



Representaciones sociales: vestirse para representarse. Un estudio en adultos mayores en el Parque de Marinilla

DANIEL BUILES HERNÁNDEZ

Comunicador social de la Universidad Católica de Oriente. Diseñador gráfico, realizador audiovisual.

danielbuileshernandez@gmail.com

MARÍA ISABEL TORO TORO

Universidad Católica de Oriente.

torotoromariaisabel@gmail.com

JENNY ALEJANDRA CARVAJAL VALENCIA

Universidad Católica de Oriente.

jennycv@gmail.com



Resumen

El presente trabajo busca caracterizar las representaciones sociales que los adultos mayores que concurren al Parque Principal de Marinilla atribuyen a sus prendas de vestir. Para esto, nos centramos en el carácter comunicacional de dichas representaciones. Mediante el uso del método etnográfico, y basados en el razonamiento inductivo, empleamos la técnica cualitativa de la entrevista semiestructurada, teniendo en cuenta los aportes de Martínez (2006), Moscovici (1981) y Jodelet (1989) desde las representaciones sociales. Los resultados muestran una clasificación y caracterización de las representaciones sociales que se dan de las prendas de vestir a partir tres aspectos: desde el contexto o el ambiente en el que se usan, desde las anécdotas y experiencias que se han formado a lo largo de la vida, y desde la función y practicidad que ven en ellas.

Palabras clave: representaciones sociales, comunicación, prendas de vestir, adulto mayor, Parque Principal de Marinilla.

Introducción

1. Esta investigación se propone reconocer las representaciones sociales que tienen de sus prendas de vestir los adultos mayores que concurren el parque principal de Marinilla. Planteamos ese propósito porque la configuración del territorio y del espacio apropiado por los seres humanos pasa por los símbolos desde los cuales se produce sentido. Pero, adicionalmente, porque las formas de hablar, vestir y vivir la vida que practica



cada generación son formas particulares de instalarse en el territorio. Mas, en el caso puntual de las personas de la tercera edad, esas formas pueden desaparecer, con lo cual se entra en procesos de modificación de las identidades colectivas. Así, con el ánimo de profundizar en el carácter comunicacional que allí se da, el presente trabajo pretende describir las representaciones que los adultos mayores del parque principal de Marinilla les atribuyen a sus prendas de vestir.

Para lograr nuestro objetivo fue necesario identificar los distintos autores que han teorizado sobre las representaciones sociales como lo son, principalmente, Moscovici (1981) y Jodelet (1989). También encontramos, en autores como García y Martínez (2017), aportes valiosos en los que convergen las representaciones sociales y la comunicación. En cuanto a las prendas de vestir, se establece un diálogo entre los trabajos de Lipovetsky (1987) y Barthes (2003).

2. Las categorías de análisis de la presente investigación parten de las representaciones sociales construidas colectivamente alrededor de las prendas de vestir por el adulto mayor, y que dotan a cada individuo de interpretaciones diversas y abstractas –producto de un proceso comunicativo intrapersonal e interpersonal– de la realidad que lo circunda, en este caso, el parque principal como escenario de encuentro y esparcimiento de la población estudiada.

Entendemos que la representación social es una construcción de sentido en el contexto de lo colectivo. Es un escenario de juego e intercambio entre el sujeto y su entorno. El término representaciones fue



abordado por primera vez por Durkheim, uno de los fundadores de la sociología científica, quien tenía como idea metodológica central la experiencia de la persona que brindaba el reporte introspectivo apropiado para los procesos cognoscitivos superiores del hombre: la interpretaciones de los productos de la experiencia colectiva (Mora, 2002).

Más adelante, Moscovici da su aporte a este concepto de representaciones sociales.

La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación (p. 7).

3. La vestimenta –y el conjunto de atributos intangibles que la componen– aportan a cada forma de vestir un gran valor histórico, al ser dotadas de sentidos capaces de interactuar con las realidades de un individuo. Y aquí yace la importancia de estudiar los comportamientos de una población que guarda, en algunas ocasiones y no por mucho tiempo, representaciones de una realidad dispuesta a ser estudiada y posteriormente comprendida. Moscovici y Hewstone (como se citó en García y Martínez, 2017) revelan que «...enraizada así en el cuerpo, la vida de las representaciones se revela como una vida de memoria» (p. 153), a la espera de ser contada.



En síntesis, mientras la representación social configura posibilidades de marcar simbólicamente el espacio personal ante los otros, las prendas de vestir son uno de los vehículos mediante los cuales se entra en el espacio de interacción que determina el lenguaje y que, en este caso, se toma del lenguaje de la moda (Barthes, 2003).

Metodología

El método de estudio que se empleó en esta investigación es de corte etnográfico (inductivo), el cual permite emerger una versión cercana y vívida de la realidad, enfocados en la descripción de las dinámicas de un grupo social. Los investigadores etnográficos «estudian los significados del comportamiento, lenguaje e interacciones de grupos que comparten una cultura» Creswell, (como se citó en Govea Rodríguez, Vera, y Vargas, 2011, p. 29).

Se formularon los hallazgos a partir de hechos observados, partiendo de lo particular a lo general. Esta directriz se siguió en tanto el objeto de estudio (representaciones sociales) parte de una construcción social en constante transformación y no permite un arquetipo específico para el estudio en una población como el adulto mayor, en la cual, a cada instante, confluyen fenómenos representativos en las dinámicas, influenciados por múltiples procesos comunicativos del grupo social.

En este sentido, se retoma como recurso metodológico la entrevista semiestructurada, desde los aportes de Martínez (2006), teniendo presente que es una técnica cualitativa acorde a la categoría *representaciones sociales* y que brinda la posibilidad de rescatar elementos del discurso no



hablado, indispensables para la caracterización de dichas representaciones sociales.

La población que sirvió de muestra no probabilística para la investigación fue de 30 adultos mayores que concurren o han concurrido el parque principal de Marinilla, necesarios para una primera parte de identificación de las prendas de vestir. En una fase previa, esta observación permitió hallar tres perfiles específicos de vestuario, a partir del uso de las 3 prendas y accesorios más comunes en su uso, y la relación entre estos, brindan un perfil genérico.

El primer perfil específico se compone de las prendas y accesorios con mayor uso, dentro de las cuales están: camisa manga corta, reloj, pantalón y correa con un uso mayoritario en toda la identificación. Por otro lado, el segundo perfil específico se compone de la siguiente forma: camisa manga larga, sombrero, medias y llavero. El tercer y último perfil específico se conjuga así: chaqueta, anillo, botas y porta-celular. Como puede notarse, los perfiles surgen mediante la combinación de una prenda superior, una prenda inferior y un accesorio.

Luego, en una segunda fase, fueron entrevistados 6 sujetos, buscando que la muestra seleccionada fuese significativa para el objetivo. Se siguieron los siguientes criterios de selección: primero, que la población debió superar en un cincuenta por ciento la participación en el escenario (parque principal de Marinilla) durante el rastreo etnográfico y la investigación encubierta de la primera parte; segundo, que el sujeto debía tener, al momento de la selección, por lo menos dos prendas de cada uno de los tres perfiles hallados en la primera parte de la investigación.



Para el análisis de los resultados se diseñó una matriz compuesta en una primera parte por la observación, que en este caso se relacionaría con el discurso textual recuperado de la técnica de la entrevista semiestructurada; seguido, la teorización, que permite hacer un análisis cruzado del discurso y la teoría; finalmente, la interpretación a la luz de la caracterización de las representaciones sociales.

Cuerpo del documento

Representaciones sociales desde el contexto/ambiente

Los entrevistados reconocen que las prendas de vestir deben usarse en momentos y espacios determinados. La interpretación que realiza la mayoría de los adultos mayores está basada en contrastes como campo-ciudad, rico-pobre, frío-calor. Lo anterior hace que las representaciones sociales se configuren a partir de rasgos culturales, principalmente los que tienen que ver con la religión (Semana Santa, fiestas patronales, domingos, entre otros) con los eventos sociales y, por último, con las creencias heredadas de sus mayores.

Algunos fragmentos de las entrevistas que ilustran lo anterior:

Si es un día muy especial tengo mi muda de ropa buena pa' esos días. Si digamos es un bautizo, un matrimonio o un cumpleaños tengo mi muda, pero no me gusta estar cachaco. Me gusta vestir sencillo (E3. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

Para trabajar uso sombrero alón blanco. El sombrero fino lo uso pa' salir al pueblo (E3. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).



Yo nunca me quito la chaqueta, en caso de hacer sol me meto en la sombra, pero no me quito la chaqueta (E6. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

La mayoría de amigos míos usan gorra, pero no me gustan, por lo que uno fue levantado con un sombrero de caña (E1. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

Representaciones sociales desde la función y la practicidad

Otras características de las representaciones sociales están determinadas por la función y practicidad que adquieren las prendas de vestir para los adultos mayores. Ellos dan un valor especial a las prendas que, además de la función habitual de vestir, les ofrecen facilidades como por ejemplo la comodidad, la protección o la seguridad. En estos usos se puede observar que ha habido una particular elaboración mental del objeto y que, además, este se ha convertido en uno de los elementos importantes de la imagen que proyectan y asimilan de los otros, es decir, las representaciones que se tienen alrededor del vestuario.

Me gustan las camisas de bolsillo doble; yo compro las camisas y mi señora le hace el bolsillo de por dentro. Cuando uno tiene plata, nadie le va quitar la camisa pa' quitarle la plata. También tengo pantalón con bolsillos dobles (E3. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

No me gusta el sombrero, pero yo lo utilizo para evitar el sol, Una razón por la cual no carga sombrero a diario es por si va a oír misa y no



tener sombrero en la mano, un sombrero en misa estorba mucho, entonces mejor en cabeza. (E5. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

En ese sentido, el vestuario actúa en un lenguaje inicialmente funcional que ofrece posibilidades de presencia/ausencia de elementos, a partir de los cuales se toman decisiones de vestir que, si bien guardan relación con lo funcional, apuntan a otro tipo de representaciones simbólicas que se enmarcan en la producción de sentido (el significado que se quiere portar a través de la prenda).

En efecto, aquí lo que apreciamos es una alta vinculación de las representaciones generadas por el vestuario con condiciones de espacio y tiempo, es decir, con las características del territorio y la identidad que este puede mediar: “Cuando regresé a Marinilla, usé el sombrero algunos días y lo dejé, no veía la necesidad de ponérmelo, a diferencia de cuando trabajaba en Cesar” (E6. Comunicación personal. 4 de junio de 2018). Algo consistente con esta afirmación: “Tengo tres sombreros y unas boticas para cuando voy a mis tierritas por allá por San Luis, y tampoco me faltan las botas por si uno se encuentra una culebra en el camino”. (E3. Comunicación personal. 4 de junio de 2014).

Si bien, de entrada, lo que notamos son elecciones duales entre lo funcional y lo no funcional, entre lo que es práctico y no lo es (Medina, 2005), se puede percibir que los entrevistados asignan un valor semántico a los objetos (Baudrillard, 1981) que conforman su atuendo: un lapicero, una ruana, una gorra, además de ser funcionales para determinados fines, comportan elementos transmisores de significado e interacción social: el lapicero que se exhibe en el bolsillo de la camisa para ser visto por quie-



nes pudieran necesitarlo, un sombrero con el cual se le sirve comida al perro, unas botas que sirven para efectos de sobrevivencia pero, además, indican una condición social determinada.

Representaciones sociales desde las anécdotas

Algunas anécdotas que se encontraron en las entrevistas realizadas a los adultos mayores demuestran la representación que estos asumen de sus prendas de vestir a partir de sus experiencias vividas. Estas experiencias reflejan, no solo el valor simbólico del objeto, sino que también facilitan la comprensión de las razones por las cuales alguien porta un objeto particular, lo que a su vez permite la comunicación y el entendimiento. En medio de ambas surge la anécdota. Esto se observa claramente cuando dos personas que compartieron una época, un territorio o un oficio, reconocen en su vestimenta una vivencia común, por ejemplo, de alguien que lleva un zurriago los otros infieren que tuvo alguna relación con la arriería o el manejo de ganado.

«No se puede olvidar que la representación social y la comunicación son aliadas, en tanto, desde una perspectiva semiológica; la comunicación es *un proceso de interacción simbólica*, en el cual la posibilidad de transferir mensajes ocurre sobre la base de signos, de acuerdo con reglas culturales socialmente compartidas, y mediante códigos convencionalmente definidos sobre la base del uso de criterios previamente seleccionados» (Crespi, 1997, p. 209). Por medio de las vivencias que los adultos mayores han tenido, se crea una cultura con valores previamente adquiridos.



Yo cuando estuve en el Valle usaba un sombrero grande, un carriel grande y un poncho que hasta los cantineros de la zona de tolerancia me tenían pavor porque ellos mismos le decían a sus mujeres cuando yo me aparecía “juepucha a ese señor hay que atenderlo muy bien por la carita que tiene (E2. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

En la siguiente cita también se evidencian estos valores compartidos:

Una prenda que siempre tengo encima y nunca me falta es el escapulario. Imagínese yo con 70 años y mis padres eran antiguos, no les faltaba el rosario día y noche pa’ acostarse, entonces ahí va uno aprendiendo todo eso (E2. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

Uno cuando cumplía los 18 años se ponía pilas el papá de uno a darle un pantaloncito de paño, bregaban a conseguirle a uno eso, que era lo más finito de la época (E1. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

Cuando yo me puse los primeros zapatos el pantalón que me puse era elegante porque era la ropa de la época. Cuando eso uno usaba pantalón corto hasta los 18 años (E5. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).



La articulación entre las anécdotas y las prendas de vestir muestra con claridad el ejercicio de la representación y alcanzan a dar cuenta de un nivel interesante de intencionalidad comunicativa en el que se mueven las decisiones sobre qué ponerse para salir a la calle. No puede olvidarse que en los pueblos colombianos el parque es un eje de actividad social bastante relevante. En ese sentido, a la práctica social que es vestirse, se le agrega una dimensión simbólica que guarda relación con un querer decir (Savater, 1991).

Discusión y análisis

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) citado en (Calvo, 2001) establece la edad cronológica de 60 años para considerar que una persona es adulta mayor. Si bien la edad cronológica es uno de los indicadores más usados para considerar a alguien viejo o no, esta –por sí misma– no nos dice mucho de la situación en la que se encuentra una persona (en términos psicológicos y físicos), de sus sentimientos, deseos, necesidades o relaciones; sin embargo, la población adulta mayor que identificamos en el parque principal de Marinilla oscilaba entre esa edad, y lo que los resultados nos muestran en que en ellos se configura claramente el concepto de *generación*: unas mismas formas de ver el mundo, un conjunto de valores y prácticas sobresale entre todos ellos y los une a un mismo contexto socio-histórico.

Referimos las prendas de vestir del adulto mayor como objetos que son posesión de ellos, y que, por ende, presentan una exclusividad en calidad de que el vestuario es suyo y no de nadie más; además de la



vestimenta y que sea de ellos, para los adultos mayores tienen una significación. Las representaciones van dirigidas hacia un objeto, que, en este caso, son las prendas de vestir; las personas suelen tener objetos de mucho valor sentimental.

Jodelet (1989) y Moscovici (1981) coinciden en que las representaciones se evidencian en el lenguaje y las acciones sociales de grupos específicos; reiteran la importancia que tiene la comunicación para los espacios de desarrollo de las representaciones en la vida cotidiana. Una de las características de las representaciones sociales es que tienen un aspecto simbólico donde se adquiere un significado para sí mismo y para una colectividad. En la colectividad tradicional de Marinilla, el domingo no sólo simboliza un día feriado, sino que también es el “Día del Señor”, y la representación religiosa no es algo que demuestren los adultos mayores tan solo en su diálogo, también lo hacen en la forma como visten: escapularios, rosarios, dijes religiosos, que se unen en la “mejor muda” para el domingo.

Otra de las características fundamentales de las representaciones es que existe una clasificación de un objeto social y los sujetos lo incorporan a su realidad cotidiana y en los colectivos se genera una herramienta de comprensión y apropiación de la realidad. De ahí resulta significativo el hecho de que los entrevistados coincidieron en que no les gusta como visten los jóvenes de hoy.

Ese rechazo, que se marca en oposiciones como adecuado/inadecuado, o formal/informal, ratifica la perspectiva de Barthes (2003) cuando dice (basado en Saussure) que el lenguaje de la moda, como todos los



sistemas de decisión, se basa en oposiciones duales. En el contexto del lenguaje, estas oposiciones tienen el resultado de otorgar valor (o negarlo) a los signos (Quiceno y Arango, 2012).

Las decisiones del vestuario guardan estrecha relación con factores identitarios que funcionan tanto en el nivel individual como en el grupal. Vestirse de cierta forma es inscribirse como sujeto individual y como parte de un colectivo (generacional, religioso o laboral). Es en ese yo colectivo que aparecen algunas marcas de identidad grupal: “Los jóvenes de hoy en día se visten muy distinto a nosotros... pantalones caídos, todos colgados y que no están hechos a la medida, todos grandes. Esas modas no se veían ahora tiempos” (Arcecio. 4 de junio de 2017).

Con el fin de identificar y caracterizar las representaciones que cada adulto mayor tiene de sus prendas de vestir, nos basamos en los tres elementos fundamentales, que según el enfoque cualitativo de Jodelet constituyen las representaciones sociales: contenido, objeto y sujeto. El contenido constituye la información, nociones y conocimientos referentes a un objeto social; las representaciones sociales van dirigidas hacia algo y que se constituye como el elemento central de esta categoría: el objeto; y el sujeto, individuo o grupo son los que perciben el objeto y elaboran los contenidos sobre este. En el caso de nuestra investigación, el adulto mayor se convierte en el sujeto que percibe ese objeto social (las prendas de vestir) elaborando para sí mismo los contenidos.



Conclusiones

Las representaciones sociales que pudimos identificar están basadas en las anécdotas que los adultos mayores han adquirido a lo largo de sus vidas, la practicidad y uso que le otorgan o ven en ellas y el contexto o ambiente en el que se usan. Muchas de las representaciones sociales son basadas en el pasado y vivencias de cada uno de los adultos mayores, pero también son compartidas por muchos, lo que les permite que la comunicación sea un proceso de interacción simbólica, donde mediante códigos se transmiten mensajes. En este punto entra la dimensión afectiva que propone Jodelet (1989), donde entra a jugar la valoración positiva o negativa que tenga el sujeto con relación al objeto social.

La interpretación que realiza la mayoría de los adultos mayores está basada en contrastes como lo mencionamos en “Representaciones sociales desde el contexto/ambiente”. Las prendas de vestir, en tanto que representaciones, se manifiestan como una vida de memoria que se revela en el presente a través de valores, normas y creencias sociales y culturales.

El sujeto, como portador de un objeto produce sentidos, sin embargo no encontramos que el sujeto utiliza una prenda de vestir con el propósito de comunicar algo. En este sentido, hay un proceso en que la comunicación se da de forma implícita, donde el sujeto lanza códigos que permiten la interacción en su contexto gracias a que su cultura permite que los códigos puedan ser entendidos.

A medida que pasa el tiempo, las representaciones sociales se pueden modificar debido a que tanto sujeto como objeto se transforman en



el contexto de época o de lugar. Por ejemplo, un objeto no va a tener el mismo sentido ahora, que el que tenía en otras épocas.

A través del método etnográfico pudimos observar que el adulto mayor crea una idiosincrasia a partir de sus núcleos sociales; la familia juega un papel fundamental en cómo él concibe su vestimenta, por ejemplo:

Un hermano mayor que yo, que era muy *pinchadito* usaba mucho anillo, me fueron gustando también a mí desde hace más de treinta años me vienen acompañando los mismos (E1. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

A uno joven lo enseñaron a vestir de sombrero, ruana, poncho, zurriago. Como visto en el campo, visto en la ciudad también. Pero cuando hay un evento o algo, sí me pongo la mejor ropita (E4. Comunicación personal. 4 de junio de 2018).

Esta vida de memoria (información) que es asignada a las prendas de vestir (objeto) por el adulto mayor (sujeto) hacen parte minúscula de un sinnúmero de elementos representativos del adulto mayor. Los elementos que se enuncian en esta investigación pretenden ser inmortalizados y se busca la conservación de la memoria histórica en el vestuario, como forma de comunicación no verbal que corresponde a la configuración de la identidad y por ende la cultura de un grupo de personas que habitan un territorio.



Referencias

- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Grupo Planeta (GBS).
- Baudrillard, J. (1981). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI Editores.
- Calvo, E. (2001). *Nacidos para cambiar: Cómo construimos nuestras biografías*. Madrid: Taurus.
- Crespi, F. (1997). *Manual de sociología de la cultura*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Galindo, J. (2011). *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación*. Universidad Intercontinental, A.C. (1), 448.
- García, R., y Martínez, B. (2017). Representaciones sociales y comunicación: apuntes teóricos para un diálogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (76), 147.
- García, R. y Martínez, B. (2017). Representaciones sociales y comunicación: Apuntes teóricos para un diálogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (76), 147
- Gobierno de España. (s.f). Ministerio de agricultura, pesca y alimentación – Ministerio para la transición ecológica. Recuperado de: http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/87506_6.pdf
- Govea Rodríguez, V., Vera, G. y Vargas, A. (2011). Etnografía: una mirada desde corpus teórico de la investigación cualitativa. *Omnia*, 17(2), 26-39.
- Jodelet, D. (1989). *La teoría de las Representaciones sociales*. https://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/87506_6.pdf
- Ibáñez, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana. Psicología de las representaciones sociales*, España: Sendai.
- Lipovetsky, G. (1987). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Editorial Anagrama. Recuperado de:



<https://paradigmasdelpensamiento.files.wordpress.com/2014/12/lipovetsky-gilles-el-imperio-de-lo-efimero-la-moda-y-su-destino-en-las-sociedades-modernas.pdf>

Malo, C. (2010). *Repositorio Digital CIDAP. Centro Interamericano de Artesanías y Arte Popular*. Recuperado de: <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/529>

Martinez, M. (2006). La investigación cualitativa (Síntesis conceptual). *Revista de Investigación en Psicología*, 139-143. http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v09_n1/pdf/a09v9n1.pdf

Medina, F. (2005). La dimensión comunicativa del objeto. Una propuesta de análisis. *Iconofacto*, 1(1), 89-109.

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento E Investigación Social*, 1(2) 1-25. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.55>

Moscovici, S. (1981). *Representaciones sociales*. España: Universidad Complutense de Madrid.

Quiceno, B. y Arango, C. (2012). Valores culturales en la publicidad exterior: entre la intención comunicativa y la apropiación del mensaje. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(21), 95-108.

Savater, F. (1991). *Las preguntas de la vida*. Barcelona: Ariel.

Silva, A. (2006). *Imaginario urbanos*. Bogotá: Arango Editores.