que, desde el último cuarto del siglo XVIII la indumentaria masculina inglesa comenzó a transformarse al compás de los modernos de vida industriales y urbanos. A tono con los nuevos roles de eficacia y velocidad que asumía la burguesía capitalista sobraba el ornato, imponiéndose la practicidad a la vanidad. Las fuentes de inspiración para el nuevo vestidor viril pasarían a ser las prendas de origen militar, cinegético o campestre. Las novedades en el atuendo se exportarían con premura al continente, donde lo británico era visto como el sumun de la modernidad y la libertad. El mismo Rousseau reivindicaría, a la sazón, el uso de trajes cómodos, funcionales e higiénicos como uno de los caminos hacia la conquista de la libertad.

10 C-N. Robin, “La moda: la revolución del vestido”, en C. Serrano y S. Salaün (eds.), *Los felices años veinte*, Madrid, Marcial Pons, 2006, pp. 159-160; A. Aguado y M. D. Ramos, *La modernización de España (1917-1939). Cultura y vida cotidiana*, Madrid, Síntesis, 2002, p. 113; F. de Sousa Congosto, *Introducción a la historia...*, pp. 180 y ss; J. C. de la Madrid, *Cinematógrafo y “varietés” en Asturias, 1896-1915*, Oviedo, Principado de Asturias, 1994, p. 375; y M. Toussaint-Samat, *Historia técnica y moral...*, p. 89; *El Noroeste*, 27 de abril de 1905.

Sea como fuere, a finales del siglo XIX la monotonía que parecía haberse instalado en el atuendo del varón quedaría atrás y el dandismo viviría una nueva edad dorada. Es así como se empieza a generalizar el uso de unos ropajes más alegres y naturales que, a la par, eran compatibles con lo práctico y funcional<sup>11</sup>.

### 3. LA MODA MASCULINA EN ASTURIAS

Durante este período, en definitiva, el vestuario se estaba diversificando y aumentando en número de prendas. Para el caso asturiano, por ejemplo, el novelista Armando Palacio Valdés destacaba en su obra *El Maestrante*, ambientada hacia mediados del siglo XIX, cómo se había pasado en Oviedo de la capuchona y las madreñas a los chanclos de goma y los impermeables. La democratización del atuendo avanzaba de manera apreciable en esta época y no sería aquí tampoco tan fácil, como había sucedido hasta aquel momento, identificar la clase social de las personas a través de la indumentaria. Abundan en este sentido ejemplos literarios en los que se maneja con frecuencia el cliché de que era casi imposible distinguir a la clase trabajadora cuando iba vestida de domingo.

Seguramente serían factores influyentes como la lobretez de la vivienda popular, o el carácter simbólicamente igualador que podía tener la adquisición de un traje, lo que hiciese que algunos autores señalasen la atención creciente que se estaba prestando al vestuario por parte de los sectores subalternos, lo que permitía por otro lado jugar un buen papel en la calle a quien lo portase. Aunque no pocas veces el castigado físico de un obrero acabase por delatar su procedencia social. Semejantes consideraciones se podrán aplicar también a unas ansiosas capas medias de la sociedad que intentaban emular a las clases altas sin disponer de los recursos suficientes para ello, lo que no pocas veces se traslucía en un contraste entre falso lujo exterior y unos fatigosos apuros económicos; lo que a ojos de los más agudos miembros de las élites sociales formaba la esencia misma de la cursilería social<sup>12</sup>.

En este sentido, el saber conducirse en sociedad, tal y como sugiere la proliferación de manuales de urbanidad que se publicaron y reeditaron por esta época, pasaba también por adecuar la indumentaria a cada momento y circunstancia. Y es que, efectivamente, hacía ya tiempo que la vestimenta masculina era objeto de atención, tal y como aparecía en un jocoso artículo del diario *El Noroeste* a finales del siglo XIX en el que se concluía que “el sexo contrario” (por el masculino) tenía sus debilidades por la indumentaria. De este

11 M. von Bohlen, *La moda. Historia del traje en Europa. Desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días. Tomo VIII, siglos XIX y XX, 1879-1914*, Barcelona, Salvat Editores, 1929, pp. 200 y ss.; P. Álvarez-Quiñones Sanz, *Dandis, príncipes de la elegancia*, Salamanca, Junta de Castilla y León, 2013, pp. 103 y ss. y 116-118; L. B. García Álvarez, *Vida cotidiana y sociabilidad en la obra asturiana de Palacio Valdés*, Laviana, Asociación de Amigos de Palacio Valdés, 2011.

12 J. Laver, *Breve historia del vestido...*, p. 179; Marqués de Lozoya, “Estudio preliminar”, en M. V. Boehn, *La moda. Historia del traje en Europa. Desde los orígenes del cristianismo hasta nuestros días. T. 8, siglos XIX y XX*, Barcelona, Salvat, 1939, pp. XV-XVI (el marqués recuerda en estas páginas cómo las publicaciones cómicas de la época hacían mofa a costa de los sacrificios inenarrables de estos sectores sociales); J. Uría, *La España liberal (1868-1917). Cultura y vida cotidiana*, Madrid, Síntesis, 2008, pp. 266-267. En este sentido, en otra novela de Palacio Valdés, *Los Cármenes de Granada*, se cita a un pretendido dandi que, pese a su esmerado atuendo y la elevada inversión que realiza en cuestión de vestimenta, no era considerado más que como un “gañan alpujarreño”, puesto que no sabía comportarse en sociedad. A este mismo nivel también se pueden advertir los mecanismos que activan ciertas estrategias de control social; basta recordar al efecto el escándalo que doña Paula (cigarrera gijonesa que había ascendido en la escala social vía matrimonio) causa en la población cuando se presenta con un sombrero capota. A. Palacio Valdés, *El Maestrante*, Oviedo, GEA, 1992; *Los cármenes de Granada*, Oviedo, GEA, 1995; *El cuarto poder*, Madrid, FAX, 1946. Todas las referencias literarias de Palacio Valdés, salvo cita expresa, en L. B. García Álvarez, “Moda y distinción...”.



modo, tomando como referencia lo contenido en una publicidad del Teatro Robledo de Gijón de 1929 con objeto de anunciar el estreno del film *Como un gentleman*, uno podía saber que aquel que quisiera figurar en el mundo elegante debía demostrar que podía ostentar tal calificativo de *gentleman*. Se recordaba, de este modo, la relevancia que una educación esmerada ejercía sobre la elegancia, ya que era la única vía por la que se podía llegar a ser un verdadero caballero. Abundando en los modelos cinematográficos, el Gijón Cinema llegaría a anunciar como “día de la moda” el estreno de *Vestido de etiqueta* protagonizada por el unánimemente considerado dandi de la pantalla Adolphe Menjou. Esta producción ya había sido estrenada previamente en el Teatro Jovellanos bajo el título *Traje de etiqueta* y en la publicidad inserta en el diario *La Prensa* se definía a Menjou como el perfecto gentleman, “el más elegante de los elegantes y el más refinado de los refinados”<sup>13</sup>.

Retomando el asunto de los cambios operados en la indumentaria del período, Felipe Portolá (médico y escritor de ese género local y de excepcional valor que representan las topografías médicas) en su monografía dedicada a Gijón de 1918 señalaba de qué modo la “veleidosa moda” imponía su capricho, considerando por otra parte que esta, junto al lujo, representaban en bastantes casos serios enemigos de la salud. Señalaba también cómo era ya difícil ver al campesino de calzón corto y montera picona, cubriendo los jóvenes la cabeza con boina o con “hongo cosmopolita” mientras vestían al “estilo ciudadano” estando siempre atentos a las novedades. Ciertamente es que en algunos hilos de esta argumentación se puede traslucir un discurso bastante manido en ese momento acerca de la desaparición del mundo tradicional frente a la eclosión de uno industrial en el que aspectos como el desenvolvimiento del movimiento obrero organizado se habían tornado realidades preocupantes para los sectores hegemónicos.

Sea como fuere, esta mutación en la vestimenta parece ser una tendencia firmemente asentada desde hacía tiempo, lo que parece trasluciese en el hecho de que algunos establecimientos de moda masculina se anunciaran con eslóganes tan elocuentes al respecto como “Elegancia y economía”; y lo cierto es que disponer de confecciones baratas acabaría por caracterizar esa falsa tendencia uniformadora a la que se ha hecho alusión. De hecho, había incluso sastres de condición modesta que mostraban su disposición para confeccionar trajes “a la inglesa”. Por ejemplo, la Gran Sastrería Gijon, situada en el popular barrio de La Calzada, ofrecía trajes de esta hechura que vendía a precios que oscilaban entre las veinte y las ciento cincuenta pesetas. Uno de estos negocios económicos ofertaba incluso, a la altura de 1930, la realización de un traje de luto en tan solo veinticuatro horas.

Para el caso de una población de menor entidad, pero inmersa en un acelerado proceso de crecimiento industrial y urbano como Laviana –en la cuenca carbonífera del Nalón–, se indicaba también en su topografía médica de la década de los veinte cómo el traje típico

13 *El Noroeste*, 22 de enero de 1899, 3 de agosto de 1929 y 31 de octubre de 1929; *La Prensa*, 3 de mayo de 1929. Otros estrenos aclamados en los que el actor asumía este rol serían *Al servicio de las damas*, *Serenata*, *Un caballero de París* o *Una farsa parisien*, en *El Noroeste*, 3 de mayo de 1929, 13 de junio de 1929 y 20 de abril de 1930; *La Prensa*, 20 de octubre de 1931 y 19 de noviembre de 1931. Al arquetipo de dandi elegante que representaba Menjou contribuiría también de modo notable la aportación del director E. Lubitsch y su célebre “toque”, R. Gubern, *Historia del cine*, Barcelona, Anagrama, 2014, pp. 200 y 209. No deja de ser significativo el que se tome a este actor como modelo de elegancia, ya que no disponía ni mucho menos de un físico aguerrido, pero, en cambio, había recibido una esmerada educación y desarrollado una exitosa carrera militar; siendo además un hombre sumamente preocupado por las cuestiones relacionadas con el atuendo y los buenos modales. Otro de los artistas que gozarían de prestigio a causa también de su distinción sería John Barrymore (que en este caso sí era apuesto), protagonista a la sazón de la célebre en su momento *El árbitro de la elegancia*, basada en la vida del afamado dandi inglés G. Brummel, en *El Noroeste*, 5 de enero de 1923 y *La Prensa*, 5 de enero de 1925. En otro orden de cosas, se puede observar también la penetración de modelos norteamericanos a consecuencia del desarrollo de Hollywood, la “fábrica de sueños”.

ya no se usaba desde hacía algunos años, cuando aún había aldeanos que bajaban al mercado de la capital municipal con aquel tradicional atuendo. Esta sustitución en la forma de vestir queda claramente confirmada cuando, para casos como el del pequeño concejo ganadero de Sobrescobio, se apuntaba igualmente que no se conservaba ninguna pieza del traje indígena, habiendo arrollado la “modernidad uniformadora” las peculiaridades locales, manteniéndose solamente el uso generalizado de la siempre práctica madreña<sup>14</sup>.

La confección económica se había extendido, pues, a las florecientes villas mineras como Langreo, La Felguera o Mieres donde, por ejemplo, bazares como El Astorgano acabarían abriendo en este caso una sucursal en la localidad de Caborana, en el vecino concejo de Aller. En la Felguera, por su parte, funcionaba en aquellos años la sastrería “Tailor”, cuyo nombre no deja mucho lugar a la especulación en cuanto a la predominancia de los modelos de la galanura anglosajona en la bizarría patria<sup>15</sup>.

Estos fenómenos tampoco iban a ser ajenos a poblaciones que, si bien no experimentaban un desarrollo industrial o urbano tan espectacular como en los ejemplos anteriores, si estaban conociendo las transformaciones propias de haberse convertido en focos de atracción turística. En Luanco, por mencionar un núcleo de modestas dimensiones, se contaba en las primeras décadas del pasado siglo con los servicios de Ramón Fresno, maestro sastre y cortador diplomado, según se desprendía de un reportaje de 1922, por diversas academias de París y Buenos Aires. Este destacado profesional disponía en su local de una amplia gama de productos para el ornato y aseo del caballero, tales como corbatas, tirantes o máquinas de afeitar<sup>16</sup>.

Algo más se detenía en estas consideraciones el responsable de la inédita topografía médica de Siero, quien, tras dar cuenta de que el vestido en aquel municipio no dejaba de ser el “corriente y universalmente conocido” en el resto de la Península, puntualizaba que la clase trabajadora solía vestir de Maón o azul mecánico y pana para los trajes de faena y diario y el paño para los festivos y solemnidades; haciendo notar que los colores más usuales eran el azul marino, el gris y el marrón. Por otra parte, constataba que los pedáneos del concejo se cubrían habitualmente con la boina vasca y el sombrero de fieltro, calzando por lo general zapatos de fabricación local de muy buena factura y resistentes al agua. La prenda corriente de abrigo, por su parte, la constituía la zamarra<sup>17</sup>.

Con todo, las limitaciones obvias que presentaba el vestuario entre las capas humildes se trocaba en una mayor libertad y una capacidad para generar un lenguaje representativo específico entre las clases altas y, en menor grado, entre las medias. En España las corrientes generales de la moda no se apartarían del contexto internacional en este terreno.

14 F. Portolá, *Topografía médica de Gijón*, Madrid, Academia Nacional de Medicina, 1918, pp. 318-319; *El Noroeste*, 14-4-1900, 11-2-1912, 17-6-1906 y 4-5-1930. Hubo un negocio, incluso, que llegó a saldar trajes de confección catalana a cinco y seis pesetas, *El Noroeste*, 16-4-1907. J. M. Jove Canella, *Topografía médica de Laviana*, Madrid, Academia Nacional de Medicina, 1927, p. 94; J. M. Jove Canella y L. Alonso, *Topografía médica de Sobrescobio*, Madrid, Academia Nacional de Medicina, 1932, pp. 47-48. En un plano más general, en su estudio sobre los españoles instalados en París durante la primera mitad del siglo XIX describe cómo estos se resistían al abandono de la capa hispánica a favor del *paletot* burgués, aunque en los salones se guardaban mucho de observar tal práctica y acudían ajustándose rigurosamente a los cánones de la última moda. Tal y como hacía el asturiano conde de Toreno. J. R., Aymes, *Españoles en París en la época romántica, 1808-1848*, Madrid, Alianza, 2008, pp. 236-237. Madreña: calzado de madera que se apoya en el suelo por medio de tres tacos.

15 *El Noroeste*, 23-7-1923; *La Prensa*, 24-6-1923, 25-6-1925 y 28-12-1930.

16 *La Prensa*, 5-2-1922.

17 Archivo de la Real Academia Nacional de Medicina (en adelante, ARANM), *Topografía médica del concejo de Siero*, 1929-1930, pp. 116-117. Inédita.

En el último cuarto del siglo XIX se comienzan a experimentar cambios significativos en el atuendo de la mujer, tendiéndose hacia prendas más simples y prácticas. En ello influyen, como se ha anticipado, factores como el estímulo feminista, la práctica de deportes que requieren funcionalidad y, desde luego, la influencia de los grandes almacenes que, en sus estrategias de marketing, imponen diseños más austeros y sencillos compatibles con la industrialización y producción en serie de vestidos. Todo ello sin perder de vista la conquista de nuevos espacios para las mujeres y de libertad de los cuerpos.

El atuendo masculino, entretanto, va a asumir una línea mucho más diáfana y temprana de funcionalidad y, aunque no se definiría con tanta precisión como la femenina (sobre todo al principio de la época contemporánea), se acabaría por convertir no tardando mucho en un sistema cargado de significados. La chaqueta es una prenda que se va imponiendo gradualmente desde 1870 frente a la rigidez de la levita. Al tiempo que esto sucede, se constata simultáneamente el retroceso de los cuellos de pajarita y de los sombreros rígidos frente a la cada vez mayor aceptación que obtienen los cuellos flexibles y los sombreros de fieltro blandos.

El terno chaqueta-pantalón-chaleco, no obstante, tardaría en imponerse como traje formal de vestir; será finalmente en el período de entreguerras cuando el varón se despoje definitivamente del traje antiguo que oprimía y ocultaba mucho más. Aunque desde el último cuarto del siglo XIX se haga ya bien visible el traje confeccionado en tres piezas en el mismo color y tejido. Comenzarán a difundirse a lo largo de estas décadas prendas como el *smoking*, más hábil que la levita o el frac (cuyo uso corriente se mantendría de todos modos más tiempo que el de la primera) a la hora de afrontar maratónicas sesiones de intensa vida festiva, aunque en un principio su uso no se consideraba adecuado para actos públicos o lugares en los que estuviesen presentes mujeres. La afición británica al *sport*, por otra parte, forzaría cada vez más el uso de prendas prácticas o sombreros flexibles o de paja para el verano, algo que se hallaba plenamente aceptado a finales del siglo XIX. En resumen, en lo referente a la vestimenta masculina para el caso español, durante el reinado de Alfonso XII terminaron por adoptarse chaquetas y fracs, y en época de Alfonso XIII – conocido por sus aficiones deportivas– se comenzaría además a dar carta de naturaleza a la americana como prenda de mañana; mientras que el *smoking* y el frac se combinaban para las recepciones y los actos sociales de cierto empaque. Prácticas que no dejaban de ser similares a las que se estaban observando en el resto del continente en aquel momento<sup>18</sup>.

De todas estas realidades han dejado constancia destacados narradores como Clarín o Palacio Valdés. El primero, por ejemplo, hace referencia con su habitual causticidad en su narración corta *Snob* a un joven británico al que describe en los siguientes términos: “Bryant era guapo, robusto, riquísimo, instruido, elegante, gran viajero, hombre de mundo y de *sport*, tenía *sprit* (espíritu), en fin, todos los dones del catecismo de los barbarismos de la distinción y de la crema”.

El famosísimo en su época narrador lavianés, por su parte, da cuenta en su novela *El cuarto poder* de realidades británicas que no tardarían en imponerse en la región: “Los jóvenes más ricos no se desdeñan de vestir la blusa del marinero o la camiseta. Al contrario, es de lo más fashionable como ellos dicen”. Y es que, no supone ninguna novedad

18 A. Prost, “Fronteras y espacios de lo privado”, en PH. Ariés y G. Duby, *Historia de la vida privada*, 5. De la Primera Guerra Mundial hasta nuestros días, Madrid, Taurus, 2002, p. 845; J. Uría, *La España liberal...*, pp. 267 y ss; L. B. García Álvarez, *Vida cotidiana y sociabilidad...*, p. 41; E. Albizua Huarte, “El traje en España”, en J. Laver, *Breve historia del vestido...*, p. 344. Los componentes del Club de Los Salvajes que Palacio Valdés presenta en *La Espuma* visten indefectiblemente frac en las noches de invierno y *smoking* en las de verano. A. Palacio Valdés, *La espuma*, Madrid, Castalia, 1990.

recalcarlo, no sólo en las grandes ciudades, sino también en las zonas de baños y veraneo muchas personas seguían obedientemente los dictados de la moda. Se pretendía emular, en cada lugar según la medida de sus posibilidades, el nivel que se había alcanzado en San Sebastián, transmutada en la corte de verano de la familia real. De este modo, las playas norteñas se comenzarían a poblar de hoteles de estilo cosmopolita y dotarse de unos servicios de ocio cada vez más cuantiosos<sup>19</sup>.

En lo que se refiere a cuestiones como la observancia de los variables dictados de la moda no dejan de ser reveladores los testimonios ofrecidos nuevamente por Palacio Valdés en *El cuarto poder*: “Cuando se llevaban los pantalones anchos los de Pablito parecían sayas; si estrechos era una cigüeña. Venía la moda de los cuellos altos, nuestro Pablito iba por la calle a medio ahorcar con la lengua fuera. Estilabanse bajos, pues enseñaba hasta el esternón”.

Si bien, como se ha indicado, la moda internacional se difundía desde París y Londres a las principales urbes del mundo occidental, en los medios provincianos las novedades también se recibían desde Madrid. Las acertadas referencias contenidas una vez más en *El cuarto poder* señalan con claridad de qué modo la capital del país actuaba como una especie de meca del estilo para los personajes que acuden desde Asturias y no salen de los comercios de seda, de las joyerías o de las casas de moda. Uno de los personajes llega a sugerir a su marido que comience a encargarse los sombreros a Madrid puesto que los que llegaban a la región eran todos rancios y ridículos. En *Marta y María*, otra novela del mismo autor pero ambientada en este caso en Avilés, será un joven quien se presente en una reunión social llevando el pelo sobre la frente al estilo de los “elegantes de Madrid”. De hecho, ya desde finales del siglo XIX algunas sastrerías publicitaban la disponibilidad de cortadores madrileños y otras, simplemente, denominarían su negocio como “Sastrería Madrileña”. Retomando el plano de las representaciones literarias, Clarín también ofrecerá pistas en su narrativa acerca de la atracción que la capital del país ejercía sobre los refinados caballeros de provincia. En su relato *El hombre de los estrenos*, de este modo, uno de los personajes había decidido trasladarse a Madrid debido a que Cuenca se le caía encima<sup>20</sup>.

No cabe duda de que Madrid se acabaría por configurar como una capital cosmopolita, erigiéndose sus elegantes como un modelo a imitar por aquellos que pretendían significarse en el escenario social. No sería otro el caso de los aristócratas que tan detalladamente aparecen descritos, una vez más, en *El cuarto poder*:

No gastaba barba, sino largo bigote con las puntas engomadas. Vestía con elegancia que no se ve jamás en provincias, esto es, con la originalidad caprichosa de los que no siguen las modas, sino que las imponen. Sombrero blanco, de alas estrechísimas; americana que parecía hecha con tela de jergón, camisa amarilla; guantes de color lila y, en vez de corbata, un pañuelo blanco en forma de chalina, con una gruesa perla clavada<sup>21</sup>.

19 L. Alas, “Snob”, en *Cuentos morales*, Madrid, La España Editorial, 1896; A. Palacio Valdés, *El cuarto poder...*; Marqués de Lozoya, “Estudio preliminar...”, pp. XIX-XX.

20 A. PALACIO VALDÉS, *El cuarto poder...*; *El Noroeste*, 20-7-1900. L. Alas, *El hombre de los estrenos. Obras completas III. Narrativa breve*, Oviedo, Nobel, 2003, p. 188.

21 Uno de los personajes de esta novela aparece incluso caracterizado por su total entrega a los dictados de la moda: “El duque, por su parte, afectando indiferencia absoluta por todas las cosas terrenales y celestiales, se preocupaba muchísimo de los *jaquettes*, levitas, camisolas, corbatas y, en general por todo lo referente a la indumentaria. La variedad de prendas con las que se presentaba, y lo original y aún estrambótico de alguna de ellas, llamaba poderosamente la atención del pueblo”. Se debe reseñar, de cualquier modo, que no todos los miembros de la nobleza mostraban una postura tan cercana a los presupuestos del dandismo y, por caso, se puede mencionar el personaje de *El Maestrante*, quien continúa vistiéndose al modo antiguo con el

Será a partir sobre todo de finales de los años veinte y principio de los treinta, cuando se comiencen a percibir unas pautas en la que la influencia del cine cobraría un destacado protagonismo. Así pues, se empezarían a difundir con rapidez los modos de vida propios del *american way of life* que se estaba desarrollando por aquellas latitudes en esos años; lo que, en ciertos sectores sociales, redundaría en un trasvase hacia la influencia norteamericana como referente de la sofisticación masculina. Buena muestra de ello sería el que, por ejemplo, empiecen a funcionar en este tiempo sastrerías como la llamada *American Gentleman*. El cine no dejaría a su vez de actuar como una fabulosa correa de transmisión a la hora de difundir el uso de prendas informales como el jersey, y presentaría además situaciones en las que los caballeros comenzarían a aparecer en poses más relajadas, en mangas de camisa en determinadas situaciones e incluso prescindiendo del chaleco, sobre todo a partir de los años treinta<sup>22</sup>.

En los medios provincianos, en definitiva, se iría mostrando como una realidad cada vez más palpable el aumento del deseo mimético. Incluso más allá de las capitales y las principales ciudades de la región se podrá observar este fenómeno, como se puede constatar a través de personajes literarios como el que describe Clarín con “traje flamante, pechera reluciente y bigote engomado”, o el de *El señorito Octavio*, la primera novela de Palacio Valdés, quien reside en una villa de tamaño medio:

Viste con pulcritud, y si bien un poco retrasado respecto a Madrid, está adelantado, y mucho, respecto a la que ordinariamente rige en las provincias, sobre todo en los pueblos secundarios. Su traje se compone de un chaquet de tela azul, chaleco blanco, pantalón también azul y botas de charol<sup>23</sup>.

Ciertamente, esta figura de “señorito de aldea”, deseoso de equipararse al dandi urbano, parece ser un estereotipo bien presente a lo largo y ancho de la geografía regional. El personaje que aparece descrito en *Santa Rogelia*, en efecto, responde con bastante precisión a los parámetros expuestos hasta el momento:

En la aldea pasaría seguramente por un dechado de gentileza; en la ciudad se le encontraría un poco rústico. Vestía con afectada elegancia, un poco atrasado en la moda; pantalón blanco ceñido, botas charoladas de montar con grandes espuelas doradas, chalina de seda sujeta por anillo de oro, amplia cadena de reloj, muchos dijes pendientes, guantes finos de cabritilla y en la mano un diminuto látigo<sup>24</sup>.

---

objetivo de destacar su orgullo aristocrático y sobreañadir así un plus de distinción. Aunque en lado opuesto, pese a observar la misma práctica, se encuentran las señoritas de Meré, quienes, como sugiere el escritor en esta misma novela, se ven obligadas a cubrirse con prendas añosas a consecuencia de sus dificultades pecuniarias.

22 *El Noroeste*, 3-5-1929, 12-6-1931 y 19-11-1931; *La Prensa*, 29-7-1930. En cualquier caso Londres continuaría ejerciendo su influjo en todo lo referente al universo de la elegancia varonil y la prensa regional continuaba publicando noticias como la de que el aristócrata británico Lord Derby acudiese a un hotel de la capital para una representación en privado de las modas masculina del año. Modelos que, por otra parte, serían posteriormente exhibidos en la Feria de las Industrias Británica. *El Noroeste*, 2-2-1936. F. de Sousa Congosto, *Introducción al estudio...*, pp. 208-211.

23 L. Alas, *El hombre...*, p. 185; A. Palacio Valdés, *El señorito Octavio*, Madrid, Librería General de Victoriano Suárez, 1920.

24 *El Noroeste*, 20-2-1920; A. Palacio Valdés, *Santa Rogelia*, Madrid, Librería General de Victoriano Suárez, 1920. En todo caso, al final del período considerado términos como “dandi” parecen haberse depreciado de forma considerable, algo que puede poner de manifiesto anuncios como el que proclamaba la infalibilidad del matamoscas “Jim Dandy”, *El Noroeste*, 11-5-1935.

#### 4. LOS PROVEEDORES

Para que estos comportamientos que se están describiendo pudieran llevarse a efecto se necesitaba, como es obvio suponer, del concurso de artesanos y comerciantes que facilitasen los medios materiales que permitieran a cualquier caballero presentarse como tal en el escenario social. Destaca en este sentido el papel desempeñado por los sastres, profesional muy estimado que se ocupaba no sólo de vestir, sino de procurar que la prenda “diese calor al cuerpo y ocultase sus miserias”. Había hasta quien sostenía que su principal función, dado que el gusto no iba aparejado con la moda, era sacar partido de esta y tornarla en distinción<sup>25</sup>.

Si se procede a evaluar sumariamente el volumen del sector, se puede observar que en el Oviedo de principios del pasado siglo existían ciento ocho negocios dedicados al textil y veintiuno al calzado, de los que se emplazaban en la calle Uría nueve y dos respectivamente, a la altura de 1923 el número de negocios de este tipo sumaba ciento dos y treinta y uno. Aunque la cifra no había variado de forma sensible sí que se había densificado de forma ostensible el número de establecimientos que se localizaba en la principal arteria de la capital provincial, que ascendía a treinta y tres<sup>26</sup>.

En un ámbito más general, la guía monumental de Asturias de Álvarez y Gámez, aún sin ser exhaustiva, ofrece una valiosa información que permite hacerse una idea bastante aproximada del número de profesionales que se podían encontrar a lo largo y ancho de la geografía regional en la década de los años veinte del pasado siglo. Atendiendo a los principales núcleos de población, la ciudad de Oviedo disponía de veintitrés sastres (había otros tres en la localidad de Trubia), cinco establecimientos de ropas hechas (otras seis en el resto del concejo) y nueve camiserías finas. Funcionaban, de otro lado, dos establecimientos especializados en abrigos, una fábrica y cuatro tiendas de sombreros, dos de guantes y paraguas, un salón de limpiabotas y doce relojerías.

Por su parte, en Gijón se contaban treinta sastrerías, doce establecimientos de ropas hechas, tres sombrererías y una fábrica de sombreros, dieciséis zapaterías y dos fábricas de calzado, cinco camiserías, dos limpiabotas y dos bazares de sombreros y bastones. Los datos arrojados para el caso de Avilés hablan de siete sastres, cinco sombrererías y cuatro camiserías. Concejos mineros como Mieres y Langreo disponían de dieciséis y cinco sastrerías respectivamente; y algunos municipios costeros de considerable población como Valdés o Llanes de cuatro y seis (en el primero de ellos además había once zapaterías y en el segundo seis zapaterías, ocho establecimientos de ropas hechas y dos sombrererías). Téngase en cuenta que, al margen de no tratarse de un listado completo, en la guía no se recoge la existencia en los ambientes rurales de campesinos que, durante los meses de invierno, añadían a sus labores agrarias el oficio de sastre<sup>27</sup>.

25 Sobre la estima en la que se tenía a los buenos sastres puede servir para ilustrar el caso el de Adalberto Ranz Beltrán, sastre de cámara de Alfonso XII y Alfonso XIII que, amén de la presidencia de la sociedad de sastres La Confianza de Madrid, llegaría a ser diputado provincial. M. Rodríguez Cosolá, “Elogio del arte sartorial”, en P. Roca Piñol (dir.), *La estética del vestir clásico*, Tarrasa, Yuste Impresor, 1942, pp. 287 y ss.

26 S. Tomé, *Oviedo. La formación de la ciudad burguesa*, Oviedo, Colegio Oficial de Arquitectos de Asturias, 1988, pp. 166-167.

27 E. Álvarez Suárez, y E. M. Gámez, *Asturias. Guía monumental, histórica, artística, industrial, comercial y de profesiones*, Madrid, 1923. Sobre los campesinos que trabajaban estacionalmente como sastres se encuentran datos en L. B. García Álvarez, *Del control señorial al paternalismo franquista. Las parroquias de Barredos y Tiraña*, investigación correspondiente al programa “Conoce y Vive tu Patrimonio” del Ayuntamiento de Laviana, que se puede consultar en la web municipal. Esta realidad del pequeño sastre campesino o “remendón” se puede valorar también si se tiene en cuenta que, para el caso de Gijón, el catastro de Ensenada recogía la existencia de sesenta y tres sastres. La población del concejo era en aquella época de unos

A la vista de la documentación que se ha podido manejar y atendiendo especialmente a fuentes de información como los anuncios insertos en la prensa del período, se podría destacar la figura del sastre M. Méndez, cuyo negocio responde de modo elocuente a todos los parámetros sobre lo que se puede entender como distinción social que se han venido exponiendo hasta el momento. En primer lugar por la variedad y calidad de los productos con que comerciaba, en segundo lugar por hallarse escrupulosamente al día de las corrientes internacionales en lo que a elegancia masculina se refiere –con especial atención a las tendencias británicas– y, por último, porque dentro de su oferta claramente orientada a los sectores más favorecidos se trasluce la amplia gama de distracciones y actividades de ocio a las que se podían dedicar estos estratos sociales en la Asturias del primer tercio del siglo XX. Con ello, además, se ponen de manifiesto también los matices que, para el caso que nos ocupa, podía marcar la tan ansiada diferenciación social.

Casi a modo de declaración de principios, Méndez, cuya publicidad se ha podido rastrear en numerosos medios provinciales desde los primeros años de la anterior centuria, se anuncia invariablemente como “*Fashionable Tailor*”. Ofrecía en estos reclamos las últimas novedades en géneros ingleses para trajes y pardesús (sobretudo recto). Una de las características más permanentes de su empresa sería el avisar de la recepción de selectos surtidos de géneros exclusivamente ingleses cada temporada. Este sastre prestaba sus servicios en un piso principal de la calle Corrida, la arteria comercial más importante de la ciudad, donde además de tener instalada su tienda poseía el taller en el que recibía a sus clientes para la toma de medidas y la realización de las prendas. No supone ninguna novedad el que el comercio de lujo, que a lo largo de este período va a experimentar una considerable proliferación, se procurase un emplazamiento privilegiado en el casco urbano; buscando las zonas más céntricas donde, como sería lógico suponer, residían o tenían sus ocios y ocupaciones cotidianas los vecinos con mayor poder adquisitivo.

Entre las surtidas mercancías de las que disponía brindaba gabanes impermeables (tan adecuados para la climatología asturiana como para la británica, rezaban sus anuncios), selectos gabanes-*pullman*, que tenía en exclusiva; chalecos de franela y seda finísima, pantalones o salgas. A la altura de 1909 empezaba a ofrecer la capa de *sport Mechnikoff*, manufacturada a base de tela engomada y paño impermeabilizado de la que se afirmaba que era muy indicada para la lluvia y el frío, manteniendo la temperatura natural del cuerpo y excluía el sudor (por si ello fuese poco constituía un magnífico preservativo contra los catarros, estando recomendado su uso por la Academia de Medicina de Filadelfia), además de ser resistente al roce de los arbustos. Queda claro que la conquista de los placeres campestres por parte de la burguesía urbana regional necesitaba la concurrencia de una prenda de estas características.

Así pues, paradigma del ocio aristocrático, la caza constituía toda una forma de entender el tiempo libre. Para los sectores hegemónicos la cacería era una ocasión de esparcimiento y fiesta, de relación y encuentro informal y negocio; para las clases populares, en cambio, era un medio de paliar los sinsabores de la subsistencia que podía incurrir en la ilegalidad. De este modo, la cacería era un acto social en el que se estrechaban los lazos de las élites, una fiesta que servía de plataforma a las ambiciones políticas, sociales y económicas de quienes se veían implicados en la actividad. Por otra parte, había llegado a desarrollar una cultura material específica que trascendía lo que pudiese tener de práctica deportiva, y en este aspecto disponer de ropa adecuada para acometer las artes venatorias –más teniendo

---

diez mil habitantes, la mitad de ellos aproximadamente residentes en la ciudad y, en el período que se está considerando en este artículo la población del municipio ya sobrepasaba los cincuenta mil pobladores. R. M. Alvargonzález, *Gijón. Industrialización y crecimiento urbano*, Oviedo, Ayalga, 1977, p. 78.

en cuenta que las primeras sociedades de cazadores de la región tuvieron una implantación urbana— gozaba de no poca relevancia.

Labores como las que desempeñaba de Méndez, pues, proporcionan claves acerca de lo erróneo de presuponer un armario masculino monótono y falto de pluralidad. Aunque no tan variado como el vestidor femenino, por motivos como los que se han descrito páginas atrás —y aunque para acometer los quehaceres cotidianos si se pudiera observar cierta uniformidad, excepción hecha de la figura del ocioso dandi— las estrategias de distinción social se ponían en juego habitualmente a la hora de acometer actividades lúdicas. En buena medida, este distanciamiento podía responder al propio tipo de actividad, vedado en muchas ocasiones al común del pueblo, pero otras veces a la laminación clasista podía contribuir de modo decidido disponer del atuendo adecuado. En el establecimiento de Méndez, a la sazón, se podían adquirir trajes para la caza y para el automóvil de las casas Strom de París y Burberrys de Londres (era el único importador de Gijón), pantalones de seda para la playa, pantalones de montar (en este caso disponía también de amazonas para las damas) y togas. Además podía proporcionar impermeables de seda finísima para balandristas.

Como no podía ser de otro modo, una de las especialidades de su establecimiento eran los trajes de etiqueta, y toda esta panoplia de acendrada clase y distinción se venía a completar con posibilidad de adquirir cuellos y puños de elegantísimas formas; amén de corbatas inglesas (siendo el único distribuidor de la casa inglesa Dor), de tirantes, calcetines, bastones, paraguas y, cómo no, finísimos perfumes. Méndez de otro lado suministraba satisfacción a otro tipo de necesidades, por un lado facilitaba las camisetas higiénicas del doctor Beager, por otro proveía soluciones a la coquetería del varón moderno comercializando las fajas Néa. Todo contribuía a facilitar una imagen de hombre moderno vinculado a unos nuevos modelos de masculinidad en la que aspectos como una figura atlética sería positivamente valorada<sup>28</sup>.

Oviedo era la otra gran urbe provincial y, aunque pesara sobre ella cierta fama de ciudad levítica, en el cambio de siglo constituía un referente cultural de primerísimo nivel. El factor fundamental de que se le otorgara esta categoría radicaba en la existencia del llamado “Grupo de Oviedo”, conformado por figuras de la talla de Posada, Buylla, Altamira o Clarín y sin el que el panorama intelectual español del momento no hubiese sido el mismo. El influjo de tan sobresaliente actividad por parte de sus integrantes, en el plano académico y en el extraacadémico, no dejaría de tener su correlato en los más variados ámbitos de la vida local, incluyendo la observancia de una selecta urbanidad en la que el decoro indumentario no dejaría de tener su importancia. De hecho, la posibilidad de frecuentar estos círculos no dejaría seguramente de pesar en la decisión del cosmopolita marqués de Valero de Urría de fijar su residencia en Oviedo. De este modo, Rafael de Zamora y Pérez de Urría, que tal era su nombre, educado en la Sorbona, escritor de obra corta pero alabada y consumado melómano, deslumbró la capital provinciana con su elegancia y saber estar en los salones,

28 *El Popular*, 20-6-1908; *El Pueblo Astur*, 4-5-1913, 15-10-1913, 9-11-1913, 2-1-1914, 7-5-1914, 20-6-1914, 7-9-1914; *El Noroeste*, 12-5-1914, 30-4-1917; *El Principado*, 23-9-1910, 19-11-1910, 5-11-1911, 7-11-1911. S. Tomé, *Oviedo...*, p. 176. Para conducir los primeros automóviles era recomendable proveerse de enormes abrigo guardapolvos, de paño grueso o de piel, viseras y gafas de cristal ahumado con ojeras de tejido boatinado. Con las mejoras en la pavimentación y en el confort de los vehículos haría que, andando el pasado siglo, de esta indumentaria quedasen solamente los guantes. Y. Deslandres, *El traje imagen del hombre*, Barcelona, Tusquets, 1985, p. 224. Balandro: embarcación de recreo. Sobre la caza en Asturias, L. B. García Álvarez, *Vida cotidiana y sociabilidad...*, pp. 105-107 (investigación realizada para el Centro de Interpretación Armando Palacio Valdés, 2005-2007) e *Historia de la caza en Asturias*, publicada por el suplemento Campo y Mar de *La Nueva España* semanalmente entre el 7 de junio y el 9 de agosto de 2012.



tertulias y cafés pedáneos<sup>29</sup>.

Por detenerse en un caso ovetense destacado, en un piso principal de la calle Fruela (frente a la Diputación provincial) ofrecía sus servicios el sastre Ángel Soria, de quien, por un extenso reportaje inserto en la famosa guía comercial de los años veinte a la que se ha hecho referencia, se puede conocer tanto el funcionamiento de su actividad como algunas claves sobre la dimensión que adquiriría la vestimenta en el escenario social. En primer lugar, la publicidad de Soria da cuenta de la consideración que se debiese tener del sastre como artista (frente al vulgar artesano o al desaprensivo industrial), siendo este quien hace del hombre una persona distinguida. Era necesario, por ello, que quien desempeñase este noble oficio fuese un hombre culto, de amplios conocimientos y de gusto exquisito. Esta consideración, como es evidente, perseguía marcar de forma significativa la diferencia entre el sastre “remendón”, la confección industrial y el profesional que orientaba sus servicios a la satisfacción de las élites sociales. Soria, en esta última tesitura, era presentado como un profesional valorado no sólo a nivel local, sino también provincial y extrarregional, ya que contaba incluso con una selecta clientela madrileña<sup>30</sup>.

Otros establecimientos notables del momento serían, por mencionar algunos casos destacados en uno u otro sentido, la sastrería La Elegancia, situada en un piso principal de la calle de los Moros –otro de los principales ejes comerciales de Gijón junto a la calle San Bernardo en la que también se localizaba un buen número de profesionales dedicados a este oficio– y que ofrecía como una de sus especialidades la elaboración de ropa de playa. Muestra de cierta modernidad en las técnicas publicitarias, por su lado, se tendría en la sastrería BBB, que ofrecía su “última creación a la moda” y presentaba como director a Julio S. Forcada, contando con sedes en las céntricas calles Jovellanos e Instituto. Poco que añadir sobre su inspiración a la casa La Ciudad de Londres, que vendía a su vez telas inglesas y del país por metros y cuya sección de sastrería se hallaba a cargo de un competente maestro barcelonés. Había incluso negocios que exhortaban directamente a los elegantes de la ciudad, se autoproclamaban árbitros de la elegancia y la moda u otorgaban ese rango a los clientes que frecuentasen sus locales. Andando el tiempo, algunos establecimientos empezarían a ofertar novedades relevantes tendentes a renovar el vestidor de los hombres y convertirse en tendencia a la hora de vestir informal, tales como cueros o plumas, que se recibían generalmente de Londres y Barcelona<sup>31</sup>.

Al final del período, y pese a la dimanación desde otros glamurosos focos en cuanto a los modelos a imitar por parte de las cada vez más poderosas industrias culturales, el influjo londinense en lo que se refiere a prestancia varonil seguiría siendo palpable. Muestra evidente de ello serían reclamos publicados en prensa como el que sigue y que merece la pena reproducir en su integridad: “My Tailor is Tuero. Becoures (sic) he is the best. 40 Corrida Street”. El texto, que seguramente resultaría poco legible para la mayor parte de los potenciales clientes de este sastre, no deja de ser sumamente elocuente en cuanto a sus objetivos publicitarios<sup>32</sup>.

29 J. Uría (coord.), *Institucionismo y reforma social en España*, Madrid, Talasa, 2000; “El Oviedo de Clarín. La ciudad clerical y anticlerical”, en *Leopoldo Alas. Un clásico contemporáneo (1901-2001)*, Oviedo, Universidad de Oviedo, 2002, pp. 67-102; M. A. Iglesias, “El marqués de Valero de Urría: un *dandy* en el Oviedo de fin de siglo”, *La Nueva España*, 24-9-2006.

30 E. Álvarez Suárez y E. M. Gámez, *Asturias...*, pp. 168-169.

31 *El Noroeste*, 24-11-1905, 6-11-1913 y 20-6-1930; *La Prensa*, 29-1-1922, 1-12-1922, 16-4-1924, 18-10-1931, 28-10-1931 y 9-11-1932.

32 *La Prensa*, 28-12-1930.

Por último, para aquellos presupuestos más sumarios se podía recurrir a los servicios de un tipo de negocio que se comenzaba a extender por los principales núcleos regionales: los grandes almacenes. A principio del siglo pasado funcionaban en la calle San Bernardo de Gijón los Almacenes El Águila que ofertaba una gran variedad de prendas confeccionadas y géneros para señora y caballero. Disponía la franquicia de sucursales en Madrid, Barcelona, Alicante, Almería, Bilbao, Cádiz, Cartagena, Granada, Málaga, Palma de Mallorca, Santander, Sevilla, Valencia, Valladolid y Zaragoza<sup>33</sup>.

## 5. CONCLUSIONES

Frente a la persistencia de ciertos clichés acerca de que la monotonía fue la característica esencial de la moda masculina del período, lo cierto es que existía un amplio abanico de variantes a la hora de perseguir un cada vez más ansiado, por una serie de sectores sociales que se habían ido engrosando a la par que aumentaba su nivel adquisitivo –a la vez que se disponía de una cada vez mayor oferta de productos para todo tipo de economías–, reconocimiento en el campo del buen tono.

Con no menos seguridad se puede aseverar que, cuanto más aparente se tornaba la uniformidad, más atención se prestaba a los matices. La elegancia, en buena parte, consistía en vestir convenientemente en cada ocasión, demostrando de este modo manejar los resortes de la buena educación y del adecuado desenvolvimiento en sociedad. Si durante muchos siglos el hombre tuvo pocas oportunidades de expresarse por el traje más allá de alguna ocupación concreta, a lo largo de la modernidad este se convertiría en un poderoso medio de expresión en el que se manejaba un lenguaje muy específico. Se dispone a través del análisis de esta dimensión, por otra parte, de un medio adecuado para observar diversas transformaciones sociales.

La Asturias de la Restauración, sumergida en un proceso de acelerada industrialización y urbanización como se sabe, no permanecería ajena a los dictados de la moda, sumándose en este caso al inusitado dinamismo económico aspectos coadyuvantes como, por ejemplo, el atractivo de las villas costeras durante el período inicial en el desarrollo del turismo contemporáneo o la importancia de Oviedo como destacado núcleo intelectual de referencia en el momento<sup>34</sup>.

33 *El Publicador*, 13-11-1909; *El Pueblo Astur*, 10-5-1913.

34 M. von Bohlen, *La moda...*, p. 202; Y. Deslandres, *El traje...*, pp. 289 y ss.