Bajo el ala del tiempo: sombreros y discursos publicitarios en la prensa merideña (1877-1938)[1]

Saida Edith Clavijo Quintero[2]
Universidad de Los Andes
clavijo5edith@gmail.com

Resumen

En el presente artículo se pretende realizar un acercamiento a las representaciones y simbolismos culturales que marcaron pauta en el uso del sombrero en la Mérida venezolana de finales del siglo XIX y principios del XX. Para ello, se hará un análisis a catorce avisos publicitarios aparecidos en los periódicos merideños: *Anuncios diarios de "La Esquina de la Torre"* (1877-1888), *Boletín Anunciador* (1896), *Carmenes* (1910), *La Acción* (1923), *Alas* (1926) y *Avanzada* (1938). Dichos avisos serán contrastados con el concepto de elegancia que era manejado en el *Manual de urbanidad y buenas costumbres*…, de Manuel Antonio Carreño; *Memorias de un muchacho*, de Tulio Febres Cordero, y, en la fotografía merideña de finales del siglo XIX. El enfoque estará orientado desde la *Historia Cultural*.

Palabras Clave: Sombrero, publicidad, Mérida, representaciones, siglos XIX y XX.

Under the wing of time: hats and advertising discourses in the merida press (1877-1938)

Abstract

This article aims to approach the cultural representations and symbolisms that set the tone in the use of the hat in the Venezuelan Mérida at the end of the 19th century and beginning of the 20th century. For this purpose, an analysis will be made of fourteen advertisements that appeared in Merida newspapers: *Daily announcements "La Esquina de la Torre"* (1877-1888), *Boletín Anunciador* (1896), *Carmenes* (1910), *La Acción* (1923), *Alas* (1926) and *Avanzada* (1938). These advertisements will be contrasted with the concept of elegance that was handled in the *Manual de urbanidad y buenas costumbres*..., by Manuel Antonio Carreño; *Memorias de un muchacho*, by Tulio Febres Cordero, and in the photography of Merida at the end of the 19th century. The approach will be oriented towards *Cultural History*.

Keywords: Hat, advertising, Mérida, representations, 19th and 20th centuries.

Este artículo fue terminado en septiembre de 2025, entregado para su evaluación en noviembre y aprobado para su publicación en noviembre del mismo año.

Sobre la yerba la palma,
sobre la palma los cielos;
sobre mi caballo, yo,
y sobre yo, mi sombrero[3]

1. Introducción

La sociedad venezolana decimonónica vivió expectante las distintas formas de violencia a través de las armas. La Guerra de Independencia (1811-1830) fue un momento bélico de suma convulsión que causó una merma demográfica y trastocó los principios básicos de la civilidad. A inicios de la era republicana algunos sectores sociales manifestaron su interés en mantener "tendencias de orden superior".[4] Estas intenciones se evidencian, por ejemplo, en el discurso pronunciado en 1834 por Domingo Briceño y Briceño ante la Sociedad Económica de Amigos del País, de la Provincia de Caracas, donde señaló la importancia de no omitir "cuidados ni fatigas por reunir en su seno las luces y conocimientos del siglo para difundirlos […] a fin de elevar esta patria a su prosperidad y dicha".[5]

Al igual que Briceño, otros ilustres de la época, como Tomás Lander y Fermín Toro, coincidieron en que el camino a seguir debía basarse en el modelo implementado por los Estados Unidos de Norteamérica y Europa. Ello implicaba una transformación material y un cambio de mentalidad en los individuos,[6] basada en los ideales burgueses de distinción social reflejados en la forma de vestir, de decir y de comportarse en los espacios públicos y privados.[7] Así entonces, en dicha era republicana, empezó a implementarse la idea modernizadora de afinar los modales, surgiendo un conjunto de normas[8] cuyos principios éticos y morales tenían como propósito iniciar un largo proceso de adecentamiento social[9] a través de los distintos manuales de urbanidad que paulatinamente se iban editando, entre ellos: el cuadernillo *De las obligaciones del hombre* (1840), de Domingo Quintero; *Lecciones de buena crianza moral*, de Feliciano Montenegro (1841); y el *Manual de urbanidad y buenas costumbres para uso de la juventud de ambos sexos* (1853), de Manuel Antonio Carreño.[10] Este último no solo se convirtió en el manual más reputado de la época,[11] sino también en el patrón a seguir de la conducta civilizada[12] desde mediados del siglo XIX hasta bien entrado el siglo XX.

Entre 1858-1863 ocurre la Guerra Federal: otro momento bélico que impactó en el índice poblacional del país. Si bien afectó los elementos primordiales de los comportamientos sociales, no los

suspendió. Al contrario, en la prensa se exigía con ahínco que la gente mantuviese procederes civilizados,[13] lo que demuestra el peso y la autoridad moral que cumplían los manuales de urbanidad, sobre todo, el de Carreño.[14] Por su parte, la prensa fungía como un amplio texto que daba cuenta sobre las normas de conducta y de etiqueta social.[15] En 1865 se editó *El libro de la infancia*, de Amenodoro Urdaneta, el cual sigue la tradición de los textos de urbanidad, pero con un enfoque más íntimo y personal, centrado en la historia familiar.[16]

Con la llegada al poder del General Antonio Guzmán Blanco (1870), el proyecto de modernización adquirió mayor vigor, principalmente por la secularización de la vida cotidiana y de las instituciones, dando paso a un proceso de profunda transformación en la marcha de la sociedad venezolana.[17] Este proceso acentuó el afán de los individuos por el cambio en la apariencia física, a través del uso de la vestimenta a la moda[18] que validaba la elegancia.[19] Para entonces, la máxima imperante era: "un buen civilizado lo demuestra con el buen vestir". La prensa daba cuenta de ello, y, sobre todo, los anuncios publicitarios registraban textual y visualmente la cultura material que se entronizaba en el entorno.[20]

Entre las distintas prendas en boga, divulgadas en la Venezuela de entonces, salta a la vista el sombrero, cuyo uso tuvo un impacto social en diversas ciudades del país, entre ellas, Mérida. Razón por la cual, resulta interesante estudiarlo como un objeto de representación simbólica, portador de múltiples significados culturales, que impuso una moda en esta localidad andina desde finales del siglo XIX y principios del XX. En el presente artículo examinaremos la importancia que tuvo su uso[21] en la cotidianidad merideña entre 1877 y 1938. Para ello, se analizarán catorce avisos publicitarios aparecidos en los periódicos locales: *Anuncios diarios de "La Esquina de la Torre"* (1877-1888), *Boletín Anunciador* (1896), *Carmenes* (1910), *La Acción* (1923), *Alas* (1926) y *Avanzada* (1938). Dichos avisos serán cotejados con el concepto de elegancia que era manejado en el *Manual de Carreño; Memorias de un muchacho*, de Tulio Febres Cordero, y, en la fotografía merideña de finales del siglo XIX.

El contexto que será analizado abarca el segundo gobierno de Antonio Guzmán Blanco y los primeros años del gobierno de Eleazar López Contreras. Ello permitirá divisar cómo entre los siglos XIX y XX ocurre el tránsito de las representaciones en torno al sombrero, prenda que todavía está presente en el vestir del venezolano y forma parte de su idiosincrasia. No en vano, para muchos cantantes es fundamental en su imagen artística. En el caso de Mérida, nuestro objeto de estudio, el uso del sombrero es frecuente en los sectores rurales, en las corridas de toro durante la Feria del Sol[22] y, hasta en algunos eventos culturales. Lo que amplía aún más la curiosidad del lector por conocer no solo la historia de esta prenda de vestir que figura en su diario vivir, sino que le

permitirá analizar cómo su representación en la publicidad y su corroboración en otras fuentes se convierten en elementos clave para entender el día a día del merideño entre 1877-1938.

2. La publicidad como fuente para el estudio de la historia

Desde el siglo XIX hasta las primeras décadas del siglo XX, la corriente historiográfica predominante había sido el positivismo, teniendo como referentes a Henri de Saint-Simon, Auguste Comte, Émile Durkheim y Leopold Von Ranke, quienes defendían la exclusividad del método científico como la única vía legítima para obtener conocimiento histórico.[23] Sus postulados se basaban fundamentalmente en el estudio de la historia como una narración de acontecimientos, en específico, del escenario político donde los grandes hombres descollaban con sus grandes hazañas. Las fuentes de estudio eran los documentos oficiales procedentes de los gobiernos que estaban conservados en archivos. Esta postura se podría ver como una excesiva restricción para la construcción de la historia desde otros enfoques.[24]

Sin embargo, el siglo XX fue un tiempo convulso desde el punto de vista de la historiografía, donde cobraron fuerza diferentes enfoques metodológicos que abrieron las compuertas al uso de diversas fuentes para abordar los estudios históricos.[25] Así, en la Francia de 1929, se empezaron a observar algunos cambios en las perspectivas del abordaje histórico, a través de la revolución historiográfica que trajo consigo la *Escuela de los Annales*, al incluirse la *Historia Social* como constructo científico. Desde entonces, se amplió la mirada sobre los hechos históricos.

Décadas después, aproximadamente a partir de 1970-1980, se hace evidente a nivel mundial la reacción en contra del paradigma epistémico tradicional, el cual fue confrontado por los postulados de la Nueva Historia, que, contrario a las premisas del positivismo, se enfocaba en cualquier actividad humana, tomando en cuenta las opiniones de la gente común y sus experiencias a través de una variedad de fuentes y posturas, mientras se estimulaba a que el estudio de la historia fuera de carácter interdisciplinario.[26]

Así entonces, desde los nuevos rumbos cognoscitivos surgidos en la segunda mitad del siglo XX, emerge lo que posteriormente conoceríamos como *Historia Cultural*, la cual, haciendo un análisis de las relaciones existentes entre las formas simbólicas y el mundo social,[27] concibe a la historia como una construcción social que le permite al hombre, inserto en la cultura, poseer una estructura mental para ver el mundo desde otras perspectivas,[28] como por ejemplo: las prácticas –como acciones y manifestaciones tangibles de la cultura–; las representaciones –construcciones sociales que se generan a partir de sistemas simbólicos y de conocimiento que se expresan a través de

imágenes, música, discursos, entre otros–; la cultura material –que no solo abarca los objetos físicos que una sociedad crea y utiliza, y están cargados de significado cultural, sino que analiza las diversas relaciones sociales que surgen a partir de dichos objetos–; la historia del cuerpo –que se aproxima al estudio del cuerpo, no como un ente biológico sino como una construcción social y cultural–.[29] Es decir, desde la vida cotidiana, ese espacio "…donde se reproducen conductas, se reafirman valores, ideas y representaciones de la realidad".[30]

Es precisamente en este punto de la vida cotidiana[31] donde la publicidad cobra importancia como fuente para el estudio de la historia, porque transmite una serie de representaciones del día a día del ser humano, y, no solo se encarga de anunciar productos, también expone las formas de existencia que surgen de las relaciones entre las personas y los objetos, tal como lo señala Emad Aboaasi:

> Si bien es cierto que los anuncios comerciales son textos elaborados para inducir al consumo, también son piezas gráficas que ilustran las distintas realidades sobre la vida material de una época; fungen como documentos históricos que, a través de imágenes y mensajes, recogen las sensibilidades humanas como representaciones del discurrir cotidiano de una nación. De ahí que, desde el imaginario, se develen las dinámicas sociales en (…) (un) país, (…). No debe obviarse que el punto de equilibrio está en la esfera económica. No en balde, a la par de lo que la publicidad promociona para el consumo, ella, en sí misma, es un bien de consumo. La presentación discursiva e ilustrada que realiza la convierte en instrumento cultural. Más allá de sus funciones inmediatistas, emplea referentes tangibles cercanos al plano real de cada época, los cuales resultan útiles para el trabajo histórico.[32]

De este modo, los anuncios publicitarios son divulgadores de información y agitadores de los deseos individuales y colectivos;[33] informan sobre productos; ofrecen una visión de la cultura material y las percepciones sociales;[34] vale decir, son un reflejo de la sociedad que se mueve entre lo público y lo privado, vinculando los objetos materiales con el ser humano, actuando como portavoces de las ideas, los sentimientos, las prácticas, las tendencias y las representaciones que circulan en torno a la construcción de la realidad de la vida cotidiana. Por tal motivo, la publicidad se convierte en una herramienta esencial para entender la historia, al revelar formas de pensar, de expresión y de consumo que caracterizan a los individuos de una época.[35]

3. El sombrero y su normativa de distinción social

El sombrero ha sido una prenda de vestir ampliamente usada desde tiempos antiguos. En distintas épocas han surgido diferentes códigos sociales que han regulado su usanza. Casi siempre ha estado vinculado al género masculino, a determinadas clases sociales y, a ciertos trabajos

realizados en jornadas bajo el sol. Emplearlo permitía afirmar momentáneamente el estatus que le daba a quien lo portaba.[36] Debido a su importancia en la distinción social empezó a ser normado en los manuales de urbanidad en diferentes momentos de la historia. Así, en el siglo XVI, en el contexto del nacimiento del Estado moderno, Erasmo de Rotterdam publicó *De la urbanidad en las maneras de los niños*. Si bien es cierto, en dicho texto el objeto central no era el sombrero, aparece otra prenda de vestir: el gorro, que engalanaba la cabeza de los europeos para la época y su uso se regía por normas. Sin embargo, ese autor presenta una breve advertencia sobre la falta de prestancia y refinamiento sobre la forma de portar tanto el gorro como el sombrero. De ahí que, recomendaba lo siguiente:

> Mientras se está hablando, sostenga el gorro con la izquierda, colocada la derecha ligeramente sobre el ombligo, o bien, lo que se tiene por más decoroso, que el gorro, suspendido sobre ambas manos juntas, con los pulgares salientes, cubra el sitio del empeine. El tener un libro o el sombrero bajo el sobaco se tiene por un tanto pueblerino.[37]

En Hispanoamérica, el sombrero tuvo trascendencia como prenda de vestir indispensable desde la época colonial, momento en que:

> (…) esta práctica se extendió a la sociedad estamental que no solo se diferenciaba por el color de piel o el origen, sino también por quién usaba tricornio y quién sombrero de paja. Y de este modo, ponerse una prenda de vestir, en las sociedades altamente estratificadas, era una manera de mantener el orden social (…).[38]

Para el caso de Venezuela, desde el siglo XVIII el sombrero se caracterizó por ser un símbolo de elegancia. Sus adornos eran tan llamativos que llegaron a desatar una competencia entre las "damas excelsas, con las mujeres de calidad inferior y hasta las criadas",[39] por lucir los ornatos más variados y ganar admiración. Esta tendencia de la moda se mantuvo hasta principios del siglo XIX.[40] Durante la gesta emancipadora, estuvo presente en los bandos realista y republicano. Además, representó a las masas de campesinos que acompañaron a José Antonio Páez, el "Centauro de los Llanos", tal como se evidencia en los registros iconográficos de la época. Con el inicio de la era republicana, la moda se orientó hacia la austeridad, la sobriedad y la discreción,[41] por lo que se unificaron criterios en el uso de las prendas de vestir. Desde mediados del siglo XIX, empezó a haber en el país una extensa variedad de accesorios para la cabeza: gorras de diversas formas, cachuchas, quepis, entre otros;[42] sin embargo, "el sombrero fue siempre el súmmum de la cabeza y por ello los hubo de todos los tipos, colores, olores y sabores, nacionales e importados".[43]

Es oportuno destacar que, en esa época, empiezan a llegar inmigrantes europeos al país, quienes, en buena medida, impulsaron la

producción nacional de sombreros. Así, mientras la clase media y los jóvenes adoptaban diseños simples de esta prenda de vestir, los sectores de estatus social optaban por modelos más elaborados para lucir su elegancia desde la cabeza a los pies. En contraste, los de las clases trabajadoras reflejaban una identidad más auténtica y humilde, pues, como a menudo eran hechos a mano, tenían un aspecto más sobrio y funcional, en oposición a los de la élite que eran vistosos. Ello refleja la importancia del sombrero como símbolo de identidad y pertenencia a un contexto social y político cambiante.[44]

Es decir, el sombrero era un elemento diferenciador en sí mismo, no solo portaba el practicismo como objeto de uso cotidiano, sino también el significado intrínseco de distinción y nombradía social. En la Venezuela republicana, su uso estuvo regulado principalmente por el Manual de Carreño, el cual vio la luz de la imprenta en 1853 como respuesta a la imperante necesidad de adecentamiento y compostura de la sociedad, en un momento en que el anhelo de las buenas maneras se había convertido en el camino que algunos hombres de la centuria decimonónica buscaban diligentemente transitar, con la firme convicción de conducir a la sociedad venezolana en la consecución de una conciencia moderna, bajo el lema de orden y progreso, donde el orden se entendía como la idea de que cada quien debía asumir su compostura ciudadana.[45]

Mirla Alcibíades deja ver la importancia del Manual de Carreño como un instrumento mediador entre los sectores empeñados en conservar las costumbres coloniales y los sectores que abrazaban la idea modernizadora. En tal sentido, esta autora señala la urgencia que tenía la nación venezolana –desde el inicio de la etapa de formación republicana– de contar con un código social que le permitiera afrontar los cambios en la vida pública con respecto a la conducta social y las actividades de diversión y entretenimiento que se generaron en este período que, entre otras cosas, propiciaron el incremento de servicios relacionados con la moda, el consumo y los establecimientos especializados en la venta de artículos personales y para el hogar.[46] En consecuencia, estas nuevas prácticas públicas se vieron reflejadas en las páginas de las publicaciones hemerográficas del país, donde cada vez, con más frecuencia, se divulgaban artículos relacionados con la vida cotidiana y la necesidad de adquisición de bienes,[47] por lo que Mérida no sería la excepción en la instrucción pretendida por la idea modernizadora de orden y progreso, ni en el despertar social a la vida pública. Más bien, los anuncios publicitarios de la prensa merideña de finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, al igual que los periódicos de las otras ciudades del país, daban cuenta sobre la (re)construcción sociocultural de la época a través de la vida material.

Innegablemente, el Manual de Carreño era un texto que promovía el buen comportamiento, la sociabilidad cotidiana, el crecimiento

personal y colectivo, a la par que las virtudes a las que se podía acceder por medio de la educación,[48] *el saber ser y el saber estar*.[49] Pero también esbozaba cómo debían vestirse las personas elegantes. Una de las prendas que formaba parte de la fina estampa del caballero y de la dama era el sombrero. Por ende, en dicho manual encontramos diecinueve referencias sobre su uso y porte adecuado. En primer lugar, relacionadas con su aseo, el cual debía ser objeto de esmero en la limpieza, además de ser una prenda personal e intransferible;[50] en segundo lugar, se enfoca en los espacios y los artículos destinados dentro de los hogares para colocar el sombrero;[51] en tercer lugar, dispone dieciséis referencias para normar cómo y cuándo quitarse el sombrero, cómo se debía llevar y, dependiendo de la ocasión, qué color era el más adecuado;[52] y en cuarto lugar, describe la carga simbólica del sombrero como parte del traje de un caballero.[53] A fin de cuentas, lo que Carreño señala como urbanidad no solo revela la suavidad de las costumbres, sino también la cultura del entendimiento, la cual era extensiva para el uso del sombrero que, muchas veces, dependía de las aspiraciones de los individuos, en cuanto a vestirse adecuadamente, es decir, de manera elegante, para no faltar a la decencia, a los buenos modales, ni estar alejados de la moda.

4. Sombreros y discursos publicitarios en la prensa merideña (1877-1938)

En la Venezuela del siglo XIX, la prensa emergió como el principal medio para la difusión de la publicidad comercial, siendo, además, un espacio textual y gráfico que permitió a los comerciantes promocionar sus productos de manera efectiva. Los vendedores, al reconocer que la sociedad elitista de la época se enfocaba en tres tipos de consumo –información diaria, literatura y mercancías– emplearon su creatividad para diseñar anuncios que integraban elementos políticos, sociales y culturales. Esta fusión no solo reflejó las tendencias de consumo de la época, sino que también destacó la importancia de los rotativos como instrumentos para la comunicación y la divulgación comercial.[54]

A partir de 1870, Antonio Guzmán Blanco promocionó un proyecto modernizador en el país a través del patrocinio de las letras y las artes. Fue un momento civilizador que permeó todos los espacios. La publicidad no fue la excepción. Antes bien, se alineó con esa atmósfera cultural, adoptando un discurso literario más elaborado para estar a la vanguardia de los tiempos.[55] Los comerciantes comenzaron a emplear formas narrativas en sus anuncios a fin de enganchar al lector, por lo que mediante diversas estrategias descriptivas mantuvieron la brevedad narrativa como esencia, como si se tratara de la elaboración de minicuentos que muchas veces rozaban lo fantástico.[56] Los temas abordados incluían aspectos de la vida cotidiana relacionando la

adquisición de los productos que simbolizaban el ideal de las damas y los caballeros civilizados de la época. Así, los comerciantes se presentaban como promotores del proyecto civilizador guzmancista, utilizando la literatura como herramienta persuasiva para incrementar la demanda de sus mercancías.[57] Pero no solo pretendían impulsar las ventas, sino también moldear el comportamiento de los consumidores.[58]

Aunado a lo anterior, la sociedad venezolana de esa época se caracterizó por una excesiva veneración a las novedades de la moda europea: tanto hombres como mujeres se apertrecharon con lo que las capitales venezolanas escasamente les podían proveer, a fin de frecuentar los no muy abundantes locales de moda y mezclarse con cierta intelectualidad formada en Europa.[59] Por tanto, cuidaban cada prenda utilizada, puesto que "(…) existían normativas que regulaban la vestimenta como elemento diferenciador de clases; ver y ser visto evidenciaban la pasión colectiva por la presencialidad…".[60] Sin embargo, estas mismas normas agregaban no solo el buen gusto de las telas seleccionadas para la confección de un traje, sino de la necesidad de saber portar cada atuendo. En tal sentido, el Manual de Carreño señalaba lo siguiente:

> La diversidad en las piezas de que consta el traje, en las telas que para ellas se eligen y en las formas que les da la moda y el gusto de cada cual, es una prueba evidente de que **nuestros vestidos no tienen por único objeto el cubrir el cuerpo de manera honesta y decente, sino también contribuir a hacer agradable nuestra persona, por medio de una elegante exterioridad.** Y como de la manera de llevar el traje depende en mucha parte su lucimiento, pues, en un cuerpo cuyos movimientos sean toscos y desairados, las mejores telas, las mejores formas y los más ricos adornos perderán todo su mérito, es indispensable que procuremos adquirir en nuestra persona aquel desembarazo, aquel despejo, aquel donaire que comunica gracia y elegancia aun al traje más serio y más sencillo.[61] (Resaltado nuestro).

Tanto la prenda en estudio como la forma en que era usada tenían algo que comunicar.[62] Esto lo podemos evidenciar en los periódicos merideños bajo análisis. Así, el 1 de mayo de 1919 *Alquimia* publicó entre sus páginas un artículo de opinión titulado "La moda", donde el autor se muestra en desacuerdo con la indumentaria en boga que imperaba en la ciudad, "empapada de ultracivilización", a imitación de las libres prácticas de París y Nueva York, que echaban por tierra el decoro de las mujeres "jóvenes o viejas", pues al portar tales prendas menoscababan el pudor y provocaban la indiscreción de los hombres.[63]

En cuanto al traje masculino, el Manual de Carreño especificaba que éste debía estar constituido principalmente por el saco, el pantalón y el sombrero.[64] Lo que nos lleva a pensar que, por ser prendas indispensables del caballero, eran vendidas con frecuencia en los diferentes establecimientos especializados en materia de atuendos a la

moda. Además, la prensa de la época, en tanto publicitaba la venta de sombreros, divulgaba extractos del Manual aludiendo al correcto uso de estos. Verbigracia, el 2 de marzo de 1878, el diario merideño *La Avispa* publicó dos apartados titulados "Párrafos de la urbanidad de Carreño",[65] para recordarle a sus lectores que toda persona que anduviese en la calle con un sombrero puesto, al encontrarse con un viático[66] en una procesión, debía quitarse el sombrero y no cubrirse hasta que la procesión hubiese pasado. En esta publicación se conjugan, por lo menos, tres elementos a tomar en cuenta. Primero, la importancia y aceptación del prestigioso Manual en la sociedad merideña; segundo, la prensa como difusora de la idea modernizadora; y, tercero, la importancia del sombrero. Los periódicos informaban que esta prenda de vestir era un distinguido objeto para lucir. Por tanto, el asunto no era usarlo, sino saber usarlo para ensalzar la elegancia en el escenario social.

4.1 Sombreros emplumados para la elegancia, el respeto y la etiqueta social

Uno de los establecimientos comerciales más conocidos en la ciudad de Mérida, durante la segunda mitad del siglo XIX, fue La *Esquina de la Torre*,[67] que contaba con una publicación llamada *Avisos diarios de* "*La Esquina de la Torre*", en cuyas páginas se publicitaba toda clase de mercancía nacional e importada que llegaba al lugar. Este rotativo circuló entre 1861 y 1890. El 14 de diciembre de 1887, en su número 4, publicó el anuncio "El mes de la Santa Infancia de Jesús" (fig. 1),[68] para promocionar "Plumas de avestruz y de otras (aves) para adornar sombreros":

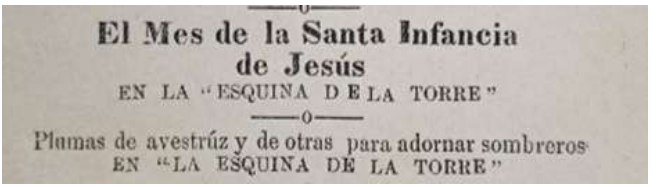

El Mes de la Santa Infancia
de Jesús
EN LA "ESQUINA DE LA TORRE"
Plumas de avestrúz y de otras para adornar sombreros
EN "LA ESQUINA DE LA TORRE"

Fig. 1. "El mes de la santa infancia de Jesús"

Lo primero que salta a la vista, es que el título no tiene nada que ver con el producto publicitado. Esto se debe a que el aludido periódico cada día creaba un título que se convertía en una especie de eslogan, en función de las fechas o fiestas a celebrarse. En cuanto a esta argucia publicitaria, Emad Aboaasi nos explica que, aun cuando el lema del anuncio no tuviese relación con el mensaje o con el producto publicitado, funcionaba como argumento de mercantilización de bienes y servicios, es decir, cumplía con la función de captar la atención de los

lectores y, una vez logrado este propósito, era posible que los indujera al consumo.[69]

En cuanto al producto anunciado −plumas de avestruz y de otras para adornar sombreros−, Antonio de Abreu Xavier nos dice que el gusto por las plumas en el sombrero procedía de una moda impuesta en Europa en la década de 1840, cuando se acentuó el uso de sombreros con tocados de plumas. Para los venezolanos no era una novedad, porque, más allá de la petulancia de las elites decimonónicas de exhibir sus sombreros importados, en realidad las plumas de garza que adornaban esas prendas de vestir se exportaban desde América a Europa, siendo Venezuela partícipe de este intercambio comercial, con el fin de abastecer a los sombrereros, peinadores, entre otros. En el último tercio del siglo XIX, en San Fernando de Apure, se fundó una empresa mercantil denominada la Casa Hermanos Barbarito, que importaba manufactura y exportaba materia prima, entre ellas las plumas de garzas criadas en sus propios garceros dispuestos en varias localidades de los llanos.[70]

De igual forma, el comercio de plumas y de sombreros emplumados fue de gran importancia para la economía nacional. Las plumas, al ser vendidas y exportadas, permitían ingresos; mientras que, los sombreros de plumas importados eran pechados con impuestos al lujo, por lo que era razonable el uso frecuente de sombreros adornados con plumas de garzas en el país.[71] En la Caracas de 1850 era común observar que los señores portaban sombreros con plumas y cintas brillantes, y las damas sombreros grises adornados con plumas que, según algunos viajeros, eran de avestruz.[72] Esta práctica se puede cotejar en la colección de piezas de música tradicional de José Eustaquio Machado titulada "Cancionero Popular", la cual recoge las costumbres, la identidad y la historia de diversas regiones del país, amén de narrar episodios donde se evidencia el uso de sombreros emplumados.[73]

En este orden de ideas, el 16 de diciembre de 1887, *Anuncios diarios de "La Esquina de la Torre"*, en su número 6, ofreció en venta "sombreros con lindas plumas" (fig. 2).[74] Esta vez, sin un título, y mediante un simpático poema publicitario invitó a la población a adquirir en su negocio los mejores productos, y, en la segunda estrofa, destacó la venta del producto. Podemos observar cómo la publicidad se convirtió en un elemento clave del proceso modernizador, adaptándose a los cambios culturales y sociales de la época. Los vendedores se presentaron como figuras ilustradas, ciñéndose al proyecto civilizador guzmancista, y utilizaron elementos del discurso literario para construir simbologías en la mente colectiva que facilitaran la venta de su mercancía. De esta manera, la publicidad no solo promovía bienes de consumo, sino también contribuía a la construcción de una identidad cultural y social en el contexto de la modernización.[76]

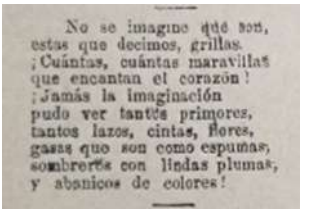
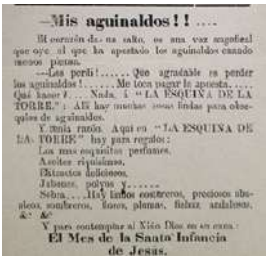

No se imagine qué son,
estas que decimos, grillas.
¡Cuántas, cuántas maravillas
que encantan el corazón!
¡Jamás la imaginación
pudo ver tantos primores,
tantos lazos, cintas, flores,
gasas que son como espumas,
sombreros con lindas plumas,
y abanicos de colores!

Fig. 2. Poema publicitario

Al día siguiente, el 17 de diciembre de 1887, nuevamente *Anuncios Diarios de "La Esquina de la Torre"*, en su número 7, dio a conocer la variedad de sus productos en un anuncio titulado "Mis aguinaldos" (fig. 3)[77]:


—Mis aguinaldos!! ....

El corazón da un salto, es una voz angelical que oye al que ha apostado los aguinaldos cuando menos piensa.

—Las perdí!..... Que agradable es perder los aguinaldos!..... Me iocn pagar la apuesta..... Qué hacer?.... Nada, á "LA ESQUINA DE LA TORRE." Allí hay muchas cosas lindas para obsequios de aguinaldos.

Y mira razón. Aquí en "LA ESQUINA DE LA TORRE" hay para regalos:

Las mas esquisitas perfumes,
Aceites riquísimos,
Dulcuras deliciosos,
Jabones, polvos y.....
Sebas... Hay lindos sombreros, preciosos abanicos, sombreros, flores, plumas, fichus andaluzas, &c. &c.

Y para contemplar al Niño Dios en su cuna:

El Mes de la Santa Infancia de Jesus.

Fig. 3. "Mis aguinaldos"

Como puede observarse, en el anuncio se proyecta un soliloquio donde, a través de un juego de palabras, sale a relucir una declaración con agrado: haber perdido la apuesta de los aguinaldos.[78] Acto seguido, a la pregunta: ¿Qué hacer? Salta a la vista la respuesta: "Nada, a la ESQUINA DE LA TORRE". El énfasis puesto en el nombre del establecimiento, al presentarlo con mayúsculas sostenidas, manifiesta cómo el anunciante recrea "la necesidad de consumo, develando que la adquisición del artículo ofrecido es la pócima contra los males".[79] Luego, procede a listar los productos disponibles entre los cuales se encuentran los siguientes: "sombreros, flores, plumas…".

Hasta ahora hemos visto cómo el sombrero de plumas resultó ser de gran importancia para la economía y el comercio del país en el siglo XIX; también hemos observado su trascendencia para las elites caraqueñas; se han corroborado las estrategias publicitarias como elementos de persuasión social, y, finalmente, la presencia de este artículo en el mercado merideño. Sin embargo, podríamos preguntarnos ¿Qué simbolizaba el uso del sombrero con plumas para la sociedad merideña en la época en estudio? Para tratar de responder a esta pregunta, es necesario acercarnos a la vida cotidiana de entonces. El escritor Tulio Febres Cordero, en *Memorias de un muchacho*,[80] describe

a uno de los personajes principales de la obra con la indumentaria femenina del momento. Al respecto señala: "Había motivo para que Lucila estuviese absorta. **Elegante sombrero azul turquí, de plumaje blanco**, sombreaba su rostro de agarena, comunicándole un aire sugestivo y fantástico".[81] En otras páginas dice:

> De los aplausos allí recibidos, fue este el que más satisfizo al mancebo. Venía de persona muy respetable, a la vez que muy extraña para él. Era don Lope, caballero de buen talante y maneras cortesanas. Usaba siempre, con mucho garbo, la capa española, ora puesta ora plegada sobre el hombro. **Faltábale solamente el plumaje en el sombrero** y el calzón a la rodilla, para ser ejemplar redivivo de noble hidalgo de la Colonia.[82] (Resaltado nuestro).

Lo anterior da cuenta del significado del sombrero en la Mérida venezolana del periodo bajo análisis: para las mujeres, era sinónimo de elegancia, buen gusto y delicadeza; mientras que, para los hombres, proyectaba respeto, buenas maneras, refinamiento, nombradía y hasta nobleza. Sin embargo, nos surge otra pregunta, ¿quiénes podían usar estas prendas de vestir adornadas de pluma? Antonio de Abreu Xavier nos dice que, para el siglo XIX, quienes las usaban eran los que ostentaban un cargo militar o tenían cierta posición social o cargo público.[83] Pese a que el sombrero de plumas fue un objeto de uso que trajo beneficios económicos al país, amén de prestigio a los sectores más distinguidos de la sociedad, paralelamente, existió una amplia variedad de esta prenda de vestir en la ciudad de Mérida en la época bajo examen, y que es palmario conocer a través de la publicidad de la prensa local, tal como hemos visto en los párrafos y anuncios precedentes y seguiremos viendo en los subsiguientes.

4.2 Variedad de sombreros para vestir a lo chic

Durante el año de 1888, en las páginas de *Anuncios diarios de "La Esquina de la Torre"* se divulgaron cuatro avisos comerciales. El primero, publicado el 15 de febrero, bajo el título "Después de las diversiones a la oración"[84] (fig. 4), ofertaba un "surtido de sombreros de jipa antioqueños"; el segundo, con fecha de 22 de febrero, titulado "Estupendas novedades"[85] (fig. 5), promocionaba productos de otros comerciantes, en este caso, "sombreros rainosos"; el tercero, publicado el 2 de junio, titulado "Los contrastes"[86] (fig. 6), publicitaba "sombreros confortables negros"; y finalmente, el cuarto anuncio con fecha de 7 de diciembre, titulado "8 de Diciembre!"[87] (fig. 7), promocionaba una amplia variedad de productos, entre los cuales figuraban los demandados sombreros dirigidos al colectivo laico.

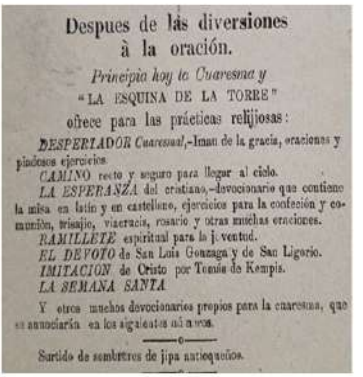

Después de las diversiones
à la oración.
Principia hoy la Cuaresma y
"LA ESQUINA DE LA TORRE"
ofrece para las prácticas religiosas:
DESPERTADOR Cuaresmal,-Iman de la gracia, oraciones y piadosos ejercicios.
CAMINO recto y seguro para llegar al cielo.
LA ESPERANZA del cristiano,-devocionario que contiene la misa en latin y en castellano, ejercicios para la confesión y comunión, trisagio, viacrucis, rosario y otras muchas oraciones.
RAMILLETE espiritual para la juventud.
EL DEVOTO de San Luis Gonzaga y de San Ligorio.
IMITACION de Cristo por Tomás de Kempis.
LA SEMANA SANTA
Y otros muchos devocionarios propios para la cuaresma, que se anunciarán en los siguientes números.
Surtido de sombreros de jipa antioqueños.

Fig. 4. "Después de las diversiones a la oración"

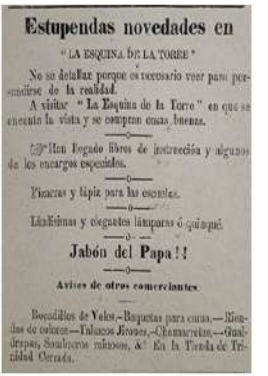

Estupendas novedades en
"LA ESQUINA DE LA TORRE"
No se detallan porque es necesario ver para persuadirse de la realidad.
A visitar "La Esquina de la Torre" en que se encanta la vista y se compran cosas buenas.
Han llegado libros de instrucción y algunos de los encargos especiales.
Pizarras y lápiz para las escuelas.
Lindísimas y elegantes lámparas ó quinqué.
Jabón del Papa!!
Avisos de otros comerciantes
Bocadillos de Velez.-Boquetas para cama.—Riendas de colonos.—Talanes Jirones.-Chamarretas.—Gualdrapas, Sombreros rabones, &c. En la Tienda de Trinidad Cerada.

Fig. 5 "Estupendas novedades"

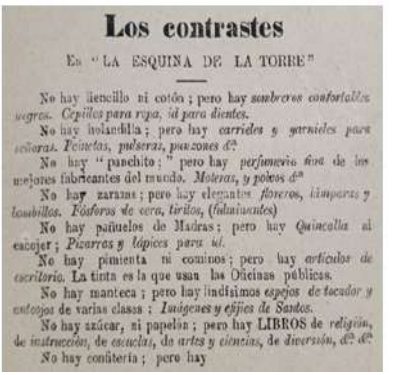

Los contrastes
En "LA ESQUINA DE LA TORRE"
No hay lienzillo ni cotón; pero hay *sombreros confortables negros. Cepillos para ropa, id para dientes.*
No hay holandilla; pero hay *carriles y garnieles para señoras. Peinetas, pulseras, pantones &c.*
No hay "panchito;" pero hay *perfumería fina* de los mejores fabricantes del mundo. *Moteras, y polcos &c.*
No hay zaranas; pero hay elegantes *floreros, lámparas y taburetes. Fósforos de cera, tirillos, (fulminantes)*
No hay pañuelos de Madras; pero hay *Quincalla* al escojer; *Pizarras y lápices para id.*
No hay pimienta ni comino; pero hay *artículos de escritorio.* La tinta es la que usan las Oficinas públicas.
No hay manteca; pero hay lindísimos *espejos de tocador y antojos* de varias clases: *Imágenes y efijies de Santos.*
No hay azúcar, ni papelón; pero hay LIBROS de *religión, de instrucción, de escuelas, de artes y ciencias, de diversión, &c. &c.*
No hay confitería; pero hay

Fig. 6. "Los contrastes"

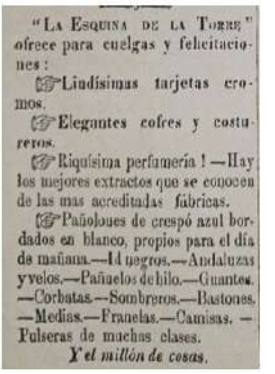

"La Esquina de la Torre"
ofrece para cuelgas y felicitaciones:
Lindísimas tarjetas cromos.
Elegantes cofres y costureros.
Riquísima perfumería!—Hay los mejores extractos que se conocen de las mas acreditadas fábricas.
Pañolones de crespó azul bordados en blanco, propios para el día de mañana.—Id negros.—Andaluzas y velos.—Pañuelos de hilo.—Guantes.—Corbatas.—Sombreros.—Bastones.—Medias.—Franelas.—Camisas.—Pulseras de muchas clases.
Y el millón de cosas.

Fig. 7. "8 de Diciembre!"

Los miembros del clero también coparon la atención en la publicidad de las prendas de vestir en estudio. Así, el 14 de noviembre de 1896, el diario *Boletín Anunciador*, publicó un anuncio titulado "Sombreros de terciopelo"[88] (fig. 8) para ofrecer en venta el sombrero castor, a 36 pesos la docena; y el "magnífico sombrero negro, fino, de forma "Monsabré", con la particularidad de ofrecerse a los sacerdotes, por el precio de 6.50 pesos.


Sombreros
de terciopelo
(Castor) á $ 36 docena. A los señores Sacerdotes les ofrecemos el magnífico sombrero negro, fino, de forma «Monsabré,» á $ 6. 50 uno.

Fig. 8. "Sombreros de terciopelo"

Ante la variedad de sombreros observados en las publicaciones hemerográficas, es oportuno comprender las normas de urbanidad que existían para el correcto uso de estos, a fin de que sus portadores mantuviesen la elegancia, la nombradía y el respeto. Por ejemplo, el *Manual de Carreño* estableció que el sombrero negro era el característico del traje de un caballero, por tanto, todo hombre que quisiera vestir como tal, debía llevar este sombrero (que podía adquirirse, según hemos visto, en el establecimiento comercial de *"La Esquina de la Torre"*), pero también, dejó especificado que ese era el color que debía usarse al momento de asistir a cualquier acto fúnebre:

> El traje debe ser todo él: negro, para hacer visitas de duelo y de pésame, y para concurrir a las reuniones de duelo, a los entierros y a todo acto religioso que se celebre en conmemoración de un difunto. **Es altamente impropio y chocante el presentarse en estos casos con alguna** pieza del vestido, inclusive el sombrero, que no sea enteramente negra.[89] (Resaltado nuestro).

Finalizado el siglo decimonónico, podemos percibir, a través de la publicidad contenida en la prensa de las primeras décadas del siglo XX, que ciertamente las estructuras mentales son las más difíciles de desarticular, pues, a lo largo de la primera mitad de dicha centuria, los periódicos continúan registrando anuncios sobre venta de sombreros. En tal sentido, el 25 de septiembre de 1910, el diario *Carmenes* promocionaba el establecimiento Th. Hener, con el título "Gran realización en el Bazar alemán!"[90] (fig. 9) que ofrecía al público sombreros negros y de color. En este mismo diario, y en la misma fecha, se publicó un anuncio publicitario titulado "Para vestir con chic"[91] (fig. 10), con el fin de ofrecer una variedad de sombreros de distintos precios, y de promocionar la idea de estar a la última moda. Más allá de lo ambiguo que para entonces pudiera haber parecido el término *chic*,[92] la moda se publicitaba a sí misma.[93] Por cuanto, como dijese Emad Aboaasi: "El hábito, ahora, sí hace al monje; distingue a los civilizados de los desfasados de lo actual. El snob del momento demanda ajustarse a los moldes de la modernidad que exigía el buen vestir, la fina presencia".[94]

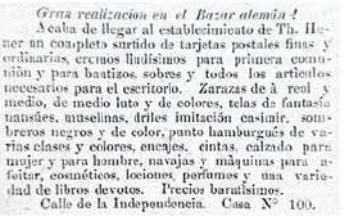


Para vestir con chic

El que desee vestir con chic y estar á la última moda puede visitar nuestro establecimiento, donde encontrarán lo que quieran. Corbatas, puños, cuellos, camisas, prendedores para corbatas, cintas para sombreros, leontinas, sombreros de distintas formas y distintos precios, casimires finos y con los colores más á la moda, telas finas y ordinarias, encajes, cintas, lociones para el cabello y perfumes de las mejores marcas.

LAMUS HERMANOS.

Fig. 9. "Para vestir con chic"



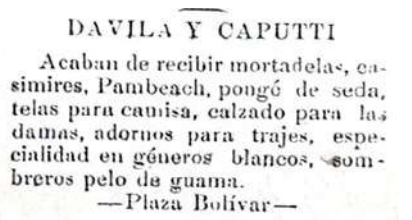
Gran realización en el Bazar alemán!

Acaba de llegar al establecimiento de Th. Hener un completo surtido de tarjetas postales finas y ordinarias, crémos lindísimos para primera comunión y para bautizos, sobres y todos los artículos necesarios para el escritorio. Zarazas de á real y medio, de medio luto y de colores, telas de fantasía nansúes, muselinas, driles imitación casimir, sombreros negros y de color, punto hamburgués de varias clases y colores, encajes, cintas, calzado para mujer y para hombre, navajas y máquinas para afeitar, cosméticos, lociones, perfumes y una variedad de libros devotos. Precios baratísimos.

Calle de la Independencia. Casa N° 100.

Fig. 10. "Gran realización en el Bazar alemán!"

En este orden de ideas, el 13 de enero de 1923, el diario *La Acción* anunciaba que el establecimiento Dávila y Caputti[95] (fig. 11), ubicado en la Plaza Bolívar de Mérida, vendía víveres, calzados, telas, adornos y sombreros pelo de guama. El nombre de esta prenda se deriva de un sombrero americano llamado santiaguero de castor, y que en territorio venezolano cambió de nombre por su parecido con el aspecto interior de la fruta del guamo; era un sombrero blanco o negro, de copa baja y ala ancha, que se importaba desde Italia.[96] Aunque en Venezuela era usado comúnmente por los llaneros,[97] los anuncios publicitarios nos indican que también lo emplearon los merideños.


DAVILA Y CAPUTTI

Acaban de recibir mortadelas, casimires, Pambeach, pongó de seda, telas para camisa, calzado para las damas, adornos para trajes, especialidad en géneros blancos, sombreros pelo de guama.

—Plaza Bolívar—

Fig. 11. "Davila y Caputti"

Por otro lado, el 12 de marzo de 1938, el diario Avanzada publicó un anuncio del establecimiento Hotel Jardín, propiedad de Luis Romero Sánchez, titulado "Sobretodos, sweters, vestidos de lana para niños" (fig. 12),[98] donde se promocionaba la venta del sombrero de jipijapa "Montecristo". Este sombrero es originalmente de Ecuador, pero como se exportaba desde Ecuador a Panamá, donde se comercializaban a gran escala, se llegó a generar una confusión sobre su lugar de origen.[99] Sin embargo, gracias a la marca "Montecristo", asociada al sombrero en el anuncio publicitario, podemos identificar el verdadero lugar de procedencia, es decir, la ciudad de Montecristi, en la región de Manabí, Ecuador.[100] En Venezuela, su nombre se debe a que era confeccionado con tiras finas de jipijapa, sacadas de las hojas del bombonaje producidas en territorio venezolano.


SOBRETODOS, SWETERS, VESTIDOS DE LANA PARA NIÑOS!

Estilos sastre, sombreros de jipijapa «Montecristo», cobijas de lana, maletas de cuero, &&, le ofrece a Ud. Luis Romero Sánchez, quien acaba de llegar nuevamente de Bogotá con un extenso surtido de los más variados artículos.

PRECIOS BAJOS. Dirección Hotel «Jardín»

Fig. 12. "Sobretodos, sweters, vestidos de lana para niños!"

Según Tulio Febres Cordero, el sombrero de jipijapa había sido usado por los merideños durante el siglo XIX,[101] y como se evidencia en la publicidad, en el siglo XX seguía formando parte de las

representaciones culturales, reflejando la importancia de la buena presencia de los ciudadanos en el entorno social. Así las cosas, el 17 de enero de 1938, el diario *Avanzada* publicó un anuncio del Almacén Italia, propiedad de Antonio Di Giacomo, con el siguiente título: "Su vestido! Su porte!"[102] (fig. 13), cuyo mensaje decía: "Su prestigio depende en mucho de su manera de vestir", y entre los artículos promocionados se encontraban los sombreros. Esta publicidad se repitió cuatro veces desde enero hasta julio del mismo año.[103]


SU VESTIDO!
SU PORTE!
Su prestigio, depende en mucho de su manera de vestir.
Vea los nuevos casimires, linos, gabardinas y driles que recibió recientemente el almacén «Italia» de ANTONIO DI GIACOMO. Gran novedad en corbatas, calzado, medias, sombreros, camisas, batas de baño, cauchos y pijamas.
Visite el Almacén «Italia

Fig. 13. "Su vestido! Su porte!

Al parecer, cada vez que alguien compraba cualquiera de estos sombreros, no solo adquiría una prenda, sino que se aseguraba de obtener prestigio, éxito y elegancia. Al mismo tiempo, el hombre refinado comunicaba su poder adquisitivo.[104] No se trataba de un artículo cualquiera, sino de un objeto representativo cargado de simbolismo que iba asociado a una marca que le daba exclusividad y prestancia a quien la usaba.[105] Esto es así, porque al igual que la publicidad y la moda, las marcas también son, en esencia, comunicación. Al elegir una marca, se transmite un mensaje al público, convirtiendo a las personas en vallas publicitarias andantes. Esta elección no solo refleja preferencias personales, sino que también comunica valores, estilos de vida y aspiraciones.[106] Así, las marcas trascienden la simple función de producto; y se erigen como símbolos de una cosmovisión y un estatus social, consolidándose como agentes determinantes en la construcción de la identidad social.[107]

De acuerdo con lo antes analizado, es palmario notar que la publicidad es un reflejo fiel de las actividades diarias de la sociedad, mostrando cómo se fraguan relatos en torno a la adquisición de productos, mismos que develan el tipo de actividad económica en el entorno y dan cuenta de la vida material que mueve a la conducta de los humanos.[108] Incuestionablemente, los objetos publicitados contienen historias que revelan dinámicas mercantiles que, a su vez, establecen pautas sobre comportamientos sociales a corto, mediano y largo plazo. En este caso, el sombrero, como un objeto de representación simbólica, se presenta como un emblema de modernidad, donde a través de la publicidad y su entramado, descuella como imagen característica, necesaria e indispensable para asegurarse la permanencia en el contexto histórico, social y cultural en el que se encuentre.[109]

5. Si no hay norma ¿no se usa?; si no se usa ¿no se vende?

Como bien se ha señalado en las secciones anteriores, la segunda mitad del siglo XIX venezolano estuvo signada por el interés de las elites ilustradas de introducir la idea modernizadora, a imagen y semejanza del mundo europeo. Esto impulsó la publicación de diversos manuales con el fin de reeducar a la población. El hombre moderno debía instruirse en cuanto al comportamiento tanto en la vida privada como en la vida pública; ello incluía la higiene personal, las formas del vestido, el comportamiento y la forma de portar una prenda. De acuerdo con Ángel Quintero Rivera:

> El gusto y los modales no radican, por tanto, en lo natural sino en lo aprendido: en el cultivo de nuestra naturaleza. No eran algo dentro de lo cual uno nacía, como la nobleza, sino algo que uno podía alcanzar: una conquista, un logro (…).[110]

En cuanto al sombrero como objeto de moda y como prenda de representación y afirmación social, se hace evidente la ausencia de normas para el caso de las mujeres. De las diecinueve normas examinadas en el Manual de Carreño, ninguna de ellas se refiere específicamente a la mujer. ¿Acaso se aplicaba análogamente lo dicho para el hombre? No lo sabemos. Pero de lo que sí estamos seguros es que la mujer lució su sombrero, tal como se colige a través de las fotografías[111] (fig. 14) y las fuentes literarias de la época. Probablemente, una de las posibles razones del por qué no hay una norma específica en el Manual referente al uso del sombrero de las damas, sea porque la moda femenina obedecía a patrones cambiantes. Lo importante era que la vestimenta de la mujer se mantuviese dentro del recato. Así lo dejó expresado Carreño: "La seriedad del traje en las señoras depende de circunstancias que no tienen un carácter bien definido, uniforme y constante, y que no pueden por lo tanto servir para establecer bajo este respecto ninguna regla fija…".[112]

Por consiguiente, al no estar definido el traje se imposibilitaba establecer una norma sobre cómo portarlo. Otro elemento por tomar en cuenta es que a lo largo del siglo XIX el rol de la mujer estaba enfocado en la vida privada, como reguladora de almas, formadora de la conducta del hombre[113] y portadora del honor y de la honra familiar[114], a imitación de la virgen María, madre de Dios e "Inmaculada Concepción", tal como en la época colonial.[115] Entonces, si el énfasis de la mujer no era la vida pública ¿urgía establecer una norma? Si contrastamos esto con lo planteado por Mirla Alcibíades, quien resalta que en 1830 hubo un despertar social de la vida pública en el país,[116] no nos queda claro ¿qué tanto quedó excluida la mujer? O, dicho de otro modo, ¿hasta dónde quedó incluida en esa vida pública, no la de los asuntos del Estado propiamente, sino la de los espacios públicos? Al parecer, son

más las preguntas que las respuestas. Sin embargo, siguiendo las pautas de Aida Martínez Carreño, podemos tener muy claro que:

> Se puede, por ejemplo, si se trabaja la historia del traje, conformar extensos listados de prendas consultando dotes y testamentos, documentos de aduana y **publicidad comercial**. Sin embargo, estas relaciones no indican ni la oportunidad, ni la ocasión, ni la forma que tuvieron o cómo la costumbre impuso que se llevaran dichas prendas. Será necesario confrontar dicha información con relatos de viajes, con literatura costumbrista, con memorias, con poesía popular y complementarla con fuentes iconográficas o aún mejor, con la observación real de la pieza del vestuario.[117] (Resaltado nuestro).

En la Mérida de finales del siglo XIX, Ignacio Picón Grillet publicó una obra dirigida principalmente a su hija y a su esposa, la cual tituló *"Consejo y Reflexiones sobre la conducta que debe observar la mujer en el matrimonio, la educación de los hijos y deberes entre esposos"*. En una de sus páginas expresó:

> Es muy común en las que reúnen al descuido la vanidad, que estén desgreñadas y desapuestas en su casa, y aparezcan muy ataviadas en la calle, desdeñando así la consideración de sus esposos por la mirada del público, que para nada puede aprovecharles…[118]

Del anterior párrafo se evidencia, entre otras cosas, que aun cuando la mayor estima y dedicación de la mujer en la época en estudio debía estar en el interior del hogar, reservada para el deleite de su marido, en realidad, ella se preocupaba más por lucir bien en la vida pública. Lo que demuestra la importancia que tenía el buen vestir para exhibirse en la sociedad. El sombrero, que formaba parte de la moda, no estaba relegado. De ahí que, Antonio de Abreu Xavier resalta que las damas no podían entrar a la iglesia con sombrero, por prohibición de los curas y, porque era mal visto por las mujeres de la sociedad pudiente; además, la prenda que se usaba era la mantilla.[119] Estas particularidades reducen el campo de acción de las féminas para portar el sombrero, pero no lo elimina. Reconoce su uso por parte de ella.

Por otro lado, el mismo Antonio de Abreu Xavier describe el sombrero de cogollo que usaban generalmente los hombres desde el siglo XVIII, y que las mujeres manumisas y pardas comenzaron a usar, atentando contra su feminidad, colocándolo por encima de las mantillas cuando iban al mercado. Esta práctica se mantuvo hasta el siglo XIX. Era parte del día a día de las damas.[120] Al respecto, Tulio Febres Cordero relata que, a finales de dicho siglo decimonónico, cuando los indios bajaban de Mucuchíes con sus mujeres, cargados de harina y papas, ellas portaban un sombrero y sobre él un pañuelo de Madraz.[121] De esto podemos inferir que, en el caso de ciertas mujeres, este atuendo, más que ser una prenda de lujo, podría ser un objeto cuyo uso práctico

era cubrirse del sol al momento de salir de paseo, ir al mercado o realizar alguna tarea doméstica, pues no le impedía efectuar sus labores cotidianas. Mientras que, para otras mujeres, que no tenían que cumplir con actividades del hogar por su condición social, usaban sombreros con adornos de cintas, flores y demás, al mejor estilo europeo,[122] tal como puede observarse en una fotografía[123] de una mujer merideña de la época en estudio[124] (fig. 14), que nos presenta Gabriel Pilonieta Blanco:



Fig. 14 "Mujer anónima de finales del siglo XIX"

Ahora bien, el 25 de abril de 1926, el diario *Alas* publicó un anuncio del establecimiento comercial "El Gran Detal" para divulgar sombreros (fig. 15)[125] de los modelos "Borsalino", "Lázzaro Bonvino" y "Vanzina" de última moda, para damas y niños. En este anuncio, cuya estructura visual es llamativa, se demuestra que el sombrero ya era visto en el imaginario social como una prenda de vestir que usaban todos los miembros de la familia.



Fig. 15. "Sombreros" El Gran Detal"

Podemos decir que, si no existió una norma que regulara el uso del sombrero en las mujeres, probablemente se debió a que el traje de ellas no estaba plenamente definido. Si el rol de las mujeres estaba enfocado principalmente en la vida privada, no urgía la necesidad de una norma que aplicara para el uso del sombrero en la vida pública; lo que tampoco significaba necesariamente que estuvieran excluidas de este entorno. Si bien es cierto, el uso del sombrero no debía dificultar la vida cotidiana de las damas, se convirtió en un elemento diferenciador de clases, pues

las féminas con distinción social no tenían necesidad de ejercer labores que le impidieran el uso del sombrero, mientras que las mujeres más desfavorecidas socialmente usaban sombreros acordes con sus labores diarias.

Así pues, lo que no dice la norma, lo dice el mismo objeto, en este caso, el sombrero. Queda a otro investigador seguir ahondando, desde otras fuentes, acerca del impacto del uso del sombrero masculino, femenino y de niños en la sociedad merideña de los siglos XIX y XX, como símbolo de adelanto, civilización y elegancia de los sectores ilustrados. Pareciera una bagatela abordar este tema, pero no es así, por cuanto, a través del estudio del sombrero nos acercamos a los detalles de la vida cotidiana de quienes nos antecedieron en el tiempo, conectándonos con su historia, de manera "humana, demasiada humana", como dijese Friedrich Nietzsche.

6. Conclusión

A través de la imagen del sombrero, como instrumento de representación y de afirmación social, pudimos acercarnos al impacto que tuvo en la Mérida de 1887 a 1938. La figura de esta prenda de vestir, ofrecida en la publicidad, está cargada de simbolismos que se hacen visibles en la vida diaria de las personas. Tales simbolismos, por estar imbuidos de costumbres, ideas, prácticas cotidianas, sentimientos, entre otros, resultan difíciles de separar de nuestra realidad, porque conviven en el imaginario de la gente de manera indefinida, como si fuese obra y arte de su propio contexto. De ahí que realizamos una reconstrucción histórica sobre hechos cotidianos en torno al sombrero, prenda que se ha mantenido en el tiempo, conservando la tradición de la elegancia y el porte; y, al igual que antaño, su uso exige saber portarlo.

Gracias a los estudios culturales pudimos comprender que, como objeto material, el sombrero ha formado y forma parte de la dinámica cultural merideña, por tanto, es digno de ser historiado. No en vano, está presente en nuestro derredor como imagen, como objeto, como producto y, además, en el argot de varias frases coloquiales: "Me quito el sombrero", "me pongo el sombrero", "voy con mi sombrero", "nadie me tumba el sombrero", "le cayeron a sombrerazos", entre otros vocablos alusivos a esta prenda que engalana la cabeza de quien la porta. En la actualidad, se usa en varias regiones del país con sus disímiles tipos, bien sea para cumplir con las labores del día, para algún festejo o como marca de identidad artística. Nos sigue imponiendo patrones de comportamiento que asumimos por convencionalismo social, moda, asuntos de etiqueta, labor o protección solar. En resumidas cuentas, es una prenda que forma parte de la vestimenta de los merideños, y, por supuesto, de los venezolanos en general. Lo que evidencia que bajo el ala del sombrero, hay mucha historia que contar.

Notas

[1] La investigación sobre el tema comenzó en la asignatura optativa "La publicidad como documento histórico", que imparte el profesor Emad Aboaasi El Nimer, en la Escuela de Historia, de la Facultad de Humanidades y Educación, de la Universidad de Los Andes (Mérida, Venezuela).

[2] Bachiller en Ciencias (Liceo Bolivariano La Azulita del estado Mérida, 2007) Tesista de la Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad de Los Andes (ULA). ORCID: https://orcid.org/0009-0003-9608-8675

[3]José Eustaquio Machado: *Cancionero popular*. Caracas, Dirección de Cultura, Ministerio de Educación Nacional de Venezuela, 1946, p. 68.

[4] Elías Pino Iturrieta: *Fueros, civilización y ciudadanía*. Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, 2006, p. 158.

[5] Tomás Straka: *Instauración de la república liberal autocrática. Claves para su interpretación 1830-1899*. Caracas: Fundación Rómulo Betancourt, 2010, p. 53. Disponible en: https://api-saber.ucab.edu.ve/server/api/core/bitstreams/c6fa7338-e3af-424a-b1d49857131c659c/content (Consultado: 30/06/2025, 4:00 pm).

[6] Elías Pino Iturrieta: *Fueros, civilización y ciudadanía*…, pp. 159-161.

[7] *Ídem*.

[8] Véase: María Sobeira Nieto Ardila: "Manuales didácticos para la enseñanza de los niños en la Venezuela del siglo XIX" en: EDUCERE, 51 (Mérida -Venezuela, mayo-agosto de 2011), pp. 507-524.

[9] Recomendamos la lectura de: Elías Pino Iturrieta: *País Archipiélago. Venezuela 1830-1858*. Caracas, Fundación Bigott, 2001. Mirla Alcibíades: *La heroica aventura de construir una república: familia-nación en el ochocientos venezolano (1830-1865)*. Caracas, Monte Ávila Editores Latinoamericana – Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos, 2004.

[10] En lo sucesivo nos referiremos a este texto como Manual de Carreño.

[11] Elías Pino Iturrieta: *Fueros, civilización y ciudadanía*…, pp. 164-165.

[12] Emad Aboaasi El Nimer: *Ideas y letras durante la Guerra Federal*. Mérida - Venezuela, Universidad de Los Andes, Vicerrectorado Administrativo, 2011, pp. 30-32.

[13] *Ídem*.

[14] *Ídem*.

[15] Elías Pino Iturrieta: *Ídem*.

[16] En 1890 se publicó en Mérida *Reglas y máximas para vivir bien y mejorar de condición: sociales, políticas, económicas y mercantiles, y especiales contra la avaricia*, de Antonio Picón.

[17] Paulette Silva Beauregard: *Una vasta morada de enmascarados: poesía, cultura y modernización en Venezuela a finales del siglo XIX*. Caracas, Ediciones La Casa de Bello, 2010, p. 11.

[18] "La moda es, en esencia, comunicación. Cuando se decide vestir de una u otra forma, se está tomando la decisión de comunicar quién se es a través de diferentes marcas, estilos o prendas. En este sentido, la moda es un reflejo de las

características del ser humano". Véase: Gloria Jiménez Marín y Rodrigo Elías Zambrano: "Moda, publicidad y arte. Relación disciplinar a través de las campañas de Mosschino y Versace" en: *Revista Prisma Social*, 24 (Madrid, primer trimestre de 2019), p. 37.

[19] Si bien es cierto, desde 1837, en las publicaciones hemerográficas del país, empezó a divulgarse una amplia oferta en materia de moda y otros artículos, en realidad, es en el último tercio del siglo XIX que cala como leitmotiv en el imaginario social, a través de la modernización guzmancista. Véase: Mirla Alcibíades: "Un manual de urbanidad para los hispanoamericanos" en: *KIPUS. Revista Andina de Letras*, 31 (Quito, primer semestre de 2012), pp. 175-181.

[20] Emad Aboaasi El Nimer: *Ideas y letras durante la Guerra Federal*...; Elías Pino Iturrieta: *Fueros, civilización y ciudadanía*…

[21] Resulta oportuno aclarar que, en este artículo no será abordado el sombrero en la vida militar.

[22] Estas ferias se celebran en Mérida desde febrero de 1969, designada por el Consejo Municipal Libertador y dirigida en aquel entonces por una Junta de Feria y Fiestas. Para ampliar esta información recomendamos la lectura de: Samuel Leonardo Hurtado Camargo: *Las Ferias del Sol y el Carnaval Taurino de América: Carteles de la Biblioteca Febres Cordero*. Mérida -Venezuela, Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y de Servicios de Bibliotecas, Biblioteca Febres Cordero, 2024. Disponible en: https://www.academia.edu/125528120/Las_Ferias_del_Sol_y_el_Carnaval_Taurino_de_Am%C3%A9rica_Carteles_de_la_Biblioteca_Febres_Cordero (Consultado: 23/01/2025, 4:00 pm).

[23] Francisco Javier Luengo Gutiérrez: "Pensar la historia: La escuela de los Annales" en: *Arqueo Times*, 7 (octubre – diciembre de 2023), p. 57. Disponible en: https://arqueotimes.es/wp-content/uploads/2024/01/ArqueoTimes-Revista-7-Octubre-Diciembre-2023.pdf (Consultado: 9/11/2024, 10:35 p.m.).

[24] Peter Burke: "*Obertura: la nueva historia, su pasado y su futuro*" en: Peter Burke (Dir): Formas de hacer historia. Madrid, Alianza Editorial, 1993, pp. 13-19. Julio Aróstegui: La Investigación histórica: teoría y método. Barcelona - España, Editorial Crítica, 1995, pp. 52-159.

[25] Daniel Nieto Orriols: "Acercamientos a la historia cultural: el problema de la realidad, su deconstrucción y su representación" en: *Cuadernos de Historia Cultural, Crítica y Reflexión*, 1 (Viña del Mar, 2011), p. 26. Disponible en: https://cuadernosdehistoriacultural.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/09/04-daniel-nieto-acercamientos-a-la-historia-cultural.pdf (Consultado: 5/11/2024, 11:10 pm).

[26] Peter Burke: "*Obertura: la nueva historia, su pasado y su futuro*"... pp. 13-19.

[27] Roger Chartier: *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Barcelona - España, Editorial Gedisa, 1992, pp. 43-62.

[28] Daniel Nieto Orriols: "*Acercamientos a la historia cultural: el problema de la realidad, su deconstrucción y su representación*"…, p. 23.

[29] Se recomienda la lectura: Peter Burke: "*¿Qué es la historia cultural?*". Barcelona — España — Madrid: Paidós, 2004, pp. 78-95. Burke señala que la mayoría de las investigaciones sobre la cultura material se centran en un trío

temático clásico: comida, ropa y cobijo. Estos estudios analizan la historia del consumo y el papel de la imaginación, destacando cómo la publicidad genera el deseo de adquirir bienes. Sin embargo, los historiadores en este campo son generalmente conscientes de los peligros del anacronismo, lo que los lleva a ser cautelosos al hacer comparaciones entre épocas.

[30] Carola García Calderón: "Publicidad y vida cotidiana. La participación de la publicidad en la conformación de la vida cotidiana" en: *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 2 (México, 2009), p. 184.

[31] La vida cotidiana se interesa por los cambios sutiles que se producen a largo plazo para comprender el pasado de aquellos que han sido marginados en la historia, así como el efecto que produce en el transcurrir diario todo gran acontecimiento. Véase: Pilar Gonzalbo Aizpuru: *Introducción a la historia de la vida cotidiana*. México D.F., El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, 2006, pp. 21-20.

[32] Emad Aboaasi El Nimer: *La publicidad conquista la luna. Una mirada desde la prensa venezolana de 1969*. Mérida-Venezuela, Universidad de Los Andes, Grupo de Investigación de Historia Social y Económica de Venezuela, 2022, pp. 24-25.

[33] Véase: Gilles Lipovetsky: *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona - España, Editorial Anagrama, 1990, p. 224.

[34] Emad Aboaasi El Nimer: *Más allá de la persuasión. La publicidad en el sendero de la transformación social*. Mérida- Venezuela, Universidad de Los Andes, Grupo de Investigación de Historia Social y Económica de Venezuela, 2025, p. 31.

[35] *Ibíd*, p. 38.

[36] "'Me le quito el sombrero', historia de una costumbre". *Señal Memoria*, Colombia, 2021. Disponible en: https://www.senalmemoria.co/articulos/me-le-quito-el-sombrero-historia (Consultado: 17-11-2024, 10:00 pm).

[37] Erasmo de Rotterdam: *De la urbanidad en las maneras de los niños*. España, Ministerio de Educación y Ciencia. Centro de Investigación y Documentación Educativa, 2006, p. 65.

[38]"Me le quito el sombrero". *Ídem*.

[39] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion. Una historia de la pinta en la Venezuela del siglo XIX*. Caracas, Editorial Alfa, 2011, p. 50.

[40] Pilar Gonzalbo Aizpuru: *Introducción a la historia de la vida cotidiana*..., pp. 227-228.

[41] *Ídem*.

[42]Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., p. 52.

[43] *Ibíd*, p. 53.

[44] *Ibíd*, p. 52-57.

[45] Emad Aboaasi El Nimer: *Ideas y letras durante la Guerra Federal*…, pp. 25-29.

[46] Mirla Alcibíades: *Un manual de urbanidad para los hispanoamericanos*..., pp. 175-184.

[47] *Ídem*.

[48] El Manual de Carreño se convirtió en un texto de pedagogía social, amén de referente para medir el tino de las personas civilizadas y educadas, siendo Mérida una de las ciudades donde el Manual tuvo un impacto significativo. Para ampliar un poco más sobre esta idea recomendamos la lectura de: Ángel G. Quintero Rivera: "Los modales y el cuerpo. Clase, raza y género en la etiqueta del baile" en: *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 3 (Caracas, septiembre-diciembre de 2000), pp. 11-44. Emad Aboaasi El Nimer: "José Vicente Nucete y sus polémicas sobre la urbanidad merideña en el diario La Abeja (1858-1859)" en: *Presente y Pasado. Revista de Historia.* Universidad de Los Andes, 55 (Mérida – Venezuela, enero-junio de 2023), pp. 79-118. Disponible en: http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/presenteypasado/article/view/19534 (Consultado: 27/11/2024, 6:33 am).

[49] Véase: Emad Aboaasi El Nimer: *Ideas y letras durante la Guerra Federal*… Mirla Alcibíades: *Un manual de urbanidad para los hispanoamericanos*...

[50] Manuel Antonio Carreño: *Manual de urbanidad y buenas costumbres para uso de la juventud de ambos sexos*. Caracas, Colección Bicentenario de Carabobo, 2021, p. 43.

[51] *Ibíd*, p. 75.

[52] *Ibíd*, pp.104-274.

[53] *Ibíd*, p. 273.

[54] Emad Aboaasi El Nimer: "*La narrativa como señuelo publicitario en la prensa venezolana a finales del siglo XIX*" en: Taller de la Historia, Programa de Historia, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad de Cartagena de Indias, vol. 7, n.º7 (Cartagena-Colombia, 2015), pp. 368. Disponible en: https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/eltallerdelahistoria/article/view/729/674 (Consultado: 25/08/2025, 3:00 pm).

[55] *Ibíd*, pp. 369-385.

[56] *Ídem*.

[57] *Ibíd*, pp. 369-372.

[58] Emad Aboaasi El Nimer: *Más allá de la persuasión. La publicidad en el sendero de la transformación social*…, p. 34.

[59] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., p. 24.

[60] *Ibíd*, p. 26.

[61] Manuel Antonio Carreño: *Manual de urbanidad y buenas*..., p. 275.

[62] Según lo enfatiza Chartier, el significado de un objeto cultural no reside únicamente en la intención del autor, sino en la manera en que es recibido y utilizado por el público. Véase: Roger Chartier: *Op. cit*.

[63] "La moda" en: *Alquimia*. Mérida - Venezuela, 1 de mayo de 1919, n° 6, pp. 2-3.

[64] Manuel Antonio Carreño: *Manual de urbanidad y buenas*..., p. 273.

[65] "Párrafos de la urbanidad de Carreño" en: *La Avispa*. Mérida - Venezuela, 2 de marzo de 1878, n° 7, p. 3.

[66] Para la Iglesia católica, el viático es el alimento que se da para emprender el viaje definitivo a la casa del Padre. Véase: "El viático". *Liturgia Papal*, 2018. Disponible en: https://liturgiapapal.org/index.php/manual-de-liturgia/sacramentos/764-el-vi%C3%A1tico.html (Consultado: 23-11-2024, 11:00 pm).

[67] Propiedad de Antonio Ignacio Picón Grillet, localizado en el casco central de la ciudad, en la esquina de la plaza mayor, a un costado de la catedral. Este próspero establecimiento proveía a la colectividad de una amplia variedad de productos.

[68] "El mes de la Santa Infancia de Jesús" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 14 de diciembre de 1887, n° 5, p. 1.

[69] Emad Aboaasi El Nimer: *La publicidad conquista la Luna*..., pp. 28-29.

[70] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., pp. 63.

[71] *Ibíd*, p.64.

[72] *Ibíd*, pp. 64-65.

[73] José Eustaquio Machado: *Cancionero popular*..., p. 30.

[74] *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 16 de diciembre de 1887, n° 6, p. 1.

[75] En la segunda mitad del siglo XIX, la poesía y la narrativa sirvieron de modelo y de señuelo persuasivo para hacer publicidad en la prensa venezolana. Para ampliar al respecto, recomendamos la lectura de: Emad Aboaasi El Nimer: *La primavera en la sombra del cadalso. (Cotidianidad y poesía durante la guerra federal: una realidad al otro lado del espejo)*. Memoria de Grado para optar al Título de Licenciado en Historia. Escuela de Historia. Facultad de Humanidades y Educación, Universidad de Los Andes, Mérida - Venezuela, 1998, Capítulo 4: "4.3 La lira como mercancía y como molde para la publicidad", pp. 143-148. (Inédita). Consultada en la Biblioteca Febres Cordero, Mérida -Venezuela. Emad Aboaasi El Nimer. "*La narrativa como señuelo*… Disponible en: https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/eltallerdelahistoria/article/view/729 (Consultado 21/11/2024, 10:15 am).

[76] Emad Aboaasi El Nimer: "*La narrativa como señuelo publicitario*…, pp. 370-372.

[77] "Mis aguinaldos" en: *Avisos diarios de 'La Esquina de la Torre'*. Mérida - Venezuela, 17 de diciembre de 1887, n° 7, p.1.

[78] Uno de los juegos tradicionales en Mérida, los llamados "apuestas de aguinaldos". Se comenzaba generalmente en el inicio de las misas de aguinaldos, hasta el día de nochebuena. Es una competencia amistosa que consiste en una serie de juegos tradicionales que se realizan entre un grupo de personas (familiares o amigos), donde el perdedor debe pagar una penitencia o dar un regalo. La dinámica es que los jugadores se reten mutuamente con la esperanza de que el otro pierda para poder gritar la frase de victoria: "¡Mis Aguinaldos!". Véase: "Juegos tradicionales navideños venezolanos. Las apuestas de aguinaldos". *Lampos Merideños*, 2015, Mérida – Venezuela. Disponible en: http://lamposmeridenos.blogspot.com/2015/12/normal-0-21-false-false-false-es-ve-x.html (Consultado 01/11/2025 7:00 am)

[79] Emad Aboaasi El Nimer: "*La narrativa como señuelo publicitario*…, p. 375.

[80] *Memorias de un muchacho*, de Tulio Febres Cordero, fue publicado por primera vez en 1924. Se trata de una narración autobiográfica en la que el autor da cuenta de sus vivencias juveniles en la ciudad serrana de finales del siglo XIX, describiendo el paisaje urbano de entonces, algunas costumbres y tradiciones, y el discurrir de una vida cotidiana atada a su contexto. Según el

mismo autor, se trata de un texto lugareño que pretende dar a conocer la antigua Mérida, que hasta la época solo se conocía de oídas, por las conversaciones del hogar. Consúltese: Tulio Febres Cordero: "*Carta de Tulio Febres Cordero a su prima Atilia de Arvelo, 1924*". Biblioteca Nacional. Biblioteca Febres Cordero. Sección Manuscritos. Serie Tulio Febres Cordero. Subserie: Cartas enviadas. Caja 7. Doc. 5. 3 folios.

[81] Tulio Febres Cordero: *Memorias de un muchacho*, Mérida - Venezuela, Fondo de Publicaciones de APULA, 2008, p. 102.

[82] *Ibíd*, p. 181.

[83] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., pp. 53-54.

[84] "Después de las diversiones a la oración" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 15 de febrero de 1888, n° 22, p.1.

[85] "Estupendas novedades" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 22 de febrero de 1888, n° 24, p.1.

[86] "Los contrastes" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 2 de junio de 1888, n° 41, p.1.

[87] "8 de Diciembre!" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 7 de diciembre de 1888, n° 58, p.1.

[88] "Sombreros de terciopelo" en: *Boletín Anunciador*. Mérida - Venezuela, 13 de junio de 1896, n°5, p. 3.

[89] Manuel Antonio Carreño: *Manual de urbanidad y buenas*…, p. 274.

[90] "Gran realización en el Bazar alemán!" en: *Carmenes*. Mérida - Venezuela, 25 de septiembre de 1910, n° 2, p. 33.

[91] "Para vestir con chic" en: *Carmenes*. Mérida - Venezuela, 25 de septiembre de 1910, n° 2, p. 33.

[92] Véase: Berta: "Página para damas" en: *El Gráfico*, Serie IV, n° 40, Bogotá, mayo de 1911, pp.340-341. Para el año de la publicación (1911), la revista parisiense *Fémina* realizó una encuesta para tratar de dilucidar el significado de lo chic. Las respuestas fueron tan variadas que *El Gráfico* resaltó: "la gente quedó sin saber a ciencia cierta lo que quisieron poner por claro", así para muchos lo *chic* era "la sonrisa de la elegancia", mientras que para otros, "la elegancia era casi privativa de la alcurnia; el chic era una improvisación". Ver: Antonio de Hoyos y Venent: "El chic y la elegancia" en: *La Esfera*, año VI, n°278, Madrid, 26 de abril de 1919, p. 536.

[93] Ver: Gloria Jiménez Marín y Rodrigo Elías Zambrano: *Moda, publicidad y arte*…, p. 37.

[94] Emad Aboaasi El Nimer: "*La narrativa como señuelo publicitario*…, p. 376.

[95] "Davila y Caputti" en: *La Acción*. Mérida - Venezuela, 13 de enero de 1923, p. 4.

[96] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., p. 59.

[97] Lisandro Alvarado: *Glosario de voces indígenas de Venezuela*. Caracas, Colección Bicentenario Carabobo, 2021, p. 194.

[98] "Sobretodos, sweters, vestidos de lana para niños" en: *Avanzada*. Mérida - Venezuela, 12 de marzo de 1938, n°44, p. 4.

[99] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., p.59.

[100] Silvia Lucero: "Montecristi: La tierra del sombrero Panamá". *La*

Trotamundos, 2020. Disponible en: https://www.latrotamundos.com/2020/04/25/montecristi-la-tierra-del-sombrero-panama/ (Consultado 12/11/2024, 10:15 pm).

[101]Tulio Febres Cordero: *Memorias de un muchacho*..., p. 129.

[102] "Su vestido! Su porte!" en: *Avanzada*. Mérida - Venezuela, 17 de enero de 1938. n°2. p. 2.

[103] El mismo diario publicó otro anuncio con el título: "La elegancia y buena presentación", destacando estas dos cualidades como indispensables en el hombre para alcanzar el éxito en todas sus faenas. Invitando, en consecuencia, a la adquisición de sombreros de la marca Victoria que vendía Silfredo Carnevali". Véase: "La elegancia y buena presentación" en: *Avanzada*. Mérida - Venezuela, 2 de junio de 1938, n°98, p. 4.

[104] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., p. 58.

[105] Gilles Lipovetsky: *El imperio de lo efímero*..., p. 198.

[106] Ver: Gloria Jiménez Marín y Rodrigo Elías Zambrano: *Moda, publicidad y arte*..., p. 37.

[107] Las dinámicas sociales impulsadas por la publicidad fomentan el consumo de deseos más que de necesidades, reflejando una cultura donde la identidad individual y colectiva se construye a través de las marcas. Finalmente, la publicidad se ha integrado en la vida cotidiana, creando un sentido de pertenencia y exhibicionismo entre los consumidores, donde las marcas juegan un papel crucial en la dinámica publicitaria. Para ampliar esta información se recomienda la lectura de: Emad Aboaasi El Nimer: "Consumo, publicidad y homo publiófilo". En *Más allá de la persuasión. La publicidad en el sendero de la transformación social*. Mérida - Venezuela, Universidad de Los Andes, Grupo de Investigación de Historia Social y Económica de Venezuela, 2025, pp. 115-142.

[108] Emad Aboaasi El Nimer: *Más allá de la persuasión*…, pp. 115-142.

[109] Pilar Gonzalbo Aizpuru: *Introducción a la historia de la vida cotidiana*..., pp. 186-191.

[110] Ángel G. Quintero Rivera: *Los modales y el cuerpo*..., p. 17.

[111] Por razones de espacio, se ha seleccionado una imagen representativa para corroborar el uso del sombrero por parte de las mujeres a través de la fotografía. Para visualizar una amplia variedad de imágenes al respecto, se recomienda la consulta de: Gabriel Pilonieta Blanco: *Historia de la fotografía en Mérida* I. s/c (Estados Unidos), Editorial Madril/ Diente D´Leon, 2022.

[112] Manuel Antonio Carreño: *Manual de urbanidad y buenas*..., p. 273.

[113] Véase: María Sobeira Nieto Ardila: "Con el aroma de una taza de café: la educación familiar para el honor, la fidelidad y la virtud" en: Luis Alberto Ramírez Méndez (Dir). *Honor, sexualidad y transgresión en Mérida siglos XVIII y XIX*. Zulia, Fondo Editorial UNERMB, 2016, p. 64.

[114] Consúltese: Emad Aboaasi *El Nimer: Matrimonio por Imperio de Ley: seducción y honor en Portuguesa (1876-1880)*. Vicerrectorado Administrativo, de la Universidad de Los Andes, Mérida - Venezuela, 2013, p. 55.

[115] *Ibíd*, p. 25.

[116] Mirla Alcibíades: *Un manual de urbanidad para los hispanoamericanos*..., p. 175.

[117] Aida Martínez Carreño: "Más allá de la palabra. Experiencias y reflexiones sobre el uso de fuentes no escritas para el conocimiento de la vida material" en: *Historia Crítica*, 29 (Bogotá, enero-junio de 2005), p. 64.
[118] María Sobeira Nieto Ardila: *Con el aroma de una taza de café*..., p. 85.
[119] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., p. 61.
[120] *Ibíd*, p. 60.
[121] Tulio Febres Cordero: *Memorias de un muchacho*., p. 251.
[122] Antonio de Abreu Xavier: *La pasión criolla por el fashion*..., p. 61.
[123] Según Peter Burke, las imágenes constituyen una fuente excepcional para la reconstrucción de la cultura cotidiana, especialmente en el caso de la "gente sencilla". Su principal ventaja radica en su capacidad para comunicar con rapidez y claridad los detalles de procesos o contextos complejos. No obstante, como con cualquier fuente documental, la crítica rigurosa de su origen, autoría e intencionalidad es imprescindible. Véase: Peter Burke: *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico.* Barcelona - España, Editorial Crítica, 2005, pp. 101-127.
[124] Gabriel Pilonieta Blanco: *Historia de la fotografía en Mérida I*..., p. 99.
[125] "Sombreros" en: *Alas*. Mérida - Venezuela, 25 de abril de 1926, n°2, p.1.

Fuentes consultadas

Fuentes primarias

"*Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 16 de diciembre de 1887, n° 6, p.1.
"Davila y Caputti" en: *La Acción*. Mérida - Venezuela, 13 de enero de 1923, p.4.
"Después de las diversiones a la oración" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 15 de febrero de 1888, n° 22, p.1.
"El mes de la santa infancia de Jesús" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 14 de diciembre de 1887, n° 5, p.1.
"Estupendas novedades" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 22 de febrero de 1888, n° 24, p.1.
"Gran realización en el Bazar alemán!" en: *Carmenes*. Mérida - Venezuela, 25 de septiembre de 1910, n° 2, p. 33.
"Los contrastes" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 2 de junio de 1888, n° 41, p.1.
"La elegancia y buena presentación" en: *Avanzada*. Mérida - Venezuela, 2 de junio de 1938, n°98, p.4.
"Mis aguinaldos" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 17 de diciembre de 1887, n° 7, p.1.
"8 de Diciembre!" en: *Avisos diarios de "La Esquina de la Torre"*. Mérida - Venezuela, 7 de diciembre de 1888, n° 58, p.1.
"Para vestir con chic" en: *Carmenes*. Mérida - Venezuela, 25 de septiembre de 1910, n° 2, p. 33.

"Párrafos de la urbanidad de Carreño" en: *La Avispa*. Mérida - Venezuela, 2 de marzo de 1878, n° 7, p.3.
"Sombreros de terciopelo" en: *Boletín Anunciador*. Mérida - Venezuela, 13 de junio de 1896, n°5, p.3.
"Sobretodos, sweters, vestidos de lana para niños" en: *Avanzada*. Mérida - Venezuela, 12 de marzo de 1938, n° 44, p.4.
"Sombreros" en: *Alas*. Mérida - Venezuela, 25 de abril de 1926, n°2, p.1.
"Su vestido! Su porte!" en: *Avanzada*. Mérida - Venezuela, 17 de enero de 1938, n°2, p.2

Fuentes bibliográficas

Aboaasi El Nimer, Emad: *Ideas y letras durante la Guerra Federal.* Mérida - Venezuela, Universidad de Los Andes, Vicerrectorado Administrativo, 2011.
Aboaasi El Nimer, Emad: *Matrimonio por Imperio de Ley: seducción y honor en Portuguesa (1876-1880)*. Mérida - Venezuela, Vicerrectorado Administrativo, de la Universidad de Los Andes, 2013.
Alcibíades, Mirla: *La heroica aventura de construir una república: familia-nación en el ochocientos venezolano (1830-1865)*. Caracas, Monte Ávila Editores Latinoamericana – Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos, 2004.
Alvarado, Lisandro: *Glosario de voces indígenas de Venezuela*. Caracas, Colección Bicentenario Carabobo, 2021.
Aróstegui, Julio: *La Investigación histórica: teoría y método*. Barcelona - España, Editorial Crítica, 1995.
Braudel, Fernand: *La Historia y las Ciencias Sociales*. Madrid, Alianza Editorial, 1974, capítulo III, pp. 60-106.
Burke, Peter: "Obertura: la nueva historia, su pasado y su futuro" en: Peter Burke (Dir). *Formas de hacer historia*. Madrid, Alianza Editorial, 1993, pp. 11-37.
Burke, Peter: *¿Qué es la historia cultural?* Barcelona - España, Paidós, 2004.
Burke, Peter: *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico.* Barcelona - España, Editorial Crítica, 2005.
Carreño, Manuel Antonio: *Manual de urbanidad y buenas costumbres para uso de la juventud de ambos sexos.* Caracas, Colección Bicentenario de Carabobo, 2021.
Chartier, Roger: *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural.* Barcelona- España, Editorial Gedisa, 1992, pp. 43-62.
De Abreu Xavier, Antonio: *La pasión criolla por el fashion. Una historia de la pinta en la Venezuela del siglo XIX.* Caracas, Editorial Alfa, 2011.
De Rotterdam, Erasmo: *De la urbanidad en las maneras de los niños.*

España, Ministerio de Educación y Ciencia. Centro de Investigación y Documentación Educativa, 2006.

Febres Cordero, Tulio: *Memorias de un muchacho.* Mérida - Venezuela, Fondo de Publicaciones de APULA, 2008.

Gonzalbo Aizpuru, Pilar: *Introducción a la historia de la vida cotidiana.* México - D.F, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, 2006.

Lipovetsky, Gilles: *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas.* Barcelona- España, Editorial ANAGRAMA, 1990.

Machado, José Eustaquio: *Cancionero popular.* Caracas, Dirección de Cultura, Ministerio de Educación Nacional de Venezuela.

Pilonieta Blanco, Gabriel: *Historia de la fotografía en Mérida I.* s/c (Estados Unidos), Editorial Madril/ Diente D´Leon, 2022.

Pino Iturrieta, Elías: *País Archipiélago.* Venezuela 1830-1858. Caracas, Fundación Bigott, 2001.

Pino Iturrieta, Elías: *Fueros, civilización y ciudadanía.* Caracas, Universidad Católica Andrés Bello, 2006.

Quintero, Inés (Coord.): *Más allá de la guerra. Venezuela en tiempos de la Independencia.* Caracas, Fundación Bigott, 2008.

Silva Beauregard, Paulette: *Una vasta morada de enmascarados: poesía, cultura y modernización en Venezuela a finales del siglo XIX.* Caracas, Ediciones La Casa de Bello, 2010.

Fuentes hemerográficas

Alcibíades, Mirla: "Un manual de urbanidad para los hispanoamericanos" en: *KIPUS*. Revista Andina de Letras, 31 (Quito, primer semestre de 2012), pp. 165-185.

Berta: "Página para damas" en: *El Gráfico*, Serie IV, n° 40, Bogotá, mayo de 1911, pp.839.

Calderón, Carola García: "Publicidad y vida cotidiana. La participación de la publicidad en la conformación de la vida cotidiana" en: *Pensar la Publicidad*. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 2 (México, 2009), pp. 179-196.

De Hoyos y Venent, Antonio: "El 'chic' y la elegancia" en: *La Esfera*, año VI, n°278, Madrid - España, 26 de abril de 1919, p. 841.

Martínez Carreño, Aida: "Más allá de la palabra. Experiencias y reflexiones sobre el uso de fuentes no escritas para el conocimiento de la vida material" en: *Historia Crítica*, 29 (Bogotá, enero-junio de 2005), pp.63-72.

Nieto Ardilla, María Sobeira: "Manuales didácticos para la enseñanza de los niños en la Venezuela del siglo XIX" en: *Educere*, 51 (Mérida - Venezuela, mayo-agosto de 2011), pp. 507-524.

Quintero Rivera, Ángel G.: "Los modales y el cuerpo. Clase, raza y

género en la etiqueta del baile" en: *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 3 (Caracas, septiembre-diciembre de 2000), pp. 11-46.

Fuentes electrónicas

Libros

Aboaasi El Nimer, Emad: *La publicidad conquista la luna. Una mirada desde la prensa venezolana de 1969*. Mérida - Venezuela, Grupo de Investigación de Historia Social y Económica de Venezuela, Universidad de Los Andes, 2022. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/47825 (Consultado: 11/04/2025, 10:00 am).

Aboaasi El Nimer, Emad: *Más allá de la persuasión. La publicidad en el sendero de la transformación social*. Mérida - Venezuela, Universidad de Los Andes, Ediciones del Grupo de Investigación de Historia Social y Económica de Venezuela, 2025. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/51631 (Consultado: 20/05/2025, 10:00 am).

Hurtado Camargo, Samuel Leonardo: *Las Ferias del Sol y el Carnaval Taurino de América: Carteles de la Biblioteca Febres Cordero*. Mérida-Venezuela, Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y de Servicios de Bibliotecas, Biblioteca Febres Cordero, 2024. Disponible en: https://www.academia.edu/125528120/Las_Ferias_del_Sol_y_el_Carnaval_Taurino_de_Am%C3%A9rica_Carteles_de_la_Biblioteca_Febres_Cordero (Consultado: 23/01/2025, 4:00 pm)

Nieto Ardilla, María Sobeira: "Con el aroma de una taza de café: la educación familiar para el honor, la fidelidad y la virtud" en: Luis Alberto Ramírez Méndez (Dir.) *Honor, sexualidad y transgresión en Mérida siglos XVIII y XIX.* Zulia, Fondo Editorial UNERMB, 2016, pp. 59-102.

Straka, Tomás: *Instauración de la república liberal autocrática. Claves para su interpretación 1830-1899.* Caracas, Fundación Rómulo Betancourt, 2010. Disponible en: https://api-saber.ucab.edu.ve/server/api/core/bitstreams/c6fa7338-e3af-424a-b1d49857131c659c/content (consultado: 23/05/2025, 10:00 am).

Revistas

Aboaasi El Nimer, Emad. "La narrativa como señuelo publicitario en la prensa venezolana a finales del siglo XIX" en: *El Taller de la Historia*, Vol. 7, no. 7, (Programa de Historia, Facultad de

Ciencias Humanas, Universidad de Cartagena de Indias, Colombia, 2015), pp. 367-388. Disponible en: https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/eltallerdelahistoria/article/view/729 (Consultado 21/11/2024, 10:15 am)

Aboaasi El Nimer, Emad: "José Vicente Nucete y sus polémicas sobre la urbanidad merideña en el diario *La Abeja* (1858-1859)" en Presente y Pasado. Revista de Historia. Universidad de Los Andes, 55 (Mérida - Venezuela, enero-junio de 2023), pp. 79-118. Disponible en: http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/presenteypasado/article/view/19534 (Consultado: 27/11/2024, 6:33 am)

Jiménez Marín, Gloria y Rodrigo Elías Zambrano: "Moda, publicidad y arte. Relación disciplinar a través de las campañas de Mosschino y Versace" en: *Revista Prisma Social*, 24 (Madrid, primer trimestre de 2019), pp. 25-50. Disponible en: https://isdfundacion.org/wp-content/uploads/2019/01/N24_editorial.pdf (Consultado: 9/10/2025, 10:35 pm)

Luengo Gutiérrez, Francisco Javier: "Pensar la historia: La escuela de los Annales" en: *Arqueo Times*, 7 (octubre-diciembre de 2023), pp. 56-59. Disponible en: https://arqueotimes.es/wp-content/uploads/2024/01/ArqueoTimes-Revista-7-Octubre-Diciembre-2023.pdf (Consultado: 9/11/2024, 10:35 pm)

Nieto Orriols, Daniel: "Acercamientos a la historia cultural: el problema de la realidad, su deconstrucción y su representación" en: *Cuadernos de Historia Cultural, Crítica y Reflexión*, 1 (Viña del Mar, 2011), pp. 22-28. Disponible en: https://cuadernosdehistoriacultural.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/09/04-daniel-nieto-acercamientos-a-la-historia-cultural.pdf (Consultado: 5/11/2024, 11:10 pm)

Blogs

"El viático". *Liturgia Papal*. 2018. Disponible en: https://liturgiapapal.org/index.php/manual-de-liturgia/sacramentos/764-el-vi%C3%A1tico.html (Consultado: 23/11/2024, 11:00 pm).

"Juegos tradicionales navideños venezolanos. Las apuestas de aguinaldos". *Lampos Merideños*, 2015, Mérida - Venezuela. Disponible en: http://lamposmeridenos.blogspot.com/2015/12/normal-0-21-false-false-false-es-ve-x.html (Consultado 01/11/2025 7:00 am)

"La fábrica de sombreros de Sevilla". *Junta de Andalucía. Conserjería de Cultura y Deporte*, Sevilla - España, 2020. Disponible en: https://www.juntadeandalucia.es/organismos/culturaydeporte/areas/cultura/archivos/archivos-consejeria/archivo-historico-

provincial-sevilla/ahps-recomienda/paginas/documento-ahps-sep-2020.html (Consultado: 02/07/2025, 10:00 pm).

Lucero, Silvia: "Montecristi: La tierra del sombrero Panamá". *La Trotamundos*, Ecuador, 25/04/2020. Disponible en: https://www.latrotamundos.com/2020/04/25/montecristi-la-tierra-del-sombrero-panama/ (Consultado 12/11/2024, 10:15 pm).

"'Me quito el sombrero', historia de una costumbre". *Señal Memoria*, Colombia, 2021. Disponible en: https://www.senalmemoria.co/articulos/me-le-quito-el-sombrero-historia (Consultado: 17/11/2024, 10:00 pm).

Fuentes Inéditas:

Aboaasi El Nimer, Emad: *La primavera en la sombra del cadalso. Cotidianidad y poesía durante la guerra federal: una realidad al otro lado del espejo. Mérida*-Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad de Los Andes, 1998. (Inédita) Consultada en: Biblioteca Febres Cordero, Mérida, Venezuela. Memoria de Grado para optar al Título de Licenciado en Historia. Escuela de Historia.

Fuentes Oficiales:

Febres Cordero, Tulio: "*Carta de Tulio Febres Cordero a su prima Atilia de Arvelo, 1924*". Biblioteca Nacional. Biblioteca Febres Cordero. Sección Manuscritos. Serie Tulio Febres Cordero. Subserie: Cartas enviadas. Caja 7. Doc.5. 3 folios.