



Universitat Autònoma de Barcelona

**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  [http://cat.creativecommons.org/?page\\_id=184](http://cat.creativecommons.org/?page_id=184)

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

**WARNING.** The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>

# El valor simbòlic de la corbata en la construcció de la imatge de l'home

Doctorat en Comunicació Estratègica,  
Publicitat i Relacions Públiques

Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual



**Mateu Batallé Canal**

DIRECCIÓ  
**Dra. Patrícia Lázaro Pernías**  
2020



*A la Coralí, el meu gran tresor.*

*A en Marcel i la Maia, les meves dues grans joies.*

## AGRAÏMENTS

En un treball d'investigació d'aquestes característiques no pots fer el camí tot sol. Al llarg d'aquest recorregut, he tingut la sort de tenir gent al meu costat que m'han ajudat, m'han donat suport i m'han animat en tot moment per arribar fins al final. Vull agrair, en primer lloc, a la doctora Patrícia Lázaro que hagi cregut en mi des del primer moment. No era senzill acceptar una investigació sobre la corbata. Li agraeixo que hagi sabut acceptar, amb paciència i respecte, la meva situació personal i la lentitud que a vegades aquesta provocava. Gràcies per deixar-me fer, però també per aturar-me i fer-me rectificar quan escollia un camí erroni. Gràcies per aconsellar-me i gràcies per tot el suport que m'has ofert durant aquest llarg trajecte. En segon lloc, vull agrair a la mare dels meus dos fills i la meva parella les hores i hores que hem parlat de corbates, comunicació, estètica i imatge, que han estat fructíferes per donar llum quan veia més fosc.

Gràcies, de veritat, per tot el teu suport i ànims i ajut durant tot aquest temps.

No vull oblidar la Gemma Grabolosa, que m'ha ajudat a situar les paraules al millor lloc, per llegir junts, per escoltar-me, per riure i també reflexionar sobre les corbates. Gràcies, Gemma, has estat un puntal per aquesta investigació; has sabut fer-me descobrir paraules i vocabulari que han enriquit encara més aquest treball. Un agraïment també a la Mariàngels Vilarrasa, que m'ha ajudat a maquetar i situar cada imatge perquè no es mogué més del compte i per fer la portada, que és meravellosa. Has estat un gran suport per a mi durant tot aquest recorregut. A en Pere Compte, per ajudar-me a fer els primers dibuixos de nusos de corbata i les il·lustracions. Encara recordo quan et sorprenies descobrint que teníem més d'un nus de corbata. També a la Pilar Garcia de can Bramon. Per fi, Pilar, he acabat. Sempre dius: "Com pot haver-hi un treball de més de 300 pàgines que parlin sobre corbates!" Ja està, Pilar.

També vull expressar un gran agraïment als diferents professors del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual de la Facultat de Comunicació de la UAB per les converses sobre corbates, per aconsellar-me i sempre animar-me. També al Dr. Alfons González, que cada vegada que li he demanat consell o ajut no ha dubtat ni un moment a oferir-me'l. També vull agrair als vuit experts que han participat en la meva investigació les converses interessants mantingudes i la passió que tenen per ajudar la gent a vestir bé. Finalment, un agraïment etern als meus pares, que en tot moment m'han donat suport i m'han encoratjat a continuar, qualsevol favor que els he demanat sempre ha estat respost amb un sí. Gràcies, pare i mare, per tota la vostra estima i ajut. I a les meves germanes Maria Rosa i Concepció, que sempre m'heu estat animant i donant suport. Gràcies, Concepció, per la teva col·laboració i per les teves màgiques espelmes. A la meva dona Coralí i als meus dos fills, Marcel i Maia, seran infinites les gràcies per tot el temps que us heu resignat a perdre'm de vista perquè pogué treballar i escriure.

Us estimo.

## SUMARI

<b>1. Introducció</b> .....	15
1.1. Introducció .....	17
1.2. Objecte d'estudi i objectius .....	24
1.2.1. Objectius generals i específics.....	24
1.3. Estructura de l'obra.....	25
<b>2. Aproximació històrica i funcional al vestit i als complements de l'home</b> .....	27
2.1. Vestir-se: per què?.....	29
2.1.1. La decoració.....	31
2.1.2. El pudor .....	32
2.1.3. La protecció.....	33
2.2. Aproximació històrica al vestit.....	35
2.3. La funció comunicativa del vestit .....	45
<b>3. La corbata</b> .....	49
3.1. Breu història de la corbata .....	51
3.2. Característiques essencials de la corbata .....	62
3.2.1. Mides .....	62
3.2.2. Estampats.....	63
3.2.3. Materials .....	64
3.2.4. Les millors corbates. Marques.....	65
3.2.5. Els complements de la corbata.....	67
3.3. El nus de la corbata .....	68
3.3.1. Els tipus de nusos més comuns.....	68
3.3.2. La camisa i el coll de camisa.....	74
3.3.2.1. La camisa .....	74
3.3.2.2. El coll de la camisa.....	76
3.3.3. Obres imprescindibles sobre el nus de la corbata.....	79
3.4. Funcions de la corbata.....	84
<b>4. Protocol i etiqueta</b> .....	89
4.1. Introducció al protocol i l'etiqueta .....	92
4.2. El protocol i el seu valor comunicatiu .....	97
4.3. L'etiqueta civil del vestit de l'home.....	104
4.4. Normativa protocol·lària a l'estat espanyol i a Catalunya (Reglaments i ordres).....	108

<b>5. Dimensió comunicativa de la corbata: teories de referència</b> .....	139
5.1. Una revisió ràpida de les teories de la comunicació .....	142
5.2. La semiòtica .....	146
5.2.1. Una mirada a Saussure.....	151
5.2.2. Una mirada a Peirce .....	155
5.2.3. Classificació dels signes en relació al símbol.....	162
5.2.4. La corbata, entre el signe i el símbol .....	165
5.3. L'interaccionisme simbòlic.....	172
5.4. La comunicació no verbal.....	184
5.4.1. La corbata en la comunicació no verbal.....	187
5.5. La teoria Gestalt: la percepció visual.....	190
<b>6. La corbata en la recerca</b> .....	209
6.1. Ressenyes cabdals en l'anàlisi de la corbata .....	211
<b>7. Preguntes de recerca i metodologia</b> .....	231
7.1. Preguntes de recerca.....	233
7.2. La metodologia .....	234
7.2.1. Tipus d'estudi.....	234
7.2.2. El mètode d'investigació.....	234
7.2.3. L'aplicació metodològica de la Grounded Theory o Teoria Fonamentada.....	239
7.2.4. L'entrevista en profunditat. Entrevista especialitzada i a elits.....	242
7.2.5. Selecció i configuració de la mostra.....	244
7.2.5.1. Les gestions prèvies per aconseguir l'entrevista .....	251
7.2.5.2. La codificació. Enregistrament i transcripció literal .....	251
7.2.5.3. Valoracions de la realització de les entrevistes.....	253
7.2.5.4. El model del qüestionari. Els tres blocs genèrics del qüestionari.....	254
7.2.5.5. Les respostes directes i les respostes descriptives .....	255
<b>8. Resultats</b> .....	257
8.1. Bloc 1 del qüestionari. Preguntes 1 i 2.....	261
8.2.1.1. Les preguntes .....	261
8.2.1.2. Justificació de les preguntes realitzades .....	261
8.2.1.3. Preguntes 1 i 2. Recull de respostes les directes .....	261
8.2.1.4. Quadre resum de les respostes directes.....	263
8.2.1.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes.....	264
8.2.1.6. Conclusions generals del bloc 1.....	265
8.2.1.7. Plantejament de categories .....	266
8.2. Bloc 2 del qüestionari. Preguntes 3, 4 i 5.....	267
8.2.1. Les preguntes .....	267
8.2.2. Justificació de les preguntes realitzades .....	267
8.2.3. Pregunta 3. Recull de les respostes directes .....	268
8.2.4. Quadre resum de les respostes directes.....	269
8.2.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes.....	270
8.2.6. Pregunta 4. Recull de les respostes directes .....	270
8.2.7. Gràfica resum de les respostes directes .....	272
8.2.8. Resultats de la gràfica resum de les respostes directes .....	273
8.2.9. Pregunta 5. Recull de les respostes directes .....	274

8.2.10. Gràfica resum de les respostes directes.....	276
8.2.11. Resultats de la gràfica resum de les respostes directes .....	277
8.2.12. Conclusions del bloc 2 .....	278
8.2.13. Plantejament de categories .....	280
<b>8.3. Bloc 3 del qüestionari. Preguntes de la 6 a la 13 .....</b>	<b>281</b>
8.3.1. Les preguntes .....	281
8.3.2. Justificació de les preguntes realitzades.....	281
8.3.3. Pregunta 6. Recull de les respostes directes .....	280
8.3.4. Quadre resum de les respostes directes .....	283
8.3.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes .....	285
8.3.6. Recull de les respostes directes .....	288
8.3.7. Quadre resum de les respostes directes .....	291
8.3.8. Resultats del quadre resum de les respostes directes .....	292
8.3.9. Pregunta 8. Recull de les respostes directes .....	293
8.3.10. Quadre resum de les respostes directes .....	296
8.3.11. Resultats del quadre resum de les respostes directes .....	297
8.3.12. Plantejament de categories .....	298
8.3.13. Pregunta 9. Recull de les respostes directes .....	299
8.3.14. Quadre resum de les respostes directes .....	301
8.3.15. Resultats del quadre resum de les respostes directes .....	302
8.3.16. Pregunta 10. Recull de les respostes directes.....	303
8.3.17. Quadre resum de les respostes directes .....	305
8.3.18. Resultats del quadre resum de les respostes directes.....	306
8.3.19. Pregunta 11. Recull de les respostes directes .....	307
8.3.20. Quadre resum de les respostes directes .....	308
8.3.21. Resultats del quadre resum de les respostes directes.....	309
8.3.22. Preguntes 12 i 13. Recull de les respostes directes .....	310
8.3.23. Quadre resum de les respostes directes .....	312
8.3.24. Resultats del quadre resum de les respostes directes .....	313
8.3.25. Conclusions del bloc 3 .....	313
8.3.26. Plantejament de categories .....	315
<b>8.4. Les categories i resultats .....</b>	<b>316</b>
8.4.1. Categoria 1. Situació actual de la corbata .....	318
8.4.2. Categoria 2. L'àmbit regional .....	320
8.4.3. Categoria 3. Perquè s'està perdent l'ús de la corbata .....	323
8.4.4. Categoria 4. Perquè no s'està perdent l'ús de la corbata .....	326
8.4.5. Categoria 5. El futur de la corbata.....	331
8.4.6. Categoria 6. La corbata en l'àmbit laboral.....	333
8.4.7. Categoria 7. La corbata en els esdeveniments.....	336
8.4.8. Categoria 8. Aspectes comunicatius de la corbata .....	339
<b>8.5. Recull de conceptes.....</b>	<b>345</b>
<b>9. Conclusions .....</b>	<b>355</b>
9.1. Conclusions .....	357
9.2. Limitacions de l'estudi.....	363
9.3. Línies de futur .....	364
<b>10. Bibliografia .....</b>	<b>367</b>
<b>Annexos .....</b>	<b>383</b>



## ÍNDIX D'IMATGES

<b>IMATGE 01.</b>	La corbata com a reflex de la societat.....	21
<b>IMATGE 02.</b>	Creació d'una gorgera.....	53
<b>IMATGE 03.</b>	Dibuix d'una ruixa.....	54
<b>IMATGE 04.</b>	Bandana. Mocador de coll de Belcher.....	55
<b>IMATGE 05.</b>	Exemplificació d'Ascot.....	56
<b>IMATGE 06.</b>	Mesures idònies de la corbata.....	62
<b>IMATGE 07.</b>	Estampat corbata <i>Macclesfield tie</i> .....	63
<b>IMATGE 08.</b>	Corbates Ilises.....	63
<b>IMATGE 09.</b>	Estampat corbates de ratlles.....	63
<b>IMATGE 10.</b>	Estampat corbata Paisley o caixmir.....	64
<b>IMATGE 11.</b>	Estampat corbata formes geomètriques.....	64
<b>IMATGE 12.</b>	Estampat corbata de punt.....	64
<b>IMATGE 13.</b>	Procés de realització del nus simple.....	69
<b>IMATGE 14.</b>	Procés de realització del nus doble.....	70
<b>IMATGE 15.</b>	Procés de realització del nus Windsor.....	71
<b>IMATGE 16.</b>	Procés de realització del nus Windsor mitjà.....	72
<b>IMATGE 17.</b>	Procés de realització de 30 nusos més complexos.....	73
<b>IMATGE 18.</b>	Coll de camisa anglès.....	76
<b>IMATGE 19.</b>	Coll de camisa italià.....	77
<b>IMATGE 20.</b>	Coll de camisa francès.....	77
<b>IMATGE 21.</b>	Coll de camisa americana Pin collar.....	77
<b>IMATGE 22.</b>	Coll de camisa americana soft roll collar.....	78
<b>IMATGE 23.</b>	Coll de camisa americana amb sivella de roba.....	78
<b>IMATGE 24.</b>	Coll de camisa Mao.....	79
<b>IMATGE 25.</b>	Coll de camisa d'òpera.....	79
<b>IMATGE 26.</b>	Seqüència del procés d'un nus de corbata.....	83
<b>IMATGE 27.</b>	Corbata amb placa d'honor.....	123
<b>IMATGE 28.</b>	Medalla d'or en forma al mèrit de seguretat vial.....	126
<b>IMATGE 29.</b>	Medalla d'or en forma al mèrit de protecció civil en forma de corbata.....	128
<b>IMATGE 30.</b>	Corbates de la medalla de l'exèrcit, naval i aèria.....	131
<b>IMATGE 31.</b>	Condecoracions al coll.....	132
<b>IMATGE 32.</b>	Figura de Jakobson.....	144
<b>IMATGE 33.</b>	Segona figura de Jakobson.....	145
<b>IMATGE 34.</b>	Figura de Saussure.....	153
<b>IMATGE 35.</b>	Triangle de Pierce.....	155
<b>IMATGE 36.</b>	Mapa d'Espanya amb la situació dels experts d'elit.....	248
<b>IMATGE 37.</b>	Mapa de l'ús de la corbata segons les regions esmentades.....	321

## ÍNDEX DE QUADRES

<b>QUADRE 01.</b>	Glossari de complements decoratius del coll.....	61
<b>QUADRE 02.</b>	Decàleg E. Marinella .....	66
<b>QUADRE 03.</b>	Informació sobre l'uniforme de los caballeros de las Reales Órdenes de Carlos III e Isabel Católica.....	122
<b>QUADRE 04.</b>	La semiòtica como matriz de estudio de la comunicación .....	149
<b>QUADRE 05.</b>	Estudis recents del camp de la semiòtica.....	150
<b>QUADRE 06.</b>	Els símbols i la seva relació .....	162
<b>QUADRE 07.</b>	Classificació dels signes en relació al símbol .....	163
<b>QUADRE 08.</b>	Utilització de la corbata segons l'emissor i el receptor .....	170
<b>QUADRE 09.</b>	Investigacions sobre l'interaccionisme simbòlic .....	180
<b>QUADRE 10.</b>	Psicologia de la percepció o de la forma .....	195
<b>QUADRE 11:</b>	Principis gestàltics de la percepció .....	196
<b>QUADRE 12.</b>	L'expressivitat de les formes geomètriques .....	197
<b>QUADRE 13.</b>	Ressenyes cabdals en l'anàlisi de la corbata .....	212
<b>QUADRE 14.</b>	Característiques de la metodologia qualitativa .....	235
<b>QUADRE 15.</b>	Característiques dels experts d'elit .....	247
<b>QUADRE 16.</b>	Referències curriculars .....	250
<b>QUADRE 17.</b>	Quadre resum de les respostes directes.....	264
<b>QUADRE 18.</b>	Conclusions generals del bloc 1.....	266
<b>QUADRE 19.</b>	Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 3.....	269
<b>QUADRE 20.</b>	Valors numèrics.....	271
<b>QUADRE 21.</b>	Gràfica valor de l'ús de la corbata segons cada generació .....	273
<b>QUADRE 22.</b>	Valors numèrics.....	275
<b>QUADRE 23.</b>	Gràfica valor de la percepció de la corbata segons cada generació .....	276
<b>QUADRE 24.</b>	Conclusions generals del bloc 2.....	279
<b>QUADRE 25.</b>	Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 6.....	284
<b>QUADRE 26.</b>	Resultats del quadre resum de les respostes directes.....	285
<b>QUADRE 27.</b>	Valor actual de la corbata.....	287
<b>QUADRE 28.</b>	Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 7.....	291
<b>QUADRE 29.</b>	Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 8.....	296
<b>QUADRE 30.</b>	Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 9.....	301
<b>QUADRE 31.</b>	Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 10.....	305
<b>QUADRE 32.</b>	Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 11.....	309
<b>QUADRE 33.</b>	Quadre resum de la resposta directa de les preguntes 12 i 13.....	312
<b>QUADRE 34.</b>	Conclusions generals del bloc 3.....	315
<b>QUADRE 35.</b>	Categoria 1. Situació actual de la corbata.....	318
<b>QUADRE 36.</b>	Categoria 2. L'àmbit regional.....	321
<b>QUADRE 37.</b>	Categoria 3. Perquè s'està perdent l'ús de la corbata .....	324
<b>QUADRE 38.</b>	Categoria 4. Perquè no s'està perdent l'ús de la corbata.....	328
<b>QUADRE 39.</b>	Categoria 5. El futur de la corbata.....	331
<b>QUADRE 40.</b>	Categoria 6. La corbata en l'àmbit laboral.....	334
<b>QUADRE 41.</b>	Categoria 7. La corbata en els esdeveniments.....	337
<b>QUADRE 42.</b>	Categoria 8. Aspectes comunicatius de la corbata.....	342
<b>QUADRE 43.</b>	Recull de conceptes. Conceptes d'emotivitat.....	347
<b>QUADRE 44.</b>	Recull de conceptes. Conceptes de pertinença de grup.....	348
<b>QUADRE 45.</b>	Recull de conceptes. Conceptes estètics .....	351
<b>QUADRE 46.</b>	Recull de conceptes. Conceptes d'etiqueta social .....	352



## RESUM

Aquesta tesi doctoral se centra en l'estudi de la corbata, un complement de roba que majoritàriament utilitza l'home. S'analitzen la seva gènesi, els components característics, el seu ús i, en especial, la seva dimensió comunicativa.

A partir de l'estudi de l'ús de la corbata en els àmbits del protocol, cerimonial i l'etiqueta, s'han plantejat quines línies teòriques pròpies de la comunicació podien ser útils per entendre i interpretar aquesta dimensió comunicativa de la corbata. Així, s'ha treballat la perspectiva semiòtica, per entendre la corbata com a símbol; s'ha indagat l'interaccionisme simbòlic, per explicar com pot determinar les relacions socials; s'ha analitzat com un fenomen propi de la comunicació no verbal i, finalment, s'ha revisat la teoria Gestalt per valorar-ne els aspectes perceptius formals.

La tesi doctoral es clou amb una prospecció qualitativa basada en unes entrevistes en profunditat a experts d'elit. Es tracta d'especialistes en imatge personal amb un coneixement rellevant del nostre objecte d'estudi que han ratificat el paper de la corbata com a símbol social i que han assegurat que encara que s'albiri una davallada del seu ús en diferents àmbits professionals i socials, seguirà sent considerada una peça clau a vestir quan s'acudeix a actes solemnes o actes rellevants per a qualsevol home.

## RESUMEN

Esta tesis doctoral se centra en el estudio de la corbata, un complemento de ropa que mayoritariamente utiliza el hombre. Se analizan su génesis, los componentes característicos, su uso y, en especial, su dimensión comunicativa. A partir del estudio del uso de la corbata en los ámbitos del protocolo, ceremonial y la etiqueta, se han planteado qué líneas teóricas propias de la comunicación podían ser útiles para entender e interpretar esta dimensión comunicativa de la corbata. Así, se ha trabajado la perspectiva semiótica, para entender la corbata como símbolo; ha indagado el interaccionismo simbólico, para explicar cómo puede determinar las relaciones sociales; se ha analizado como un fenómeno propio de la comunicación no verbal y, finalmente, se ha revisado la teoría Gestalt para valorar los aspectos perceptivos formales.

La tesis doctoral se cierra con una prospección cualitativa basada en entrevistas en profundidad a expertos de élite. Se trata de especialistas en imagen personal con un conocimiento relevante de nuestro objeto de estudio que han ratificado el papel de la corbata como símbolo social y que han asegurado que aunque se vislumbre una disminución de su uso en diferentes ámbitos profesionales y sociales, seguirá siendo considerada una pieza clave a vestir cuando se acude a actos solemnes o actos relevantes para cualquier hombre.

## ABSTRACT

This doctoral thesis focusses on the study of the tie. It analyzes the origins, main features, use and, specially, communicative dimension of this fashion accessory, basically worn by men.

The study of the uses of the tie in the areas of protocol, ceremonial and etiquette has risen questions about which theoretical lines of communication could be useful to understand and interpret the communicative dimension of the accessory. Thus, the semiotic perspective has been taken in order to understand the tie as a symbol. A symbolic interactionism framework has also been applied with the aim of explaining the role of the tie in determining social relationships. Additionally, the tie as a phenomenon belonging to non-verbal communication has been analysed. Finally, there has been a revision of the Gestalt theory so as to appreciate its formal perceptive aspects.

This doctoral thesis concludes with a qualitative evaluation based on in-depth interviews with elite experts on the subject. It includes the opinions of personal image consultants with relevant knowledge of the object of our research, who have ratified the role of the tie as a social symbol and have claimed that, regardless of the prospect of a decline in its popularity in different professional and social areas, it will continue to be regarded as a key complement for any man when attending solemn or relevant events.



# 1

**INTRODUCCIÓ**





## 1.1. Introducció

Lorenzo Milá va presentar el noticiari nocturn «La 2 Noticias» des del novembre de 1994 fins al juliol de 2003. L'informatiu aconseguia transmetre un estil informal, despreocupat i proper, sobretot per com Milà conduïa les notícies. El periodista portava americana sense corbata. Al cap de poc temps de deixar el programa, és nomenat corresponsal de TVE a Washington, fins que el 13 de setembre del 2004 va tornar per presentar de nou uns informatius, aquesta vegada, els informatius del vespre de TVE1, i ho continuà fent amb americana i sense corbata. En aquest programa informatiu, però, les audiències van baixar estrepitosament. Era la primera vegada que els informatius d'una cadena pública estatal no eren líders d'audiència al país. Un dels canvis notoris que va proposar el programa per aconseguir de nou augmentar l'audiència i que va poder percebre l'espectador, va ser veure el presentador amb corbata i americana a l'hora de presentar l'informatiu. Tot i que no podem saber si la variable de la corbata va ser un factor determinant perquè disminuís l'audiència dels informatius —ja que no s'ha pogut demostrar i no tenim garanties que la baixada d'audiència fos fruit de la decisió de no dur corbata—, tampoc podem afirmar que no hagués tingut alguna influència. En una entrevista publicada al diari *El Mundo*, el 16 de juny de 2009, el periodista afirmava que «Los informativos son más convencionales de lo que yo desearía», «No quiero ser cautivo de mi personaje», «Llevar corbata me ha hecho perder parte de mi personalidad televisiva».

Era necessari poder parlar amb el mateix periodista i, després de diverses gestions ens va concedir una entrevista<sup>1</sup>. Lorenzo Milá va admetre que quan va fer els informatius de la TVE1 ningú el va obligar posar-se la corbata, però afirma que no dur-ne presentant el Telediario de TV1 podia confondre una part dels espectadors que no reconeixien l'informatiu o no li atribuïen la mateixa credibilitat. Per aquest motiu va decidir posar-se'n, per frenar aquest efecte.

---

1

L'entrevista realitzada al periodista Lorenzo Milá la podeu consultar a l'annex 1.

Aquest fet anecdòtic va motivar que l'autor d'aquesta tesi es plantejés abordar una recerca doctoral sobre la corbata. La corbata, un complement en el vestit de l'home és també un instrument comunicatiu? O potser és una barriera estètica que no deixa fluir una bona comunicació? Com rep l'emissor (qui comunica mentre porta corbata) el *feedback* d'aquesta influència? Es valora diferent una persona que duu corbata que una que no en porta? Quins valors podem atribuir a través de l'ús de la corbata: credibilitat?, estil?, distinció?, superioritat? Un fet que a l'inici pot semblar anecdòtic planteja diferents preguntes que donen peu a diversos temes de recerca.

Molt sovint s'ha tractat el fenomen de la vestimenta, en què podem incloure l'ús de la corbata, de manera superficial i frívola, però, malgrat això, científics, pensadors i autors s'han encarregat des de fa temps de desxifrar la seva vàlua argumentant que el vestit és rellevant a la societat per les seves implicacions psicosociològiques, antropològiques i culturals. Estem davant un instrument, el vestit, que exerceix una influència social, però volem fer una investigació exhaustiva sobre el valor simbòlic que pot tenir aquest complement masculí. L'estudi de la corbata i la significació que la societat li pot atorgar dependrà de múltiples factors que passen per la tria de la corbata, la persona que la du, com la du i, òbviament del context. Tot això fa que puguem fer un enfocament comunicatiu d'allò que tothom veu simplement com un complement de roba per a l'home.

El fet de dur corbata crea discussions favorables o desfavorables; cadascun de nosaltres li atorga una significació o una altra. Amb tot, la corbata està considerada una de les peces principals de la vestimenta masculina, tot i que és cert que no deixa de ser una tira de roba que es porta nuada al coll, i podem assegurar què és una de les peces de roba que permet dur-se amb més fantasia o amb més rigor.

Existeixen diferents frases al llarg de la història que donen transcendència a l'ús de la corbata. Oscar Wilde va deixar escrita la mítica frase: «Fer-se bé el nus de la corbata és el primer pas important que un home ha de fer a la vida». Realment és un gran pas a la vida saber-se fer el nus de la corbata? Quin valor té la corbata socialment? Molts homes defensen amb seguretat la importància de portar corbata; d'altres en són detractors si no és que l'acte o el lloc on s'assisteix l'obligui a posar-se'n. Des de ben petits, quan els pares o avis ana-

ven mudats, una majoria optaven per dur corbata, camisa blanca i americana; ho associaven a *anar de diumenge*, anar mudat. No deixen de ser tradicions, costums que han anat passant, per alguns de forma més desvirtuada que per altres, de generació en generació. Glenn O'Brien en el seu llibre *How to be a man* destaca:

As the sublimely spurious-noble essayist Lord Whimsy wrote in *The Affected Provincial's Companion*, Volume One:

one's tie, whether it is intended or not, proclaims one's personality ( or lack thereof) in its color, pattern, material, and thickness; and yes, even one's choice of knot says much about what is afoot inside the bubbling noggin above. (Glenn O'Brien, 2011: 83).

Després d'aquesta descripció que detalla de Lord Whimsy l'autor afegeix que:

Ironically the tie can simultaneously express both conformity and rebellion (Glenn O'Brien, 2011: 84).

### **La corbata com a reflex de la societat**

La indumentària que es podria considerar informal ha guanyat terreny aquests últims temps. L'any 2003, després de les eleccions celebrades el 13 de novembre, l'aleshores el conseller en cap, l'Honorable Senyor Josep Bargalló, va ser objecte de crítiques pel fet que es va treure la corbata en les seves intervencions públiques. En aquest sentit, val a dir que l'estètica informal ha anat guanyant terreny en els darrers anys a l'hemicicle català. El senyor David Fernández, quan va ser diputat per l'agrupació política CUP, va irrompre amb samarretes reivindicatives i amb sandàlies al Parlament de Catalunya. A la legislatura iniciada l'octubre del 2015, es van poder veure a la cambra catalana molts més diputats duent samarretes, xandalls i dessuadores, vestimenta amb una estètica molt més informal del que fins aleshores estàvem acostumats a veure a l'hemicicle. Es tracta d'una situació paradoxal per valorar el crèdit de la corbata en la imatge de l'home, atès que ha estat el complement masculí que s'ha associat fins fa poc temps al poder, a la política i a les finances.

En el Parlament de Catalunya no hi ha codi de vestir ni unes pautes assignades d'etiqueta, tot i que es considera què és la màxima representació del poble de Catalunya i el componen persones de diferents ideologies i pensaments. Per tant, no se segueix cap regla en concret que reguli que els diputats vesteixin d'una manera determinada. Malgrat això, a bona part del personal que hi tre-

balla, a causa de la seva representació institucional, se'ls exigeix vestir d'una manera concreta; per exemple, als tècnics (homes) de protocol al Parlament se'ls requereix dur vestit o combinació amb corbata, i en els actes institucionals, americana i corbata<sup>2</sup>.

Cal afegir que no només hem viscut aquest canvi en l'ús de la corbata en persones públiques al Parlament català, sinó que des de l'any 2015 han sorgit nous lideratges públics que, a banda de treure's la corbata, vesteixen de manera informal, desenfadada i amb la camisa per fora. Això no vol dir, però, que la imatge exposada, que en un primer moment pot semblar de deixadesa, realment sigui curosa, estudiada i amb una intenció determinada.

Personalitats com Yanis Varoufakis, exministre de finances grec, o Pablo Iglesias, líder de la formació política Podemos, han estat exemples de figures públiques que no duen corbata, d'aquí que en alguna ocasió, quan es posen corbata o corbatí, siguin notícia. És el cas de Pablo Iglesias en l'entrega dels premis Goya (edició 2016) que va aparèixer a la Gala duent corbatí. Treure's la corbata és una moda, una tendència, un canvi de paradigma per a connectar amb la societat de masses i per trencar la distància de l'estètica que tan bé havia funcionat.

Per altra banda, l'estiu de l'any 2011 les corbates generen una polèmica al Congrés dels Diputats espanyol. José Bono, aleshores president de la cambra, exigeix normes d'indumentària a l'hemicicle en resposta al ministre d'Indústria d'aleshores, el senyor Miguel Sebastián que, al·legant estalvi energètic, proposa no dur jaqueta ni corbata al Congrés els mesos d'estiu<sup>3</sup>.

Però el conflicte de dur o no corbata també traspassa fronteres i en altres països és tema de discussió.

---

2 El dimecres 1 de juliol de 2014, es va entrevistar al Sr. Eduard Triay i Moll, Cap de l'Àrea de Protocol del Departament de Relacions Parlamentàries i projecció Institucional del Parlament de Catalunya per parlar del codi de vestir i de la utilització de la corbata al Parlament de Catalunya.

3 **Veure:** Garat, K. (20 de juliol 2011). Los socialistas se rebelan contra Bono y se quitan las chaquetas. *Libertad digital*. Recuperat de <https://www.libertaddigital.com/nacional/2011-07-20/los-socialistas-se-rebelan-contra-bono-y-se-quitan-las-chaquetas-1276430208/>

L'any 2013 a la cimera regional celebrada a Xile, concretament a Potosí, el president de Bolívia Evo Morales exposa: «Perdonen la expresión, yo no llevo corbata. A mí me han dicho que la corbata divide el pensamiento del sentimiento mediante el cuello, por eso no llevo corbata»<sup>4</sup>.

Dos anys més tard, el febrer del 2015, el ministre grec Yanis Varoufakis visita el seu homòleg del Regne Unit, Georges Osborne, vestit amb la camisa per fora i sense corbata. Els mitjans de comunicació es fan ressò de la seva manera de vestir<sup>5</sup>.

Per a altres, en canvi, la corbata pot generar relacions d'amistat. A començaments del 2015 el primer ministre italià Mateo Renzi regala al seu homòleg grec, Alexis Tsipras, una corbata perquè se la posi quan Grècia surti de la crisi.



**IMATGE 01.** La corbata com a reflex de la societat  
**Font:** Reuters/Remo Casilli.

Tot i així, generi més o menys interès, davant del dilema sobre si cal dur corbata o no, continua havent-hi un estímul decisiu d'optar per la corbata quan ho requereix la situació, i és llavors quan el signe i el símbol es posen de manifest: el casament, la graduació dels estudis o la signatura d'un decret de convocatòria electoral. Moments en què la importància demana formalitat apareix la corbata.

4 **Veure:** Efe, agencia (7 de novembre 2013). Evo Morales dice que la corbata "divide el pensamiento del sentimiento". *Diario ABC*. Recuperat de <https://www.abc.es/internacional/20131107/abci-morales-corbata-201311072207.html>

5 **Veure:** Lindo, E. (7 febrer 2015). Iannis Varoufakis, l'home sense corbata. *Diari El País*. Recuperat de [https://cat.elpais.com/cat/2015/02/06/estilo/1423228370\\_683854.html](https://cat.elpais.com/cat/2015/02/06/estilo/1423228370_683854.html)

La corbata com a símbol d'etiqueta social. ¿Per què molts dels polítics que anteriorment descrivíem van al Parlament o al Congrés sense corbata i en canvi opten per posar-se corbata quan assisteixen a un casament? No sabem si tots realment ho fan d'aquesta manera; altrament, si no ho fan i continuen duent corbata o samarreta, tant en el seu àmbit professional —Congrés dels Diputats, Parlament...— com personal —casament, festes, presentacions...—, segueixen una línia de codi de vestir coherent amb ells mateixos pel seu estil i personalitat. Malgrat això, convé observar que aquesta coherència i aquest crèdit de la corbata els podem copsar igualment si pensem que quan assisteixen al Parlament, al Congrés o la cambra de representants hi van amb un càrrec de grup, una funció d'expressió d'ideologies i missatges comuns. En canvi, quan van a un casament o a una festa, hi fan una representació individual. En aquest sentit, Alison Lurie (2011: 43) afirma que a mig camí entre el vestuari teatral i l'uniforme es troba la *roba ritual*, un tipus de vestimenta especial que les persones adoptem per assistir a les cerimònies importants de la nostra vida: el naixement, el casament, els funerals i per ocasions transcendents. Sens dubte, la corbata és un complement que durant molts anys ha format part del nostre ritual cultural per assistir a cerimònies o actes amb una significació de representativitat per a l'individu; un signe que ha simbolitzat poder. Morong (2007: 27) afirma que:

La corbata simboliza la imagen racional que la corporación desea proyectar: la corbata le dice al mundo que sus sentimientos son racionales.

Però què té aquest complement, que l'home que l'ha portat posada tot el dia senti un descans quan se la treu?

Even the clothes we wear tell us something is amiss. Both men and women today "dress for success" by wearing ties - in effect separating their heads, their thinking processes, from the rest of their bodies and thus symbolically cutting off sensation below their necks. When they take their ties off at the end of the day they go wild. All that bottled-up sensation comes rushing out looking for somewhere to go. (Johnson, 1989: 22).

Potser el fet de dur corbata esclavitzava alguns homes, però aquests saben que no dur-ne pot comportar conseqüències socials que, en funció dels entorns, poden ser més negatives que positives.

Sense oblidar el procés històric que la corbata ha tingut, contemplant les seves

etapes i identificant els moments més importants i les obres escrites més rellevants, aquesta recerca ens aportarà l'evidència que teníem al nostre davant i que fins ara hem sabut descodificar però que poques persones l'han elevat a la recerca, fonamentarà, després d'un rigorós estudi, el que pot semblar una evidència: la importància que pot adquirir un complement de roba que en un inici ens pot semblar banal, que ens la posem de manera conscient o inconscient, però que quan li desfem el nus descobrim un gran instrument de comunicació no verbal, que té una força intrínseca com a símbol, que s'utilitza quan es vol mostrar poder polític, econòmic i social, i que té un valor simbòlic tant per qui la duu com per la persona que la veu.

Les revisions bàsiques i sintètiques de les línies de treball científiques que s'han seguit en aquesta investigació —l'aproximació històrica del vestit, la història de la corbata, el protocol i l'etiqueta i la dimensió comunicativa de la corbata, com a signe dins les regles que governen la transmissió i la interpretació d'aquest objecte per explicar-lo com a fenomen comunicatiu— han donat el suport teòric i metodològic d'aquesta tesi doctoral.

Es tracta d'una recerca única i d'estudi del paper comunicatiu de la corbata, ja que fins avui no s'havia estudiat de manera rigorosa la importància del seu ús i de la seva identificació. El valor simbòlic d'aquesta peça tan especial no deixa de ser igual que el mateix vestit: un element comunicatiu en forma de llenguatge visual. En aquesta tesi doctoral és el que hem pretès: fer palès que la corbata adquireix un valor simbòlic en la construcció de la imatge masculina; és per aquest motiu que quan parlem de l'home, al llarg de tota la nostra investigació, ens referim al gènere masculí. Després dels seus més de noranta anys d'existència amb la forma actual amb què la coneixem, continua generant interès, per això creiem que aquesta recerca té una vàlua important en els estudis de comunicació, a causa del crèdit que pot arribar a generar una tela llarga que es lliga amb un nus al coll i que aquí anomenem **corbata**.



## 1.2. Objecte d'estudi i objectius

L'objecte d'estudi d'aquesta recerca és l'ús de la corbata com a element específic de la vestimenta de l'home, entès des d'una dimensió comunicativa. S'estudia la influència de l'ús de la corbata en la construcció i transmissió dels atributs personals i socials masculins.

### 1.2.1. Objectius generals i específics

- 1 Descriure la gènesi de la corbata i estudiar-ne l'evolució històrica i funcional.
  - a. Determinar la vàlua social que s'atribueix a la corbata a partir de l'estudi històric de les seves funcions.
  - b. Concretar la funció social que ha exercit històricament i en l'actualitat.
- 2 Analitzar la funció de la corbata en el context del protocol, l'etiqueta i el cerimonial.
  - a. Comprovar la seva rellevància i valorar la seva vigència.
  - b. Determinar el valor comunicatiu.
- 3 Interpretar la dimensió comunicativa de la corbata a partir de les teories de la comunicació.
  - a. Interpretar la corbata com a símbol.
  - b. Interpretar la corbata com a símbol social.
  - c. Explorar el paper de la corbata en la comunicació no verbal.
  - d. Explorar l'abast perceptiu de la corbata.
- 4 Valorar l'estat actual de l'ús de la corbata i la seva projecció de futur.

## 1.3. Estructura de l'obra

La investigació es presenta amb dues parts molt diferenciades. La primera part correspon als marcs conceptual i teòric, i la segona part a l'estudi amb entrevistes en profunditat a experts d'elit.

Formen part del marc conceptual els capítols: 2, 3 i 4. El capítol 5 presenta el marc teòric. Tanca la primera part el capítol 6, dedicat a la revisió d'altres recerques sobre la corbata. Detallem-los:

### **Capítol 2- Aproximació històrica i funcional al vestit i als complements de l'home**

Com a punt de partida, en aquest capítol es realitza una aproximació històrica al vestit en general per poder constatar la importància que ha tingut per a l'home al llarg de la història, tant socialment com individualment. No només hem fet palesa la perspectiva històrica, sinó que també hem exposat la funcionalitat que ha tingut el vestit.

### **Capítol 3 – La corbata**

En aquest capítol fem un recorregut per la història de la corbata per copsar-ne l'evolució i els diferents tipus de nusos, estampats i la importància dels colls de la camisa. Finalment, revisem les obres més rellevants sobre els nusos de corbata.

### **Capítol 4- El codi de cerimonial i l'ús del protocol i l'etiqueta relacionat a la corbata**

S'aborda l'estudi del protocol des d'una perspectiva històrica, però també s'argumenta el seu valor comunicatiu. Es realitza una aproximació a l'etiqueta de vestir de l'home. Finalment es revisa tot el codi de cerimonial a Espanya per a descobrir com actua la corbata no només com a complement de vestir d'etiqueta sinó com a símbol de reconeixement.

### **Capítol 5- La dimensió comunicativa de la corbata: teories de referència**

Elaborem una ressenya de les disciplines i teories de referència sobre la comunicació per tal de fer palès l'abast comunicatiu de la corbata, per això es fa recerca a la comunicació no verbal, a la semiòtica, a la teoria Gestalt i a

l'interaccionisme simbòlic per veure les possibles relacions en què hi podem ubicar la corbata.

### **Capítol 6- La corbata en la recerca**

En aquest capítol elaborem una revisió bibliogràfica sobre els principals estudis vinculats que s'han fet sobre la corbata.

La segona part presenta un estudi qualitatiu que explora l'estat actual de l'ús de la corbata i el seu valor.

### **Capítol 7- Preguntes d'investigació i metodologia**

Aplicant la Grounded Theory es realitza un estudi amb entrevistes en profunditat a experts d'elit sobre la corbata.

### **Capítol 8- Resultats**

En aquest capítol exposem els resultats obtinguts de les entrevistes en profunditat.

### **Capítol 9- Conclusions**

Apartat final amb les conclusions que hem obtingut després de realitzar les entrevistes en profunditat. A més exposem les limitacions i les línies de futur que es pot continuar en l'estudi de la corbata en l'àmbit comunicatiu.

# 2

**APROXIMACIÓ HISTÒRICA I  
FUNCIONAL AL VESTIT I ALS  
COMPLEMENTES DE L'HOME**

## **2.1. Vestir-se: per què?**

2.1.1. La decoració

2.1.2. El pudor

2.1.3. La protecció

## **2.2. Etapes històriques del vestit**

## **2.3. La funció comunicativa del vestit**

## 2.1. Vestir-se: per què?

A través de les restes arqueològiques, pintures i escultures s'ha tingut coneixement de l'evolució del vestit al llarg de la història. En qualsevol etapa històrica, les persones sempre han usat algun element o algun recurs per tal de cobrir parts del seu cos o per decorar la seva pell. El vestit ha estat una forma d'expressar-se a cada època: la barrera creada per obtenir seguretat, la demostració de cada estament social, l'exhibició de la riquesa i també de la pobresa, la confirmació d'autoritat o de desobediència. Des dels seus inicis, el vestit ha servit per marcar diferències i similituds. Certes peces de roba han distingit els dos sexes, com per exemple els pantalons dels homes i les faldilles de les dones. També s'ha emprat la roba per tal d'identificar socialment els individus, ja sigui establint codis per particularitzar classes socials, com la toga dels patricis romans, o per reconèixer altres tipus de grups socials, com el cas de les bates blanques dels metges. El sociòleg francès Pierre Bourdieu, al seu llibre *La Distinción* (2012: 199-205), anomena *habitus* les pautes de conducta i de pensament d'un mateix entorn social. Amb aquest concepte s'il·lustra el fet que les persones d'una mateixa posició social tendeixin a compartir estils de vida i gustos semblants. Al seu torn, Alison Lurie, en el seu llibre *El lenguaje de la moda* (2011: 237), indica que un objectiu bàsic del vestit és diferenciar els homes de les dones fomentant l'activitat eròtica:

Una función importante de la ropa ha sido fomentar la actividad erótica. [...] Un objetivo básico del vestido es, por tanto, diferenciar a los hombres de las mujeres. En algunas épocas esta separación es absoluta: lo que un hombre puede llevar sin ningún problema no se lo puede poner una mujer y viceversa.

i afegeix que quan hi ha moltes diferències en el vestit entre homes i dones l'índex de natalitat acostuma a ser més alt; en canvi, en les etapes en què les peces de vestir són sexualment intercanviables, l'índex de natalitat és més baix.

Como cabía esperar, en estas épocas el índice de natalidad suele ser alto. En otras épocas, como la nuestra, muchas prendas de vestir son sexualmente intercambiables, y el índice de natalidad es más bajo (Lurie 2011: 237).

Aquesta distinció, segons l'autora, comença en el moment que naixem. L'assignació de la roba del lletet, les joguines, els mobles de l'habitació, etcètera, fixen diferències entre nens i nenes. El rosa ha estat el color associat a la sensibilitat, i el color blau, al servei, fet que suggereix que les nenes «s'interessaran pel futur, i els nens, per guanyar-se la vida».

Val a dir, però, que la introducció de les noves tecnologies en la producció tèxtil, que determinarà l'arribada del prêt-à-porter, així com la democratització en l'accés a la informació, han permès diluir alguns d'aquests codis, i avui, moltes peces de roba poden ser igualment portades tant per una dona com per un home —els texans en són un clar exemple—, de la mateixa manera que en els entorns laborals ja no es noten tantes diferències.

No obstant això, es continua intentant establir diferenciacions entre classes socials: les marques distingeixen el poder adquisitiu del consumidor. Escollir i poder accedir a algunes marques s'associa a la nostra economia i al nostre rol social. Les tribus urbanes, per la seva banda, també subratllen aquestes dissemblances envers els altres, ja que són grups que, a través de les seves robes i la seva forma de vestir, busquen diferenciar-se de les masses socials.

En tot cas, que les persones ens vestim no és un acte casual ni fortuït. Cal esbrinar, per tant, quins són els motius pels quals les persones triem i usem certs tipus de roba i complements.

No és senzill elaborar una història completa sobre l'evolució del vestit. La historiadora de la moda Ivonne Deslandres (1998: 25) afirma que, a causa de la complexitat de la història del vestit, no hi ha cap període que pugui ser estudiat disposant de tota la informació que seria desitjable:

Un repaso sumario a las múltiples categorías de documentos que pueden ser consultados, mostrará la extrema complejidad de las investigaciones en este dominio, pues no hay ningún período en la historia del *traje* – ni siquiera el que estamos viviendo – del que se posean todos los elementos de información deseables. Admitiendo que tengamos a la vez un *traje*, su imagen, su precio, el nombre de quien lo ha llevado y en qué fecha, la ocasión para la que se confeccionó y el nombre de su creador, nos faltará aún lo esencial, es decir, el conocimiento de ese lazo inefable, por informulado, que existe entre el hombre y su ropa, o quizás, aún mejor, entre el hombre y su imagen (Deslandres, 1998: 25)

El que sí és clar és que els humans ja fa més de mil anys que ens vestim, per què ho fem? John Carl Flügel (1964: 13-15), autor de l'obra *Psicología del vestido*, afirma que el vestit té tres propòsits principals: **la decoració, la protecció i el pudor**. Segons l'autor, els elements decoratius van conduir a l'adopció i adaptació de la vestimenta i, per tant, el principal motiu per vestir-se va ser la decoració: «Existen pueblos que no visten, pero no pueblos que no se decoran». Posteriorment, aquest psicoanalista va assegurar que els humans es vestiren per protecció i per pudor.

### 2.1.1. La decoració

Els estudis de psicoanàlisi ens han demostrat que al llarg de l'evolució del vestit hi ha peces de roba o complementes que tenen una simbologia fàl·lica, i les sabates o la corbata en són uns bons exemples (Flügel, 1964: 24). Si ens endinsem en la diferència entre l'home i la dona en el llenguatge del vestit al llarg de tota la seva evolució, en la dona «ha estat una alternativa d'exhibició i de pudor, en canvi en l'home ha estat sobretot simbòlic, a causa del fet que el cos femení s'ha viscut com una atracció sexual i l'home com una atracció dels seus genitals» (Eco *et al.*, 1949: 32).

Al llarg de la història podem observar diferents tribus en què la decoració servia, entre altres motius, per ostentar els triomfs. Els primitius, per exemple, exhibien les seves victòries decorant-se amb elements que recordaven que en algun moment la seva força, la seva valentia i habilitat, els havien fet guanyar la lluita, ja fos davant d'animals o d'humans. Però no només s'utilitzava per demostrar els èxits, sinó que també va ser un bon mitjà per intimidar i amenaçar aquells a qui se'ls podia provocar algun mal. La importància de l'ornamentació per mostrar-se davant dels altres va generar en les civilitzacions primitives la utilització de diferents menes de decoració: la cicatrització, els tatuatges, la pintura, la mutilació, la deformació, la perruqueria o la manicura. L'entrada a la pubertat, per exemple, en molts pobles primitius es demostrava amb diferents classes de **mutilacions**: forats a les orelles, al nas, estiraments de llavis, cintures estretes... La mutilació és un tipus de decoració que expressa la identitat en el grup i també és una forma d'exhibició. Pel que fa a la **cicatrització**, l'altre tipus de decoració, l'individu utilitza els senyals i efectes de les ferides per



ostentar la virtut de ser un autèntic guerrer i supervivent després de la lluita, com a forma d'expressió, de demostració de valentia i força.

Però els homes i les dones no només exhibeixen cicatrius de lluita, sinó també dibuixos amb formes geomètriques i artístiques per embellir la pell del rostre o el cos. Els **tatuatges**, una altra forma decorativa, s'identifiquen o volen expressar un missatge en forma de dibuix, escrit o formes marcades a la pell. El **maquillatge**, per altra banda, s'utilitza en diferents tons naturals de la pell per fer més atractiu el rostre: pintallavis, coloret... En diferents èpoques ha tingut una rellevància més gran, com és el cas d'aclarir la cara de color blanc per representar pal·lidesa i la piga negra per destacar encara més el blanc de la pell. Algunes tribus es pinten de manera exagerada per terroritzar els esperits dolents o per fer por a l'enemic.

En l'actualitat la majoria d'aquests tipus de decoració se segueixen utilitzant: la cicatrització, els pírcings, els tatuatges, el maquillatge i la mutilació. Alguns objectius segueixen sent els mateixos: la individualització, l'adscripció a certs grups socials, les creences, tradicions; altres objectius són nous, com la rebel·lia o la necessitat de reafirmar-se.

### 2.1.2. El pudor

Flügel (1964: 17) sosté que, a banda de la decoració, ens vestim per pudor. L'autor afirma que pot ser «contradictori» si ho comparem amb la funció de decoració, atès que el pudor impel·leix a amagar, a tapar quelcom; en canvi, amb la decoració s'exhibeix per embellir. Aquesta oposició entre la decoració i el pudor és el fet més important en tota la psicologia de la vestimenta: a través del vestit es vol satisfer al mateix temps el pudor i l'exhibició. Flügel (1964: 19-20) ho descriu d'aquesta manera:

La vestimenta sirve para cubrir el cuerpo y gratificar así el impulso de pudor. Pero al mismo tiempo puede realzar su belleza, y ésta fue probablemente su función más primitiva. Cuando la tendencia exhibicionista pasa del cuerpo desnudo al cuerpo vestido, puede satisfacerse con mucho menos oposición que cuando éstas se enfrentan con el cuerpo en estado de naturaleza. Sucede como si las dos tendencias fueran satisfechas mediante este nuevo proceso, y la transacción implicada se transforma, en consecuencia, en algo relativamente estable.

El pudor, és un impuls amb una inclinació més negativa que positiva. Se sent pudor i s'evita d'exposar el cos despullat i es mira de protegir les parts més íntimes, però també és un impuls social contra formes d'exhibició i contra la ruptura dels codis establerts. Se sent pudor en les situacions públiques en què es participa quan la forma de vestir escollida no ha estat l'adequada, s'experimenta pudor davant les altres persones quan sentim vergonya, però també apareix en casos en què volem obstaculitzar o frenar el desig sexual, per prevenir o evitar la desaprovació dels altres (Flügel, 1964: 68).

La bellesa física de cada persona és important a l'hora de valorar la seva predisposició a l'exhibicionisme i a sentir més o menys pudor. A una persona que socialment sigui considerada atractiva li serà més senzill trobar motius gratificants per exhibir-se; altrament, una persona el físic de la qual sigui poc atractiu intentarà amagar-lo o dissimular-lo.

### 2.1.3. La protecció

Un altre propòsit del vestit és la protecció. Podem utilitzar el vestit per a protegir-nos del fred, de la calor o bé contra enemics, ja siguin animals o humans. Aquestes maneres de protecció s'inclouen en l'anomenada protecció física (Flügel, 1964: 88).

Per evitar el fred o la calor el vestit ha tingut una funció molt important de protecció. Durant la prehistòria, els estudis geològics descriuen que el clima va ser extremadament fred a gran part d'Europa. Al llarg dels períodes del neolític i paleolític, els homes i les dones van descobrir que, a banda de caçar per aconseguir aliment, la pell sobrant de l'animal era un bon element per combatre el fred. Al principi, les pells d'animal no es tractaven, de manera que els individus quedaven molt limitats en els seus moviments i els quedaven parts del cos descobertes. L'evolució de tècniques i eines va permetre treballar la pell d'animal per donar-li major flexibilitat i adaptar-la amb més facilitat al cos. Per obtenir mal-leabilitat, James Laver (2005: 12) assenyala el descobriment del mètode de picar la pell o mastegar-la per aconseguir menys duresa i rigidesa. Posteriorment, es milloren aquests processos rudimentaris davant l'evidència que el greix manté la pell flexible molt més temps: van ser els inicis de l'adap-

tació de les pells al cos tot donant-los forma. François Boucher (2009: 32) descriu la diferència en el maneigament de la pell entre els habitants de climes molt freds i les persones que vivien en zones més càlides, que empraven fibres vegetals o animals. Boucher assegura que les persones que vivien en zones més tropicals s'adornaven més que es vestien.

Flügel (1964: 92), a banda de la protecció física, n'exposa un altre tipus, la **protecció màgica**. Les civilitzacions primitives consideraven que les malalties, els accidents i les morts eren fruit d'esperits malignes o del mal d'ull; per aquest motiu es considerava important la utilització d'amulets. Com a exemple d'aquest darrer tipus de protecció, cal fer referència a les tribus dels malais, els papús i els aborígens d'Oceania. Racinet (1888/2007: 44) afirma que els papús duen només un tros de tela per cobrir-se els genitals, un amulet al coll en forma de figura humana i un sabre. El nadiu de les illes Amirante (arxipèlag coral·lí de les Seychelles, a l'oceà Índic) se subjectava al coll l'os del braç d'un enemic. Un guerrer viti (natural de l'illa Viti Levu, una de les illes Fiji) duia un collar de petxines o de dents de porc. Aquests casos evidencien la importància de portar amulets com a protecció intangible i màgica.

Flügel (1964: 97) defineix finalment uns tipus de vestits que tenen la funció de protecció davant de possibles perills i també de **protecció moral**. L'autor considera que són peces de roba utilitzades com a símbols però al mateix temps com a instruments d'autocontrol de la persona. Alguns exemples d'aquest tipus de protecció són la indumentària dels mossens, dels frares, dels monjos, de les monges, el nicab... Es protegeixen amb vestits molt llargs que cobreixen tot el cos, i són robes amb colors neutres, poc estridents, tancades i fetes amb teixits gruixuts.

L'estudi de l'evolució de les formes del vestit ens permet comprovar que la indumentària va estretament lligada a la història dels costums, les tradicions, les creences i la tecnologia. L'ornamentació amb trossos vegetals, i posteriorment amb teixits, depenia majoritàriament de la possibilitat de l'entorn on es vivia, però també de les creences. El pas de vestir-se amb pells d'animals a utilitzar les teles teixides va ser complex i complicat, però va permetre que les formes del vestit fossin més estables i uniformes.

## 2.2. Aproximació històrica al vestit

Per entendre la importància del vestit, i en especial les seves funcions, es requereix una breu aproximació a la seva història, des dels inicis, tot passant per les èpoques més significatives, fins a l'actualitat. Atenint-nos als objectius d'aquesta investigació, se centrarà la mirada, especialment en l'evolució del vestit masculí europeu i particularment en les peces de la part del coll.

En el període de **l'Imperi Antic (3150 aC) a Egipte**, els homes i les dones s'abillen amb una túnica com a peça única, amb una obertura al mig per passar-hi el cap i cosida als seus laterals. Vestir a Egipte significa distinció, privilegi de classe i jerarquia (Laver, 2005: 18-48). *"Només les classes lliures són autoritzades a portar vestit"* (Deslandres, 1998: 103).

El vestit de **l'època grega (1200 aC)** consisteix en una simple tela, de lli o de llana prima, de forma rectangular anomenada **quitó** que s'enrotllava per tot el cos sense donar-li cap tipus de forma. Aquest tipus de túnica se subjectava a les espatlles per mitjà de dues fíbules i se cenyia a la cintura per mitjà d'un cinturó o d'un cordó. En els homes, el quitó arriba fins als genolls, en canvi, en les dones i els personatges importants s'allarga fins als peus. A mesura que augmenta la sumptuositat en el vestit, s'elabora amb teixits més refinats i transparents —sense traspasar les lleis sumptuàries que limitaven el luxe, sobretot en els vestits femenins.

Durant **l'època romana (500 aC)** s'utilitza **la toga, el pal·li i l'estola**. La toga era un vestit que s'enrotllava per tot el cos i es portava sobre la túnica; era de diferents colors segons l'acte social i el rang. A diferència de l'època anterior, en què la tela no tenia cap forma, amb la toga s'evidencia l'aspecte semicircular de la peça. Era usat per les classes més altes i els considerats ciutadans. A qui perdia els drets no se li permetia l'ús de la toga, com ara els esclaus, per exemple, que no estaven autoritzats a dur-ne (Racinet, 1888/2007: 32). A partir de l'any 100 dC, la toga es redueix de mida fins a convertir-se en una peça anomenada *pal·li*. Més endavant, se sobreposarà a la toga una banda de tela recollida a les espatlles que arriba fins als peus anomenada *estola* (Puiggarí, 1886/2008: 38).

En l'**Europa medieval del segle v al segle ix**, s'utilitzen la roba interior, les camises, els pantalons i els calçons folgats. J. C. Flügel (1964: 168) sosté que, arran de la caiguda de l'imperi Romà, sorgeix un moviment favorable a implantar els vestits molt més ajustats al cos, ja que els pobles conquerits adopten l'estil de roba més cenyit propi dels invasors nòrdics que viuen en zones fredes. Aquest moviment és reforçat per l'ascetisme cristià, que no considera apropiat ensenyar parts del cos. Aquests tipus de lleis fixen els teixits, color i forma dels vestits. Hi ha limitacions, i marquen fortes diferències entre la noblesa i la resta de classes. Aquestes lleis són dictades per l'Església i la mateixa noblesa. Segons Marino Livolsi *et al.* en el llibre *Psicología del vestir* (1976: 49), el vestit noble de l'edat mitjana representa la pertinença a un estament al qual només es forma part des del naixement. El vestit, per tant, continua posant de manifest la jerarquia social i té una clara voluntat de diferenciació.

Durant l'**Europa medieval del segle x al xii**, les formes del vestit esdevenen sòbries i prenen més rellevància els detalls. S'utilitzen derivats de la seda, el vellut, els brocats i el ras; es perfecciona l'ús de diferents tipus de fils i s'introdueixen els botons i la caputxa (part del mantell), convertint-se més endavant en una característica indispensable en la indumentària (Puiggarí, 1886/2008: 96).

Apareixen el patronatge i el sastre amb gran prestigi. Al principi, el sastre es limitava a elaborar vestits a mida amb teixits que els mateixos clients li subministraven. De manera paral·lela, durant aquesta etapa s'imposa amb força el comerç, i el luxe i l'elegància comencen a estar a l'abast de moltes classes socials, motiu pel qual la noblesa insistirà a obtenir diferents decrets per conservar la seva distinció i diferenciació social envers les altres classes. Es pretén, doncs, controlar el vestit segons la classe social. A la noblesa, però, li apareix una competidora, la burgesia, que voldrà consolidar el seu poder econòmic i vestir de la mateixa manera.

A l'**Europa del segle xiii**, s'imposa el desenvolupament de la vida urbana, i la roba continua essent una expressió de la classe social a la qual es pertany. Destaquen en aquesta època els calçons i les calces (Laver, 2005: 68). Pel que fa als teixits emprats, la llana i la seda s'incorporen amb força. Per altra banda,

és una època amb innovacions tecnològiques decisives: es creen malls idonis per picar la llana i telers horitzontals que són més manejables. Hi haurà diferents tipus de vestits depenent de cada regió.

**Europa, als segles xiv i xv**, viurà l'època de la revolució del vestit. Sorgeixen moltes novetats i apareix el concepte *moda*. Durant aquest període el vestit ja no tindrà un caràcter impersonal, sinó que adquirirà personalitat. Així mateix, no es limitarà a tenir el paper de pertinença a un col·lectiu, sinó que començarà a adquirir una funció individualitzadora. La moda, al seu torn, diferencia clarament els vestits segons els sexes. Deslandres (1998: 120) constata que el primer període de la història del vestit finalitza a mitjan segle xiv, i que es tracta d'una etapa en què el vestit ha estat la manifestació de les classes socials o de la posició social de qui el porta, mentre que el següent segle marca l'inici del vestit com a expressió d'una elecció personal i de gust propi. Per altra banda, la professora Patrizia Calefato, en la seva obra *El sentido del vestir* (2002: 155) assenyala que la moda converteix la indumentària en portadora de desitjos i es carrega de significats socials que venen d'altres universos comunicatius. Amb el temps, el vestit es converteix en un fenomen de manifestacions individuals en la realitat particular de cada moment.

**Al segle xvi**, a Europa s'introdueix el punt, i sorgeix la tendència de confeccionar vestits ampul·losos amb les mànigues molt amples. El vestit en aquest segle mostra l'estatus social: qui utilitza una gorgera, per exemple, evidencia que no li cal treballar perquè té diners. Portar aquesta peça comporta mantenir el cap ben alt, i com més gran i ostentosa, més complicat és moure el cap amb naturalitat i menjar correctament. La figura, en aquest període, és molt més rígida en l'home i expressa una imatge exterior molt aristocràtica. A finals de segle, la roba i els complementes adquireixen un refinament i una elegància molt rellevants.

A principis del **segle xvii, a Europa** el vestit de l'home adquireix un estil militar. La restauració de Carles II va introduir noves peces masculines, i la imatge de l'home canvia: ja no es busca l'elegància sinó l'extravagància. Qualsevol part del cos és una bona excusa per guarnir-la amb cintes: els calçons, les

espatlles, la cintura i la camisa. És el període de la incorporació de les peces innovadores com el jupó o gipó (sense mànigues s'anomena cosset), barrets amb copa alta i ala ampla, gorgeres, botes, perruques i **corbates**. La corbata esdevé una peça important en la vestimenta. El coll ample desapareix perquè no és gaire apropiat dur-lo amb aquest complement.

A les corts es duu un tipus de vestit molt cenyit anomenat *coat*, que arriba fins a les cames, a sobre del qual s'hi porta una peça de vestir lleugera i llarga amb mànigues. També destaca el *vest*, una peça interior característica durant els segles xvii i xviii. Al començament arriba als genolls i fins i tot cobreix els calçons, però s'anirà escurçant progressivament fins a convertir-se en una armilla.

L'**Europa del segle xviii** és el període de les perruques, la casaca, el *traje*, l'armilla, els calçons, el mocador i la **corbata**. La perruca forma part de la vestimenta de l'home i adquireix més envergadura. Quan l'ocasió requereix etiqueta, els homes opten per posar-se una perruca curta que acaba amb un bucle que cobreix la part del coll (Laver, 2005: 132). S'utilitza el mocador, de forma quadrada, de lli, mussolina o seda, que es doblega al voltant del coll; les corbates, com en el segle anterior, es continuen duent. Laver (2005: 139) sosté que l'any 1740 els homes més joves es posen un *stock*, una peça de lli que es lliguen per darrere i normalment porten amb una corbata negra coneguda amb el nom de *solitari*. També s'utilitza la corbata de puntes anomenada ruixa.

Fins al moment, el vestit ha marcat les diferències, i l'aristocràcia s'ha encarregat de pronunciar-ho notablement. Però val a dir que la Revolució Francesa influirà també en la forma de vestir, simplificant-la, unificant-la, per evitar ostentar tantes diferències entre els vestits de les persones opulentes i els vestits de les persones de classes modestes. Un altre aspecte rellevant que es produeix gràcies a la Revolució és l'acceptació social de la jornada laboral: treballar és un fet respectable, ben considerat i, per consegüent, el vestit adquireix molta importància en el lloc de treball.

Aquest segle representa, per altra banda, el principi de l'exposició eròtica per part de les dones, fet que accentua la diferència entre els dos sexes (Flügel, 1964: 141-143). Cal destacar el fet que apareix la moda com a indústria i està a

l'abast de gairebé tothom. Sorgeixen els primers noms de creadors de moda i la figura de l'estilista. La invenció de la filadora i del teler mecànic fa possible una gran elaboració de cotó, sobretot a la Gran Bretanya i Suïssa.

Durant l'**Europa del segle XIX** el vestit masculí canvia profundament. Els talls són simples, austers i rigorosos, sense decoracions, ja que vestir de manera vistosa es considera poc elegant. Les tres peces que duu l'home —jaqueta, armilla i pantaló— són fetes de la mateixa tela i color. S'importa d'Anglaterra un vestit masculí més pràctic, informal i còmode per cavalcar sobre el cavall: el frac. Al principi és un llarg abric; més endavant se n'escurça la part del davant i manté la mida de la part del darrere, fet que dona origen a la levita.

De manera paral·lela, hi ha una gran varietat de jaquetes: el *top coat*, el *Ches-terfield*, el *paletó* i la *jaqueta frac*. S'utilitzen la seda natural, la seda artificial, el cuir, la llana i el punt per confeccionar els pantalons, les armilles, les jaquetes, les corbates, els barrets i el frac.

Convé subratllar que durant aquest període hi ha una notable influència del vestit esportiu en la indumentària masculina. Sorgeixen noves disciplines esportives i cal adaptar el vestit per practicar esport degudament. Igualment, la classe treballadora, davant la creixent prosperitat, es guarneix de forma molt correcta els dies festius i disposa de més temps lliure: és l'inici del *vestit de diumenge*.

Només la corbata posarà una nota de color a l'austeritat dels vestits masculins (Deslandres, 1998: 158), fet que es farà palès, sobretot, en la figura del dandi, que adquireix gran rellevància.

Tomas Carlyle defineix un dandi com

[...] un hombre que lleva *trajes*: un hombre cuyo estado, oficio y existencia consisten en llevar *trajes*. Todas las facultades de su alma, de su espíritu, de su bolsillo y de su persona están heroicamente consagradas a este único fin: llevar los *trajes* de manera que sienten bien; de suerte que, así como otros se visten para vivir, él vive para vestirse (Carlyle, 1905/2014: 130).

El dandi més conegut va ser George Brummel, que destacava per la seva manera de vestir impecable i sense cap arruga. Brummel considerava que la corbata no havia d'anar emmidonada perquè se subjectés adequadament, sinó que s'havia de fer el nus correctament. El professor Pablo Pena (2002: 112), al



seu torn, en el seu article titulat «Dandismo y juventud», descriu la figura de Brummel com «el símbol de l'elegància masculina». El seu estil encara avui es comparteix: «Cabello limpio y bien cepillado, minuciosa higiene personal, *traje* límpidamente cortado y sin la menor arruga».

Brummel, per tant, revoluciona la moda amb la seva peculiar forma de vestir. És considerat el rei de l'elegància i, tot i que no prové de la reialesa, la seva acurada vestimenta i el seu refinament el condueixen a relacionar-se amb l'aristocràcia. La manera com porta la roba i el seu estil personal originen molts admiradors i imitadors. L'anècdota que popularitza Brummel per la seva cura i estil són les hores i hores que es passava davant del mirall per aconseguir un bon nus de la corbata, que normalment duia de color blanc, i cada vegada que se la posava, si no li sortia bé el nus, n'agafava una altra i ho tornava a intentar.

Al seu torn, James Laver descriu com es pot identificar un dandi:

A un dandy se le reconocía no sólo por el corte de su ropa o lo ajustado de sus calzones, sino también por el arreglo de su corbata. El cuello de la camisa se llevaba recto y las puntas que iban hacia las mejillas se mantenían en su sitio por medio de un pañuelo, bien en forma de corbata o de *stock*. Se dice que algunos dandies podían pasarse una mañana entera entretenidos en el arreglo de su corbata (Laver, 2005: 162).

**En l'Europa dels segles xx i xxi**, el vestit de tres peces de l'home arriba a la seva consolidació: pantaló, armilla, americana. La particularitat del vestit d'home és l'elaboració de la jaqueta i els pantalons amb la mateixa tela. Anglaterra va ser el lloc on van sorgir els primers patrons d'aquest tipus de vestit masculí, encara vigents, que es copien i se'n creen noves versions en diferents parts del món (Roetzl, 2005: 91).

A l'entrada del segle xx, Eduard vii (1841-1910), príncep de Gal·les, es va convertir en una icona de la moda masculina, i va deixar un important llegat, com ara el disseny d'un nou coll de camisa —anomenat Windsor, o *full cutaway* a Anglaterra, *scappino* a Itàlia i coll italià a Espanya. Es tractava d'un coll molt obert cap als costats, la qual cosa el portà a crear un nou nus de corbata, el nus Windsor, que descriurem més endavant. El seu estil personal elegant, doncs, creà tendència.

Durant aquests anys, els homes accedeixen a les sastreries de barri per fer-se els vestits a mida. L'elecció de la vestimenta és la mateixa per a les classes altes i mitjanes fins després de la Primera Guerra Mundial: una levita o un jaqué per a ocasions formals, semiformals o de negocis, i un vestit de carrer de tres peces per a ocasions informals. El vestit de carrer està compost per una jaqueta que pot ser recta o creuada, amb una armilla i pantalons de conjunt. S'elaboren en diferents tipus de teixits, però un dels més populars és el *tweed*. A la fi de la Primera Guerra Mundial el vestit de carrer, anomenat vestit de negocis, és universalment adoptat per a totes les ocasions tret de les més formals. La levita i el jaqué es deixen d'utilitzar per a ocasions informals i només s'utilitzen per etiqueta (Blackman, 2009: 12).

Convé destacar que la roba de treball adquireix una influència important durant aquest segle. Fins aleshores, els homes per anar a treballar utilitzen la roba més vella que tenen a casa. Cally Blackman, autora del llibre *100 años de moda masculina* (2009: 50), explica que a inicis d'aquest segle la necessitat econòmica provoca que els treballadors hagin de portar un vestit diari per treballar i guardar el millor que es té al fons d'armari per dur-lo el diumenge, l'únic dia lliure de la setmana. El teixits resistents com la pana, la llana o el texà són emprats per a dissenyar peces de roba laboral.

De la mateixa manera, però, la roba fabricada per tenir una utilitat laboral és, a principis del segle xx, destinada a l'oci o per portar en diferents àmbits. L'exemple més manifest d'això són els texans, pantalons que van sorgir a mitjan segle xix, emprats pels buscadors d'or, passant pels constructors dels grans edificis de Nova York els anys 1910 i 1920 (Blackman, 2009: 50). Per tant, la roba destinada a treballar ha patit una desestructuració, i al segle xxi ja és més difícil identificar-la.

La roba militar, per la seva banda, també ha influenciat el vestit. Molts complements de l'uniforme militar s'han adaptat a la indumentària general i avui formen part del fons d'armari masculí: caçadores dels pilots d'aviació, gavadines, boines... Les tendències de la moda fan ressorgir el popular estampat de camuflatge militar per reproduir-lo en camises, pantalons, roba interior, gorres i mocadors.

Finalment, al llarg del segle xx, la roba esportiva té una gran influència i causa un notable canvi en la roba masculina. El vestit s'adapta a les diferents disciplines esportives que fins aleshores no es practicaven. En aquest segle la consciència pel cos atlètic és determinant per la indumentària.

Durant el segle xx, doncs, hi ha una revolució en el vestit de l'home. Fins feia poc temps, per obtenir un vestit calia fer-lo a mida; ara, amb la proliferació dels grans magatzems, la roba prefabricada s'aconsegueix sense haver d'anar a les sastreries. En aquest sentit, es continua duent a terme la confecció del vestit de sastre però sorgeix el concepte *prêt-a-porter*, roba preparada per emportar-se. Fins aleshores cada disseny era únic o tenia poques tirades, mentre que el *prêt-a-porter* permet crear un model i fer sèries acurades a l'abast de moltes més persones. Per altra banda, l'increment del nivell de vida i la integració dels mitjans de comunicació a la societat de masses, exerceixen un domini molt gran en la moda i en les noves propostes en forma de tendències a l'hora de vestir-se. L'aparell de televisió a les cases, el cinema i la publicitat difonen de manera directa o indirecta estils de vida, peces de roba que fins aleshores no s'havien vist i noves creacions. No només és important aconseguir la peça de roba, sinó que la influència de les marques comercials de la roba adquireix molta transcendència. Es busca la camisa, la corbata, els pantalons, però també la marca comercial. A partir dels anys 50 i sobretot els 60 del segle passat, el sorgiment de grups musicals i cantants repercuteix en la societat a l'hora d'escollir el tipus de vestit. Elvis Presley, amb pantalons acampanats, amb peces brillants a la camisa i a la jaqueta; les corbates negres dels Beatles i les jaquetes de cuir dels Rolling Stones. De manera paral·lela, apareixen subcultures que no volen seguir la línia marcada per la moda popular, i es creen moviments amb valors culturals i ideològics que utilitzen el vestit com a vehicle de comunicació per reivindicar els seus ideals.

Segons Pedro González, al seu llibre *Manual del estilista* (2011: 50-51), aquests estils flueixen sense normes, creen nous llenguatges d'expressió intemporals i es popularitzaran creant formes diferents per vestir-se. Durant el segle xx sorgeixen molts grups amb estils i peculiaritats, amb una vestimenta determinada que expressa la seva manera de pensar, reivindicar i anar contra el corrent social. Grups de joves de l'alta societat com els dandies, que duen mocadors de coll; les corbates de cordó que duen els Teddy Boys, als anys

cinquanta; els *beat*, que neixen a Nova York també als anys cinquanta, amb les seves bufandes llargues; els rockers, amb les caçadores de cuir; els mods; els hippies; els caps rapats; els rapers; els punks i els heavys són algunes de les tribus urbanes més característiques. La música i la moda en aquest segle estan íntimament relacionades. Al seu torn, el cinema també actua com a canal per a difondre la moda i les noves tendències, d'aquí que molts dissenyadors l'aprofiten com a plataforma de difusió per a mostrar els seus dissenys. Els vestits de Cary Grant, els de l'agent OO7 i els abrics llargs del Doctor Zhivago en són exemples representatius.

L'existència del fenomen de la moda a través de la publicitat, la música, el cinema i de les diferents tribus urbanes ha constituït una forma d'expressió en el vestit de l'home posant de manifest la seva manera d'entendre el món.

### **Els inicis del segle XXI**

La forma de vestir canvia en poc temps, el que és tendència o moda avui potser canvia demà. En aquests primers vint anys, hem pogut veure un reflex de la individualitat de cadascú. Som únics, o ens volem sentir únics. Ja no només recorrem a la modista o sastre, sinó que fem les nostres pròpies creacions amb les peces de roba o bé amb els accessoris que tenen una forta importància com a complement en el vestit. La moda durant aquest període de temps no s'oblida del segle passat i ens proposa recuperar el que havia triomfat en etapes dels segle xx: en algunes col·leccions els dissenyadors ho anomenen moda *vintage*.

Un altre dels canvis que s'ha produït en aquests primers anys ha estat la forta sensibilitat i l'interès sobre la producció de la roba. Es vol tenir coneixement del seu procés, consciència per si s'ha respectat el medi ambient i també s'incrementa el valor de les persones que treballen en una indústria o un taller de costura, ja que la seva seguretat i el seu salari interessen als futurs compradors que volen saber com s'han fabricat les peces que compren. Aquest interès per aquest tipus de confecció del vestir l'anomenen la roba sostenible. Alguns dissenyadors hi han volgut prendre part i en les seves marques i col·leccions de temporada no inclouen bosses de pell d'animals o teixits que puguin implicar un patiment en el procés productiu.

L'arribada d'internet a totes les llars ha provocat un canvi de context en el vestir. Tenim accés immediat a tota la informació, tenim a l'abast quines són les tendències, la moda, les col·leccions de temporada, la informació de les marques de roba i dels seus dissenyadors, i quan es presenta alguna novetat en el vestit ho pot saber tothom. La inclusió de dispositius mòbils, *tablets*, ordinadors portàtils a totes les llars, i la incidència de les xarxes socials ha modificat completament no la forma de vestir, sinó l'accés al vestit. Ja no esperem anar a la botiga a comprar la roba que ens agrada, sinó que tenim l'oportunitat de comprar les peces de vestir en línia. S'inicia la compra en línia, ja no només les marques ofereixen els llocs físics per anar a les seves botigues, sinó que entrem en un món virtual on podem adquirir la roba. Les xarxes socials irrompen i són els aparadors per veure la roba que es porta i qui la porta. A l'inici Facebook és un dels llocs virtuals per excel·lència, però segueixen Twitter i, des de fa pocs anys, Instagram, que a través de les imatges és una altra xarxa social d'importància. Ha sorgit un nou perfil, els *influencers*, persones (sobretot molt joves) amb una gran influència i amb molts seguidors que s'han convertit en líders d'opinió. Un accés a la roba, a la manera de vestir que abans era privada i ara es fa pública. Aquests *influencers* són importants per les grans marques de roba i dissenyadors, i s'han convertit en estrelles mediàtiques que influeixen en la forma de vestir dels seus seguidors.

En aquest segle tot just iniciat, el vestit ens indica que ens volem seguir identificant amb la roba i els seus complements. Ens vestim per abrigar-nos, ens desvestim perquè tenim calor, ens vestim per adornar-nos, ens vestim per no anar despullats, ens vestim per seguir-nos identificant amb el tipus de roba que escollim i donem molta importància als seus complements: bosses, mocadors, corbates, fulards, joies, barrets, ulleres, rellotges... però aquest inici de segle XXI ja ens indica que escollim la roba per ser i sentir-nos únics, i se'ns han obert moltes portes per poder-hi accedir fàcilment.

## 2.3. La funció comunicativa del vestit

A banda de les tres funcions principals del vestit proposades per Flügel — **protecció, decoració i pudor**—, un dels objectius d'aquesta investigació és aprofundir en una quarta: **la funció comunicativa**.

Al llarg de la història, el vestit ha actuat com a element identificador. Hem vist com a Egipte significava privilegi de classe; els romans, a través dels colors de la toga, feien palès el rang social a què pertanyia l'individu; a l'època medieval, el vestit continua manifestant les diferències jeràrquiques, però amb una clara voluntat de ressaltar l'opulència; al segle XVIII, les perruques dels advocats eren l'element característic que els identificava; al segle XIX, les peces d'un color determinat descobrien si les persones treballaven al servei de la reialesa o de la noblesa; al segle XX, el blau fosc identifica un policia, el color verd, els agents rurals, i la camisa i la corbata, un banquer o un professor. La roba, al llarg de la història, per tant, ha estat un element clarament identificador, tret que a l'inici del segle XXI encara perdura, tot i que ara les temporades són efímeres, hi ha immediatesa a l'hora d'adquirir les peces de roba i ja no són les grans estrelles del cinema i la música les que creen tendència, sinó que són els líders de les xarxes socials —Instagram, YouTube, Tik Tok, etc.— les que serveixen de model a les marques de roba, atès que els seus nombrosos seguidors s'hi senten fortament identificats i els volen imitar.

El vestit, al seu torn, té un valor social, atès que és un vehicle de comunicació que parla subjectivament, atribueix diferents codis amb els quals, una vegada els unim, esbossem la idea i el perfil de qui tenim al davant per tal d'identificar-lo. Teresa Baró (2012: 156) assenyala que la nostra imatge no deixa de ser una estratègia de comunicació:

El diseño de la imagen forma parte de tu estrategia de comunicación y es uno de los elementos clave y diferenciador de tu marca personal.

En un primer moment, el que podem considerar superflu, banal i de poca importància en el vestit, en realitat amaga l'essència i conté elements i codis significatius. D'aquesta manera, doncs, el vestit estableix una comunicació per

ser interpretada de diferents maneres depenent de les cultures, tradicions, costums, de països, regions o zones on el seu significat no serà el mateix. Umberto Eco ho descrivia així:

Lleva la minifalda: es una muchacha ligera en Catania

Lleva la minifalda: es una muchacha moderna en Milán

Lleva la minifalda: es una muchacha en París

Lleva la minifalda: en Hamburgo, en el Eros: puede que sea un muchacho

(Eco *et al.*, 1976: 11)

La cara, els gestos, la mirada, la manera de caminar són fonts importants de comunicació no verbal. Les persones reaccionem d'una manera o una altra en funció de com se'ns apropa una altra persona. La imatge personal, és a dir, com vestim, com ens pentinem, si duem accessoris..., té un valor comunicatiu i, depenent del context, és un factor de potenciació personal. És evident que la primera impressió que es percep resulta fonamental pel receptor. Però, segons com vestim, a mesura que augmenta la coneixença de la persona, es valida o modifica l'opinió construïda en el primer moment.

La indumentària no és una qüestió banal en la societat en què vivim, sinó que té molts elements susceptibles de ser descodificats de forma significativa. L'home té uns complements en el vestit que l'han ajudat a identificar-se i a crear diferents tipus d'estereotips. Flügel (1964: 64) escriu sobre el sentiment de superioritat o inferioritat segons la utilització de diferents peces de roba:

Si hablamos con una persona enmascarada, y no lo estamos nosotros, sentimos una clara desventaja. En alguna medida; cualquier prenda que tienda (como el velo) a ocultar la cara produce el mismo efecto, y aún las gafas a los anteojos pueden tener la misma consecuencia, ya que hacen más fácil de observar la dirección y los movimientos de la mirada.

Flügel (1964: 96-98) continua dient-nos que portar un vestit fet a mida, el blanc d'una camisa, unes brillants i negres sabates, el gruix del material de la roba, els colls rígids i emmidonats i la solidesa de l'estructura dels vestits, han esdevingut símbols d'un caràcter ferm i d'una moral severa, aconseguint una significació de serietat en els modals i devoció al deure per exhibir al món exterior la seva força, fermesa i immunitat davant de la distracció frívola.

Umberto Eco *et al.* (1976: 18) assegura que el vestit té expressivitat:

Es expresivo el hecho de que yo me presente por la mañana en la oficina con una corbata ordinaria a rayas, es expresivo el hecho de que de repente la substituya por una corbata psicodélica, es expresivo el hecho de que vaya a la reunión del consejo de administración sin corbata.

Els últims cinquanta anys la roba masculina s'ha democratitzat i és uniforme; calen complementes com la corbata, un bon rellotge, un mocador de butxaca, per fer una declaració de personalitat, d'intencions i, fins i tot, de poder.

[...] un hombre de poder, parece poder confundirse cómodamente por la calle con el hombre más común [...]. Sin embargo, siempre habrá una minucia, como un teléfono móvil usado en el momento y en el lugar adecuado, una tarjeta de crédito "importante", un Rolex auténtico, una agenda personalizada, incluso un par de vaqueros o una cazadora de la marca «precisa» capaz de declarar al mundo el rol de poder de ese hombre en ese mismo mundo (Calefato, 2002: 91).

Quintas (2010) assegura que la moda respon a un sistema de comunicació no verbal. Alguns autors com Fred Davis (1992) van voler seguir la línia d'Umberto Eco quan afirmava que "la *indumentària és comunicació*". Els dos autors, creuen que els estils de la indumentària i les modes han constituït un codi.

El primer rasgo de este código reside en que depende del contexto; en función del portador de la indumentaria, el lugar o la ocasión, el significado será diferente. La segunda característica del código está en su alto grado de variabilidad social, es decir, el código no significa lo mismo para todos los miembros de la sociedad en el mismo periodo de tiempo. Y por último, lo que él denomina undercoding, siguiendo a Eco. De forma resumida se puede decir que esta situación ocurre cuando, en ausencia de reglas de interpretación fiables, las personas suponen o deducen, a menudo inconscientemente, significados en un texto u otra comunicación (Quintas, 2010: 201).

Per tant, no hi ha dubte que l'home ha utilitzat el vestit com a vehicle de comunicació per mostrar que forma part d'un grup social, per expressar estats d'ànim o opinions i a la vegada fer ostentació dels privilegis que això comporta. Volem continuar essent acceptats pel nostre grup social, però alhora necessitem potenciar el nostre individualisme per diferenciar-nos de les masses i reclamar el nostre propi poder. Malgrat tot, al cap i a la fi l'objectiu segueix essent el mateix: vestir per comunicar.





3

LA CORBATA

### 3.1. Breu història de la corbata

### 3.2. Característiques essencials de la corbata

3.2.1. Mides

3.2.2. Estampats

3.2.3. Materials

3.2.4. Les millors corbates. Marques

3.2.5. Els complements de la corbata

### 3.3. El nus de la corbata

3.3.1. Els tipus de nusos més comuns

3.3.2. La camisa i el coll de la camisa

3.3.2.1. La camisa i el coll de la camisa

3.3.2.2. El coll de la camisa

3.3.3. Obres imprescindibles sobre el nus de la corbata

### 3.4. Funcions de la corbata

## 3.1. Breu història de la corbata

Una corbata és un tros de tela llarga que es porta nuada al coll. Tant la poden usar els homes com les dones, però, tot i així, socialment es considera un complement de vestir masculí. Amb tot, als anys 30, l'actriu Marlene Dietrich popularitzà aquest complement en les seves imatges públiques (Lurie,2011: 255). Els anys 90, films com *Pretty woman* utilitzen la corbata per projectar erotisme per part de la dona davant de l'home. En els darrers temps, l'any 2011 l'autora britànica Erika Mitchem, amb el pseudònim E.L. James, va escriure l'obra *Cinquanta ombres de Grey* (Fifty shades of Grey), que es va adaptar al cinema, en la qual també recorria en diverses escenes a la corbata per mostrar poder, erotisme i sofisticació.

La corbata és un element que ha passat per diferents processos abans d'arribar als models que coneixem actualment. Originàriament es tractava de mocadors embolcallats al coll, lligats amb diferents tipus de nusos, que van anar adquirint formes distintes per a la decoració del vestit.

Les primeres imatges de la cultura occidental que ens remetien a una corbata són els relleus que apareixen a la Columna Trajana de Roma (114 dC), en què els legionaris representats duïen una mena d'adornament en forma de mocador lligat al coll. Aquesta troballa ja ens revela que el mocador al coll és un símbol d'identificació grupal.

Però també trobem mocadors al coll en les cultures orientals. Tot i així, no podem deixar de citar l'autora Sara Gibbings i la seva obra *The Tie. Trends and traditions (1990: 8)*, que posa de manifest la importància de la resta arqueològica dels Guerrers de Terracota de Xí'an, exèrcit situat al mausoleu del primer emperador xinès, ShihHuang Ti<sup>1</sup> (260-209 aC), descobert l'any 1974 per un grup de camperols. Una tomba amb més de 7.500 soldats de pedra, amb tots els detalls de la vestimenta i tots abillats amb una mena de mocador al coll. No se sap la significació ni el motiu per què els 7.500 soldats porten una peça de roba al voltant del coll; és un misteri sense resoldre.

En el capítol anterior hem comentat la importància que ha tingut per a la humanitat protegir i decorar la part del coll. A començament del segle XVI, els homes portaven escot per ensenyar la part superior de la camisa, que es frunzia per mitjà d'una cinta que s'enflava al seu interior. Calia estirar la cinta al voltant del coll per aconseguir el que es coneixeria a mitjan segle com la gorgera (Laver, 2005: 83). En els seus inicis com a peça d'indumentària, la gorgera és un mocador molt fi, generalment de color blanc i en la seva majoria transparent, que té la funció de tapar el coll o l'escot en les dones. Es tracta d'una peça que al llarg de tot el segle és acollida a tot Europa i que tant homes com dones utilitzaran. La seva acceptació estava condicionada pels relats narrats pels viatgers holandesos que explicaven com els prínceps de Sumatra protegien les seves camises del greix del cabell amb collars de mussolina blanca, que més endavant s'adornarà amb puntes (Deslandres, 1998: 137). A mesura que avança el segle, s'amplia el diàmetre d'aquest complement. Posar-se gorgera implica que la persona que la du hagi de mantenir el cap molt dret i tingui dificultat per moure's; amb tot, es considera un signe evident de

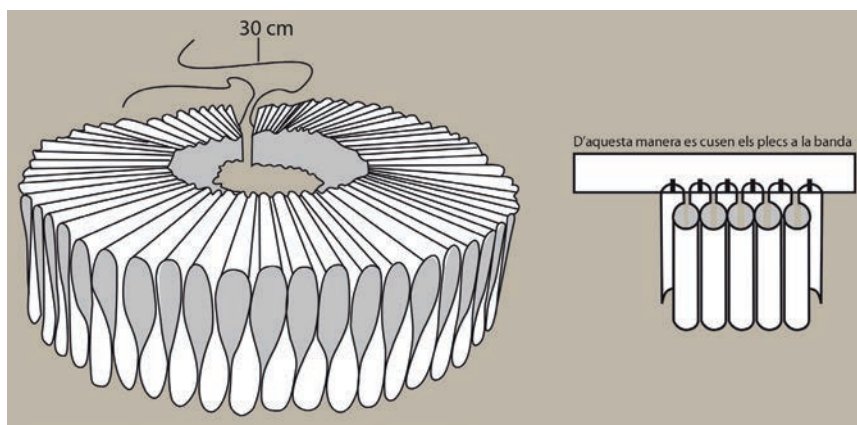
---

1 L'emperador ShihHuang Ti, conegut popularment com a Qin ShiHuangdi, és un cap militar que ascendeix durant la unificació de la Xina el 221 abans de Crist. Té autoritat per sobre de molts homes del camp i els utilitza com a esclaus per a construir la Gran Muralla i, d'aquesta manera, tenir lliures les seves tropes per protegir l'imperi i moure's molt ràpidament. Té obsessió i pànic per la mort; fins hi tot fa viatjar missatgers al Tibet i a l'Índia per aconseguir l'eternitat i gaudir sempre més del poder. Hi ha la hipòtesi que el varen persuadir o va comprendre i/o acceptar que no podia evitar la mort. Llavors es va fer construir la seva pròpia tomba al costat de la ciutat. En un primer moment, el seu propòsit va ser intentar sacrificar tot un exèrcit perquè el poguessin acompanyar a l'eternitat, però el convencen que es facin una a una les rèpliques dels soldats. Els més grans artistes de l'època i escultors són cridats a fer aquest monument majestuós: 7.500 soldats duent cadascun d'ells un mocador al coll. Es tracta d'un misteri que encara no està del tot resolt, el motiu de trobar en una tomba tants soldats esculpits en pedra, tot i que la hipòtesi més avalada és la preocupació de l'emperador per la mort i el desig que el seu exèrcit l'acompanyés a l'altre món quan morís (Gibbings, 1990: 8).

privilegi aristocràtic. James Laver (2005: 93) afirma que la gorgera «constitueix un exemple de component jeràrquic en el vestit», utilitzada per homes i dones com a complement revelador de la classe social i també considerat «un principi de seducció».

La gorgera va adquirir la significació social de pertinença al grup de classe alta i un indicatiu que evidenciava que no calia treballar perquè la riquesa permetia que ho fessin els altres, per tant, no tothom podia dur gorgeres. James Laver (2005: 92) argumenta que, observant els retrats de la cort de tot Europa, els personatges estaven drets i amb una cama més endavant que l'altra, amb una actitud arrogant que la gorgera intensificava. Es pot considerar la gorgera, per tant, la precursora de la corbata; ambdues enteses com un símbol jeràrquic.

Al segle XVII desapareixen els volants d'encaix i el voltant del coll de la camisa es complementa amb una peça semblant a un mocador de mussolina blanca amb un nus al coll. La gorgera fou substituïda per una espècie de collarí que correntment s'anomenava Mèdicis, que es va fer popular perquè apareixia als retrats de Maria de Mèdici. La diferència bàsica entre la gorgera i el Mèdicis va ser que aquest collarí tenia forma de ventall, constituït per plecs que envoltaven el coll i arribaven a la part posterior del cap (Deslandres, 1998: 142-145).



**IMATGE 02.** Creació d'una gorgera

**Font:** elaboració pròpia

Bernhard Roetzel, a la seva obra *El Caballero* (2005: 72), comenta que a mitjan segle XVII els mocadors de coll formen part de la vestimenta de l'home com a clars exponents de persona opulenta, com va ser el rei Carles II d'Anglaterra

l'any 1660. Els mocadors de coll, aleshores, adquireixen la simbologia de riquesa i distinció. Els primers mocadors es descriuen com atrevits i efeminats. El rei Lluís XIV es presenta públicament amb aquests primers llaços, que es creu que van ser creats per Louise de la Vallière, una de les seves amants. La solapa té la semblança d'una corbata de llaç.

Tot i així, durant molt de temps es cregué que l'origen de la corbata calia trobar-lo en els croats, en motiu dels llaços que duïen al coll durant la guerra dels Trenta Anys (1618-48). Cada exèrcit es distingia per tal de ser reconegut. Deslandres (1998: 238) ho desxifra com «la troballa dels signes de reconeixement. Els oficials duïen mocadors de diferents colors: blancs pels francesos, vermells pels alemanys, blaus pels suecs i taronges pels holandesos».

Alan Flusser (2010) explica que el 1660 en la celebració de la victòria difícil sobre Turquia, un regiment d'hússars de Croàcia —aleshores part de l'imperi austrohongarès— van anar de visita a París per ser presentats com a herois davant de Lluís XIV, un monarca popular pel seu interès en els detalls personals. En aquesta ocasió els soldats duïen mocadors de seda de colors brillants al voltant del coll. Aquests tipus de complement va despertar l'interès del monarca i va acabar sent copiada pels francesos i convertida en tota una insígnia de la reialesa. L'anomenaran croat, terme que donarà peu al que coneixerem més endavant com a corbata.

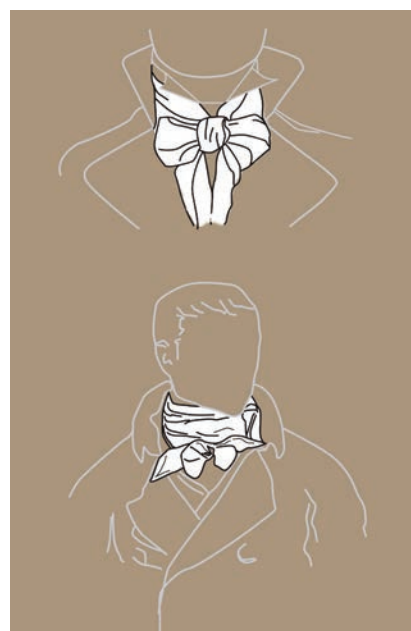


Katy Werlin (2010) en el seu bloc sobre la història de la moda explica que el 1692, a la batalla de Steenkerque, es troben documentades corbates lligades als botons de les armilles dels soldats. Estan nuades de manera fluixa i amb poc estil a causa de la guerra, atès que no hi havia temps per cordar-se-les adequadament, d'aquí que aquest tipus de corbata es conegui amb el nom de corbata Steenkerque.

**IMATGE 03.** Dibuix d'una ruixa  
**Font:** elaboració pròpia

En el mateix segle XVII apareix el que s'anomena ruixa, un complement decoratiu que realça el vestit de l'home. Està format per trossos de tela amb plecs que en un inici estan cosits a l'obertura frontal de la camisa, i són de puntes, de seda o d'altres teixits, normalment de color blanc i amb els extrems adornats. La caiguda de les bandes s'anomena rabat. La moda ha fet reviure aquesta peça, que en l'actualitat està integrada a les camises de dones, i no com un complement separat com fou al principi.

Durant el segle XVIII apareix un complement de roba anomenat bandana, un mocador que s'enrotlla al voltant del coll i que s'estreny amb un nus en forma de llaç, amb una semblança al prototip actual que coneixem de la corbata (Roetzel, 2005: 72). El campió de boxa britànic James Belcher va fer popular aquest complement, ja que tenia el costum de dur aquest tipus de mocador amb els seus colors preferits i ajustat com si fos una corbata. A causa de la projecció internacional d'aquest boxador, es popularitza i s'estén la fama d'aquest tipus de mocador –que rep el nom de mocador Belcher o mocador de coll de Belcher en honor al seu cognom– i la seva forma de dur-lo (Roetzel, 2005: 72).



**IMATGE 04.** Bandana.  
Mocador de coll de Belcher  
**Font:** elaboració pròpia

Ramón Piqué, a la seva obra *Vestimenta y protocolo* (2008: 32), ens explica la importància del sorgiment dels macaronis a Anglaterra, que amb un estil molt extravagant i poc discret, portaven perruques, vestits brodats i xalines, una mena de bufandes llargues amb un nus gran, que més endavant van passar a ser les corbates blanques, populars pels seus nusos, i que avui dia trobaríem excessivament grans.



Arriba el moment d'apostar per la simplicitat i perfecció a l'hora de vestir i substituir l'extravagància que fins aleshores havia adquirit protagonisme. Al llarg de la segona meitat del segle XIX sorgeix un tipus de mocador lligat al coll anomenat *Ascot*, usat en els vestits característics dels assistents, majoritàriament britànics, a l'hipòdrom d'*Ascot Heath*, a Anglaterra, on es popularitza aquest estil a la cèlebre trobada anual Royal Ascot. Als Estats Units, l'*Ascot* és sinònim de corbata.



**IMATGE 05.** Exemple d'*Ascot*

**Font:** elaboració pròpia

Roetzel (2005: 72) sosté que el 1880 els membres de l'Oxford's University Exeter College es posaven les cintes dels barrets de palla lligades al voltant del coll. El 25 de juny d'aquest mateix any van demanar al seu sastre que confeccionés corbates amb els colors que corresponien al seu club, i d'aquesta manera molts clubs i col·legis anglesos van sumar-se a aquesta moda. Es considera que va ser el tipus de corbata precursora del que es coneix avui com a corbata corporativa o de regiment, l'origen de la qual és a la Gran Bretanya, i que utilitzen diferents col·legis i clubs. Cada grup té la seva combinació de color, gruix de les ratlles o estampat per identificar-se. Cal dominar els colors i els estampats més coneguts per no confondre's i portar-la pel carrer, si no es pertany a algun club concret, universitat, o col·legi<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Paul Keers, autor del llibre *El guardarropa del perfecto caballero*, explica que el Sr. George Thomas, quan es va incorporar al Parlament com a diputat pel sud de Gal·les, aleshores molt jove i inexpert, va sorprendre la classe més conservadora del Parlament per portar una corbata del Col·legi Eton. Quan se li va demanar si s'havia adonat de la corbata que portava, ell va admetre que l'havia comprat en un supermercat: no havia adquirit l'aprenentatge del llenguatge de les corbates de regiment (1989: 16).

No tots els organismes adoptaren diferents formats de ratlles, sinó que també es van tenir en compte corbates llises i d'un color, com és el cas de la corbata rosa del popular *club de rem Leander* (Leander Club). En l'actualitat, la firma britànica Benson & Clegg, ubicada a Londres, està especialitzada en l'elaboració de corbates de regiments militars, de les forces aèries, d'universitats, de col·legis i de clubs. Diverses marques de roba han introduït en les seves col·leccions corbates de regiment, com és el cas de la firma nord-americana Brooks Brothers; les seves corbates de ratlles s'han convertit en una icona.

El 1900 sorgeixen les corbates **estampades**, de les quals es parlarà amb més detall en un altre apartat. Però no podem deixar d'esmentar que a partir d'aquell mateix any una sèrie de diferents carrers de Londres són batejats amb el nom de Savile Row, el punt neuràlgic del món de la sastreria on acudeixen els homes més rics d'Europa, l'aristocràcia i la reialesa. Sastreries i botigues amb els millors complements masculins: barrets, vestits a mida, perruquers... Si un home vol ser elegant, li caldrà visitar Savile Row. Però no tothom té l'accés econòmic per a comprar-hi, i es creen altres zones per fer-se vestits a mida més barats, i a mitjan segle sorgeixen molts magatzems amb roba prefabricada.

El segle xx serà l'etapa que sorgeix la corbata amb l'aspecte i forma de confecció tal com la coneixem avui dia. Segons Roetzel (2005: 72), la corbata amb la forma actual s'originà l'any 1924, tot i que l'autor especifica que es poden trobar algunes fotografies de la Primera Guerra Mundial amb imatges d'homes duent corbates d'aspecte modern. En els seus inicis, per confeccionar una corbata, es tallava seguint la mateixa direcció que ofería la tela, mentre que l'entretela s'elaborava amb un altre teixit. Els nusos no quedaven del tot estètics, si els valorem amb una mirada actual, pel fet que es veien arrugats. Per altra banda, confeccionant-les amb aquest mètode, hi havia una despesa molt gran de roba. Aleshores, Jesse Langsdorf, un fabricant de llaços de Nova York, va crear la forma actual de la corbata: va tallar la tela en un angle de quaranta-cinc graus i la va elaborar ajuntant tres peces de teixit per, seguidament, unir-les. Des d'aleshores s'han fabricat milions i milions de corbates seguint

aquest patró i forma, algunes produïdes industrialment o de manera artesana, cosides a mà. La corbata que es considera més ben elaborada és de seda pura o de llana, i ha d'estar cosida a mà. Tot i així, l'entretela interior moltes vegades no està fabricada amb seda o llana, per tant, no es pot dir que estigui produïda 100% en seda; el teixit exterior sí, però a l'interior hi hauria aquesta minsa part que seria d'un altre material. Les corbates que són 100% fabricades en seda fan que el preu sigui molt més elevat que les habituals i reben el nom de *seven-fold-tie*, o corbata de set plects. Es necessita molta seda o teixit i consisteix a convertir un tros de quadre de seda en una corbata doblegant-la set vegades (Roetzel, 2005: 76).

A inici del segle XXI es referma el debat sobre l'ús de la corbata. Per una banda, a Espanya el sector empresarial té la possibilitat de no portar-ne durant el *Casual Friday*—els divendres es permet saltar-se els codis de vestir establerts per l'empresa—; i en algunes multinacionals i empreses, la manera de permetre treure's la corbata ja no només és exclusiu pel divendres, sinó molts més dies de la setmana. Algunes, fins i tot, permeten als treballadors treure's la corbata diàriament però posar-se-la quan les visites o compromisos ho requereixen. N'hi ha que han aprofitat l'argument del canvi climàtic per no obligar els treballadors que, durant la temporada d'estiu, portin corbata; una alternativa per estalviar despesa energètica però un canvi en la manera de vestir que es tenia assignada fins aleshores.

La creació de noves empreses que fins aleshores era impensable que existissin, com les empreses d'internet, la majoria de les quals creades per gent jove, ha trencat amb l'estereotip de vestir amb corbata i sedueix molt més el vestir *casual*. Tot i així, alguns sectors com la banca encara avui no es rendeixen a practicar el vestir *casual* i continuen amb el vestit i corbata.

Moltes marques de roba no es rendeixen a eliminar la corbata de les seves col·leccions, sinó que l'adapten per seduir els més joves. Les mides de corbates en algunes marques són més estretes, fet que els atorga un aire molt més modern amb el tipus de teixit i colors adaptats per a nois que no estan habituats a dur-ne; en definitiva, es tracta d'elaborar nous dissenys d'estampats cada temporada per seguir tenint adeptes.

Avui dia, d'aquest complement decoratiu que es duu al coll en diem *corbata*; tot i així, com hem vist en el breu repàs de la seva història, s'ha anomenat de diferents maneres, depenent dels països, de les diferents cultures, dels costums i de les tradicions de cada zona. És per aquest motiu que hem elaborat un petit glossari de mots relacionats amb el nostre objecte d'estudi, que ajudarà el lector a descobrir les diferents aportacions sobre aquest complement.

**Aston**

Tipus de corbata ampla subjectada amb un passador.

**Bandana**

Mocador que es portava doblegat al coll i s'hi feia un nus en forma de llaç, sobretot a Amèrica durant el segle XVIII.

**Band- Bow**

És el terme americà en que es defineix la corbata de llaç. La seva subjecció es fa amb un passador.

**Belcher**

Mocador que es va popularitzar al segle XVIII. Es portava al voltant del coll i s'hi feien nusos. Sarah Gibbings considera que és una de les primeres corbates de colors més populars al segle XVIII.

**Blanket**

Material pesat que serveix per donar volum i rigidesa a la corbata actual.

**Bola**

Està format normalment per una placa rodona, les que es consideren autèntiques estan elaborades de plata o d'or. Aquesta placa està subjectada amb una cadena, normalment feta de cuir i els extrems els cobreixen de plata o metall. Es va fer popular com a corbatí oficial de l'estat d'Arizona.

**Corbatí**

Tira que s'envolta al coll i a la part de davant s'hi elabora un llaç.

**Cravat**

Corbata. Prové de la paraula *cravate*, d'origen croat. Els experts la consideren sinònim d'un Ascot. En català s'anomena xalina.

**Focallium - Focale**

Tipus de bufanda mocador utilitzada pels soldats romans per a protegir-se del fred en les seves conquestes a la Gàl·lia i la Germània, ja que no estaven acostumats a les baixes temperatures d'aquests països.

**Sudarium - Sudari****Fulard**

Mocador de coll, normalment elaborat amb seda natural.

**Four-in-hand**

El seu origen prové d'un club format per joves anglesos on practicaven les carreres de cavalls. Actualment designa la corbata moderna pel tipus de nus més utilitzat.

**Gorgera**

Peça que protegia el coll. La considerem l'inici del que és la corbata en l'actualitat.

**Ruixa**

Tipus de corbata que s'utilitzava durant el segle XVII, composta per plec. En l'actualitat s'utilitza com a complement de diversos vestits oficials. En general és de cotó, llis, i els alts funcionaris acadèmics l'utilitzen de puntes. Els jutges del Tribunal Constitucional Federal alemany utilitzen aquesta peça, en canvi, el Tribunal Constitucional espanyol utilitza corbata.

**Macclesfieldtie**

Nom de la ciutat d'Anglaterra on es treballava la seda i on el 1900 van néixer les corbates estampades, que fins aleshores no s'havien vist mai.

**Militarystock**

Tipus de coll rígid i dur de setí, normalment de color negre. La part davantera podia estar adornada amb un cosit en forma d'arc o cortina. Coll utilitzat habitualment pels militars al segle XVIII.

**OxfordTie**

Va ser l'inici del que es coneix com a corbates acadèmiques, corbates que identificaven la pertinença al col·legi d'Oxford.

**Pallium o Pal-li**

Mantell utilitzat a l'època romana que es plegava enrere per donar l'efecte d'una llarga bufanda penjada al voltant del coll. Més endavant es va convertir en una peça utilitzada per l'Església. El papa utilitza aquesta peça adornada al seu extrem amb una creu de color vermell o negre.

**Schooltie**

Sarah Gibbings afirma que el 1890 les escoles britàniques van començar a dissenyar corbates i corbatins per identificar-se amb l'escola, i més endavant tant escoles públiques com privades van seguir aquesta tendència.

**Self-tipping**

El folre de la punta de la corbata és del mateix material de què està feta la corbata.

**Seven-fold-tie o corbata de set plects**

Corbata elaborada 100% de seda, fins i tot l'entretela, ja que la gran majoria estan fabricades amb un altre material per estalviar aquest teixit car. Bernhard Roetzel (2005: 76) ho defineix com el mètode que gasta molt més teixit alhora d'elaborar una corbata artesanalment i que consisteix a convertir una peça quadrada de seda en una corbata doblegant-la set vegades.

**Stock**

Peça de mussolina que tenia forma de banda amb la qual es feia una o dues voltes al voltant del coll i s'ajustava a la nuca. Va ser una peça utilitzada al segle XVIII.

**Tie Clip – Tie pin**

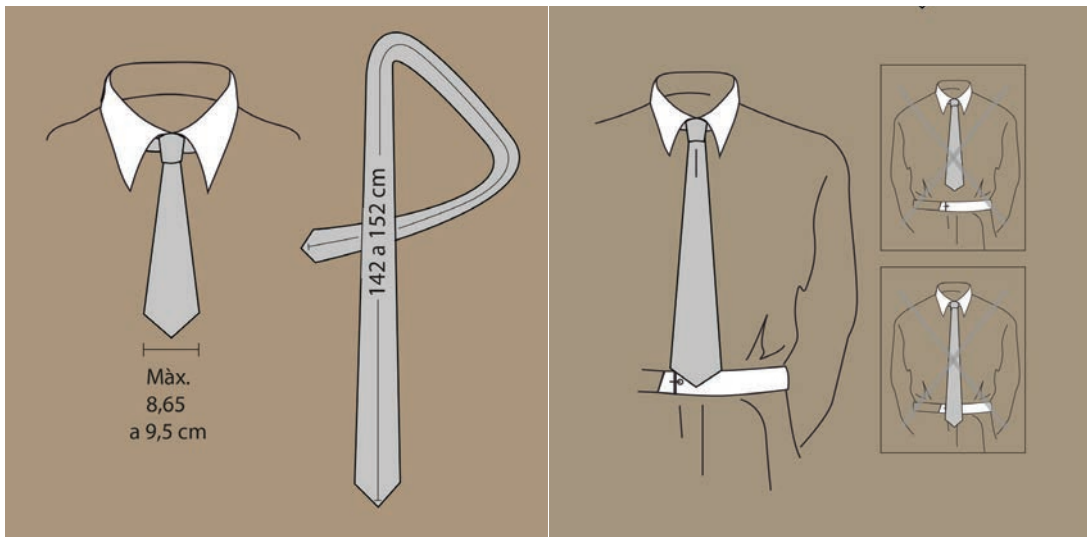
Clip de la corbata que pot ser d'or o de plata per subjectar-la i evitar que es mogui.

**Xalina**

Corbata de panys llargs usada per homes i dones per abrigar-se el coll.

## 3.2. Característiques essencials de la corbata

### 3.2.1. Mides



**IMATGE 06.** Mesures idònies de la corbata

**Font:** elaboració pròpia

Pel que fa a l'amplada estàndard de la corbata, l'angle més ample ha de mesurar entre 8,5 i 9,5 centímetres, tot i que hi ha alguns dissenyadors que les fabriquen molt més estretes per destinar aquest complement al públic més jove. La llargada de la corbata normalment és d'uns 142 centímetres, però algunes corbates arriben als 152 cm. Un cop nuada, la part estreta no hauria d'excedir la part ampla de la corbata, de tal manera que quedi amagada. La llargada correcta de la corbata és fins a la sivella del cinturó, a la cintura; no es considera correcte quan la sobrepassa o, al contrari, quan no acaba d'arribar-hi. Tal com afirmen alguns experts en imatge personal, una corbata molt curta que no arribi fins a l'inici de la cintura sinó que arribi al mig del ventre, té una connotació còmica i poc seriosa.

La finalització del tall varia en alguns models de marques i no té un acabament angular, sinó recte.

### 3.2.2. Estampats

A mesura que la corbata es converteix en un complement del vestit per a qualsevol home, irrompen diferents tipus d'estampats per portar en cada època de l'any: les corbates amb estampats *Macclesfield*, amb franges, amb cercles de diferents mesures, *tweeds*, pota de gall, espigues, ulls de perdiu o ratlles. Normalment les ratlles tenen el dibuix en direcció d'esquerra a dreta per tal de fer-lo coincidir amb la manera que es corda la jaqueta. Paul Keers (1989: 18) afirma que el dibuix de les ratlles de les corbates angleses es tracen des de l'espatlla esquerra en direcció cap a la dreta i, en canvi, en una corbata americana les ratlles van de l'espatlla dreta cap a l'esquerra, perquè els fabricants dels Estats Units tallen la tela per a fer corbates boca avall.

Revisem, tot seguit, els estampats més comuns.

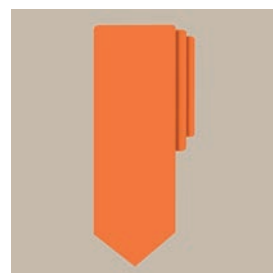
La precursora dels primers estampats s'anomena la ***Macclesfield tie***, nom que prové de la ciutat del nord-oest d'Anglaterra on es treballava la seda crua de l'Índia i la Xina (Roetzel, 2005: 72). El seu estampat es caracteritza pels petits punts de diferents colors, i es considera l'estampat més seriós, refinat i discret per a una corbata.

**Les corbates llises.** Els colors seran escollits segons les preferències de cada home, i és el tipus de corbata més intemporal i més fàcil a l'hora de combinar amb gust si no es té experiència.

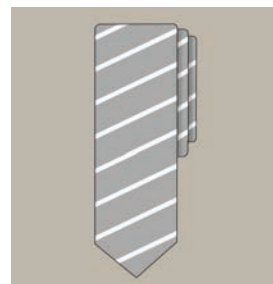
**Les corbates de ratlles** inclinades són de procedència britànica. Van sorgir com a corbata de regiment i han persistit fins a l'actualitat. Poden tenir un disseny de ratlles més gruixudes o més primes o poden ser de diversos colors.



**IMATGE 07.** Estampat corbata *Macclesfield tie*



**IMATGE 08.** Corbates llises



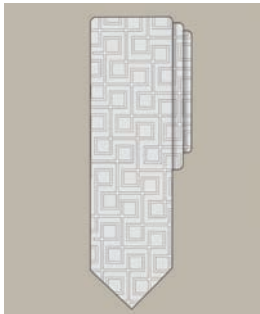
**IMATGE 09.** Estampat corbates de ratlles





**IMATGE 10.** Estampat corbata Paisley o caixmir

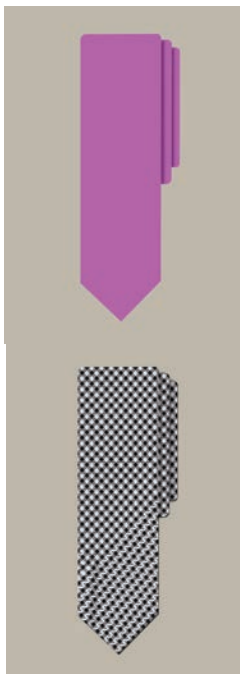
Un altre tipus d'estampat de corbata s'anomena **Paisley o caixmir** per la seva forma de gota. Prové del Perú, on es fabricava un tipus de xal de caixmir molt preuat. Al segle XIX aquest tipus d'estampat es va popularitzar a la cultura anglosaxona. És un estampat de corbata que llueix en vestits i camises discretes i sòbries, defugint les ratlles i els quadres i complements molt decoratius. Els assessors d'imatge la solen recomanar als homes que volen vestir amb classe i elegància.



**IMATGE 11.** Estampat corbata formes geomètriques

L'estampat amb formes **lineals geomètriques** és conegut amb el nom de madràs. Prové de la regió de l'Índia coneguda com a Chennai, on es va popularitzar aquest tipus de dibuix que més endavant va ser introduït pels britànics. És una corbata vistosa pels tipus de colors amb què s'elabora, per tant, no és recomanable dur-la en ocasions formals o mitjanament formals, com seria dur el jaqué o l'*stroller*, sinó que, pel seu estil alegre i desimbolt, és més idoni combinar-la amb un vestit informal.

### 3.2.3. Materials



**IMATGE 12.** Estampat corbata de punt  
**Font:** elaboració pròpia

En general, en qualsevol part del món una corbata de **seda** és considerada la més formal. Les corbates de **llana** i les corbates de **punt** també formen part del vestit de l'home, però la de llana a «Anglaterra és reservada per als caps de setmana i per a la vida rural o de camp, motiu pel qual en moltes universitats i clubs la seva corbata de regiment la porten només amb vestit de *tweed*». La corbata de llana abrigo més que la corbata de seda, i per això es porta sobretot a la tardor i a l'hivern. La corbata de punt, a causa de la seva senzillesa, es considera una corbata difícil de combinar i cal tenir bon ull per a fer-ho. Aquests tipus de corbates combinen amb camises clares o estampades (Roetzel, 2005: 75).

### 3.2.4. Les millors corbates. Marques

Tal com passa amb les marques de roba, amb les corbates també podem distingir marques de renom que elaboren de manera més artesanal i amb materials de més qualitat, que donen lloc a corbates gairebé úniques i exclusives, de les quals esmentem les més rellevants.

Les corbates angleses són un referent per la seva tradició en l'elaboració de les corbates de regiment, de clubs i universitats. El Regne Unit es considera un gran proveïdor de teixits per elaborar les millors corbates. Marques com Turnbull&Asser, Gieves&Hawkes, Hilditch&Key, Harvie& Hudson, Hackett, Benson&Clegg o Drake's, són populars per la seva altíssima qualitat. A Itàlia les corbates de més referència són les corbates E. Marinella, pel seu prestigi i qualitat en la fabricació a mida de les corbates. Però també hi ha marques que confeccionen peces de roba i no obliden la fabricació de corbates, com Zegna, Brookfield, Loro Piana, Les Copains o Salvatore Ferragamo.

Les corbates franceses com Hermès i Charvet són marques de corbates de luxe. Són grans joies convertides en corbates. Les corbates Hermès són populars per la seva originalitat en els estampats i dibuixos, que renoven cada temporada, a banda de les reedicions de dissenys antics. Aquestes corbates tenen un estil inconfusible: *"Quien se pueda permitir una corbata con ese logotipo tan prestigioso, puede participar en el mito de Hermès. Se dice que hay hombres que hacen esto como mínimo cuarenta veces al año, ya que se hacen dos ediciones anuales con veinte diseños cada una"* (Roetzel, 2005: 77). Les corbates Charvet, al seu torn, també són excepcionals, sense oblidar marques que en les seves col·leccions inclouen corbates de gran qualitat com Dior, Givenchy, Yves Saint Laurent o Façonnable. És més important l'exportació de corbates des de la Unió Europea als Estats Units que des d'Amèrica al vell continent. Els americans obtenen un gran assortiment de les millors corbates d'Itàlia, Regne Unit i França. Tot i així, alguna marca americana aconsegueix obrir mercat a la Unió Europea en la confecció de camises, jerseis i també corbates, com és el cas de Ralph Lauren. Les marques de corbates més populars dels Estats Units són Brooks Brothers, de gran qualitat i també les corbates de la marca Gant.

Saber escollir una bona corbata és un repte complex si volem oferir una bona imatge personal, amb estil i que s'identifiqui amb la nostra personalitat. Per tenir unes pautes a l'hora d'escollir una bona corbata, l'empresa italiana E. Marinella, a mitjan segle xx va publicar un decàleg amb deu regles bàsiques per vestir amb encert una corbata.

La corbata és una peça que ha motivat que molts homes tinguin devoció i predilecció per dur-ne.

### DECÀLEG E. MARINELLA

El fundador de la marca Marinella va treballar durant tota la seva vida l'elegància per a l'home realitzant camises emmidonades, barrets de cilindres, polaines i bastons. El sentit del bon gust i el rigor formal eren qualitats imprescindibles en ell. Aquests són alguns dels aprenentatges que el senyor Eugenio Marinella comparteix amb totes aquelles persones interessades en el tema:

1. Com en totes les coses, en la corbata la mida també importa: les mesures correctes de llargada són entre 8,5 i 9,5 cm en el punt més ample.
2. El nus: és important aprendre a fer-lo sense pressionar-lo gaire, per evitar l'efecte forca. Es recomana desfer-lo sempre a la nit i deixar la corbata ben estirada.
3. S'ha d'utilitzar el teixit adequat: seda jacquard per a les corbates de regiment, seda més lleugera tipus fularad per a les corbates estampades, llana i estampats escocesos per a vestir-se d'esport a l'hivern.
4. Una corbata per a cada ocasió: al matí són preferibles corbates de colors clars i estampades, i a la nit cal optar per colors foscos.
5. No es deixi aconsellar i no cedeixi l'elecció de la corbata a ningú: l'única regla és seguir el seu propi instint; escollir una corbata ha de ser un acte irracional.
6. L'instint també ha de seguir una certa lògica. Eviti estampats molt grans i vistosos, les corbates amb un únic dibuix central i les que són excessivament pàl·lides o anodines. Recordi que la corbata és el reflex de la seva personalitat.
7. Preferibles: corbates de colors definits, amb dibuixos petits (pics, rombes, quadres o caixmir) i les corbates de ratlles transversals de dos o tres colors com a màxim.
8. Els colors: la corbata ha de destacar sobre el vestit i la camisa però sense impactar: ha de ser d'un color més fosc que el de la camisa i més intens que el de l'americana o la jaqueta. Sovint, la corbata és l'única nota de color d'una peça de vestir seriosa, però cal parar atenció a no exagerar! Eviti el verd pistatxo, el groc canari, així com el vermell foc i el rosa xiclet. Opti per colors més foscos però no anodins o tons excessivament foscos de bordeus, blau, vermell, verd o marró.
9. La combinació amb la camisa és un camp minat que només pot conduir al bon gust: defugi la superposició d'una corbata gruixuda amb una camisa de quadres o les combinacions de ratlles – corbata de ratlles de regiment amb camisa de ratlles i jaqueta estampada.
10. Mai intenti harmonitzar de la corbata amb el mocador de butxaca: es tracta d'un hàbit inútil i esnob,

#### QUADRE 02. Decàleg E. Marinella

**Font:** Traducció literal del decàleg E. Marinella – <http://www.marinellanapoli.it/en/decalogue.php> (2015).

### 3.2.5. Els complements de la corbata

A partir dels anys vint, per portar corbata era pràcticament obligatori utilitzar una pinça per tal que la corbata no es mogués ni s'arrugués. Principalment eren de metall, d'or o plata, tenien forma de pinça o de U, i la duïen majoritàriament homes que havien de portar corbata durant la seva jornada professional, per això calia que estigués ben subjecta. A mesura que la corbata s'anava instal·lant a tots els fons d'armari masculins, la pinça va anar esdevenint un element purament decoratiu, fins al punt que alguns senyors hi incrustaven l'escut familiar o algun símbol.

Durant molt de temps, l'ús d'aquest complement va quedar obsolet, es va considerar poc modern i es va deixar de fer servir de forma massiva. Amb tot, l'any 2016 va ressorgir la tendència de tornar-ne a dur com a peça decorativa i *vintage*. Un altre element decoratiu per a la corbata és el pin de corbata. A diferència de la pinça, és molt més petit i serveix per fixar la corbata a la camisa, tot i que val a dir que pot arribar a foradar-la. Finalment, cal esmentar les barres o jous, majoritàriament elaborats de metall, que serveixen per unir la corbata exclusivament amb el coll de la camisa. Té dos extrems i es col·loca darrere la corbata.

### 3.3. El nus de la corbata

El nus és l'estructura més important de la corbata; cal habilitat per fer-lo de manera que quedi correcte i tapi el botó de la camisa. A tothom li escau un tipus de nus que, segons la mida del coll, la forma del rostre i el tipus de camisa que s'esculli, proporcionarà més atractiu visual si la combinació ha estat l'encertada. Per altra banda, la selecció d'un nus o un altre, també pot venir donada per l'estètica, la simetria, la mida i la dificultat. En tot cas, com veurem, es tracta d'una tria important, ja que escollir un nus inapropiat pot donar un missatge erroni i desvirtuar l'harmonia del conjunt.

Finalment, no podem passar per alt que el nus, eix central de la corbata, actua com a element del llenguatge no verbal expressant diferents estats d'ànim: és prou explícita la imatge d'un home en estat de tensió que, quan es vol relaxar, si la situació li ho permet, el primer gest que realitza és afliurar el nus de la corbata.

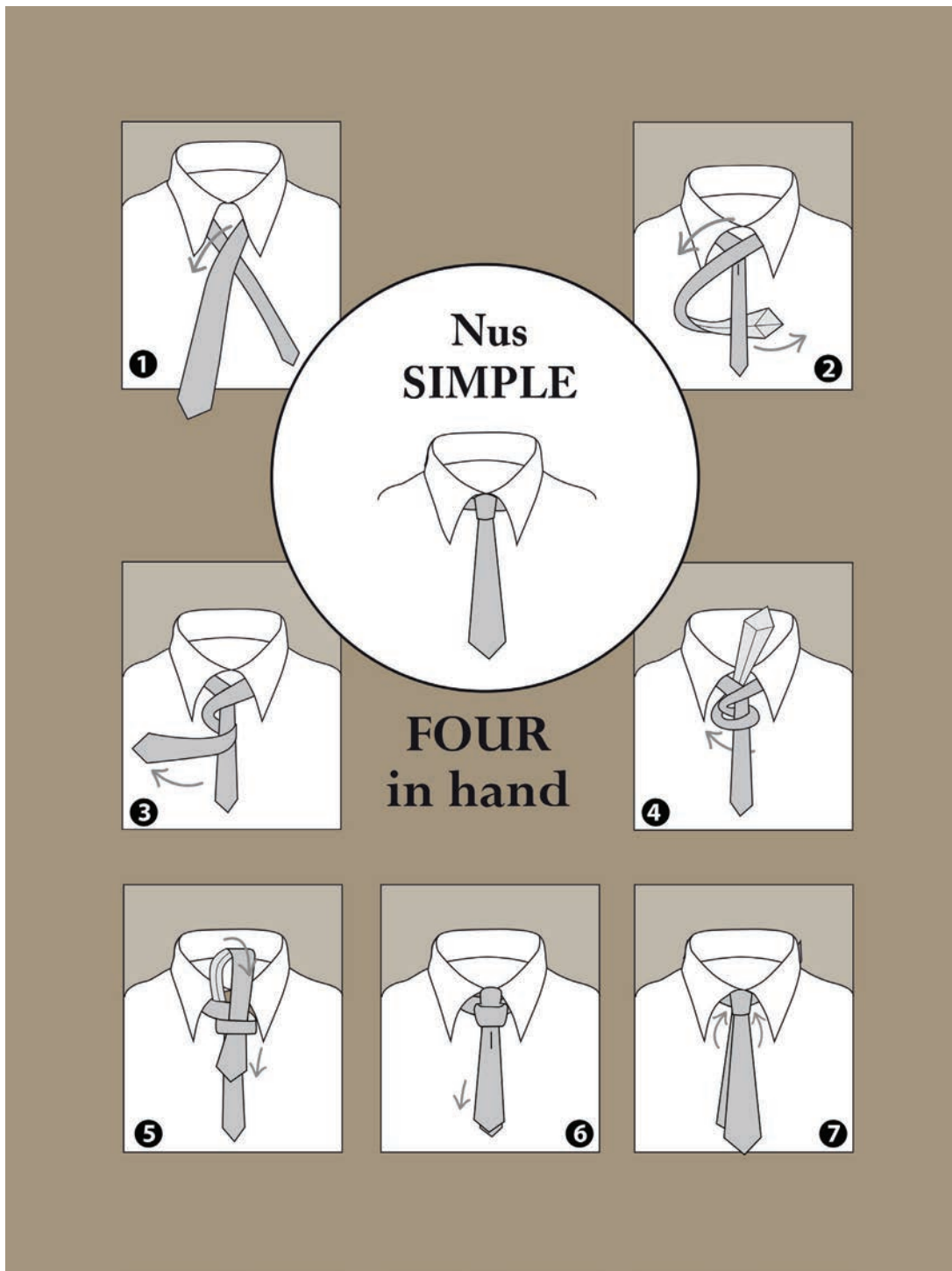
Al llarg del temps, tal com s'exposarà més endavant, s'han publicat diferents obres i treballs sobre els nusos més adequats per a cada ocasió.

#### 3.3.1. Els tipus de nusos més comuns

En l'actualitat els nusos més comuns i pràctics que s'utilitzen en el vestit de l'home són: el nus simple, el nus doble, el nus Windsor i el nus mitjà Windsor. A continuació veurem que en el procés d'elaboració és on recau la diferència.

##### **EI NUS SIMPLE**

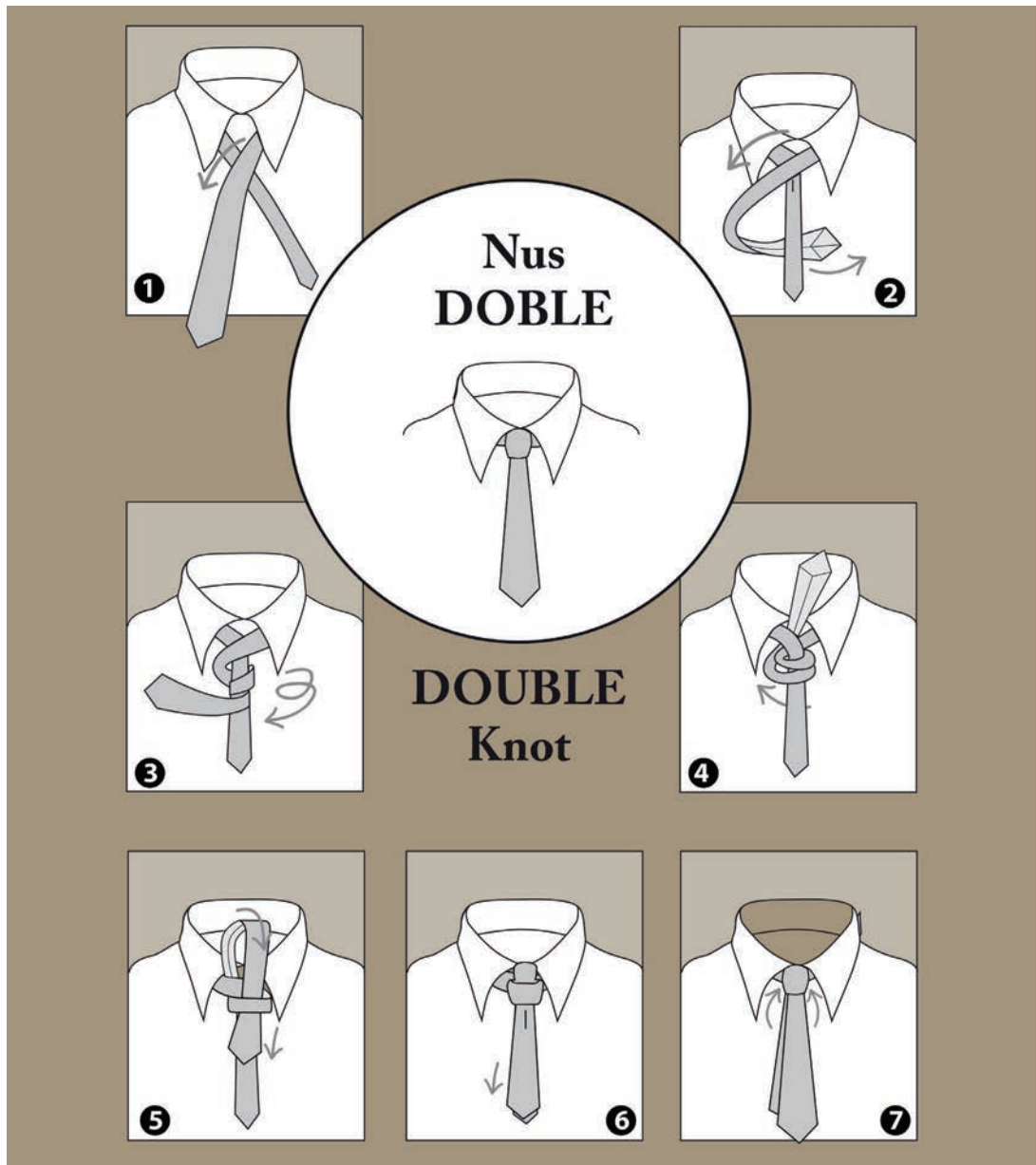
És el tipus de nus conegut també com a nus americà o *four in hand*. Si no es té el costum de dur corbata, és el primer tipus de nus que s'escull per la facilitat amb què s'aconsegueix, ja que és el més bàsic d'elaborar. S'adapta molt bé als diferents colls de camisa. S'aconsegueix amb set passos:



**IMATGE 13.** Procés de realització del nus simple  
**Font:** elaboració pròpia

## EI NUS DOBLE

A diferència del nus senzill, per elaborar el nus doble és necessari fer una altra volta (pas 3). Estèticament té més grossor i la corbata queda més subjecta si es compara amb el nus senzill. És un nus elegant i idoni per a qualsevol coll de camisa.

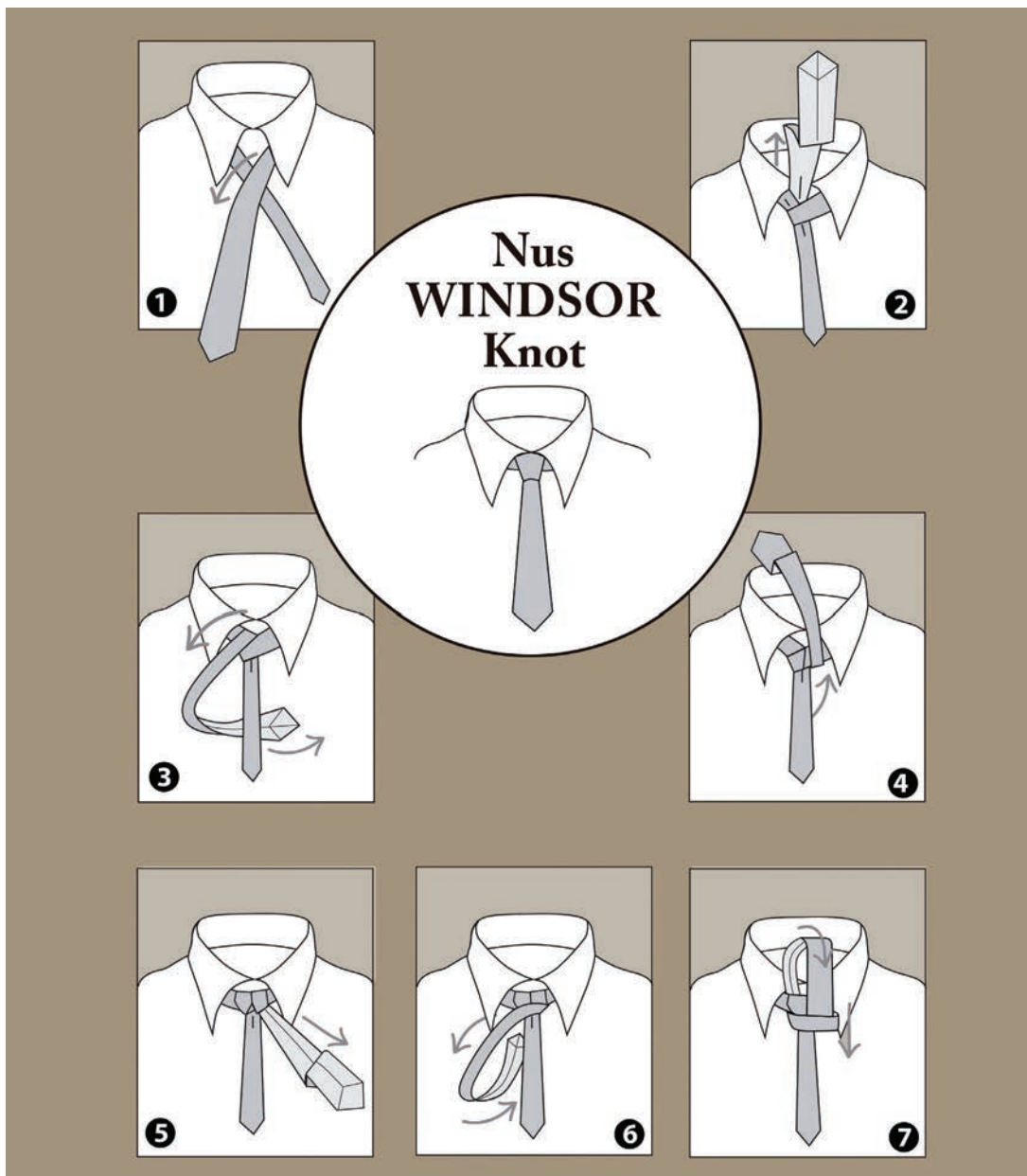


**IMATGE 14.** Procés de realització del nus doble

**Font:** elaboració pròpia

## NUS WINDSOR

Aquest nus es considera el més formal de tots. Té més dificultat de realització perquè es fan dues voltes, motiu pel qual la corbata ha de ser llarga perquè es necessita més teixit per elaborar-lo. El nus és voluminós, per això es recomana sobretot en camises de colls amples perquè es pugui lluir.



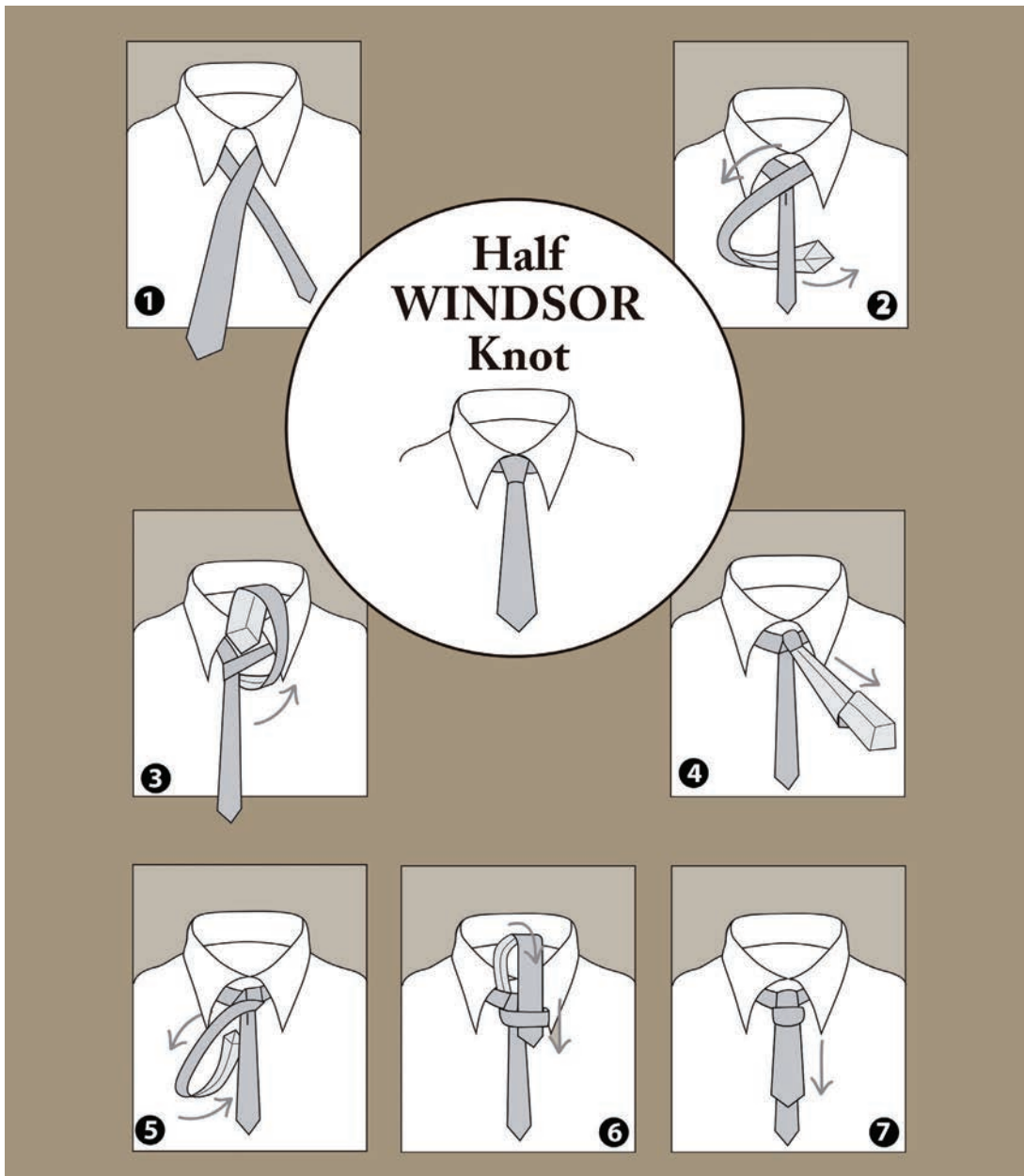
**IMATGE 15.** Procés de realització del nus Windsor

**Font:** elaboració pròpia



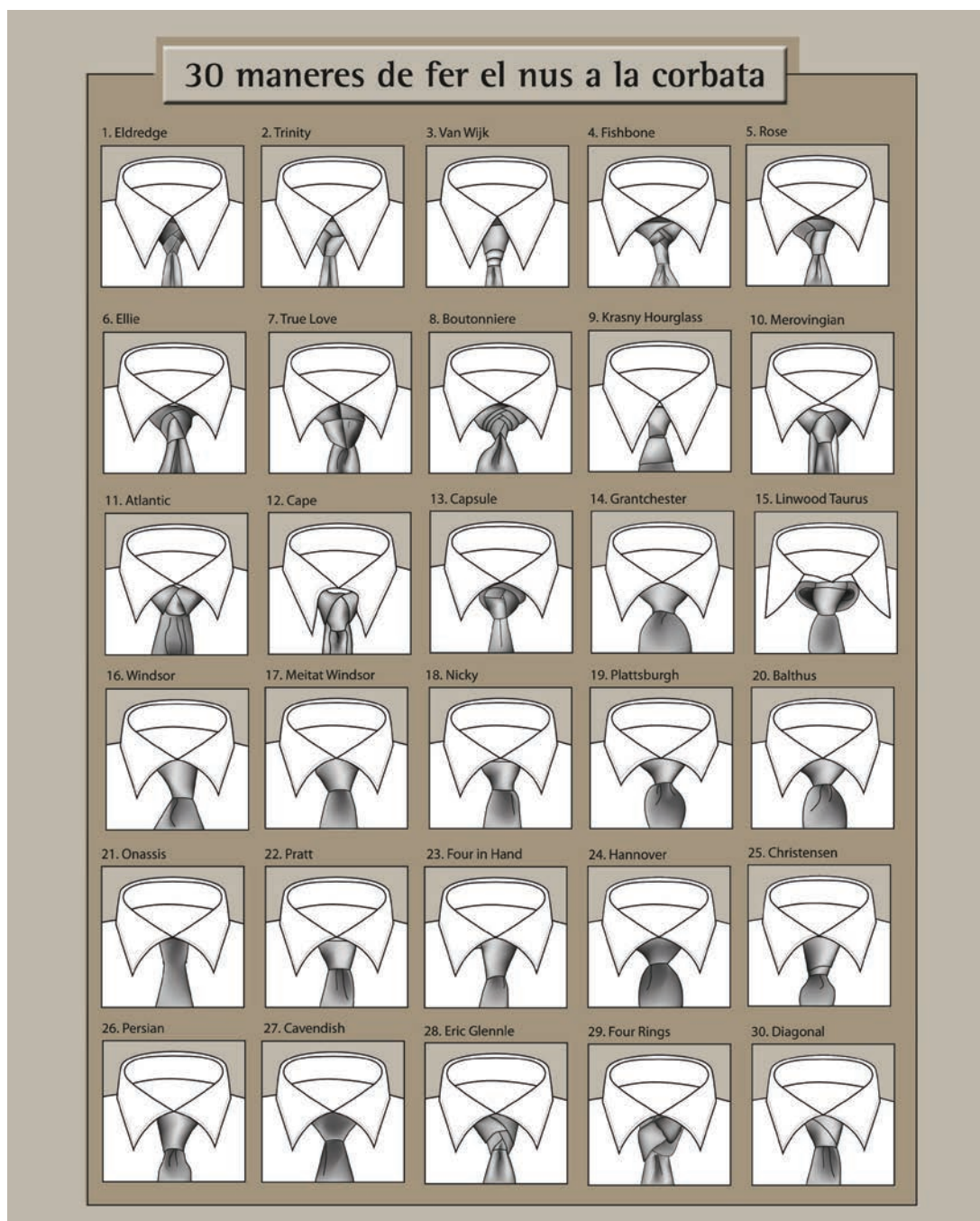
### NUS MITJÀ WINDSOR

Té una gran similitud amb el nus Windsor; la diferència rau en l'elaboració: per realitzar el nus mitjà Windsor cal un volta menys, per això aquest nus no queda tant voluminós.



**IMATGE 16.** Procés de realització del nus Windsor mitjà  
**Font:** elaboració pròpia

Tot i així a la corbata se li pot arribar a fer més nusos complexos i de formes molt diferents.



**IMATGE 17.** Procés de realització de 30 nusos més complexes

**Font:** elaboració pròpia a partir de la web: <https://www.laguiadelvaron.com/30-maneras-diferentes-nudos-corbata/> [22/04/2016]

### 3.3.2. La camisa i el coll de la camisa

#### 3.3.2.1. La camisa

Roetzel (2005: 50) afirma que la primera camisa es va confeccionar a finals del segle XIX, concretament el 1871, a la casa Brown, Davis & Co., d'Aldermanbury, a Londres, on es va registrar la primera patent per a una camisa amb botons, ja que fins aleshores, per portar una camisa calia posar-se-la pel cap. L'interès de la camisa rau en el fet que la part visible és el coll, motiu pel qual es venen diferents tipus de colls i punys de camisa per canviar-los si s'embruten o si es malmeten.

Convé destacar que fins a principis del segle XVIII, la camisa es considera «una peça de roba interior». Potser aquest ús inicial fa que encara avui estigui mal vist treure's l'americana i quedar només en camisa en determinades situacions públiques. Segons mana l'etiqueta, a l'hora d'asseure's a taula davant d'altres comensals, no s'ha de treure mai l'americana i quedar-se en camisa. Si el local del restaurant no està adequadament climatitzat i la màxima autoritat es treu l'americana, llavors serà correcte fer el mateix gest. Amb tot, en un acte formal, no és del tot educat que les autoritats es treguin l'americana i es quedin en camisa.

Roetzel (2005: 50), quan descriu la història de la camisa, argumenta que fins a finals del segle XIX, la camisa blanca era sinònim de distinció. Qui podia vestir camisa blanca feia palès que tenia poder, tenia diners i classe: només anava amb camises blanques qui podia rentar-les sovint i dur-les sempre pulcres i netes.

Les camises amb estampats, ratlles, quadres o grafismes van sorgir a finals del segle XIX, però en un inici van tenir una difícil acceptació, perquè es creia que el motiu de la combinació de colors i estampats era la voluntat d'amagar taques. Per aquesta raó s'explica que es van posar de moda aquests tipus de camises amb el coll i els punys de color blanc per mostrar que seguien sent netes i pulcres.

Orlando Montague, de Troy, Nova York, es considera la persona que va inventar el coll de camisa postís el 1827. En comprovar com les camises del seu

marit tenien més desgast i brutícia a la part del coll que no pas a la resta de la peça, el va tallar i el va cosir de nou amb uns llaços que podia unir altra vegada a la mateixa camisa després de rentar-la. Ebenezer Brown hi va veure possibilitats de negoci: comercialitzar i vendre colls de camisa solts (Keers, 1989: 25).

En l'actualitat no s'escull una camisa per a cada ocasió. Glenn o'Brien (2011: 78), en la seva guia d'estil *How to be a Man*, ho afirma: «But since today anything goes, a man chooses a dress shirt, a sport shirt, or a work shirt more on a whim than out of a sense of occasion».

## El coll de camisa

En el capítol anterior s'explicava que moltes de les tribus feien servir el coll per penjar-hi ornaments identificatius (peces de caça, símbols de la tribu, amulets...). El coll sempre ha estat una part del cos que s'ha tingut en compte per portar-hi elements decoratius i utilitzar-lo per la representació simbòlica a través de diferents objectes. Un altre exemple l'argumenta Alison Lurie (2011: 37) en el seu llibre *Lenguaje de la moda*, on descriu els codis dels diferents colls dels clergues per mostrar diferents missatges:

Hasta hace bien poco las opiniones religiosas de un clérigo se podían deducir por lo que llevaba en el cuello. Si llevaba un cuello normal con una corbata blanca, probablemente era *Low Church y evangélico*. Si llevaba cualquier versión del alzacuellos romano, estaba manifestando así su simpatía hacia el Movimiento de Oxford.

Amb la seva descripció, Alison Lurie ens exposa un exemple de la significació i els codis de llenguatge dels elements decoratius del coll. A banda de la corbata, els elements que vesteixen la part del coll contenen uns codis de comunicació que cada individu utilitza per confirmar o manifestar la seva visió o identificació en un grup social concret.

Conseqüentment, la part del coll de la camisa esdevindrà més important a causa de la informació que mostra el coll escollit, atès que és la part que ens indica quin estil es vol mostrar. Per tant, el coll és el punt focal de la camisa: «Think of your face as a portrait and your shirt collar as its frame» (Flusser,

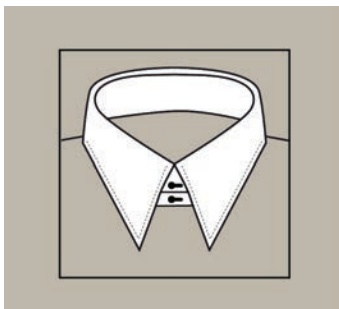
2010: 31). A més, el coll de camisa és una part valuosa a l'hora de seleccionar el que pot quedar millor per al nostre rostre. L'assessor d'imatge José María López-Galiacho (2011: 16) argumenta que una bona relació entre el coll de la camisa i el rostre pot aconseguir aprimar una cara ampla o encongir un rostre allargat. Per aquest motiu, la camisa i el seu coll han estat uns elements importants a l'hora d'escollir la corbata. En aquest sentit, doncs, cal que hi hagi una bona relació entre el coll, el tipus de nus de la corbata i la jaqueta per tal d'aconseguir un equilibri harmoniós i estètic.

Així, doncs, el coll de camisa escollit harmonitzarà la nostra imatge o, al contrari, pot perjudicar-la estèticament. A grans trets, un coll que tingui les puntes més rectes i allargades estilitzarà el rostre; en canvi, un coll amb les puntes de mida mitjana i més curtes equilibrarà una cara més aviat estreta i, finalment, per a rostres més allargats caldrà escollir un coll de camisa més gran.

### 3.3.2.2. El coll de la camisa

#### Diferents tipus de colls

Es distingeixen dos tipus de coll: el coll d'ales i el coll de volta. Per al coll d'ales, que fins a finals del segle XIX era el més utilitzat, es pot optar per un nus de corbata més ample. Actualment és un tipus de coll que gairebé només s'utilitza quan es vesteix frac o esmòquing. Keers, (1989: 24) afirma que quan el coll va deixar de ser alt, al voltant de l'any 1884 es va convertir amb coll de volta i va entrar molta varietat i gamma d'estils.



**Coll anglès o turndown collar:** Està considerat el coll més formal i discret de tots. Té la particularitat que la distància entre les dues puntes pot variar. L'obertura d'aquest tipus de coll és estreta i les seves puntes són allargades. En aquest coll els nusos de les corbates no han de ser gaire amples. Val a dir que no es tracta d'un tipus de coll per lluir un bon nus de corbata.

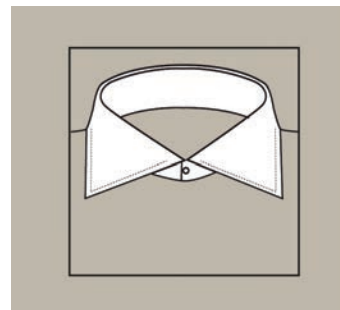
**IMATGE 18.** Coll de camisa anglès  
**Font:** elaboració pròpia

### **Coll italià, *cutaway collar* o *spread collar***

És un coll que destaca molt més que els altres a causa de la gran distància entre les dues puntes de cada pala de la camisa, que tenen tendència a anar cap enrere. Les ales de la camisa són molt més curtes i obertes si es comparen amb les del coll anglès.

En una camisa amb aquest tipus de coll, el nus de la corbata té una visibilitat notable, ja que es tracta d'un coll significatiu per lluir un nus de corbata gran i ample com

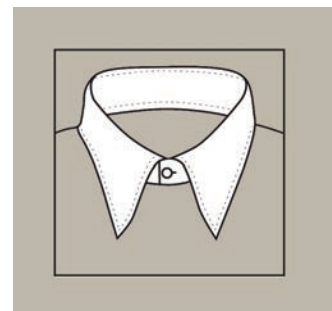
el nus doble Windsor. Per Elisabet Olivé i Montse Guals, autores del llibre *¿Y yo qué me pongo?* (2010: 27), les línies horitzontals d'aquest coll aporten amplitud; per molts estilistes, és el coll més elegant de tots. Per altra banda, cal dir que, a causa de la seva estètica, més moderna i no tan formal, es pot optar per no dur corbata.



**IMATGE 19.** Coll de camisa italià  
**Font:** elaboració pròpia

### **Coll francès**

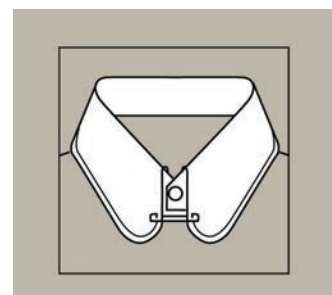
Anomenat en algunes regions coll semiitalià, es caracteritza per ser un coll entre el coll italià i el coll anglès. Les seves puntes no són tan obertes com les del coll italià, ni tampoc tan tancades com les del coll anglès: són més allargades, si les comparem amb les del primer tipus. És, per tant, un terme mitjà. El coll francès és un coll versàtil i aconseguix una estètica per homes clàssics. Aquest coll permet lluir qualsevol tipus de corbata. Des de la passada dècada és molt utilitzat, sobretot al nord d'Europa i Amèrica.



**IMATGE 20.**  
Coll de camisa francès  
**Font:** elaboració pròpia

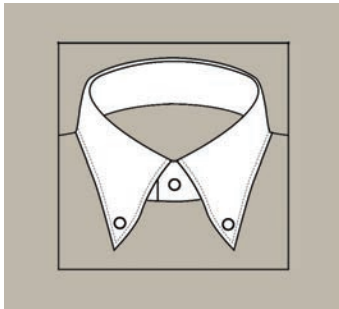
### **Coll americà o *Pin collar***

Es caracteritza per la unió de les puntes a través d'una agulla imperdible, per la qual cosa caldrà que aquestes no estiguin gaires separades. La sèrie televisiva *Mad Men* posà de moda de nou aquest tipus de coll per a camises d'homes.



**IMATGE 21.** Coll de camisa americà Pin collar  
**Font:** elaboració pròpia

### Coll americà, *soft roll collar* o *thebutton-down*

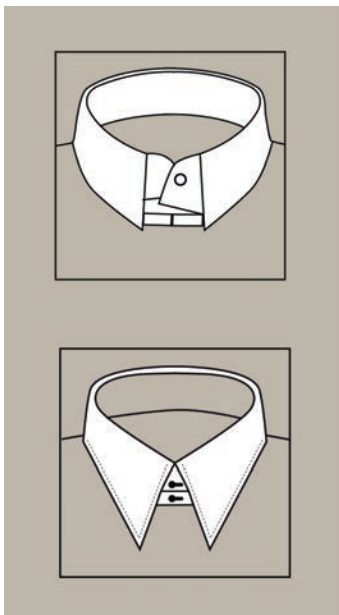


**IMATGE 22.** Coll de camisa americà soft roll collar

**Font:** elaboració pròpia

Tot i que a l'inici s'hi van afegir els botons per utilitzar la camisa per ocasions formals, els botons li donen un estil informal i, per aquest motiu, es considera el tipus de coll menys seriós. Es pot dur amb corbata o sense. Amb corbata vesteix molt més, tot i que alguns estilistes recomanen no dur-ne. L'autèntic *soft roll collar* va ser dissenyat per la marca de camises Brooks Brothers<sup>1</sup>. Amb la inclusió dels botons es volia evitar que les ales de la camisa molestessin els jugadors de polo durant un partit.

### Coll americà amb sivella de roba



**IMATGE 23.** Coll de camisa americà amb sivella de roba

**Font:** elaboració pròpia

És un coll exclusivament americà; a Europa és més difícil veure homes que el duguin. Es tracta d'un coll que únicament pot anar amb corbata, el nus de la qual queda realçat notablement. Per aquest motiu, una persona que no està acostumat a dur corbata habitualment, serà difícil que vesteixi una camisa amb aquest coll.

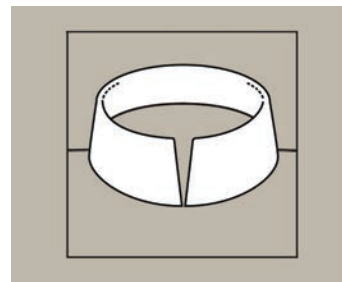
<sup>1</sup> Brooks Brothers és una marca nord-americana de prestigi internacional. Va ser fundada per Henry Sands Brooks l'any 1818. Està considerada la primera marca de roba preparada per endur-se. La seva camisa més popular és la *soft roll collar*, amb botons al coll. El 1890 aquest establiment va introduir la corbata de seda britànica a Amèrica i, uns anys més tard, va introduir la camisa amb botons al coll. Els seus clients més il·lustres, entre els quals hi ha alguns presidents dels Estats Units, són part de la seva gran popularitat. **Font:** <http://ropa.elitista.info/2006/10/brooks-brothers.html>

### El coll Mao

És el coll que no admet cap corbata. N'hi ha de dos tipus: el coll amb una obertura central i el coll totalment tancat, inspirat en la Xina imperial.

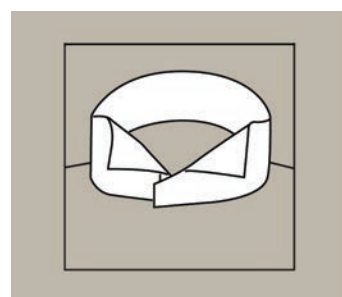
### El coll d'òpera o *wing collar*

És un tipus de coll exclusiu per a celebracions de gala i cerimònies formals. Realça el corbatí. És un coll perfecte per dur corbates, corbatins, fulards o complements per marcar l'elegància de la camisa. Les característiques barnilles a la punta del coll de camisa mantenen la seva posició correcta.



**IMATGE 24.** Coll de camisa Mao

**Font:** elaboració pròpia



**IMATGE 25.** Coll de camisa d'òpera

**Font:** elaboració pròpia

### 3.3.3. Obres imprescindibles sobre el nus de la corbata

En un capítol dedicat a la corbata, no podem passar per alt el que s'ha escrit sobre el nus de la corbata. Des del 1818 fins a l'actualitat trobem les següents obres imprescindibles, en forma de manual, ressenya o llibre, en les quals hom hi trobarà detallat, en clau d'humor i fins i tot de manera científica, el desenvolupament dels diferents tipus de nusos de corbata que es poden fer. Es tracta, doncs, d'un llegat important per al nostre treball si es té en compte la seva vàlua, la seva especificitat i la generositat narrativa quant a detalls, tot i que es tracta de material dispers, difícil d'aconseguir i amb edicions limitades o esgotades, cosa que, al seu torn, aporta valor afegit al nostre estudi.

L'any 1818 es publica a Londres ***Neckclothitania***, el primer manual per aprendre a elaborar els nusos de les corbates de l'època, d'entre els quals hom podia escollir els més adequats per a cada ocasió. L'obra ens mostra casos



com el nus *Oriental Tie*, que s'elabora amb un drap rígid, i t'adverteix que, malgrat la seva rigidesa, no hi ha perill d'ofec. Un altre dels nusos s'anomena *Mathematical Tie*. El seu nom indica la forma triangular en què queda el mocador un cop s'han seguit les indicacions per aconseguir aquest tipus de nus. Pel que fa al nus *Napoleontie*, el manual aconsella el color violeta com el més adequat; un nus d'aspecte molt bonic que, tal com l'autor afirma, " ...permet a l'usuari donar-li una lànguida mirada amorosa" (*Neckclothitania*, 1818/2011: 23). L'obra ens detalla diferents tipus de nusos que per la seva elaboració s'anomenen de diferents maneres, com ara, *OsbaldestonTie*, *AmericanTie*, *Mail CoachTie*, *Therowned'AmourTie*, *Ball RoomTie*, *Horse Collar Tie*, *HuntingTie*, *MaharattaTie*, *Hints*.

(Piqué, 2008: 165) argumenta que més endavant, «el 1827, es va publicar el llibre **L'Art de se mettre la cravatte**, signat per Mr. Émile, Barón de l'Empesè », tot i que sempre hi ha hagut discussió per si realment sota aquest pseudònim hi havia Honoré de Balzac<sup>2</sup>, un personatge elegantíssim de l'època. Es tracta d'una obra que demostra en divuit lliçons les diferents maneres de portar el mocador de coll.

El 1828 H. Le Blanc va escriure **The Art of tying the cravat**, sis lliçons per descobrir els diferents estils i tipus de corbata, i on l'autor ja aleshores afirmava que no hi ha una data precisa per concretar el descobriment del nostre element d'estudi.

El 1830 va tenir molt èxit l'edició del llibre **L'Art de la toilette**, (Piqué, 2008: 165) descriu que és «una obra que es dedica a exposar les setanta-dues maneres diferents de dur la xalina». El diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans defineix xalina com a "*corbata de panys llargs usada per homes i dones per abrigar-se el coll*" (2011: 1746).

---

2 Nascut a Tours, Honoré de Balzac va ser un escriptor francès considerat una gran figura de la literatura universal per les seves novel·les clàssiques. El seu nom original era Honorato Balssa. Entre moltes de les seves obres en destaquem "*Patología de la vida social*", que forma part del projecte *La Comèdia Humana*, escrita amb l'objectiu de fondre totes les seves novel·les en una obra única. La seva intenció va ser oferir un gran retrat de la societat francesa en tots els seus aspectes, des de la Revolució Francesa fins a la seva època. Una de les obres angulars sobre el dandisme literari ha estat el *Tractat de la vida elegant*, la història del gust estètic en el vestir i el comportament social, publicat el 1830.

El 1837 Don Mariano de Rementeris y Fica edita un manual d'urbanitat per a homes anomenat **El hombre fino** en què dedica un capítol a la corbata, que sorprèn com assigna diferents tipus de corbata per a cada ocasió i explica l'elaboració del nus i el motiu pel qual s'ha de portar posat. Entre altres, detalla la corbata per al ball, la corbata gastronòmica, *la corbata à la Gron*, la corbata americana, la corbata de caça (*El hombre fino*, 1837/2001: 161-171).

Més d'un segle més tard, el 1985, (Piqué, 2008: 165) explica que Davide Mosconi i Riccardo Villarosa elaboren una guia amb la descripció de trenta-quatre maneres de fer-se el nus de la corbata; l'obra s'anomena **Getting Knotted**.

Un any més tard, l'any 1986 s'edita el llibre **Elogio a la corbata** de Mariarosa Schiaffino i Irvana Malabarba. El llibre en destaca la presentació de Giovanni Nuvoletti. L'obra es divideix en cinc parts, que explica la corbata des de diferents perspectives. Inicia la primera part amb un elogi a la "bogeria de la corbata", tot seguit explica històries de la corbata, "la corbata en el espejo" que parla dels teixits, els tipus de nusos i els colors, la corbata psicològica i finalitza amb la corbata literària.

Anys més tard, el 2000, els físics Thomas Fink i Yong Mao editen una obra titulada **Les 85 maneres de fer-se el nus de la corbata**. El llibre és el resultat de la investigació sobre l'estudi que publiquen el 1989 a la Universitat de Cambridge. L'obra consisteix a demostrar com fer vuitanta-cinc nusos de corbata diferents a través d'una successió de plecs. Per fer-ho, els autors creen un sistema d'anotació per descriure cada seqüència de plecs.

Per què aquesta quantitat de nusos i no una altra? Van considerar que era la quantitat justa de nusos que es podien fer, fent doblecs a la dreta, a l'esquerra o al centre i creuant la corbata per un nus una única vegada, bo i demostrant que cada plec afectava la manera com podria quedar el nus .

Ramón Piqué, en el seu llibre *Protocolo y vestimenta* (2008: 165), ens assenyala que l'Institut Alemany de la Moda fa una distinció anual a diferents personalitats que destaquen per la seva bona imatge i portin de manera elegant i amb estil la corbata.

L'any 2011 apareix al mercat una aplicació mòbil, el que es coneix com una app, precisament per ajudar i donar a conèixer com es fa un nus de corbata.

L'aplicació s'anomena Tie Sight i el seu funcionament és molt senzill: com si tinguéssim un mirall davant nostre, explica els passos que cal seguir per aconseguir fer un bon nus. Per fer funcionar aquesta aplicació es requereix una càmera web per veure la imatge a la pantalla de l'ordinador<sup>3</sup>.

El 2013 un grup de científics del Reial Institut de Tecnologia d'Estocolm va aconseguir, mitjançant càlculs matemàtics, 177.147 maneres diferents de fer el nus a una corbata<sup>4</sup>. Al llarg del procés, la mateixa punta de la corbata pot entrar diverses vegades al nus, per això van aconseguir 177.147 nusos.

Dan Hirsch, Meredith L. Patterson, Anders Sandberg i Mikael Vejdemo Johansson, formulen aquesta teoria a través de tres símbols: **T**, que segueix el sentit de les agulles del rellotge; **W**, que segueix el sentit contrari de les agulles del rellotge, i **U**, que significa que la punta de la corbata entra en un nus. Seguint diferents ordres de col·locació de les lletres, els investigadors van crear un generador aleatori de nusos de corbata—<http://tieknots.johanssons.org/knownties.html>— que es pot veure amb cada combinació. Els tres moviments: La T, la W i la U es poden combinar entre si onze vegades per nus, a diferència del primer estudi, de Thomas Fink i Yonk Mao, en què hi havia vuit combinacions per nus i seguien la regla que el nus calia que fos cobert per una part plana de la tela de la mateixa corbata, norma que va limitar el nombre de nusos.

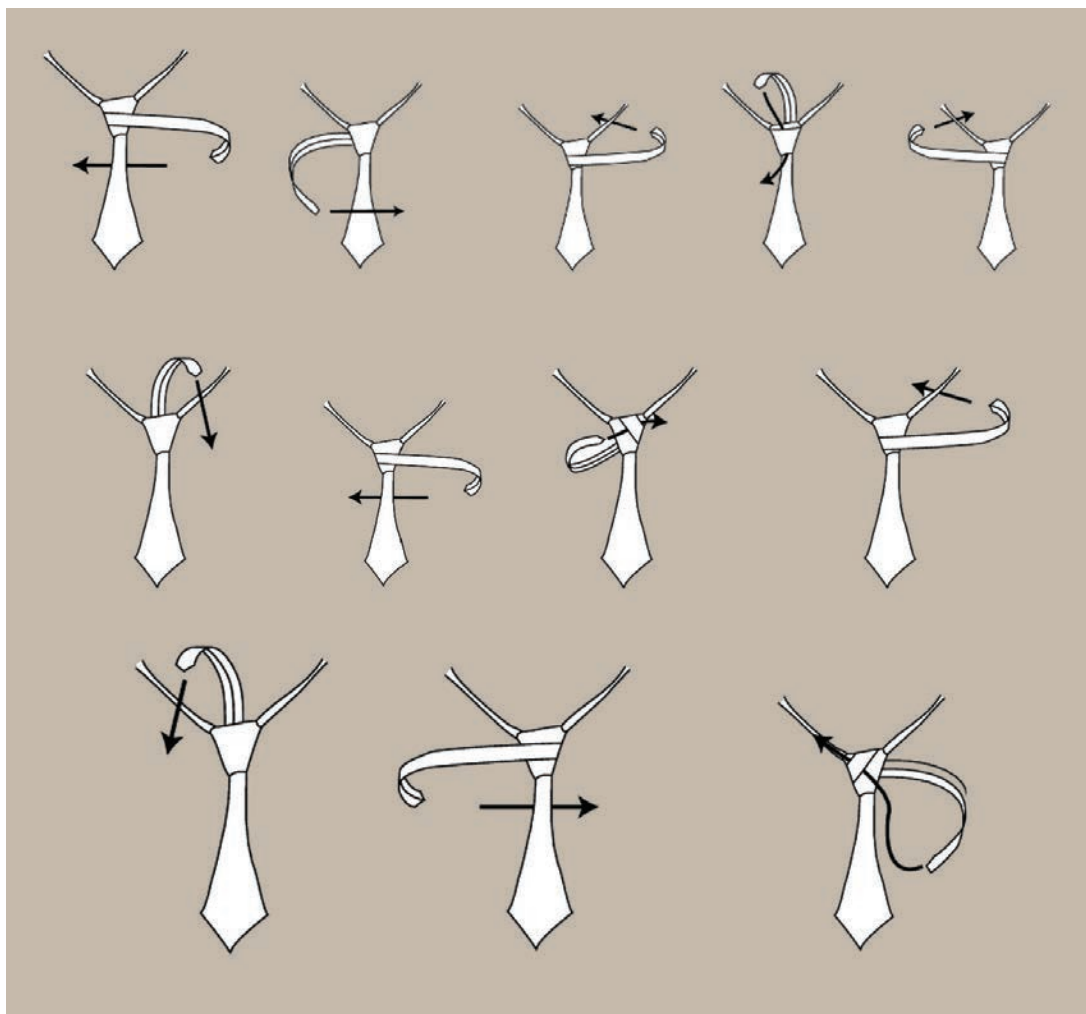
Exemple d'una seqüència de nus.

Llaç: L- 561 amb la seqüència TWWUWTTTUWWWWU

---

3 L'aplicació es pot aconseguir a través de la pàgina web: [http://tiesight.com/EN/TieSight\\_EN/Welcome.html](http://tiesight.com/EN/TieSight_EN/Welcome.html)

4 **HIRSCH**, Dan; Meredith L. Patterson; Anders Sandberg i Mikael Vejdemo-Johansson. "More ties thanwethought" (2014). arXiv:1401.8242v1 [cs.FL].



**IMATGE 26.** Seqüència del procés d'un nus de corbata

**Font:** <http://tieknots.johanssons.org/ties.html> - generador de nusos de corbata.

### 3.4. Funcions de la corbata

Ja hem afirmat que, sobretot als seus inicis, la corbata fa palesa una identificació grupal, un interès per pertànyer a un col·lectiu. Actualment, però, en el ressorgiment de diferents estampats a la corbata per mostrar èxit, hi ha intrínsec un reconeixement individual. La corbata, doncs, genera una xarxa d'identificació de grup, però alhora pot significar poder i èxit individual.

Per altra banda, cal destacar que la corbata s'escull com a element decoratiu i actua com a complement de la indumentària que aconseguix tenir una capacitat interactiva entre els dos sexes per agradar, seduir, convèncer, dominar a través de l'aspecte. Flügel (1964: 131-132) assegura que el sexe femení és més procliu a tenir en compte els elements decoratius en el seu aspecte, més que no pas el masculí; a l'home li havia estat més complicat —per motius tradicionals, culturals, per temor o inseguretats— expressar el seu interès a tenir cura del cos i parar més atenció a la seva vestimenta. L'autor posa en relleu que en els humans es tendeix a confirmar aquesta inclinació; en canvi, en les espècies animals salvatges, en general és al revés: el mascle és molt més ornamental que la femella. Actualment, però, els homes han trencat la tendència de no cuidar-se i les seves eleccions tenen la finalitat d'enfortir i ressaltar la seva bellesa.

La corbata no és un complement superflu en la societat en què vivim, sinó que té molts elements susceptibles de ser descodificats de forma significativa. La corbata ha ajudat l'home a caracteritzar-se i a crear diferents tipus d'estereotips: en funció del color, de la forma, del teixit, percebem diferents estils d'home. Fa alguns anys era senzill deduir a què es dedicava la persona que duia aquest complement: si era banquer, professor, una persona adinerada... Hi ha homes que utilitzen diàriament aquest complement condicionats per la seva feina; d'altres, perquè els agrada i s'hi senten identificats, i una part la detesten o no en porten mai. Però cal advertir que les persones que no duen mai aquesta peça com a complement del vestit, quan tenen una cita important o necessiten fer un pas important en la vida —el dia de la graduació, ser el nuvi o assistir a un casament— no descarten posar-se una corbata. La

gran majoria opta per dur-ne; són encara poques les persones que, tot i no estar acostumades a portar-ne, la rebutgen completament quan s'ha de fer un gest valuós. Això deu ser degut al fet que en els moments més importants o interessants de la vida d'un home, com assenyala Flügel (1964), es busca la satisfacció i tranquil·litat a través de les robes. En un sentit metafòric, té un significat anàleg al triomf: l'home acaba la cacera i ensenya la seva peça com a recompensa; el noi, després d'uns anys d'estudi, aconsegueix la seva graduació, o el promès que, amb tot el seu desig, ha aconseguit casar-se amb la dona estimada.

La formalitat de l'acte, la representació que hem d'exercir, el gest elegant que requereixen algunes ocasions, ens han fet adonar que la corbata, com el vestit, és un complement que comunica. Un símbol que, a través del seu nus, color, dibuix i textura, oferirà una lectura oberta per a la persona que la porta i que nosaltres, com a receptors, llegirem i emetrem un veredict. Alan Flusser, en la seva obra *Style & the man*, descriu la corbata com una icona en la cultura occidental. L'autor considera que és uns dels elements del vestit de l'home que aporta més informació al seu portador, sobretot als inicis del segle xx, que era una crònica de l'educació i posició social de l'home que la duia (Flusser, 2010: 56).

La corbata es considera el complement per excel·lència de l'home; és l'element decoratiu més important que ajuda a manifestar d'una manera positiva o negativa la seva imatge. En motiu de la gran varietat, estils i formes que se'n poden escollir al mercat, triar una corbata és complex. S'ha de saber escollir el teixit, el color i aconseguir el nus més adequat perquè el rostre i el tors quedin en perfecta harmonia. El fet que l'home hagi optat per dur una corbata no vol dir necessàriament que assoleixi una imatge formal, seriosa i que li quedi bé estèticament, sinó que s'ha de dur seguint els paràmetres de la nostra personalitat perquè el resultat sigui favorable i coherent. Seleccionar-la correctament dimensiona positivament el vestit i, oposadament, en ridiculitza la imatge. Contràriament a altres complements de l'home que tenen la característica de ser dissimulats, com el rellotge, els tirants o els botons, la corbata s'exhibeix davant les mirades de tothom. Una corbata excessivament curta, decorada amb dibuixos infantils, amb una imatge gran al centre, o una cor-

bata amb colors excessivament intensos, faran que el receptor atribueixi una imatge negativa o fins i tot còmica a qui la porta. La figura del pallasso s'ha particularitzat en molts moments per dur un gegant corbatí o una corbata de diferents colors, clar exemple per a comprendre que dur una corbata no sempre transmet seriositat.

Glenn O'Brien afirma que la corbata molt sovint es posa per convicció, per manifestar adhesió, lleialtat o solidaritat, però també és capaç d'expressar la individualitat més absoluta i l'excentricitat més desenfrenada:

It seemed that ties, in all their flamboyant uselessness, had the potential to serve as original works of art worn on the person. And so while the tie is often assumed by convention to express membership, allegiance, or solidarity; it is also capable of expressing absolute individuality and unrestrained eccentricity. Ironically the tie can simultaneously express both conformity and rebellion (Glenn O'Brien, 2011: 84).

Al llarg de la història de la vestimenta, l'home s'ha valgut d'alguns elements que, de manera directa o indirecta, han simbolitzat l'òrgan sexual masculí. El paraigua, el bastó o la corbata són utensilis o complements que per la seva forma se'ls té per símbols fàl·lics. A banda de les funcions simples que requereix el fet de dur la roba, hi ha peces que es converteixen en símbols de força moral per l'individu que la porta. Portar un vestit fet a mida, el blanc d'una camisa, unes brillants i negres sabates, la grossor del material de la roba, els colls rígids i emmidonats i la solidesa en l'estructura dels vestits... El teòric Flügel certifica que peces d'aquest tipus han arribat a significar serietat en els modals i devoció al deure per exhibir al món exterior la seva força, fermesa i immunitat davant de la distracció frívola. Les peces estretament ajustades també tenen una significació moral, i aquests tipus de peces contrasten amb les robes més alegres i clares que es consideren més convenients per un dia de festa.

Los cuellos flexibles son vistos como inapropiados para usar durante las operaciones comerciales, porque se supone que su falta de forma rígida revela una correspondiente "dejadez" del que los usa. [...] El cuello duro, que es el signo del deber, es también el símbolo del falo erecto, y en general las prendas masculinas más asociadas con la seriedad y corrección son también las más saturadas de un sutil falicismo (Flügel, 1964: 96-98).

Una de les tradicions no gens protocol·làries però que es manifesta en moltes cerimònies de casament ocorre una vegada està finalitzant l'àpat: els amics més íntims del nuvi, amb tota mena de cridòries i somriures, tallen la corbata al noucasat. Aquesta és una tradició molt estesa al país que es fa per seguidament demanar diners a la resta dels convidats tot fent una recollida i ajudar els nuvis. Amb tot, no deixa de ser una forma de posar murs «ficticis» al nuvi per allargar el temps d'espera i impacientar-lo per acabar romànticament amb la seva dama.


Una vegada analitzada la corbata, podem afirmar que es tracta d'un complement amb una gran càrrega significativa —èxit social, assoliment—, motiu pel qual, com acabem de veure, se li atribueixen nombroses funcions —identificació de grup, element decoratiu, element distintiu, element formal, etc. I és per això que, amb l'afany d'aprofundir en l'estudi de la corbata, la nostra recerca continua en un àmbit social tan concret com és el cerimonial i el protocol, per veure com en l'organització d'actes públics i l'etiqueta la corbata hi és omnipresent.





# 4

**PROTOCOL I ETIQUETA**

- 
- 4.1. Introducció al protocol i l'etiqueta
  - 4.2. El protocol i el seu valor comunicatiu
  - 4.3. L'etiqueta civil del vestit de l'home
  - 4.4. Normativa protocol·lària a l'estat espanyol i a Catalunya  
(Reglaments i ordres)

Al llarg del segle xx era habitual que es requerís l'ús de la corbata per accedir a alguns indrets que socialment eren coneguts com a llocs de «categoria», espais freqüentats per un determinat estament o classe benestant. Qui no recorda veure senyors amb corbata o corbatí esperant per entrar al Liceu de Barcelona? El seu ús era una obligació a l'hora de demanar formalitat en el vestit masculí. Actualment, però, en la gran majoria de llocs no es demana l'ús d'aquest complement, tot i que en determinades cerimònies solemnes, a la mateixa invitació es pot exigir el vestit d'etiqueta, el qual, com veurem, inclou la corbata.

En aquest capítol estudiarem el paper que ha jugat la corbata com a complement indispensable del vestit d'etiqueta de l'home, i com el protocol i l'etiqueta l'han incorporat per tal de convertir-lo en un símbol que, entre d'altres qüestions, serveix per a identificar els mèrits personals, institucionals o empresarials.

Com veurem tot seguit, la corbata ha estat un element important en els àmbits que s'exposen a continuació: en la cerimònia, en l'etiqueta i en el protocol. Actualment, la corbata queda reforçada en la normativa protocol·lària a l'estat espanyol i a Catalunya amb els reglaments i ordres.

## 4.1. Introducció al protocol i l'etiqueta

El protocol ha existit des del moment que sorgeix un grup d'individus que conviuen i es relacionen. L'existència d'estudis històrics sobre el protocol i el cerimonial reafirmen la tesi que al llarg de la història de la humanitat hi ha hagut normes, costums, tradicions que han regit la celebració d'actes importants i que això ha afectat a la manera de vestir. Ja les primeres civilitzacions establiren els primers codis de conducta per organitzar-se i celebrar-hi esdeveniments. Celebraven els canvis d'estacions, ballaven danses i feien rituals per donar la benvinguda a un foraster i escenificaven en diferents representacions les jerarquies de poder davant la comunitat o tribu. *Ritual* prové del llatí *ritus* i, segons el diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans, un ritual és un conjunt de cerimònies d'un culte (2011: 1475). Els rituals, en totes les celebracions i cultures, tenen un valor simbòlic important i se segueixen unes normes per a celebrar-los, atès que són sistemes de representacions simbòliques que cada cultura admet perquè el grup social que s'hi acull se senti identificat i doni sentit a la seva manera d'entendre el món.

### **Què és una cerimònia?**

*El Diccionari de la llengua catalana* de l'Institut d'Estudis Catalans, defineix *cerimònia* com «acte exterior o sèrie d'actes prescrits per llei o costum, en celebració d'una solemnitat. Cerimònies del Culte. La cerimònia de la coronació d'un rei. La cerimònia de la consagració d'una església» (2011: 350). Per tant, una cerimònia és un acte que es pot celebrar de manera pública o privada però que està revestit de solemnitat i que, per tant, es du a terme seguint un reglament o unes normes.

### **Què vol dir etiqueta?**

Algunes vegades el concepte *etiqueta*, conjuntament amb la paraula *cerimonial*, apareixen a la definició de protocol, cosa que pot donar peu que aquests termes es puguin confondre.

El diccionari de la Real Academia Española (versió 23.2 en línia) ho defineix de la següent manera:

Del francès *étiquette*

1. f. Ceremonial de los estilos, usos y costumbre que se debe guardar en actos públicos solemnes.
2. f. Ceremonia en la manera de tratarse las personas particulares o en actos de la vida privada, a diferencia de los usos de confianza o familiaridad.

El mateix diccionari fa esment de la mitja etiqueta i de la locució *d'etiqueta*.

### **media etiqueta**

1. f. Indumentaria masculina formal, por lo común oscura, no rigurosamente protocolaria.

### **de etiqueta**

1. loc. adj. Propio de actos solemnes, según un determinado protocolo.
2. loc. adj. Dicho de un atuendo: Requerido para actos solemnes. U. t. c, loc. adv. *Vestía de etiqueta*.

Fernández Vázquez postula quan va sorgir el primer manual d'etiqueta.

El primer manual de etiqueta data aproximadament de 2.000 anys abans que la pròpia Bíblia. Su autor fue Ptahotep, administrador y visir de Dyedkara-Isesi, faraón del Alto y Bajo Egipto durante la quinta dinastía que daba consejos como el siguiente: «Procura que tu pensamiento sea profundo y tu lengua parca en hablar, guarda silencio porque es un don del que han de venirte muchos bienes». Fueron los egipcios en el año 3000 a.C. los que desarrollaron el primer protocolo y ceremonial de Estado (Fernández Vázquez, 2012: 740).

Val a dir que l'etiqueta serà un aspecte rellevant en les corts europees.

Para los miembros de la capa dominante del ancien régime, su existencia como rentistas hacía posible y forzaba, por ejemplo, la elegancia en el porte y el buen gusto en el sentido de su madura tradición social, como condiciones para estar incluidos y promoverse en su sociedad, a través de las convenciones sociales y la competencia por el prestigio (Elías, 1982: 155).

Existeixen dos tipus d'etiqueta: l'etiqueta civil, destinada al públic en general, i l'etiqueta militar, que s'aplica als estaments i a les categories militars. Tot i això, al llarg d'aquest capítol no ens oblidarem d'algunes vestimentes i emblemes

que fan servir els militars espanyols, el cos dels Mossos d'Esquadra, la policia local i els bombers de la Generalitat de Catalunya.

Els costums, les tradicions, determinaran les regles i normes a seguir respecte a cada peça o vestimenta d'etiqueta, així com també el lloc i l'hora en què s'han d'utilitzar.

El uso de las prendas de etiqueta no depende, generalmente, de las personas que asisten a los actos públicos. Por el contrario, corresponde a los organizadores o anfitriones de un acto determinado y, en su caso, a los jefes de protocolo o de relaciones públicas, decidir la clase de indumentaria que deben llevar los asistentes a los actos, según la naturaleza de éstos, la hora en que se celebren o bien el relieve que aquéllos quieran darles. Ello se hace saber en el tarjetón, saluda o carta que sirve de invitación. Tratándose de carta, puede indicarse en el texto, mientras que en los demás casos, cuando se envía saluda o tarjetón, en la parte inferior de éste, que acompaña al saluda, se acostumbra a poner una expresión ya convenida (López-Nieto, 2007: 113).

Otero (2014: 50) fa un recull interessant de les característiques de l'etiqueta:

1. Es un elemento concreto del ceremonial, el individual.
2. Afecta a todos los elementos personales que conforman la identidad individual en determinados actos o ceremonias (vestido, peinado, ornamentación, gestualidad, posicionamiento, etc.).
3. Es un modo formalmente ceremonioso de comunicación en la vida pública y en momentos solemnes de la vida privada.
4. Tiene un importante valor socializador al unificar estéticamente la apariencia y los comportamientos de los participantes en una ceremonia dotándola de la identidad que la organización desea transmitir.
5. Aparece como una manifestación de respeto hacia el anfitrión y los demás asistentes a ese acto, que se identifican entre sí homogeneizando su presencia pública.
6. Se da en todas las culturas, grupos humanos, tiempos y circunstancias históricas bajo formas diferentes.
7. No existe un modelo único "de etiqueta", cada convocatoria define la que considera apropiada como suya propia.

La etiqueta cambia con las modas y los usos sociales, no es inamovible.

Vist això, podem afirmar que, a grans trets, l'etiqueta aplega el conjunt de formalitats, tant pel que fa a la vestimenta com als modals, que s'han de practicar en tot acte solemne.

### **Però què vol dir protocol?**

La paraula *protocol* prové del llatí *protocollum*, que significa «la primera fulla o tapa encolada d'un manuscrit important amb notes sobre el seu contingut (Urbina, 2005: 27)». El *Diccionari de la llengua catalana* de l'Institut d'Estudis Catalans defineix el terme *protocol* com «el conjunt de regles que cal observar pel que fa a l'etiqueta, les presidències, etc., en les cerimònies i en les relacions oficials» (2011: 1371). El protocol, doncs, són regles, normes que regulen l'organització d'una cerimònia.

A Espanya els fonaments jurídics de les normes protocol·làries són *Las Partidas*. Carmen Martínez, en la seva tesi doctoral, argumenta:

Las Partidas, de Alfonso X de Borgoña, El Sabio (Toledo 1221- Sevilla 1284; rey de Castilla y León 1252-1284), para encontrar los fundamentos jurídicos que sustentan gran parte de las normas protocolarias que rigen hoy en nuestro país y gracias a las cuales quedaba atrás el uso del ceremonial religioso que caracterizó a la Monarquía española hasta ese momento (Martínez, C. 2008: 155).

El Código de las Siete Partidas, uno de los códigos universales más célebres del mundo, abarca todas las ramas del Derecho desde un punto de vista legal, práctico y doctrinal. Escrito en Castilla entre 1256 y 1265, su objetivo era conseguir una cierta uniformidad jurídica del Reino (Martínez, C. 2008: 155).

Els segles XVIII, XIX i inicis del segle XX és una etapa que es considera important pel protocol Europeu perquè s'incideix en el seva composició i millora. Al llarg del segle XVIII es reafirma la jerarquia i el respecte a les categories, als títols i al ceremonial. El concepte de jerarquia neix i es desenvolupa a través de les diferents religions, però a mesura que avança el segle també es comença a utilitzar en l'àmbit polític. Otero (2009: 58) argumenta que «la Revolució Francesa (1789-1792) suposa un parèntesi que incorpora el principi de sobirania popular a la consciència universal, però, en contra del que en ocasions es pensa, no es van abolir les distincions socials a partir del nou estat, ja que si bé es va plantejar la igualtat de tots els ciutadans davant la llei, també es van reconèixer les diferències existents entre ells per mèrit i representació».

Al segle XIX apareixen noves classes socials benestants, i aquest fet va provocar que s'expandissin les regles de comportament social, que es van estendre



en celebracions com ara casaments i funerals. Aleshores recau la importància en el saber fer i en el saber conversar.

Pel que fa a l'Estat, Otero (2009: 64) sosté que «al segle XIX sorgeix la primera normativa específica de protocol apareguda a Espanya». Abans, el país haurà de reconstruir-se arran de la invasió napoleònica.

Sota el regnat d'Isabel II (1843-1868) es promulguen dues disposicions que regulen l'ordenació d'autoritats en actes públics i en les recepcions a palau:

El Reial decret de 17 de maig de 1856 aclareix i determina el lloc que correspon a les autoritats i corporacions en els actes públics i en el ritual de rebre a la cort, i se centra en la presidència dels actes i el sistema de precedències. Podem considerar-lo la primera normativa específica de protocol a Espanya, ja que fins llavors el costum, el cerimonial i l'etiqueta havien servit per a establir les úniques regles existents per a la cort i la diplomàcia. Per primera vegada hi ha una intencionalitat d'ordenar, mitjançant una disposició estatal de caràcter jurídic, la presència pública del poder establert en els "actes públics civils (Otero, 2009: 65-66).

I en segon lloc, la Reial ordre de 27 de novembre de 1861, *Sobre los besamanos generales. Orden de precedència en las recepciones oficiales que se celebren en el salón del Trono del Palacio de Madrid*, regula al seu torn les celebracions al Palau Reial a Madrid, i disposa que els besamans que tenien lloc a la Cambra Reial se celebrin al Saló del Tron. Malgrat ser una relació de components de la cort, s'han incorporat ja determinades figures "intraestatals" com els exministres i els senadors (Otero, 2009: 66).

El segle XX s'erigeix com un segle revolucionari en matèria de protocol per les relacions entre estats i la democratització de la gran majoria de països. És necessària una bona comunicació entre estats i cal afavorir, pels interessos mutus, les bones relacions diplomàtiques, les relacions de tracte social i les relacions comunicatives.

Val a dir que a l'estat espanyol, els termes protocol, cerimonial i etiqueta han estat sempre una mica confusos.

Otero (2000: 375) sosté que:

[...] amb motiu de la Guerra Civil i el posterior aïllament internacional a partir dels anys quaranta, Espanya comença a utilitzar el terme protocol. Fins llavors, i durant segles, Espanya i Iberoamèrica en general van utilitzar els termes cerimonial i etiqueta per expressar els comportaments i els codis d'imatge pública. En canvi, per a determinats documents i actuacions diplomàtiques, es reservava la terminologia del protocol.

## 4.2. El protocol i el seu valor comunicatiu

Actualment hi ha una manca d'una teoria específica del cerimonial i del protocol. L'any 2001, M<sup>a</sup> Teresa Otero ho advertia:

No hi ha un enquadrament teòric del cerimonial i del protocol. Són disciplines que encara avui, no estan reconegudes les seves relacions orgàniques, ni estructurals com altres ciències socials i no tenen un marc teòric i caràcter científic definit (Otero, 2001: 09).

En el context actual hi ha hagut molts canvis en matèria de protocol i cerimonial. Ja no ens dirigim als nostres públics de la manera que ho havíem fet, sinó que el nou entorn digital i també les xarxes socials han esdevingut noves eines per a aquestes dues disciplines. A finals del segle xx i els inicis d'aquest segle les universitats i escoles de negocis han vist la importància del protocol i han sorgit noves titulacions acadèmiques com màsters i postgraus per ensenyar als futurs professionals del protocol noves visions estratègiques de comunicar davant dels seus públics.

El protocol està fonamentat en tres disciplines: la història, l'antropologia i la sociologia. Al llarg dels segles, a causa de l'evolució de la humanitat i la jerarquitzaació en les relacions personals, ha calgut investigar-lo, ordenar-lo i definir-lo per poder aplicar-lo. Tot i això hi ha hagut poques aportacions de caràcter científic. La gran majoria d'obres publicades sobre protocol són eminentment pràctiques.

En aquest sentit, Fernández-Vázquez (2012: 739-740) destaca alguns autors que d'una manera o una altra han contribuït a descobrir i a seguir les pautes que ens dicta el protocol:

- Pascual Maria Massa i Barón del Pujol de Planes (1908), per la seva obra sobre tractaments i etiquetes.
- Javier Varela (1990) exposa el cerimonial funerari de la monarquia espanyola.
- Rafael Domínguez Casas (1993) documenta l'art i l'etiqueta dels Reis Catòlics.
- M<sup>a</sup> Concepción Quintanilla (1996) documenta la noblesa i la cavalleria a l'edat mitjana.
- Maria José del Río Barredo descriu Madrid com a capital del cerimonial de la monarquia espanyola.

Respecte a l'inici sobre els manuals pràctics de protocol, podem assenyalar alguns estudiosos d'aquesta disciplina:

- Cano de la Vega (1961) publica un tractat de protocol.
- Fernando Lizcano de la Rosa (1965) elabora una guia pràctica on exposa les solucions al protocol que caldria per a congressos, hostaleria i també per al cerimonial públic.
- Perfecto Sulleiro González (1971), a través de l'Institut d'Estudis de l'Administració local de Madrid, edita l'obra sobre el protocol, els honors i les distincions a les corporacions locals.
- Felio A. Vilarrubias (1976) publica una introducció al protocol i al cerimonial a les corporacions locals.
- José Pumar (1985) realitza una obra sobre cerimonial i protocol. Es considera el primer autor a Espanya que vincula la imatge amb el protocol.
- José Antonio Urbina (1989) edita un llibre pràctic i senzill per veure les diferents maneres de convidar: els tipus de taula, la col·locació dels comensals, els comportaments socials..., tot entorn d'una taula.
- Francisco López-Nieto (1985) edita el llibre *Honores y protocolo* que de manera senzilla es pot consultar el protocol a través del que indica la llei i els reial decrets a Espanya.
- Francisco Marin Calahorro (1997) afirma que el protocol i el cerimonial formen part de la comunicació institucional.
- M<sup>a</sup> Teresa Otero (2000) publica una obra en què teoritza i estructura el cerimonial i el protocol.
- José Antonio Urbina (2001) publica un manual sobre protocol *El gran libro del protocolo*.
- Carlos Fuente LaFuente (2004) edita un manual de protocol sobre les tècniques d'organització d'actes. El mateix any es va editar un llibre de protocol oficial.
- M<sup>a</sup> del Carmen Portugal Bueno (2019) publica un llibre d'estil del protocol oficial i les relacions institucionals.

María Luz Álvarez Rodríguez (2008: 166) ha investigat la bibliografia espanyola sobre protocol, contextualitzant la seva situació professional i també acadèmica a Espanya des de diferents perspectives i ressaltant la de comunicació.

Álvarez (2008: 166) afirma que, com a ciència de la comunicació molta part dels continguts que podem llegir i consultar sobre protocol procedeixen de l'experiència que han tingut diferents professionals a l'hora d'aplicar-lo:

La ausencia de reflexión epistemológica en el protocolo facilita que sea considerado un arte en lugar de una ciencia, aunque desde el siglo pasado son muchas las ciencias construidas desde experiencias sociales y/o profesionales. Como en la ciencia de la comunicación o en la ciencia de la organización, y de modo similar a lo que ocurre en otras ciencias transversales o interdisciplinarias, buena parte de los contenidos del protocolo proceden de décadas de experiencia organizacional y mediática (Álvarez, 2008: 166).

Estem d'acord amb l'afirmació d'Álvarez que fins ara el treball i recerca sobre protocol han estat manuals que en la gran majoria recullen experiències personals i situacions viscudes pels mateixos autors.

Hernández, en aquest aspecte, també afegeix que:

El protocolo es una materia que se ha abordado hasta el momento desde dos perspectivas principales, una de profesional y otra académica. Eso quiere decir que una parte, importante, de la literatura de la materia es pragmática, mostrando la práctica diaria del protocolo, y la otra parte desea integrarse, desde el mundo editorial, en el diálogo científico, relacionando el protocolo con alguna ciencia. A su vez, la investigación teórica del protocolo y ceremonial está realizada básicamente desde dos perspectivas clásicas, una histórica y otra jurídica. Una tercera perspectiva comienza a tener relevancia, la perspectiva comunicológica (Hernández, 2000: 5).

M<sup>a</sup> Teresa Otero (2009: 59), per la seva banda, exposa el canvi important que ha adquirit la teoria del protocol a l'estat espanyol entre l'última etapa del segle xx i inicis del segle XXI:

El tránsito del siglo XX al XXI ha supuesto un cambio importante en la teoría del protocolo en España. Este hecho se debe fundamentalmente a tres circunstancias:

- 1) la aparición de la Escuela Internacional de Protocolo
- 2) el desarrollo del asociacionismo
- 3) la incorporación de los estudios de protocolo a la universidad.

Javier Sierra Sánchez sosté que el protocol del segle XXI està format per símbols.

El protocolo del siglo XXI está formado por símbolos (verbales y no verbales) que articulados de una determinada manera (normas) confeccionan un determinado código. El intercambio de dichos símbolos, a través de unos códigos, activa un proceso de comunicación (Sierra, 2008: 339).

Este protocolo del siglo XXI se centra en la comunicación de un mensaje. Éste es transmitido de forma sencilla y con un lenguaje de gestos y signos principalmente. El protocolo actual, por tanto, gestiona el proceso de comunicación que genera la simbología del ceremonial que lo rodea (Sierra, 2008: 340).

Sierra Sánchez (2008: 340) considera Martínez-Correcher com a un dels primers teòrics que vincula el protocol amb la comunicació.

Uno de los primeros teóricos que vincula el protocolo a la comunicación de una determinada imagen fue Martínez-Correcher (1990:20) con esta definición de protocolo: Es la acción que determina las reglas a seguir en un acto oficial, establecidas por decreto y a veces por costumbre.

Avui el protocol desenvolupa un paper comunicatiu important i estratègic en la societat, atès que es tracta d'un instrument important i essencial per transmetre missatges davant els públics, a través dels seus actes, missatges no només verbals (discurs), sinó a través del vestit, de la imatge, de la gestualitat o dels elements simbòlics. És evident, doncs, que cal fer una reflexió teòrica de la disciplina del protocol que haurà de tenir en compte la comunicació no verbal.

Las organizaciones públicas o privadas consolidan una imagen positiva interna y externa, entre otros medios, a través de la organización de sus actos, gracias a la utilización de ciertos códigos de conductas, así como de las formas adecuadas de relacionarse. Este es uno de los beneficios intangibles que se obtiene mediante las relaciones institucionales.

A través de una comunicación no verbal, interpersonal y colectiva no masiva, que denominamos comunicación selectiva, los actos públicos permiten a las organizaciones lanzar mensajes adecuados a sus objetivos y mostrar la imagen del poder y la filosofía en que se fundamentan sus ceremonias (Sánchez-Correcher, 2013: 63-74).

L'any 2008 Daniel Martín Pellón (2008: 8) donava resposta a la pregunta que es feia en el seu article científic «Comunicación y Protocolo: Perspectivas teóri-

cas. ¿Cuándo el protocolo es básicamente comunicación?». L'autor hi destaca alguns elements bàsics sobre els actes protocolaris.

Desde una aproximación inicial a las tradiciones de la comunicación destacan algunos caracteres básicos del acto de protocolo:

El acto de protocolo como manifestación de autoridad y comunicación de un mensaje específico en cada acto (desde el pragmatismo de Dewey o James como marco de las dinámicas que hacen eficaces los planes de comunicación, por ejemplo en teoría organizacional de las burocracias (Weber) o como marco de la comunicación institucional o de la comunicación en grandes corporaciones (Taylor).

El acto de protocolo escenificando una cultura organizacional pública en el contexto de muchos otros actos o eventos de interés multitudinario, compete y se enfrenta a sus contestaciones desde perspectivas culturales.

El acto de protocolo como interacción de la autoridad con sus invitados a la espera de unas respuestas y unas consecuencias. Tanto si se considera susceptible de evolucionar o difundirse en medios como si se considera más cerrado o ritual puede contar con los modelos dialógicos de los métodos socio científicos de este ámbito.

Otero (2009: 14) assegura que, si analitzem un acte dels que tenen lloc al nostre voltant, podrem comprovar com la comunicació verbal i no verbal a vegades ens poden donar missatges contraposats. Per exemple, podem rebre la targeta d'invitació de l'alcalde per assistir a la inauguració d'un cicle de conferències en què es detallen l'emissor de la comunicació i l'organitzador de l'acte. L'autora continua afegint que, quan acudim a l'acte i analitzem la taula presidencial, l'autoritat que el presideix és el conseller de Cultura o el president de la Diputació, i l'alcalde (l'amfitrió) queda en un lloc secundari, contràriament al que se'ns indicava en la targeta d'invitació.

D'aquí la importància que acaba tenint per a les relacions públiques organitzacionals el domini dels codis comunicatius no només a un nivell verbal, oral o escrit (Otero, 2009: 14).

[...] Quantes vegades gestos, indumentària i ordre d'intervenció o ubicació en un esdeveniment han posat en evidència ampulloses manifestacions públiques d'excel·lència! (Otero, 2009: 15).

Villarubias (2004: 36), al seu torn, considera el protocol com una matèria idònia per crear una bona imatge i comunicació a través de l'organització d'actes i esdeveniments:

El ceremonial y el Protocolo son algo actual, necesario y, sin duda, facilitador del desarrollo de la vida oficial, a lo que en muchos casos deben recurrir también la empresa y las instituciones privadas, pues todos nuestros actos, nuestras recepciones, e incluso nuestras asambleas de accionistas, necesitan de esta herramienta de representatividad para dar imagen, que en definitiva no es otra cosa que crear concepto u opinión, encaminado a lograr la credibilidad de las Instituciones.

Batlle, Sanjuán i Sunyé (2007: 24) afegeixen les quatre facetes que cal tenir en compte:

Se puede decir que el protocolo, el ceremonial, la precedencia y la etiqueta son facetas importantes para todos aquellos que, de una manera u otra, están implicados en la organización de actos y situación de las autoridades o invitados en general. Son cuatro facetas dignas de ser cuidadas en todo acto, ya que el protocolo determina las reglas, el ceremonial especifica las formalidades, la precedencia fija la posición y la etiqueta distingue el acto.

Per tant, el protocol actual gestiona el procés de comunicació que la cerimònia o l'acte públic genera amb tota la seva simbologia, imatge i vestimenta i que, com anirem comprovant, forma part de la comunicació no verbal que en el nostre estudi pertoca a la corbata.

Álvarez Rodríguez (2008: 165-173) ha donat a conèixer els fonaments del protocol com a matèria teòrica. L'autora garanteix que «la investigació teòrica del protocol i ceremonial bàsicament recau en dues perspectives: la perspectiva històrica i la perspectiva jurídica», tot i que l'autora afirma que pren cada dia més importància la perspectiva comunicativa.

Han perdido parte de su valor tradicional al cuestionarse la histografía como ejercicio narrativo, sujeto a reformulaciones políticas y por efecto del pensamiento postmoderno en el carácter y sentido actual de las instituciones públicas y de sus representantes. Ambas perspectivas han alcanzado techos explicativos directamente relacionados con los problemas antropológicos o sociológicos de las instituciones en las culturas contemporáneas. En estos momentos se consolida como perspectiva complementaria y/o alternativa para el estudio de la materia bajo la perspectiva comunicológica.

Mentre que la perspectiva històrica estudia les tradicions, els costums i les pràctiques socials, tal com fa Felio Vilarrubias (1976), la perspectiva jurídica analitza el protocol per mitjà de les lleis i normes que s'han anat acceptant i consensuant, com fa Francisco López-Nieto (2000), en aquest cas.

En aquest sentit, Olga Casal afirma que:

Como señalan varios autores —Marín Calahorro (1997), Ramos (2003), Otero (2009, 2011) y Vilarrubias (2000, 2004), entre otros— el protocolo se convierte así en la principal herramienta de comunicación no verbal entre las organizaciones y sus públicos, codificando el mensaje institucional a través de elementos cargados de simbolismo y actuando como un instrumento de ordenación. Personas, espacios y secuencias temporales son ordenadas de una manera determinada y concreta en función de las circunstancias que rodean al acto, con el objetivo último de escenificar el mensaje de la organización convocante (Casal Meceira, 2014: 762).

Esta perspectiva comunicològica està basada en la acció comunicativa del protocol, i estudia el protocol com a transmissor de la identitat per a la creació de la imatge d'una organització. María Teresa Otero (2000: 15-16, 2002) y Francisco Marín Calahorro (1997: 14) son los autores más representativos de esta perspectiva que ya cuenta con varias tesis doctorales (Otero, 1999; Hernández, 2006; Sierra, 2007).



### 4.3. L'etiqueta civil del vestit de l'home

Fins ara hem fet un recorregut sobre què ens aporta el protocol com a tècnica d'ordenació espacial en l'àmbit de la presència pública i com el cerimonial proporciona el seu desenvolupament. En la nostra recerca, però, ens interessa l'etiqueta que, com hem vist, és un aspecte concret del cerimonial que aborda els elements més personals com els modals, el vestit, els gestos, i dona al conjunt un valor social. Però no podem eludir l'etiqueta civil, atès que ens permetrà comprovar la utilització de la corbata en l'àmbit públic oficial.

A Espanya els vestits d'etiqueta social —també coneguda com etiqueta civil— per a l'home són tres: el frac, l'esmòquing i el jaqué. Cadascun d'aquests tipus de vestit té les seves pròpies característiques i, en alguns, la corbata en forma part. En moltes invitacions s'exigeix dur aquests tipus de vestit; dependrà de l'hora del dia i del tipus de cerimònia. Amb tot, hem de tenir en compte que també prevaldran les indicacions dels mateixos amfitrions sobre com haurem de vestir en l'acte o cerimònia a què ens han convidat. No és obligatori posar-se un vestit d'etiqueta, només quan la cerimònia o acte ho exigeix.

**El frac:** es considera l'etiqueta més rigorosa i va destinada a actes de gran solemnitat. És el vestit de referència i de màxima elegància que pot portar un home. Normalment s'utilitza a la nit; en ocasions excepcionals s'utilitza de dia. Es recomana dur el frac de color negre i es compon d'una armilla de piqué blanc. La camisa també és de color blanc, dura i amb punys tancats amb botons de puny. En audiències amb el papa, l'armilla ha de ser de color negre. Una situació semblant ocorre amb la corbata de llaç, que normalment és blanca perquè, com apunta Roetzel (2005: 322), així s'evita confondre els convidats amb els cambrers. En canvi, en actes acadèmics o audiències del pontífex, ha de ser negra (Batlle, Sanjuán, Sunyé 2007: 67). La corbata és de llaç, de color blanc com l'armilla, motiu pel qual el frac es coneix com a *white tie* (corbata blanca). Com a complements s'utilitzen el barret de copa i els guants de color blanc.

**L'esmòquing:** al nostre país s'anomena *esmòquing*, però a Anglaterra es diu *dinner jacket*, i als Estats Units, *tuxedo*. És el vestit dels actes lúdics i festius per excel·lència i, tot i que no es du en actes formals, s'utilitza a partir de les sis de la tarda, quan ja no hi ha llum solar, perquè es considera un vestit de nit. Durant l'època d'Eduard VII, del 1841 al 1910, les grans i espaioses cases de l'alta burgesia tenien una habitació destinada als senyors per anar a fumar. En aquests tipus d'habitacions els senyors es posaven una jaqueta expressament per a fumar i, d'aquesta manera, quan finalitzaven, es retiraven la jaqueta i així no feien olor de fum. Es coneixien amb el nom d'*esmoking jackets*, jaquetes per fumar. Al príncep de Gal·les li agradava aquest tipus de jaqueta, i el 1860 va demanar a la sastreria Henry Poole & Co. que li'n confeccionés una per poder-la lluir als diferents esdeveniments informals a què assistia. José María López-Galiacho (2011: 288) ho explica en el seu llibre *Manual del perfecto Caballero*.

En la primavera de 1886, el príncep de Gales invitó a caçar a su casa de Sandringham al multimillonario estadounidense James Potter, quien antes de realizar el viaje le preguntó al príncipe qué atuendo era el más adecuado para vestir durante las cenas. El príncipe de Gales no dudó en aconsejarle al señor Potter visitar Henry Poole & Co. y hacerse con una chaqueta similar a la que vestiría su anfitrión. Cuando el señor Potter regresó a su casa de Nueva York, la chaqueta que con él viajó desde Londres se popularizó muy rápidamente en el Tuxedo Park Club, club de millonarios con aficiones a la caza y a la pesca y sede en el área de Tuxedo; desde entonces se la conoce en Norteamérica con el nombre de *tuxedo* o *tux*.

En molts actes o esdeveniments, la invitació pot especificar si cal dur esmòquing o també pot concretar, amb la terminologia anglosaxona, que cal portar *black tie*, corbata negra. La jaqueta de l'esmòquing és negra, amb la solapa i les mànigues de seda, i té la particularitat que podem escollir-la recta o creuada. El conjunt pot anar amb corbata negra o llacet; la camisa, blanca, i els pantalons, negres amb el ribet de seda.

**Jaqué:** la terminologia anglosaxona ho defineix com a *morning dress*, perquè s'utilitza de dia per a cerimònies o actes de matí o a primera hora de la tarda. Normalment és de color gris o negre, inclou una armilla, que pot ser grisa o d'una tonalitat beix i amb els botons de línia senzilla o creuada. Els pantalons normalment són de ratlles i la corbata es pot substituir per un fular o mocador de seda. En aquest tipus de vestit, la corbata de seda es recomana que sigui de color gris perla, però les tendències l'han substituït per altres gammes de colors i s'acompanya de camisa blanca. S'utilitzen sabates negres de cordons. Els complements del jaqué són el barret de copa gris o negre i els guants grisos.

Un punt mitjà entre la formalitat del jaqué i la seminormalitat del vestit jaqueta (americana, pantalons, camisa i corbata) s'anomena **Stroller**, un vestit que als anys trenta era freqüent portar-lo. Es tracta d'una vestimenta masculina que combina la jaqueta del vestit d'home amb els pantalons del jaqué i corbata.

Encara a l'any 2019 els homes, per una qüestió pràctica, i també per costum es vesteixen amb americana, pantalons i camisa, i utilitzen corbata; val a dir que alguns afegeixen una peça més al conjunt, l'armilla. Aquest tipus de vestimenta és anomenada de *mitja etiqueta* perquè no es considera una vestimenta formal però tampoc com a vestit informal mitjà. Els nivells de formalitat evolucionen com ho fa la mateixa societat, i és aquesta la que marcarà l'etiqueta del vestir a seguir per a cada ocasió. No obstant això, hi ha algunes variables que caracteritzaran les classes de formalitat. Els vestits considerats més formals són el frac i el jaqué: el frac per la llargada posterior de la jaqueta, amb faldó fins als genolls i els seus colors, blanc i negre, i el jaqué pels colors, sobretot el gris o negre. En l'actualitat, destaquen la varietat de colors de l'armilla, de la camisa i també de la corbata.

Els vestits considerats semiformalment són l'Stroller i l'esmòquing, apreciats també com a vestits d'etiqueta i amb poca varietat en els colors, normalment negre, blanc i gris. La diferència principal entre ambdós és que l'Stroller es vesteix amb corbata i, en canvi, l'esmòquing té l'opció d'anar acompanyat de corbata o corbatí.

Després de la descripció dels vestits considerats d'etiqueta social o etiqueta civil per a l'home, podem afirmar que la corbata forma part de cadascun d'ells. És el complement per excel·lència que dona la nota d'elegància a tot el conjunt del vestir. No deixa de ser substancial que, en els actes i esdeveniments que requereixen solemnitat en el vestir, la corbata continua sent necessària per això reivindicuem la seva importància en acompanyar-nos en els moments que considerem més importants o solemnes socialment.

Hem vist que en l'etiqueta del vestir de l'home, la corbata hi té un pes important com a complement d'excel·lència. En els vestits més formals sempre hi ha una corbata o corbatí. Anem a descobrir què diu la legislació sobre protocol i cerimonial a Espanya i sobre la importància de la corbata ja sigui com a peça de vestir o com a emblema de reconeixement.

## 4.4. Normativa protocol·lària a l'estat espanyol i a Catalunya (Reglaments i ordres)

El protocol del segle xx es va convertir en molt més que l'ordenació d'una cerimònia oficial i es va haver d'actualitzar la legislació que la regia i evolucionar en la forma i el fons pel que fa a l'organització d'actes.

Durant l'època franquista va caldre ordenar la presència de l'Estat per transmetre les seves jerarquies, les forces polítiques, socials i econòmiques. Aquest fet va provocar la promulgació d'un decret.

Otero (2009: 73) exposa la situació clarament.

La comunicació de la imatge del poder es realitza d'una manera no verbal, per mitjà del que hi ha d'icònic i simbòlic en el cerimonial. L'única disposició legal de caràcter general a aquests efectes promulgada entre 1936 i 1975 és el Decret 1483/1968, de 27 de juny, sobre actes oficials. Reglament de precedències d'ordenació d'autoritats i corporacions, modificada als seus articles 14 i 16 pel Decret 2622/1970, de 12 de setembre, que inclou les figures de l'hereu de la Corona i del Tribunal de Comptes del Regne. Aquesta norma dels darrers temps del franquisme, prèvia als començaments de la transició democràtica, suposa el primer intent legislatiu espanyol contemporani per sistematitzar amb criteris generals i uniformes l'ordenació espacial i temporal de les autoritats.

El 1978, quan s'estableix la Constitució Espanyola, hi va haver un canvi en el protocol: nous reglaments i ordres d'Estat i amb drets per a la ciutadania a Espanya es va establir una nova normativa de protocol oficial d'Estat. El 1982, quan Felipe Gonzalez era president del govern espanyol, va encarregar al diplomàtic Joaquín Martínez-Correcher que es dediqués a elaborar un nou reglament de protocol. Va ser, el 3 d'agost de l'any 1983 quan es va establir i permetre la coneguda Ordenació General de Precedències de l'Estat Espanyol. En aquell moment va ser un canvi notori a causa que s'elaborava un ordenament d'autoritats com mai s'havia fet a l'Estat. És el Reial decret 2099/1983, de 4 d'agost, pel qual s'aprova l'ordenació general de precedències a l'Estat. A partir d'aquesta ordenació es van elaborar altres reials decrets i ordres (vegeu l'annex 2 «Lleis i reials decrets a Espanya sobre el protocol i cerimonial», on es poden veure tots i cadascun dels noranta-nou reial decrets i ordres que s'han aprovat sobre protocol i cerimonial a Espanya fins a l'any 2019).

Tot i aquests reials decrets, la legislació espanyola sobre protocol no regula tots els aspectes, en molts casos necessaris, circumstància que en algunes situacions fa que sigui el mateix professional del protocol qui ha de prendre decisions. Des del 1983, els professionals del protocol han disposat com a pauta a seguir el Reial decret 2099/1983, de 4 d'agost, que és d'ús obligat a tot Espanya quan s'organitzen actes oficials organitzats pels poders de l'estat espanyol —poder executiu, poder legislatiu i poder judicial— i també per les administracions públiques —administració central, administració autonòmica i l'administració local. Des dels últims temps, però, es demana una actualització del l'Ordenament General de Precedències de l'Estat espanyol, pels canvis socials, polítics i empresarials que hi ha hagut els últims anys<sup>2</sup>.

Són moltes les veus que advoquen per realitzar canvis al Reial Decret o substituir-lo per un altre que sigui més adequat a les necessitats actuals, si bé és cert que la seva redacció s'hauria de cenyir a proporcionar els principis generals comuns a tot l'Estat Espanyol, la casuística de les principals autoritats comunes a totes les comunitats autònomes i el marc teòric en el qual desenvolupar les normatives (Otero, 2009: 102).

García-Mercadal (2019: 1) també dona fe que cal un canvi:

La proliferación de órdenes y condecoraciones civiles en las últimas décadas, algunas de ellas en inmediato desuso o con insuficiente arraigo y proyección social, y la consiguiente fragmentación y complejidad de sus normas reguladoras, ha originado que los ciudadanos no las identifiquen convenientemente y con ello que la función ejemplarizante para la General Precedencias en el Estado, aprobado por Real Decreto 2099/1983, de 4 de agosto, ha quedado totalmente superado por las sucesivas modificaciones introducidas en el organigrama estatal y reclama desde hace tiempo una actualización que, por el momento, no parece que vaya a producirse. Lo cierto es que muchas de las autoridades que en el Ordenamiento General de Precedencias de 1983 se consignan han desaparecido y, por contra, se han creado nuevos altos cargos que se hallan en la práctica desubicados en los actos y ceremonias oficiales.

A Espanya, quan s'han d'aplicar les normes de protocol, s'actua en tres àmbits territorials diferents: s'aplica a nivell nacional, a nivell autonòmic i també local.

---

2 CORTINA RIU, Carles. “Vint-i-cinc anys de la prelatió del poder”. Article publicat al diari *Regió 7* el dijous 22 de gener i també publicat a la pàgina web de l'Associació Catalana de Protocol i Relacions Institucionals de Catalunya. [http://acpri.cat/web/index.php?secc=int\\_comentarios&id=11](http://acpri.cat/web/index.php?secc=int_comentarios&id=11) [20-05-2016]

Quan ho vulguem aplicar a nivell nacional, s'haurà de seguir el Reial decret 2099/1983, de 4 d'agost, pel qual es va aprovar l'Ordenament General de Precedències de l'Estat Espanyol. En aquest cas, s'haurà d'administrar aquesta ordenació en els actes oficials que organitzi l'Estat.

A nivell autonòmic, s'hauran d'aplicar les normes de protocol i cerimonial aprovades per cada comunitat autònoma, és a dir, el que recull cada Estatut d'Autonomia de cada comunitat autònoma. En aquest cas, només serà d'ús obligatori dins el territori de cada comunitat. En el cas de Catalunya, és el Decret 189/1981.

En l'àmbit de l'administració local, en que formen part ajuntaments, consells comarcals i diputacions, s'hauran d'aplicar els reglaments d'honors i distincions que hagin aprovat cadascuna de les administracions.

Vist com s'apliquen les normes de protocol en cada àmbit territorial, tot seguit examinarem què ens indica el protocol i el cerimonial sobre l'ús de la corbata, cosa que fins ara ningú ha fet, ja que no existeix cap document que aglutini tots els usos de la corbata en el cerimonial i el protocol públic de l'estat espanyol.

A Catalunya, com hem comentat anteriorment, tenim el Decret 189/1981, de 2 de juliol, que estableix les normes de Protocol i Cerimonial en l'àmbit de la Generalitat de Catalunya. Aquest decret serveix per a regular, amb caràcter general i en l'àmbit propi de la Generalitat de Catalunya, la classificació dels seus actes oficials, la presidència d'aquests actes i també l'ordenació dels assistents i els tractaments protocol·laris de les seves autoritats. En aquest decret no s'anomena ni es descriu cap referència sobre la corbata, el seu ús o com a símbol.

En canvi, ens hem fixat que alguns dels decrets sobre uniformes reglamentaris del cos de la Policia de la Generalitat de Catalunya, dels Mossos d'Esquadra o dels membres del cos de bombers de la Generalitat de Catalunya i de les policies locals, sí que esmenten o propicien que en situacions importants es faci ús de la corbata.

**Decret 184/1995, de 13 de juny, de regulació dels uniformes reglamentaris, els distintius, les distincions, les salutacions i la identificació del cos de la policia de la Generalitat – Mossos d'esquadra.**

En aquest Decret van quedar derogades les disposicions del **Decret 533/1983 de 6 de desembre**, pel qual s'aprova el nou uniforme de la policia de la Generalitat de Catalunya i es modifiquen alguns dels elements del vestit tradicional del cos dels Mossos d'Esquadra. També queda derogada **l'Ordre de 12 de juny de 1986**, per la qual s'aproven les variants corresponents a l'uniforme diari femení de la policia autonòmica i els seus elements complementaris.

En el Decret **184/1995** es descriuen els diferents tipus d'uniformes reglamentaris del cos dels Mossos d'Esquadra.

El conjunt d'uniformes de la policia de la Generalitat – mossos d'esquadra està integrat per l'uniforme de gala, l'uniforme de mitja gala, l'uniforme de treball operatiu, l'uniforme de campanya, els uniformes especials i els uniformes complementaris. (DOGC, 1995: 4778)

En l'uniforme de gala del cos de Mossos d'Esquadra es duu corbata negra. Concretament, es descriu al punt 1.5 de l'Annex 1:

*Annex 1. Descripció dels uniformes de la policia de la Generalitat- mossos d'esquadra.*

1.5. Camisa: camisa blanca amb coll planxat i corbata negra. (DOGC, 1995: 4780)

No deixa de ser interessant que en el vestit de gala dels Mossos utilitzen molts complements del vestir: l'esmentada corbata però també una capa, barret, guants, faixa i cinturó.

En l'uniforme identificat com a mitja gala també s'utilitza la corbata com a complement del vestir, tot i que hi ha diferències en el tipus de corbata:

En el punt 2.6 sobre l'uniforme de mitja gala, es descriu com ha de ser la corbata.

Corbata: la corbata és de color negre mat i de pala (DOGC, 1995: 4780)



En l'uniforme que es descriu com a uniforme de treball operatiu, s'utilitzen botons per simular una corbata. Es descriu de la següent manera:

La camisa serà de color blau cel tipus Oxford.

La part davantera: el coll de la camisa serà amb coll de botó i tapeta i aquesta portarà 5 botons blancs nacrats. Al davant del coll portarà dos botons tipus corbata.

A la part central de cada butxaca porta un plec de forma vertical d'uns 3,5 cm.

A la parta superior de la camisa i a cada costat de les espatlles porta un reforç d'uns 5,5 cm. d'ample i de color vermell. Aquest reforç porta un ribet de 3mm d'ample de color blanc. Sobre cada reforç porta una xarretera de 14 cm d'allargada per 5 cm d'amplada acabada en punxa i cordada amb un botó blanc nacrat.

La camisa porta cosit l'escut de la policia de la Generalitat-mossos d'esquadra, que situat de manera centrada a 1,5 cm sobre el cosit de la tapa de la butxaca esquerra.

(DOGC, 1995: 4780)

A banda d'aquest botons característics en aquest tipus d'uniforme, també es duu corbata. Es descriu en el punt 3.3. i el punt 3.4. amb l'agulla de corbata.

3.3. Els pantalons, les sabates i la corbata són iguals que els de l'uniforme de mitja gala

3.4. Agulla de corbata: és de metall amb l'escut de la Generalitat de mida 14 per 12 mm.

(DOGC, 1995: 4780)

Entre les característiques de l'uniforme de campanya, els uniformes especials i els uniformes complementaris, no hi ha la descripció de la corbata. En canvi, a l'Annex 5, «uniformes i distintius dels aspirants a mossos d'esquadra en fase de formació a l'Escola de Policia», no es detalla l'ús de la corbata però sí que s'hi descriu el coll de la camisa per dur-ne:

Les camises tant de màniga curta com de llarga són de color blau cel amb coll per a corbata. Porten dues xarretes a les espatlles i dues butxaques de plastró amb plec central i tapeta que van cordades amb un botó.

(DOGC nº 2066, 1995: 4785)

**En el DECRET 257/1999, de 6 de setembre, s'elabora una modificació del decret anterior, el Decret 184/1995, de 13 de juny, de regulació dels uniformes reglamentaris, els distintius, les salutacions i la identificació del cos de policia de la Generalitat –Mossos d'Esquadra.**

Amb la modificació d'aquest nou decret sobre l'uniforme de gala del cos de Mossos d'Esquadra, es concreta més el tipus de corbata que cal vestir.

*Annex 1. Descripció dels uniformes de la policia de la Generalitat- mossos d'esquadra.*

1.6. Corbata: la corbata és de color negre, mat i de pala . (DOGC nº 2981, 1999: 12526)

No podem passar per alt que l'uniforme del cos de bombers de la Generalitat de Catalunya també inclou la corbata.

**DECRET 216/1995, de 25 de juliol, de regulació dels uniformes dels distintius i dels uniformes, dels distintius i del carnet d'identificació professional dels membres del cos de bombers de la Generalitat de Catalunya.**

**L'Article 1 del capítol 1 d'aquest decret descriu els diferents tipus d'uniformes que han d'utilitzar els membres del cos de bombers de la Generalitat en la realització de les seves tasques.**

1.2. En l'uniforme de servei s'han de distingir tres modalitats: diària, esportiva i de passeig (DOGC: Núm. 2084 – 1995: 5894).

Però en aquesta mateix capítol, concretament en l'article número 2, «disponibilitat dels uniformes», s'hi afegeix l'uniforme de gala.

2.1. Els membres del cos de bombers de la Generalitat han de rebre la modalitat diària i la modalitat esportiva de l'uniforme de servei i, si escau, l'uniforme de gala i de passeig (DOGC: Núm. 2084 – 1995: 5894).

L'Article número 5 d'aquest mateix capítol afirma que:

L'uniforme de gala únicament és utilitzat pels membres del cos de bombers de la Generalitat integrats en l'escala superior i en l'escala executiva en aquells supòsits que siguin determinats mitjançant resolució del director general de Prevenció i Extinció d'Incendis i de Salvaments de Catalunya, amb motiu de la participació en actes de gran solemnitat, protocol·laris i socials (DOGC: Núm. 2084 – 1995: 5894).

A l'annex 1 d'aquest decret es descriu la modalitat dels uniformes i, en l'uniforme de passeig, el cos de bombers utilitza la corbata. La descriuen de la següent manera:

La corbata és de pala de 7 cm d'amplada, amb ratlles diagonals de 3 cm blaves i negres. A l'extrem inferior porta la bandera catalana en diagonal i casc (DOGC: Núm. 2084 – 1995: 5896).

En l'uniforme de gala del cos de bombers de la Generalitat també s'inclou corbata, i és la mateixa que la de l'uniforme de passeig.

Finalment, fem una ullada al que s'esmenta sobre l'ús de la corbata en els uniformes de les policies locals de Catalunya.

### **DECRET 217/1987, de 28 de maig, pel qual es determinen certs elements de l'uniforme de les Polícies Locals de Catalunya.**

En aquest decret s'apliquen les normatives de l'uniforme a tots els serveis de seguretat pública que depenen de les entitats locals de Catalunya i que tenen la denominació de *policia local*. Fem esment al punt 2.3, que afirma:

La uniformitat de peces de gala i gran gala serà fixada per cada entitat local (DOGC: Núm. 863 – 1987: 2804).

Ho hem de tenir en compte, perquè hem pogut veure al llarg del nostre recorregut que, en molts cossos de seguretat i cossos militars, en la vestimenta de gala o bé de gran gala la corbata hi és present; per aquest motiu hem de pensar que en molts cossos de policies locals de diferents ciutats de Catalunya, si estudiéssim el seu reglament intern, segurament no dubtaríem a veure que el seu uniforme de gala o bé de gran gala inclou la corbata.

En l'uniforme ordinari, la policia local fa ús de la corbata:

Corbata de color blau marí i de pala (DOGC: Núm. 863 – 1987: 2805).

En el mateix decret hi ha un apartat sobre complements de vestir de l'uniforme en què, de manera optativa, l'agent de policia local pot utilitzar un passador de corbata.

Potestativament, podrà exhibir-se un passador de corbata (DOGC: Núm. 863 – 1987: 2805).

A continuació ens centrem en l'àmbit de l'Estat espanyol, concretament a través del Código de Ceremonial y Protocolo —codi que engloba tot el conjunt normatiu i legislatiu a Espanya sobre el protocol i el cerimonial— publicat al Boletín Oficial del Estado, BOE (edició actualitzada el 22 de juliol de 2019) quins d'aquests noranta-nou reial decrets o ordres especifiquen o obliguen l'ús de la corbata, no només el seu ús com a complement de roba, sinó la corbata considerada com una insígnia, com un símbol per premiar, reconèixer o condecorar persones, entitats, organismes o persones jurídiques.

En el **Real Decreto 862/1997, de 6 de junio, por el que se regulan los actos conmemorativos del Día de la Fiesta Nacional de España, en el ámbito del Ministerio de defensa, en l'article número 1, «Uniformidad»**, s'indica:

El día de la Fiesta Nacional de España, el personal militar vestirá de gala, en el ámbito del Ministerio de Defensa, se procederá al engalanado general de los edificios y buques, en los que ondeará la Bandera Nacional (García-Mercadal, 2019: 114).

Quina característica té la vestimenta militar quan s'indica que ha de vestir de gala?

Els militars tenen tres modalitats a l'hora de vestir per justificar el factor climatològic. Tenen la Modalitat A (per el temps climatològic fred), la Modalitat B (per quan fa un temps temperat) i la Modalitat C (per quan fa un temps càlid) (García-Mercadal, 2019: 207).

En l'uniforme de gala de l'exèrcit de Terra, tant en les modalitats A i B com per un ús general, es demana l'ús de la corbata. Concretament, «corbata negra de nudo» i, de manera opcional, la pinça per subjectar la corbata o «pasador sujeta corbatas» (García-Mercadal, 2019: 115). En aquest cas, les dones de l'exèrcit també han de dur corbata.

L'uniforme de gala de l'Armada, en la modalitat A, se'ls demana la corbata negra de nus, però en aquest cas no es descriu res sobre la pinça per subjectar-la. En la modalitat B convida que facin servir també la corbata negra de nus (García-Mercadal, 2019: 229).

En l'uniforme de gala de l'exèrcit de Marina no es demana l'ús de la corbata negra.

En el **Real Decreto 684/2010, de 20 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Honores Militares. Artículo 39. Normas de ejecución.** En l'apartat número 3 es demana l'ús de la corbata com a símbol de dol, el que es coneix com a *crespó*.

Las fuerzas que acompañen al féretro lo harán con las armas a la funerala, las Banderas irán enrolladas y con corbata negra; las cornetas con sordina, los tambores destemplados y enlutados. Los días de luto oficial a las Banderas de las unidades que participen en actos oficiales se les pondrán una corbata negra y la bandera permanecerá izada a media asta (García -Mercadal, 2019: 186).

**Artículo 43. Honores fúnebres al Heredero de la Corona,** d'aquest mateix reial decret, també es demana l'ús del crespó a les banderes, amb la denominació de «corbata negra».

Al conocerse la noticia oficial, se dispondrá que a las Banderas y Estandartes de las unidades se les ponga una corbata negra y que sea izada a media asta la Bandera en las unidades de les Fuerzas Armadas (García-Mercadal, 2019: 188).

En el **Real Decreto 530/1987, de 10 de abril, por el que se regula la celebración anual del Día de las Fuerzas Armadas.**

Artículo 3. En el Día de las Fuerzas Armadas el personal militar vestirá de gala y, en el ámbito del Ministerio de Defensa, se procederá al engalanado general de los edificios y buques. (García-Mercadal, 2019: 191).

Com hem comentat anteriorment, quan es demana vestir de gala, en l'uniforme de l'exèrcit de Terra (modalitats A i B) es demana l'ús de corbata, i en l'uniforme de gala de l'Armada (modalitat A i B) també.

**Orden DEF/1756/2016, de 28 de octubre, por la que se aprueban las normas de uniformidad de las Fuerzas Armadas.**

En aquesta ordre hi ha una descripció exhaustiva de com han de vestir per a cada ocasió els militars espanyols i també tenen en consideració les estacions de l'any, atès que, com hem explicat anteriorment, depenent del temps climatològic, tenen diferents modalitats en el vestir.

En l'ús de la corbata, tant al militar home com a la militar dona, quan se li exigeix dur-ne és per a tots dos gèneres, en canvi, podem observar diferències

quan a la dona se li exigeix faldilla o pantaló: en funció de les circumstàncies pot triar i, depenent de les ocasions, se li exigeix la utilització de la faldilla.

En la vestimenta militar hi ha diferents tipus d'uniforme en funció de les característiques de l'acte, tal com detalla García-Mercadal (2019: 206 - 211):

Norma 3ª. Definiciones.

Se define uniformidad al conjunto de prendas de vestuario, emblemas, divisas, distintivos y recompensas que los militares ostentan sobre el uniforme y que son representativas de la institución militar en la que sirven.

Se define uniforme como el conjunto de prendas de vestuario, debidamente reglamentadas, para un determinado uso por parte del personal militar.

Se define adaptación como las singularidades del uso de determinados uniformes en ciertas unidades, centros y organismos, que tienen su justificación en la tradición y en la orgánica.

*Existen los siguientes tipos de uniformes:*

- a) Gran Etiqueta
- b) Etiqueta
- c) Gala
- d) Actos de especial relevancia
- e) Diario
- f) Trabajo
- g) Campaña
- h) Especiales
- i) Educación física

La Norma 8ª Criterios particulares en el uso del uniforme.

**a) Uniforme de gran etiqueta**

El uniforme de gran etiqueta se usará en los actos oficiales en los que así se indique expresamente y en aquellas ceremonias en las que al personal civil se le exija vestir de máxima etiqueta. Este uniforme tiene su correspondencia con el *traje* nacional, el frac y el chaqué.

Com veurem més endavant, quan es duu frac o jaqué la corbata és un complement d'ús obligatori.

**b) Uniforme de etiqueta**

El uniforme de etiqueta se usará en actos oficiales en los que así se indique, y en los actos sociales en los que al personal civil se le exija vestir de etiqueta. Este uniforme tiene su correspondencia con el esmoquin.

En aquest cas, a l'esmoquin no es porta corbata però sí corbata de llaç o corbatí.

c) **Uniforme de Gala**

El uniforme de gala se podrá usar en los actos sociales en los que se exija asistir con el uniforme de gran etiqueta o de etiqueta, en sustitución de éstos.

d) **Uniforme para actos de especial relevancia**

Uniforme para actos de especial relevancia se usará en los actos sociales en los que al personal civil se le exija vestir de *traje* oscuro.

En aquest cas quan s'indica «*traje* oscuro», vol dir que l'home ha de vestir pantalons, camisa, americana i corbata.

e) **Uniforme de diario**

El uniforme de diario es por antonomasia el uniforme representativo de los Ejércitos, de la Armada y de los Cuerpos Comunes de las Fuerzas Armadas. Se usará en aquellos actos militares en que no se indique expresamente un uniforme distinto o en los actos sociales Civiles en los que proceda una vestimenta formal.

Analitzant i fent la recerca de cadascuna de les composicions dels **uniformes de l'exèrcit de Terra**, a continuació detallarem quins són els uniformes i els tipus d'actes en què és obligatori dur corbata.

En l'uniforme militar **de gala** i en l'uniforme per a **actes d'especial rellevància**, s'exigeix l'ús de la corbata a l'exèrcit de Terra, concretament «corbata negra de nudo» i, opcionalment la «pinza para sujetar la corbata».

En l'uniforme militar **diari**, a les modalitats A i B també s'obliga l'ús de la corbata, però en aquest cas no serà negra sinó «corbata caqui de nudo». També de manera opcional «pasador sujeta corbatas». En canvi, en la modalitat C —que recordem que vol dir peces de vestir per a estacions càlides— no se'ls obliga portar corbata.

En l'uniforme militar de **treball**, en les modalitats A i B s'obliga l'ús de la «corbata caqui de nudo», tot i que hi ha una petita diferència: en la modalitat A, de manera opcional, pot escollir «pasador sujeta corbatas»; en canvi, en la modalitat B, que no s'obliga a portar «cazadora caqui» i només porten camisa, s'obliga a portar «pasador sujeta corbatas con el emblema correspondiente».

(GARCÍA-MERCADAL, 2019: 215 – 227)

### **Els uniformes de l'exèrcit de l'Armada**

En els uniformes de **gran etiqueta** de l'Armada cal dur la corbata de llaç; concretament, «corbata blanca de lazo» per al personal masculí i «corbata de lazo negro» per al personal femení. En aquest cas, la corbata blanca de llaç dels senyors és molt més gran que el llaç negre destinat a les senyores, que el duen molt més prim.

En l'uniforme d'**etiqueta** també s'ha de dur corbata, en aquest cas «corbata negra de lazo» per al personal masculí i «lazo negro» per al femení. És el mateix cas anterior: el tipus de llaç és diferent, ja que el dels homes és gruixut i el de les dones és més prim.

En l'uniforme de **gala** han de dur «corbata negra de nudo». En aquest cas, però, no es comenta res sobre la pinça que subjecta la corbata. Cal dir que moltes medalles i insígnies es posen sobre la corbata.

En l'uniforme per assistir a **actes d'especial rellevància** i en l'**uniforme de diari** ocorre el mateix: cal dur «corbata negra de nudo» només en la modalitat A i «pasador sujeta corbatas».

(GARCÍA-MERCADAL, 2019: 227 – 262)

### **Els uniformes de l'exèrcit de l'Aire.**

L'uniforme de **gran etiqueta** de l'exèrcit de l'Aire equival a un frac i, per tant, és obligatori dur la corbata de llaç, concretament «corbata blanca de lazo» per al personal masculí i «corbata de lazo negro» per al personal femení. En aquest cas, la corbata blanca de llaç dels senyors és molt més gran que el llaç negre de les senyores, que el duen molt més prim. És el mateix cas que en l'exèrcit de l'Armada.

La modalitat B de gran etiqueta equival a l'ús de jaqué; per tant, els homes hauran de dur «corbata negra de lazo» i les dones «lazo negro».

En els uniformes d'**etiqueta**, els homes hauran de portar «corbata negra de lazo» i les dones «lazo negro». Com anteriorment hem explicat, també en aquest cas la corbata de llaç dels homes és més gran que la corbata «lazo negro» de les dones, que és molt més prima.



L'uniforme de **gala** inclou «corbata negra de nudo» i també un «pasador sujeta corbatas».

L'uniforme dels **actes d'especial rellevància** també ha de dur «corbata negra de nudo» i un «pasador sujeta corbatas».

**L'uniforme diari**, en la modalitat A, obliga l'ús de la «corbata negra de nudo» i un «pasador sujeta corbatas»; en canvi, en la modalitat C no es duu corbata.

En l'**uniforme de treball**, en la modalitat A i B, s'especifica «corbata negra» i «pasador sujeta corbatas». En aquest cas, en la modalitat C no cal duu corbata.

(GARCÍA-MERCADAL, 2019: 263 – 278)

### **Els uniformes dels cossos de las Fuerzas Armadas.**

En els uniformes de **gala**, en la modalitat A, s'exigeix «corbata negra de nudo» i, de manera opcional, «pasador sujeta corbatas».

En l'uniforme per a **actes d'especial rellevància**, en la modalitat A, es demana la «corbata negra de nudo» i el «pasador sujeta corbatas».

En l'**uniforme de diari**, en la modalitat A, cal dur «corbata verde musgo de nudo» i, de manera opcional, el «pasador sujeta corbatas».

**Uniforme de treball.** En aquest uniforme, tant en la modalitat A com en la modalitat B es demana «corbata verde musgo de nudo», però el tret diferencial recau en la pinça de la corbata. En la modalitat A es pot escollir de manera opcional el «pasador sujeta corbatas». En canvi en la modalitat B, la pinça de la corbata no és opcional i, a més a més, és una pinça específica. Concretament diu que el «pasador sujeta corbatas con el emblema de la especialidad fundamental».

(GARCÍA-MERCADAL, 2019: 279 – 298)

### **Uniformidad del Personal Militar en estado de gestación.**

En aquest cas, són els militars en «estado de gestación, cuando su estado les impida emplear las prendas reglamentarias de uso general».

Portaran «corbata/lazo» en el cas de l'uniforme d'**etiqueta i gala**.

**L'uniforme de diari** inclou corbata en la modalitat A i també en la modalitat B. **La uniformitat de treball** exigeix portar corbata en la modalitat A i també en la modalitat B.


(GARCÍA-MERCADAL, 2019: 298-299)

**En el CAPÍTULO I**, que descriu els emblemes de l'exèrcit de Terra, concretament la norma 80 argumenta la col·locació dels emblemes. Un dels llocs escollits és la pinça que subjecta la corbata.

Con carácter general, el resto de los emblemas se colocarán sobre los uniformes, excepto en los uniformes de campaña y especiales, en ambos lados del cuello de la gabardina o prenda de abrigo equivalente, de la guerrera, de la cazadora y de la camisa de manga corta, así como en el pasador sujeta corbatas (García-Mercadal, 2019: 304).

En el **CAPÍTULO IV**, que descriu els emblemes dels Cossos Comuns de les Forces Armades, concretament la norma 91 argumenta la col·locació dels emblemes. Un dels llocs escollits també és la pinça que subjecta la corbata.

Los emblemas de los Cuerpos Comunes de las Fuerzas Armadas se usaran en Prendas de cabeza, en solapes de la guerrera y cazadora, en las palas y manguitos porta divisas, en el pasador sujeta corbatas y en el ceñidor de gala. En los botones de la guerrera y de la cazadora figurará el escudo nacional (García-Mercadal, 2019: 306).



**Acuerdo de 23 de noviembre de 2005, del Pleno del Consejo General del Poder Judicial, por el que se aprueba el Reglamento 2/2005, de honores, tratamientos y protocolo en los actos judiciales solemnes.**

Concretament, en el TÍTULO IV, «uso de toga e insignias del cargo y uso de condecoraciones, Artículo 33. Del uso de toga e insignias del cargo en actos judiciales solemnes y actos jurisdiccionales». **S'exposa que:**

En los actos solemnes judiciales y actos jurisdiccionales que tengan lugar en los estrados, jueces y Magistrados usarán toga con los atributos que se regulan en el Reglamento de acuerdo a su rango. En todo acto jurisdiccional llevarán *traje* o vestimenta acorde con la dignidad de la función judicial y la solemnidad del acto.

Fiscales, Secretarios, Jueces de Paz, Abogados del Estado y demás Letrados de Servicios Jurídicos de las Administraciones Públicas, Abogados, Procuradores y Graduados Sociales en actos solemnes judiciales y actos jurisdiccionales que tengan lugar en los estrados, usarán toga y, en su caso placa y medalla. En todo acto jurisdiccional **llevarán traje o vestimenta** acorde con la solemnidad del acto (García-Mercadal, 2019: 330).

En aquesta definició hem ressaltat la paraula *traje*, que sabem que vol dir portar vestit i corbata.

### **Real Decreto 1051/2002, de 11 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Distinguida Orden Española de Carlos III.**

En aquest decret es descriu la distinció de l'Ordre espanyola de Carles III. La informació relacionada en aquest real decret ens és interessant perquè indica i descriu l'uniforme que correspon a utilitzar a «los caballeros de las Reales Órdenes de Carlos III e Isabel la Católica». La mateixa informació recau també pel **Real Decreto 2395/1998, de 6 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Orden de Isabel la Católica**, on també s'afegeix aquest requadre d'informació relacionada.

#### **Información relacionada**

*Real Orden Circular de 21 de enero de 1920, por la que se señala y describe el uniforme que corresponde usar a los caballeros de las Reales Órdenes de Carlos III e Isabel la Católica*

...

Tercero. El uniforme de gala consistirá en casaca-peti de paño azul turquí, cerrada con una sola fila de nueve botones esféricos; faldones rectos, con carteras y dos botones en el talle; cuello y bocamanga cuadrados, del mismo paño azul, ambas con el bordado en plata característico a cada clase; vivos con bastón y serreta de plata; forro azul; pantalón largo del mismo paño, con galón de oro flordelisado; zapato negro; camisa blanca y corbata de seda negra o de batista blanca; guantes de cabritilla de color caña; sombrero apuntado negro, con galón de plata flordelisado, presilla de tres canelones de lo mismo y escarapela nacional; espada de ordenanza, con puño y guarnición de plata; capote ruso.

Cuarto. El traje de diario será de paño azul marino, y consistirá en una americana cruzada, cerrada por seis botones, con bocamanga cuadrada y cerrada por tres botones pequeños; pantalón azul marino liso; camisa blanca con corbata negra y zapatos negros lisos. Hombreras rígidas forradas del mismo paño, con el Escudo Nacional bordado en sus colores, y el bordado característico, en plata, con una o dos serretas, y uno, dos o tres galones de lo mismo. Gorra de plato azul marino, y alrededor una greca del bordado característico, en plata; barboquejo trenzado de plata. En el frente, bordado, el escudo de armas de España con toisón sobrepuesto.

Quinto. Los caballeros grandes cruces de ambas Órdenes, y los caballeros comendadores de número ... llevarán pluma negra en el sombrero, y además una faja de seda de punto de red con sus borlas y bellotas, y uno o dos pasadores bordados en canutillo, anudada al costado izquierdo. La faja será de seda azul con borlas y bellotas de plata en el caso de los de la Orden de Carlos III, y de seda amarilla con borlas y bellotas de plata, en el caso de los de la Orden de Isabel la Católica. El fajín de diario será semejante, con los bordados que correspondan.

Fuente: Archivo General Militar de Segovia, sección 2.ª, división 12.ª, legajo 124.

**QUADRE 03.** Informació sobre l'uniforme de los caballeros de las Reales Órdenes de Carlos III e Isabel Católica

Font: (García-Mercadal, 2019: 350).

**En el Decreto 2395/1998, de 6 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Orden de Isabel la Católica.**

Concretament, en el **Artículo 9**, s'expliquen els diferents graus d'aquest Ordre:

**La orden de Isabel la Católica constará de los siguientes grados: collar, Gran Cruz, Encomienda de Número, Encomienda, Cruz de Oficial, Cruz, Cruz de Plata, Medalla de Plata, Medalla de Bronce.**

És interessant perquè «**para personas jurídicas se concederá la Corbata o la Placa de Honor** (García-Mercadal, 2019: 354)».

**El Artículo 10.** Descripción de insignias. Detalla les característiques de la corbata:

Corbata y Placa de Honor: la Corbata se otorgará exclusivamente a personas jurídicas que tengan reconocido el uso de banderas o enseñas similares. Su insignia consistirá en una banda de seda con los colores de la Orden semejante a la de la Gran Cruz, de 155 centímetros de largo, rematada en ambos extremos con flecos dorados, llevando bordada, en uno de ellos, la insignia correspondiente a la Encomienda de la Orden, de 70 milímetros de diámetro. Dicha banda se colocará doblada y anudada al asta de la enseña por su extremo superior, con un cordón blanco.

(García-Mercadal, 2019: 356).



**IMATGE 27.**

Corbata amb placa d'honor

Font: (García-Mercadal, 2019: 360).

**Real Decreto 954/1988, de 2 de septiembre, por el que se regula la Orden Civil de Alfonso X el Sabio.**

Aquest decret, que regula l'ordre civil d'Alfons x, també té com a protagonista la corbata. Aquest Ordre reconeix les persones físiques, jurídiques o també entitats d'Espanya o estrangeres que hagin aconseguit algun mèrit en l'àmbit de l'educació, ciència, cultura, la docència i la investigació que hagin realitzat serveis destacats en alguns dels àmbits esmentats.

**Artículo 3.** (García-Mercadal, 2019: 365 - 366).

1. La Orden Civil de Alfonso X el Sabio comprende las siguientes categorías:

- 1.1. Para personas físicas:
  - Collar.
  - Gran Cruz.
  - Encomienda con Placa.
  - Encomienda.
  - Cruz.
- 1.2. Para personas jurídicas y Entidades:
  - Corbata.
  - Placa de Honor

**Artículo 8.** (García-Mercadal, 2019: 367).

La concesión del Collar, la Gran Cruz y la Corbata se efectuará por Real Decreto, a propuesta del Ministro de Educación y Ciencia.

Las restantes categorías se concederán por Orden del Ministro de Educación y Ciencia.

**Artículo 9.** En aquest apartat el punt núm. 3 argumenta:

Las personas condecoradas con la Gran Cruz, Encomienda con Placa, Encomienda y Cruz, y las Entidades distinguidas con las categorías de Corbata y Placa de Honor remitirán cada cinco años a la Oficialía Mayor escrito con actualización de sus datos personales y profesionales, a efectos de su constancia en el Registro de la Cancillería de la Orden (García-Mercadal, 2019: 367).

## **Real Decreto 2396/1998, de 6 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Civil.**

**Artículo 10.** Grados de la Orden

En aquest article s'exposen els diferents graus de què consta aquest Mèrit Civil.

La Orden del Mérito Civil constará de los siguientes grados: Collar, Gran Cruz, Encomienda de Número, Encomienda, Cruz de Oficial, Cruz, Cruz de Plata.

Para personas jurídicas se concederá la Corbata o la Placa de Honor.

(García-Mercadal, 2019: 379).

**Artículo 11. Descripción de insignias.**

**El punt (h). Corbata i Placa de Honor:**

La Corbata se otorgará, exclusivamente, a personas jurídicas que tengan reconocido el uso de banderas o enseñas similares. Su insignia consistirá en una banda de seda con los colores de la Orden, semejante a la banda de la Gran Cruz, de 155 cm de largo, rematada en sus extremos con flecos dorados. En uno de sus extremos llevará bordada la insignia correspondiente a la Encomienda de la Orden, de 55 x 60 mm. Dicha banda

se col·locarà doblada y anudada al asta de la enseña por su extremo superior, con un cordón azul (García-Mercadal, 2019: 380).

### **Orden FOM/2862, de 30 de julio, por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico.**

En aquesta Ordre es constaten les diferents categories que hi ha en aquest mèrit: Gran Placa, Placa, Medalla de Oro, Medalla de Plata. Tot i que les insígnies són medalles, hi ha una concessió que es concedeix una corbata.

#### **ARTÍCULO 2. Categorías y Características, l'apartat 2.4 s'afirma que:**

En el supuesto de que la concesión se hiciera a alguna institución con derecho establecido al uso de bandera o estandarte, se le concederá una corbata con los colores de su cinta, en la que llevará bordada la distinción concedida, rematada por un fleco de oro, plata o bronce, según proceda (García-Mercadal, 2019: 424).

### **Orden de 27 de abril de 1970 por la que se aprueba el Reglamento para la concesión de la Medalla de Honor de la Emigración.**

Aquest guardó té la finalitat de reconèixer a persones físiques espanyoles però també estrangeres que hagin prestat els seus serveis a l'immigrant o bé a Espanya.

Fem l'observació que a l'article número 7 la medalla que es concedeix té forma de corbata.

#### **Artículo 7.º**

La Medalla colectiva concedida a personas jurídicas, públicas o privadas, podrá ser ostentada por las Entidades en su papel impreso y colocada en sitio adecuado de sus locales y en forma de corbata con los colores de la cinta del pasador en su bandera, en su caso.

La corbata deberá ir tejida con los mismos colores listados de la cinta de la Medalla, que se colocará en la bandera o emblema filial de la Corporación o Entidad que la posean (García-Mercadal, 2019: 439).

### **Orden de 6 de noviembre de 1974 por la que se desarrolla el Decreto 2464/1974, de 9 de agosto, que crea la Medalla «Al Mérito de la Seguridad Vial».**

La medalla «al Merito de la Seguridad Vial» té tres categories: or, plata i bronze. La medalla d'or té forma de corbata.



La de oro penderá, a modo de corbata, de un cordón de seda del color del instintivo entrelazado con hilos de oro. Las de plata y bronce penderán de una cinta plegada en los costados, del color distintivo, y colgarán de un pasador de oro (García-Mercadal, 2019: 454).

**IMATGE 28.** Medalla d'or en forma al mèrit de seguretat vial  
**Font:** (García-Mercadal, 2019: 457).

### **Orden INT/2008/2012, de 21 de septiembre, por la que se regula la Orden del Mérito de la Guardia Civil.**

Aquesta Ordre al mèrit de la Guàrdia Civil premia les accions o conductes extraordinàries que posen en relleu el prestigi del cos de la Guàrdia Civil. Es classifiquen en cinc categories:

Gran Cruz, Cruz de Oro, Cruz de Plata, Cruz con distintivo rojo y Cruz con distintivo blanco.

Capítulo V. Derechos y Beneficios.

#### **Artículo 22. Derechos.**

El punt 4 d'aquest apartat dona importància la corbata com a emblema i reconeixement al cos de la Guàrdia Civil.

Las unidades, Instituciones o entidades que tengan reconocido el uso de banderas, estandartes o enseñas particulares podrán lucir en éstas la corbata que acredite la concesión de la Gran Cruz, la Cruz de Oro o la Cruz de Plata. La ostentación de la corbata será repetible cuando se hubiera concedido más de una de ellas (García-Mercadal, 2019: 466).

#### **Artículo 25. Gran Cruz.**

En aquest article explica les condecoracions l'anomenada Gran Cruz.

A l'apartat nº 3 constata com ha de ser la corbata:

La corbata correspondiente se confeccionará sobre banda de seda de color blanco de 80 milímetros de ancho y 150 milímetros de largo con una lista longitudinal verde en el centro de ancho igual a un octavo del ancho total de aquélla y rematada en sus extremos con flecos dorados de 50 milímetros de largo. En uno de los extremos, y a 100 milímetros de éste, llevará bordada la imagen de la Gran Cruz. La corbata irá sujeta a la moharra de la Bandera o estandarte con una lazada, cayendo los dos extremos de la corbata 500 milímetros a cada lado (García-Mercadal, 2019: 466).

**Artículo 25. Cruz de Oro.** A l'apartat nº 3 constata com ha de ser la corbata amb variació dels colors de la corbata de la Gran Cruz.

La corbata correspondiente se confeccionará sobre banda de seda 80 milímetros de ancho y 150 centímetros de largo con tres bandas iguales en sentido longitudinal, siendo roja la central y verdes las laterales y rematada en sus extremos con flecos dorados de 50 milímetros de largo. En uno de los extremos y a 100 milímetros de éste llevará bordada la imagen de la Cruz de Oro. La corbata irá sujeta a la moharra de la Bandera o estandarte con una lazada, cayendo los dos extremos de la corbata 500 milímetros a cada lado (García-Mercadal, 2019: 467).

**Artículo 27. Cruz de Plata.**

L'apartat número 3 constata com ha de ser la corbata, però també difereix en el color de la corbata de la Gran Cruz i la Cruz de Oro.

La corbata correspondiente se confeccionará sobre banda de seda 80 milímetros de ancho y 150 centímetros de largo con tres bandas iguales en sentido longitudinal, siendo blanca la central y verdes las laterales y rematada en sus extremos con flecos dorados de 50 milímetros de largo. En uno de los extremos y a 100 milímetros de éste llevará bordada la imagen de la Cruz de Plata. La corbata irá sujeta a la moharra de la Bandera o estandarte con una lazada, cayendo los dos extremos de la corbata 500 milímetros a cada lado (García-Mercadal, 2019: 467).

## Orden de 13 de abril de 1982 por la que se crea la Medalla al Mérito de la Protección Civil.

Es crea la medalla al mèrit de protecció civil per a reconèixer accions que directament o indirectament han realitzat ciutadans per prevenir o controlar situacions d'emergència, és a dir, que han destacat per les seves activitats de protecció o prevenció que podien veure's afectades per situacions greus o d'emergència i que han col·laborat amb les autoritats competents. En aquest tipus de guardó es poden concedir tres tipus de medalla, segons la categoria: or, plata i bronze. El que és interessant per a la nostra investigació no és el guardó en si, sinó la forma que té, ja que, tal com anuncia aquesta Ordre, la medalla d'or es penja en forma de corbata.

La Medalla de oro penderá, a modo de corbata, de una cinta del color del distintivo correspondiente. La de plata y la de bronce penderán de una cinta plegada en los costados, del color del distintivo respectivo, y colgarán de un pasador del mismo metal de la Medalla (García-Mercadal, 2019: 480).





És interessant comprovar que la categoria més alta, la de d'or, marca una diferència a l'hora de penjar la medalla, ja que cal elaborar-la en forma de corbata, mentre que a la de plata i bronze no se'ls dona aquesta forma, sinó que penjaran d'una cinta plegada pels costats. És, doncs, una mostra de com la forma de la corbata té importància i valor.

**IMATGE 29.** Medalla d'or en forma al mèrit de protecció civil en forma de corbata

**Font:** (García-Mercadal, 2019: 480).

### **Orden de 24 de enero de 1996 por la que se completa la regulación de la Orden al Mérito del Plan Nacional sobre Drogas.**

L'ordre al mèrit del Pla Nacional sobre drogues té tres categories: medalla d'or, medalla de plata i *cruc blanca*. En aquests guardons també es dona importància a la forma com es penja la medalla: la medalla d'or i també la de plata es penja en forma de corbata; en canvi, la *cruc blanca* es penja amb una cinta. Tornem a veure com es dona rellevància a la forma de la corbata.

Las Medallas en sus categorías de Oro y Plata penderán, a modo de corbata, de un cordón dorado o plateado respectivamente (García-Mercadal, 2019: 493).

### **Orden INT/1409/2011, de 10 de mayo, por la que se crea la Condecoración a la Dedicación al Servicio Policial, en sus diferentes categorías, en el Cuerpo Nacional de Policía.**

La condecoració a la dedicació al servei policial té tres categories: Medalla, Cruz, Encomienda y Placa.

A l'annex III, «Encomienda a la Dedicación Policia», s'explica la descripció detallada de la *Encomienda* i, tot seguit, la *Cinta*, que ha de portar-se penjada al coll i s'ha de col·locar sobre el nus de la corbata.

La cinta, de la que se ha de llevar pendiente del cuello, será de 40 milímetros de ancho, dividida en tres bandas en sentido longitudinal, siendo la del centro de 12 milímetros de color carmesí y las otras dos iguales, con una anchura de 14 milímetros, distribuidos, en su ancha la franja central amarilla (3mm) respecto a las que la flanquean de color

rojo (1,5 mm), y entre ella y la carmesí, una banda de color verde de 8 milímetros de ancho. La cinta será de moaré formando aguas y su longitud será la adecuada para que permita colocarla sobre el nudo de la corbata.

La cinta se introducirá por el portacintas y se rematará en sus extremos por un sistema que permita anudarse en la parte posterior del cuello (García-Mercadal, 2019: 531).

## **Real Decreto 1040/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento general de recompensas militares.**

Aquest reial decret tracta del reglament de les recompenses militars que són:

la Cruz Laureada de San Fernando, la Medalla Militar, la Cruz de Guerra, la Medalla de Ejército, la Medalla Naval, la Medalla Aérea, las Cruces del Mérito Militar, del Mérito Naval y del Mérito Aeronáutico, con distintivo rojo, azul, amarillo y blanco, la citación como distinguido en la Orden General y la mención honorífica (García-Mercadal, 2019: 534).

Les medalles de l'exèrcit, la naval i l'aèria, tal com aquest reial decret explica, es poden donar de manera individual i de manera col·lectiva. El cas que ens interessa a nosaltres sobre la corbata és la concessió de la medalla de manera col·lectiva, perquè és on es fa esment a la corbata, però no com a complement de vestir o insígnia, sinó com a Medalla. Concretament es menciona en l'article número 24.

### **Artículo 24. Publicación de la concesión e imposición de la condecoración.**

Aquest article forma part del **Capítulo II procedimiento para la concesión e imposición de las Medallas del Ejército, Naval y Aérea**. El punt número 3 d'aquest article diu:

La imposición de las Medallas del Ejército, Naval o Aérea colectivas será presidida por la autoridad que se designe, ante las fuerzas y personal de la unidad, centro u organismo recompensado, que formarán en lugar preferente y destacado, y las unidades militares formadas que se estime conveniente, procurando dar la mayor relevancia posible a la ceremonia. Si dicha unidad, centro u organismo tuviera concedido el uso de la Enseña Nacional, se impondrá la corbata de la Medalla del Ejército, de la Naval o de la Aérea, como condecoración representativa de la recompensa, y la fórmula que pronunciará la autoridad designada para presidir el acto, después de proceder a la lectura del real decreto de concesión será la siguiente: «Gloriosa Enseña, en nombre de España y para honrar a la unidad ( centro u organismo) que representáis, por la acción distinguida

llevada a cabo, tengo el honor de imponeros la Corbata de la Medalla (del Ejército, de la Naval o de la Aérea) que os ha sido concedida (García-Mercadal, 2019: 546 - 547). Cuando las unidades, centros u organismos carezcan de bandera o estandarte, se sustituirá la Corbata de la Medalla del Ejército, de la Naval o de la Aérea por un Guión-Enseña y Placa de la Medalla correspondiente, y su entrega se acomodará, en todo lo posible, a lo establecido en el párrafo anterior (García-Mercadal, 2019: 547).

En el **Capítol III** d'aquest reial decret parla dels drets inherent a les medalles de l'exèrcit, Naval i Aèria.

Ens fixem en la **Sección 2ª, Medallas del Ejército, Naval i Aérea colectivas, Artículo nº 28. Derechos, honores y distinciones:**

Las unidades, centros y organismos militares que hayan sido recompensados con la Medalla del Ejército, de la Naval o de la Aérea tendrán los siguientes derechos, honores y distinciones:

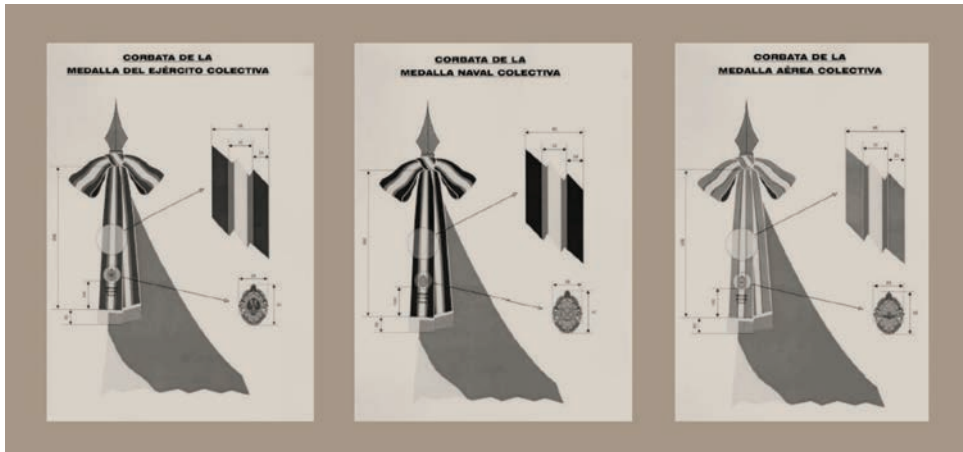
- a) Las unidades, centros y organismos militares que tengan concedido el uso de la Enseña Nacional tendrán derecho al uso de la corbata de la medalla respectiva en sus banderas o estandartes; si no lo tuvieran, tendrán derecho a usar el Guión- Enseña de la Medalla del Ejército, de la Naval o de la Aérea y la Placa correspondiente (García-Mercadal, 2019: 548).

En el **Capítol IV** d'aquest reial decret descriu les característiques de la corbata de la Medalla de l'exèrcit, de la Naval i de l'aèria:

Las Medallas del Ejército, Naval y Aérea colectivas constan de las siguientes condecoraciones:

- a) La corbata de la Medalla del Ejército, de la Naval o de la Aérea, de seda en los mismos colores que la cinta especificada en el apartado 2 del artículo anterior y de 80 milímetros de anchura, con una lazada de dos caídas de 500 milímetros de longitud, terminadas con flecos de oro de 50 milímetros, llevando bordada en una de ellas, a 100 milímetros del borde del que pende el fleco, la orla con el reverso de la medalla correspondiente descrito en el apartado 1 del artículo anterior, con un tamaño de 42 milímetros en su eje vertical y 28 milímetros en el horizontal y debajo de ella, en negro, la unidad, la acción y la fecha que determine el real decreto de concesión. La corbata irá sujeta a la moharra de la bandera o estandarte, y quedará pendiente sobre ella y a la altura de su centro. La ostentación de la Corbata será repetible cuando se hubiera concedido más de una de ellas (García-Mercadal, 2019: 549).

Convé recalcar que en aquest tipus de reconeixement la corbata pren envergadura no només com una insígnia, com hem vist en alguns dels



**IMATGE 30.** Corbates de la medalla de l'exèrcit, naval i aèria

**Font:** (García-Mercadal, 2019: 569 - 571).

reglaments o ordres anteriorment exposats, sinó com a medalla amb la denominació de «corbata de la medalla...».

**Orden DEF/3594/2003, de 10 de diciembre, por la que se aprueban las normas para la tramitación y concesión ordinaria de las Cruces del Mérito Militar, Naval y Aeronáutico, con distintivo blanco, y de las menciones honoríficas, la delegación de competencias en esta materia, y el uso de las condecoraciones representativas de las recompensas.**

Dins aquesta Ordre hi ha l'apartat de:

**NORMAS I TRAMITACIÓN Y CONCESIÓN ORDINARIA DE LAS CRUCES DEL MÉRITO MILITAR, NAVAL Y AERONÁUTICO, CON DISTINTIVO BLANCO, Y DE LAS MENCIONES HONORÍFICAS, LA DELEGACIÓN DE COMPETENCIAS EN ESTA MATERIA, Y EL USO DE LAS CONDECORACIONES REPRESENTATIVAS DE LAS RECOMPENSAS.**

Aquestes normes estan classificades en tres capítols. Concretament el **capítol II, «Normas sobre la ordenación, uso y colocación de las condecoraciones representativas de recompensas, así como de sus pasadores, en prendas de uniformidad por el personal militar»**, esmenta un apartat sobre les condecoracions al coll; en aquest cas, es posa el guardó «la venera» damunt del nus de la corbata.



**IMATGE 31.** Condecoracions al coll  
**Font:** (García-Mercadal, 2019: 620).

## 2. Condecoraciones en el cuello:

Será el lugar de colocación de las veneras y encomiendas, de la que sólo podrá llevarse una a elección, salvo orden expresa en contrario. Dependiendo de la prenda de uniformidad, se llevará la cinta por debajo del cuello de la camisa y la venera sobre el nudo de la corbata, o bien la cinta por debajo del cuello de la guerra cerrada y la venera sobre el primer botón de dicha prenda, o bien la cinta sobre la sujeción de la corbata y la venera, centrada, cubriendo el ángulo inferior de dicha prenda (García-Mercadal, 2019: 611).

## Real Decreto 899/2001, de 27 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Militar Orden de San Fernando.

Dins el **capítol I**, «**Disposiciones generales, dignatarios y miembros de la Real y Militar Orden**», en l'**article 4** anomena quins són els components de la Real y Militar Orden de San Fernando:

### 1. Son componentes de la Real y Militar Orden de San Fernando:

- a) Los Caballeros y Damas Grandes Cruces Laureadas.
  - b) Los Caballeros y Damas Cruces Laureadas.
  - c) Los Caballeros y Damas Medallas Militares.
2. También pertenecen a la Orden las Unidades, Centros y Organismos militares, cuyas Banderas y Estandartes ostenten la Corbata de la Laureada, o de la Medalla Militar, o que tengan concedidos los Guiones-Enseña de la Laureadas o Medallas Militares Colectivas, cuando carezcan de aquéllos, representadas por sus jefes (García-Mercadal, 2019: 636).

Al **capítol II**, «**Organización de la Real y Militar Orden**», en l'**article número 7**, parla del *Capítulo*, que es tracta de l'òrgan superior del govern de la Reial i Militar Ordre. Al punt número 3, en què descriu les funcions que ha de tenir el *Capítulo*, a l'apartat 5 afirma que:

5. En la Sala en la que se reúna el Capítulo figurarán, junto al Estandarte de la Orden, dos Banderas o Estandartes condecorados con la Corbata de la Laureada o de la Medalla Militar, que constituirán la representación de todas las demás Unidades en posesión de estas recompensas (García-Mercadal, 2019: 637).

En el mateix capítol, l'**Article 8** parla de l'assemblea i, concretament a l'apartat 2, es descriu la reunió com un acte solemne.

Con ocasión de la reunión anual preceptiva, se celebrará un acto solemne en sufragio de los fallecidos de la Orden. En dicho acto figurarán dos Banderas o Estandartes condecorada con la Corbata de San Fernando o de la Medalla Militar, que ocuparán un lugar preferente (García-Mercadal, 2019: 637).

L'apartat 3, en què es descriu les funcions de *la Asamblea* a la corbata li recau la funció d'insígnia-símbol:

En la Sala donde tenga lugar la reunión de la Asamblea convocada por su Presidente figurarán, junto al Estandarte de la Orden, dos Banderas o Estandartes condecorados con la Corbata de la Laureada o de la Medalla Militar, que constituirán la representación de todas las demás Unidades en posesión de estas recompensas (García-Mercadal, 2019: 637).

En el mateix capítol, l'**article 9** descriu la *Maestranza* i les seves funcions. En un dels apartats es fa el seguiment de les banderes condecorades amb la «Corbata la Laureada o de la "Medalla Militar».

Realizar el seguimiento de la localización y movilidad de las Banderas o Estandartes condecorados con la Corbata de la Laureada o de la Medalla Militar y de sus Guiones – Enseña (García-Mercadal, 2019: 637).

En el **Títol IV** sobre «**Derechos y distinciones que conllevan las recompensas de la Real y Militar Orden**», concretament al **Capítol I**, «Derechos inherentes a la Cruz Laureada de San Fernando», la secció número 2, que descriu la *Laureada Colectiva*, concretament a l'**article 30**, anomenat «**Derechos, honores y distinciones**», explica que les Unitats, Centres i Organismes militars que tinguin concedit l'ús de «la Enseña Nacional» tindran dret a ostentar la *Corbata de la Laureada* a les seves banderes. En aquest cas, una vegada més podem veure el valor de la corbata com a símbol.

Las Unidades, Centros y Organismos militares que hayan sido recompensados con la Laureada Colectiva tendrán los siguientes honores i distinciones:

1. Las Unidades, Centros y Organismos militares que tengan concedido el uso de la Enseña Nacional, tendrán derecho a ostentar la Corbata de la Laureada en sus Banderas o Estandartes; si no lo tuvieran, tendrán derecho a usar el Guión- Enseña y la Placa de la Laureada.

2. Los buques llevarán permanentemente en el top del palo donde se izan las insignias, un gallardete con los colores de la Corbata de la Laureada.
  
8. Si la Laureada Colectiva fuese concedida a dos tercios de Unidades militares que formen parte de una Unidad superior, podrá ésta ostentar también la insignia de la Cruz Laureada en sus escudos y la Corbata de la Laureada en su Bandera o Estandarte (García-Mercadal, 2019: 648).

En el **Capítol II, Derechos inherentes a la Medalla Militar**, concretament a la secció 2, que descriu i explica la Medalla Militar col·lectiva afirma que:

Las Unidades, Centros y Organismos militares que tengan concedido el uso de la Enseña Nacional, tendrán derecho a ostentar la Corbata de la Medalla Militar en sus Banderas o Estandartes; si no lo tuvieren, tendrán derecho a usar el Guión – Enseña y la Placa de la Medalla Militar (García-Mercadal, 2019: 650).

En un altre dels punts d'aquest mateix **Capítol II**, es destaca que en els actes oficials i a les desfilades militars aquestes banderes han d'estar en un lloc destacat:

En los actos oficiales solemnes y en los desfiles militares en los que participen, sus Banderas, Estandartes y Guiones – Enseña figurarán en lugar preeminente y destacado de las restantes Banderas y Estandartes de otras Unidades, Centros y Organismos militares, e inmediatamente después de aquéllas condecoradas con la Laureada Colectiva de San Fernando (García-Mercadal, 2019: 650).

En el **Títol V, «Imposición de las condecoraciones de las recompensas que integran la Real y Militar Orden»**, al **Capítol I, «Ceremonia de imposición»**, i concretament, en l'**article 37**, anomenat **«Imposición de las condecoraciones de la Laureada Colectiva»** es dona valor a la corbata com a símbol de recompensa:

Si la unidad, Centro u Organismo tuviera concedido el uso de la Enseña Nacional, se impondrá la Corbata de la Laureada, como condecoración representativa de la recompensa, a su Bandera o Estandarte, y la fórmula que pronunciará el soberano de la Real y Militar Orden o, en su caso, la Autoridad militar que le represente, será la siguiente: «Gloriosa Enseña, en nombre de España y para honrar a la Unidad (Centro u Organismo), que representáis y a quienes lucharon heroicamente bajo vuestros colores, me honro en imponeros la Corbata de la Laureada que os ha sido concedida.»

A continuación, las fuerzas militares asistentes desfilarán ante la Bandera o Estandarte recompensado y detrás formará la Unidad, o el personal militar del Centro u Organismo (García-Mercadal, 2019: 651 - 652).

Quan no hi hagi la bandera, es substitueix la Corbata de San Fernando:

Cuando las Unidades, Centros u Organismos carezcan de Bandera o Estandarte, se sustituirá la Corbata de San Fernando per un Guión-Enseña y Placa de la laureada y su entrega se acomodará, en todo lo posible, a lo establecido en los apartados anteriores (García-Mercadal, 2019: 652).

Davant la importància que se li dona a la corbata de San Fernando com a símbol i reconeixement, fins i tot aquest reial decret especifica què s'ha de fer en cas que els materials militars (vaixells, avions etc.) siguin destruïts o substituïts per uns altres de nous: cal guardar l'ensenya i plaques que ostentin la Corbata de San Fernando.

Si se tratara de buque, aeronave, o cualquier otro material militar destruido o desaparecido, el Guión- Enseña y la Placa serán entregadas solemnemente por el Gran Maestre de la Real y Militar Orden de San Fernando al Director del Museo del Ejército correspondiente o del Cuerpo de la Guardia Civil, según la pertinencia de la Unidad, para que se guarden en su Sala de Laureados, donde se conservarán, también, las Banderas y Estandartes que hayan quedado fuera de uso por desaparición de la Unidad, o por sustitución por otros Nuevos y que ostentaban la Corbata de San Fernando, así como los Guiones – Enseña y Placas, en los mismos casos (García-Mercadal, 2019: 652).

En aquest mateix capítol, concretament a l'**article 39, «imposición de las condecoraciones de la Medalla Militar Colectiva»**, novament es dona valor a la corbata com a símbol, però en aquest cas a la Corbata de la Medalla Militar.

Si la Unidad, Centro u Organismo tuviera concedido el uso de la Enseña Nacional, se impondrá la Corbata de la Medalla Militar, como condecoración representativa de la recompensa, a su Bandera, o Estandarte, y la fórmula que pronunciará el Soberano de la Real y Militar Orden o, en su caso, la Autoridad militar que le represente, será la siguiente: «Gloriosa Enseña, en nombre de España y para honrar a la Unidad (Centro u Organismo), que representáis y a quienes lucharon muy distinguidamente bajo vuestros colores, me honro en imponeros la Corbata de la Medalla Militar, que os ha sido concedida». A continuación, las fuerzas militares asistentes desfilaran ante la Bandera o Estandarte recompensados y detrás formará la Unidad, o el personal militar del Centro u Organismo (García-Mercadal, 2019: 652).



Quan no es tingui la bandera, es substitueix la corbata de la Medalla Militar:

Cuando las Unidades, Centros u Organismos carezcan de Bandera o Estandarte, se sustituirá la Corbata de la Medalla Militar por un Guión – Enseña y Placa de la Medalla Militar y su entrega se acomodará, en todo lo posible, a lo establecido en los apartados anteriores (García-Mercadal, 2019: 653).

En el **Capítol III, «Depósito de Banderas, Estandartes, Guiones-Enseña y Placas, en caso de disolución de Unidades condecoradas»**, concretament en l'**article 41**, «Depósito de las Laureadas y Medallas Militares Colectivas».

La entrega de las Banderas y Estandartes condecorados, en su caso, y de las Corbatas, Guiones – Enseña y Placas, se hará directamente al Director del Museo por una comisión presidida por el último Jefe de la Unidad, Centro u Organismo, previa publicación del acto en la Orden del Cuartel General correspondiente (García-Mercadal, 2019: 653).

En el **Títol VI** d'aquest reial decret, «**descripción de las condecoraciones e insignias de las recompensas de la Real y Militar Orden y su uso**», en el **capítol I**, «Condecoraciones e insignias de la Cruz Laureada de San Fernando y su uso», concretament, en l'**article 43**, «Condecoraciones de la Laureada Colectiva» s'assenyala:

La Corbata de la Laureada, de seda y en los mismos colores que la cinta de la Banda, proporcionalmente a su tamaño, de ochenta milímetros de anchura, con una lazada de dos caídas de quinientos milímetros de longitud y terminadas ambas con flecos de oro de cuarenta milímetros de longitud. Sobre la primera de dichas caídas irá bordada, a cien milímetros del borde del que pende el fleco, en sus colores, la Cruz correspondiente a la Cruz Laureada y debajo, en sable, la Unidad, acción y fecha de la misma. La Corbata irá sujeta a la moharra de la Bandera o Estandarte, quedando pendiente sobre ella y a la altura de su centro. La ostentación de la Corbata será repetible cuando se hubiera concedido más de una de ellas (García-Mercadal, 2019: 654).

En aquest mateix capítol, concretament en l'**article 46**, «**Condecoraciones de la Medalla Militar Colectiva**», es detalla com ha de ser la Medalla Militar col·lectiva:

La Corbata de la Medalla Militar, de seda y en los mismos colores que la cinta especificada en el apartado 2 del artículo anterior, de ochenta milímetros de anchura, con una lazada de dos caídas de quinientos milímetros de longitud, terminadas con flecos de oro de cincuenta milímetros. Sobre la primera de dichas caídas irá bordada, a

cien milímetros del borde del que pende el fleco, la Orla de la Medalla Militar Colectiva, de cuarenta y dos milímetros de diámetro. El círculo central estará bordado en rojo, con la acción y su fecha en oro y, debajo de ella, en sable, la Unidad. La corbata irá sujeta a la moharra de la Bandera o Estandarte, quedando pendiente sobre ella y a la altura de su centro. La ostentación de la Corbata será repetible cuando se hubiera concedido más de una de ellas (García-Mercadal, 2019: 656).

Els colors de la cinta de la Corbata de la Medalla Militar que especifica a l'apartat 2 de l'article 45 té aquestes característiques:

La cinta, de la que irá pendiente la Medalla, será de seda de treinta y cinco milímetros de ancho, dividida en tres partes: la central, de quince milímetros de ancho, con los colores naciones, y las de los costados, blancas, de diez milímetros de ancho cada una, con un filete amarillo de dos milímetros de anchura. Esta cinta tendrá cuarenta y cinco milímetros de longitud a la vista y se llevará sujeta por una hebilla dorada de la forma y dimensiones proporcionadas y usuales para esta clase de condecoraciones. Sobre la cinta se llevará un rectángulo de metal dorado de cuatro milímetros de ancho, con la fecha correspondiente a la acción que motiva la concesión de la recompensa, en rojo (García-Mercadal, 2019: 655).

## **Real Decreto 1189/2000, de 23 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Militar Orden de San Hermenegildo.**

### **REGLAMENTO DE LA REAL Y MILITAR ORDEN DE SAN HEMENEGILDO**

En el **Capítol VI** d'aquest reglament, «**Escudos, Estandarte, condecoraciones e insignias**», concretament a l'**article 27, sobre** «condecoraciones», es descriuen les característiques de la Creu i s'assenyala que s'ha de posar sobre el nus de la corbata.

La encomienda será una Cruz, similar a la anteriormente descrita, en la que el escudo de la Orden es de siete milímetros de radio y tiene la bordura en esmalte blanco, con la misma inscripción que la Cruz, y rodeando el todo dos ramas de laurel de sinople frutadas de gules, unidas por sus troncos y liadas en punta con lazo de gules. Se llevará pendiente del cuello con una cinta de treinta milímetros de ancho, de longitud adecuada para que se coloque sobre el nudo de la corbata, de análogos colores a los descritos para la cinta de la Cruz (García-Mercadal, 2019: 698).

En aquest capítol hem pogut veure que el protocol i l'etiqueta, efectivament, tenen molt a dir sobre la corbata, no només com l'hem conegut fins ara, com a complement de roba, sinó com a símbol i com a element de reconeixement. En el protocol hem constatat com en moltes cerimònies la corbata no només sobresurt en la vestimenta —convé recordar que en les ocasions que són més solemnes la corbata hi participa—, sinó també com a símbol de reconeixença per l'èxit o triomf a través de persones físiques, organismes, empreses i institucions. Recordem una de les cites de Jorge Sierra Sánchez amb què iniciàvem aquest capítol, quan afirma que el protocol del segle XXI està format per símbols i la corbata és un símbol que en el protocol i el cerimonial mostra èxit, triomf i recompensa.

Al llarg d'aquesta investigació, hem descobert i investigat la corbata com a complement de roba a través de la seva història, les obres que l'han abordat, els tipus de nusos i les recomanacions per dur-la de manera correcta i precisa. Però en aquesta recerca volem fer un pas més per analitzar-la a fons: si el protocol i el cerimonial declaren que la corbata, a banda de complement de roba, s'utilitza com a símbol, anem examinar-la dins l'àmbit de la semiòtica —la teoria dels signes— per aprofundir en la càrrega significativa de què gaudeix i poder teoritzar sobre la vessant comunicativa que engloba.

Es cierto que los vestidos sirven principalmente para cubrir el cuerpo. Sin embargo, un verdadero análisis muestra que lo que sirve realmente para cubrirse no supera el cincuenta por ciento del total. El otro cincuenta por ciento, desde la corbata al bajo de los pantalones, pasando por las solapas de la chaqueta o la elección de los tejidos y colores, evidencia que el vestido es comunicación. (Martínez Ribeiro, 1998, p.114)<sup>3</sup>

---

3 Ana Martínez Barreiro (1998) en la seva obra *la moda en las sociedades modernas* va ser el primer estudi sociològic de caràcter visual que es va publicar al nostre país sobre el fenomen social de la moda. Veure ressenya d'aquest llibre escrita per Rosa Cobo a la revista *Papers revista de sociologia* nº57, 1999 pàg. 157. Universitat Autònoma de Barcelona.

# 5

## **LA DIMENSIÓ COMUNICATIVA DE LA CORBATA**

**Teories de referència**

## 5.1. Una revisió ràpida de les teories de la comunicació

## 5.2. La semiòtica

5.2.1. Una mirada a Saussure

5.2.2. Una mirada a Peirce

5.2.3. Classificació dels signes en relació al símbol

5.2.4. La corbata, entre el signe i el símbol

## 5.3. L'interaccionisme simbòlic

## 5.4. La comunicació no verbal

5.4.1. La corbata en la comunicació no verbal

## 5.5. La teoria Gestalt: la percepció visual

La revisió històrica del vestit i la corbata, així com l'estudi del protocol, el cerimonial i l'etiqueta ens ha permès veure que la corbata no només ha de ser considerada com un element de distinció sinò que actualment encara és present en nombrosos actes i activitats de la vida social. El vestit i la mateixa corbata són manifestacions (individuals o grupals) de propòsits, de pensaments, de voluntats, és a dir, a l'hora de seleccionar-los i d'escollir-los, hi ha una intencionalitat que podem interpretar i atribuir un significat que en moltes ocasions són símbols i signes. Amb l'afany d'estudiar-la més a fons, en aquest capítol ens disposem a examinar la part comunicativa d'aquest element a partir de les principals teories de la comunicació.

## 5.1. Una revisió ràpida de les teories de la comunicació

Les espècies animals, molt abans que el mateix ésser humà, ja disposaven d'una aptitud per interaccionar i servir-se d'informació, ja que comunicar, l'acció de «donar a conèixer (alguna cosa) a algú», tal com es descriu el diccionari, és un acte molt complex en què intervenen diversos factors, i segons la perspectiva amb què s'analitza s'evidencia l'entramat divers que conté. De manera molt bàsica es pot dir que la comunicació és un procés d'interacció amb l'entorn i amb els altres mentre duem a terme la transmissió de missatges.

És per això que les teories de la comunicació han utilitzat diferents perspectives per analitzar l'acte comunicatiu i l'han relacionat amb diferents disciplines i sectors de la societat, com ara els mitjans de comunicació de masses, les notícies, etcètera.

Shannon i Weaver plantegen la "Teoria matemàtica de la informació" en què afirmen que la comunicació és un procés natural en què es transmet informació entre un emissor i un receptor. Aquesta manera de transmetre la informació és un model lineal i unidireccional que donen a conèixer com a model telegràfic. Després apareixeria la teoria cibernètica proposada per Norbert Wiener que mesurava el procés de transmissió comunicativa entre màquines i humans. Centrant-nos en el camp de la teoria social, un altre dels estudis ha estat la relació del llenguatge amb la comunicació a través de la teoria de la comunicació formulada per Saussure (línia americana) i Peirce (línia europea). Una altra perspectiva interessant fou la proposada per Lévi-Strauss, amb l'estudi de l'antropologia com a procés cognitiu dins un context cultural, i Gregory Bateson, fundador de la Escuela de Palo Alto, que es qüestionava els fonaments de la psicologia i afirmava que el comportament humà té un valor comunicatiu. Finalment, no podem eludir el també professor de la mateixa Escuela de Palo Alto Paul Watzlawick, conegut per la seva implicació en el constructivisme radical, i Herbert Blumer i Ervin Goffman que, com veurem al llarg d'aquest capítol, són alguns dels autors que van interessar pels seus estudis i investigacions sobre l'interaccionisme simbòlic.

Quan entrem de ple en el que hem anomenat fins fa molt poc l'era dels mitjans de comunicació de masses —la ràdio, la televisió, la premsa, el cinema—, Laswell va ser un dels artífexs a investigar el poder d'aquests mitjans sobre nosaltres (les masses). L'emissor que dirigeix un missatge al receptor i aquest ho fa a través d'un canal produint un efecte, o sigui (causa- efecte). En una línia semblant, Lazarsfeld ens va descobrir la influència i poder dels líders d'opinió conjuntament amb Bernard Berelson, investigador també conegut per l'estudi de la persuasió i anàlisi de contingut. Més endavant, esdevindria la coneguda Escola de Frankfurt (la teoria crítica) amb Horkheimer, Marcuse, Froman Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Erich Fromm, Walter Benjamin i més endavant Jürgen Habermas, que van ser crítics amb els mitjans de masses per "adormir" o "manipular" l'emissor, és a dir, com els mitjans de comunicació podien manipular amb els missatges per fer creure el que volien.

La comunicació va més enllà d'un model o un altre; cada teoria ha anat de la mà de la transició i el desenvolupament humà i ens ha influenciat a cadascun de nosaltres. Els avenços tecnològics ens deparen cada dia un nou territori comunicatiu que estem segurs que generaran noves teories de la comunicació que explicaran com ens vam iniciar en un model unidireccional com el telègraf i avui en dia amb només un clic ens podem comunicar amb milions de persones.

La nostra voluntat, en aquest capítol, és esbrinar els models que ens interessin per a la nostra investigació; models en els quals la creació i significació dels missatges esdevenen un element central. És el cas de la perspectiva lingüística de Jakobson (1981: 352-353), que planteja un model de lingüística dins els processos de comunicació que estructura en sis factors: *l'emissor*, *el receptor*, *el missatge*, *el canal* i, per tal que aquest missatge arribi a l'emissor, serà necessari el *codi lingüístic*, un conjunt organitzat per regles de combinació pròpies de cada llengua. Seguint les pautes d'aquest model, Jakobson afirma que cal diferenciar sis funcions essencials del llenguatge inherent a tot procés de comunicació lingüística:



**La funció emotiva:** s'aplica quan es posen de manifest els sentiments i les emocions de l'emissor.

**La funció conativa:** s'empra perquè l'emissor actuï amb conformitat amb el que se li està sol·licitant a través de preguntes i ordres.

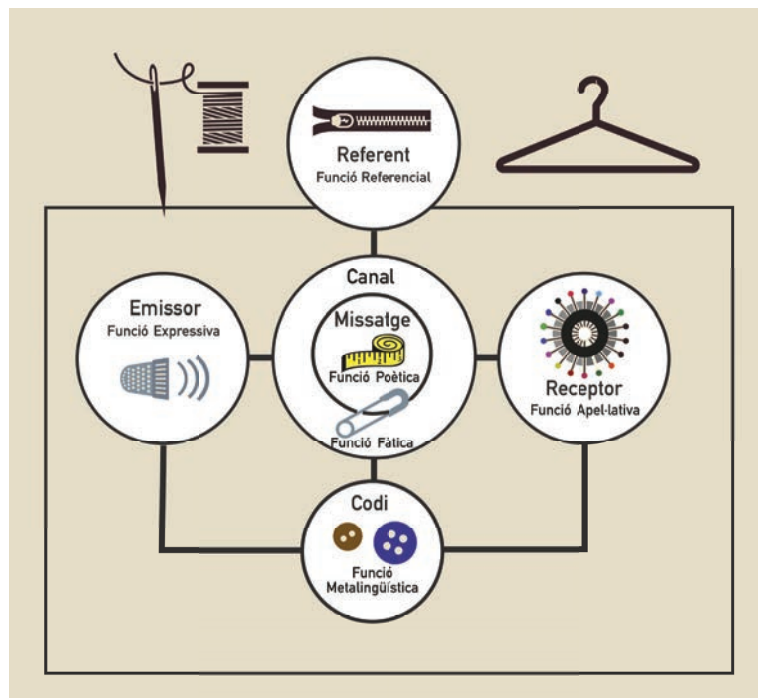
**La funció referencial:** es reserva per donar a conèixer informació objectiva.

**La funció metalingüística:** s'utilitza quan el codi ens serveix per referir-se al mateix codi.

**La funció fàtica:** es fa servir per comprovar si hi ha contacte o bé per començar, mantenir, perllongar, interrompre o acabar la comunicació; per tant, és el canal que manté la interacció.

**La funció poètica:** actua quan el missatge té una finalitat estètica i es pretén provocar un efecte especial en el destinatari.

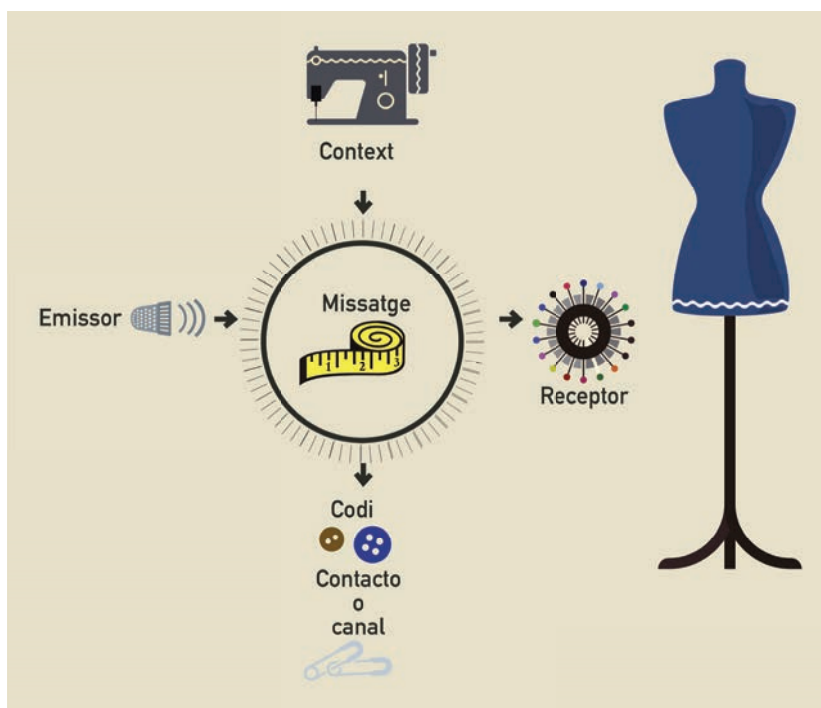
Els sis factors que constitueixen el llenguatge, dins el procés comunicatiu, tenen una relació amb les funcions del llenguatge:



**IMATGE 32.** Figura de Jakobson

**Font:** Elaboració pròpia a partir de la figura de Jakobson.

Si apliquem el model de Jakobson al nostre element d'estudi, podem considerar la corbata com un element del llenguatge, un element de comunicació. L'emissor seria l'home que du corbata; el receptor, la persona o conjunt de persones que el veuen —i que capten i desxifren el missatge— en un context determinat, que és el referent (cerimònia, lloc de treball, etc.); el codi, que ha de ser comú perquè es cossi el missatge, correspondria al valor social que s'ha atorgat a la corbata, i finalment el canal, en aquest cas, seria el visual, que establiria la connexió entre l'emissor i el receptor.



**IMATGE 33.** Segona figura de Jakobson

**Font:** elaboració pròpia a partir de la figura de Jakobson.

Pel que fa a les funcions del llenguatge que traça aquest lingüista, en el nostre cas destaquen l'emotiva i la poètica, atès que si el focus d'atenció recau en l'emissor —la persona que vesteix corbata—, la funció serà emotiva o expressiva, ja que s'emfasitza l'actitud, es volen transmetre sentiments, emocions, estats d'ànim; en canvi, si recau en el missatge, es vol provocar gaudi, emoció al receptor i la funció del llenguatge que impera és l'estètica o poètica. Podem, però, analitzar la corbata des d'altres perspectives teòriques.

## 5.2. La semiòtica

Un dels primers llenguatges utilitzats pels éssers humans per a comunicar-se ha estat la indumentària (Lurie, 2011: 21). La manera que tenim els occidentals de vestir respon a diferents intencions comunicatives, i ens comuniquem usant sistemes de signes que els receptors descodifiquen i intepreten d'una manera o d'una altra. La dificultat pot venir determinada per saber la significació de cada vestimenta i quins valors li donem per a ser interpretada.

La naturalesa comunicativa del vestit i, en general, de la moda, ha estat tractada per diversos treballs analítics. Moda i semiòtica, per exemple, han estat abordats per autors com ara Barthes (1967), Eco (1972), Lozano (1990), Davis (1992), Lurie (1994), Calefato (1989- 2000), Fabbri (2000), Bourdieu (2000), Volli (2001), Simmel (2002). Eco, a més d'analitzar la naturalesa comunicativa de la moda, afegeix que els codis del vestit són canvians, es transformen contínuament, per això els qualifica de «dèbils». Doria (2003) afegeix que els canvis dictats per la moda produeixen un «desordre informatiu» que cal ordenar de nou. Per aquest motiu, en la nostra investigació ha calgut fer una revisió històrica del vestit per saber quins han estat els codis més importants durant les seves etapes.

Umberto Eco, en la seva obra *En la estructura ausente. Introducción a la semiòtica*, realitza interessants ressenyes sobre diferents investigacions que corresponen al camp semiòtic, com ara sistemes de comunicació entre animals (la zoosemiòtica), sistemes d'estudi de la veu (la paralingüística), entre moltes altres. Entre les ressenyes que investiguen el vestit com a vehicle de comunicació, ens interessen aquelles en què Eco descriu els missatges visuals de les «señaléctias altamente convencionalizadas», com poden ser els banderins navals, els senyals de trànsit i els graus militars, els sistemes cromàtics —com ara els valors connotatius dels colors en les societats occidentals (negre-dol, blanc-dol, blanc-casament, vermell-revolució)— i també el vestuari, del qual, el militar i l'eclésiàstic se situen al punt àlgid de la formalització en la semiòtica (1986: 15). Eco ens remet a la definició de Peirce quan comenta que la cultura ha seleccionat alguns fenòmens i els ha institucionalitzat com a signes a partir

del moment en què, per circumstàncies apropiades, comuniquen alguna cosa (1986: 21). "La semiòtica estudia tots els processos culturals com a processos de comunicació tendint a demostrar que dins aquests *processos culturals* hi ha uns sistemes: la dialèctica entre sistema i procés ens porta a afirmar la dialèctica entre codi i missatge". (Eco, 1986: 28).

La semiòtica, per tant, ens aportarà els fonaments que ens permetran entendre el significat inherent a la corbata.

Al seu torn, Carlos Emiliano Vidales (2006) sosté que la semiòtica ha estat una ciència recurrent en la comunicació, i que entre aquestes disciplines s'estableix una relació de significació que ens permet entendre-la des de dues perspectives: la semiòtica de la significació i la semiòtica de la comunicació.

L'autor afegeix que la comunicació ha estat un àmbit d'estudi recurrent per a la semiòtica i s'han generat models específics per a la seva anàlisi. Vidales, en el seu article publicat l'any 2006, «La semiótica como matriz de estudio de la comunicación», recull diferents estudiosos de la teoria de la comunicació que han elaborat estudis basant-se en la semiòtica; es tracta d'una tria interessant per veure amb una pinzellada la vinculació entre semiòtica i comunicació com un mecanisme de la teoria del coneixement.

Font	Autors citats	Conceptes bàsics/Descriptors
FISKE, John (1984). <i>Introducción al estudio de la comunicación</i> . Colombia: Editorial Norma	F. de Saussure  Charles S. Peirce	Signe, objecte, interpretant, significant/ significat,  Sistema, sintagma/paradigma, denotatiu/ connotatiu
MCQUAIL, Denis (1991). <i>Introducción a la teoría de la comunicación de masas</i> . Barcelona: Paidós.	F. de Saussure  Charles S. Peirce  Roland Barthes  Umberto Eco	Signe, Textos, significació,  Connotació/ denotació, codificació/ descodificació, polisèmia
WOLF, Mauro. (1987) <i>La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas</i> . Buenos Aires: Paidós.	Umberto Eco  Paolo Fabbri  Iuri Lotman	Codis  Codificació/descodificació, cultura gramaticalitzada i cultura textualitzada
TOUSSAINT, Florence. (1975) <i>Crítica de la información de masas</i> . México: Trillas.	Abraham Moles  Roland Barthes  Umberto Eco	Sistema, codis,  Connotació/ denotació, icona.

Font	Autors citats	Conceptes bàsics/Descriptors
LOZANO RENDÓN, José Carlos. (1996) <i>Teoría e Investigación de la comunicación de masas</i> . México: Pearsons y Alhambra Mexicana	F. de Saussure Roland Barthes Claude Lévi. Strauss Ellen Seiter	Només s'apunta el camp semiològic
GUAJARDO, Horacio (1994). <i>Teoría de la comunicación social</i> . México: Ediciones Gernika	No se n'anomena cap	Només s'apunta el camp semiològic
MATTERLART, Armand i Matterlart, Michèle. <i>Historia de las teorías de la comunicación</i> .(1997) Barcelona: Paidós Comunicación	F. de Saussure Roland Barthes Eliseo Verón Paolo Fabbri	Significant/ significat Connotació/denotació
CORRAL, Manuel. (2003) <i>La ciencia de la comunicación en México: origen desarrollo y situación actual</i> . México: Trillas	F. de Saussure C. Sanders Peirce Abraham Moles Pierre Guiraud Charles Morris Roland Barthes Eliseo Verón Umberto Eco	Només es fa una menció general de cada autor

**QUADRE 04.** La semiótica como matriz de estudio de la comunicación**Font:** Carlos Emialiano Vidales (2006). *La semiòtica como matriz de estudio de la comunicaci3n*.

Amb l'afany d'elaborar un treball actualitzat i atesa la importància de la comunicació en la nostra investigació, incloem tot seguit els estudis més recents del camp de la comunicació vinculats a la semiòtica. En el món en què vivim la imatge i els símbols irrompen amb força, i no podem menystenir les teories més actuals que ens acosten a la realitat més immediata.

Font	Descripció
<p>José Enrique Finol (2015) <i>La corposfera. Antropo-semiótica de la cartógrafas del cuerpo</i></p>	<p>El prestigi de l'autor fa que aquest llibre es consideri innovador en els estudis semiòtics sobre el cos. L'obra explica el culte al cos i de com els mitjans de comunicació i la mateixa publicitat han creat el model de bellesa.</p>
<p>Vidales, Gonzáles ( 2016) <i>Comunicación, Campo (s), Teorías y Problemas, una perspectiva internacional</i></p>	<p>El mateix autor a qui hem fet referència al quadre anterior, l'any 2016 edita aquesta obra coordinada conjuntament amb Eduardo Vizer on ens plasma la situació actual de la comunicació. En aquesta obra hi col·laboren professors de diferents universitats del món: Argentina, Dinamarca, Mèxic, Estats Units o Espanya.</p>
<p>Ditus, Ruben (2019) <i>El ojo semiótico. Ensayos contemporáneos sobre Medios, Imagen y Discurso</i></p>	<p>L'autor fa una aportació a la teoria de la comunicació a través de nou assajos que analitzen la semiòtica. Llibre elaborat després de presentar la seva tesi doctoral que l'autor defineix com «punts de retrobament entre la teoria dels imaginaris socials i el mètode semiòtic».</p>
<p>Jorge Lozano y Miguel Martín (2019) <i>Documentos del presente. Una mirada semiótica</i></p>	<p>Onze autors coordinats per Jorge Lozano y Miguel Martin elaboren diferents textos dedicats a la semiòtica. L'obra es defineix com a «una mirada davant el problema del significat, a partir de determinats signes».</p>

**QUADRE 05.** Estudis recents del camp de la semiòtica

**Font:** elaboració pròpia

A l'hora d'estudiar la relació entre la imatge i la comunicació, la semiòtica és cabdal, com tot seguit descobrirem, motiu pel qual hem seleccionat les aportacions científiques més importants i destacades. El plantejament del nostre treball s'ha centrat en la semiòtica com a instrument d'anàlisi en l'àmbit de la interpretació i significació.

Hi ha dues línies importants i de referència en els estudis dels signes: Saussure, que va liderar la línia americana i va dedicar-se a investigar, sobretot, les unitats de la llengua, en què consisteix el llenguatge a través de diverses dicotomies, com ara llengua i parla, lingüística interna i externa i, sobretot, la idea del signe lingüístic. I una segona línia – important però més europea – representada per Peirce que, a diferència de Saussure, va esmerçar-se a investigar molt més les imatges i els gestos. Es consideren els autors més representatius de la semiòtica, per això en la nostra investigació creiem oportú fer-los una mirada per aproximar-nos als seus plantejaments.

### 5.2.1. Una mirada a Saussure

Ferdinand de Saussure (1857-1913) va ser un lingüista suís considerat el pare de la lingüística moderna, atès que les seves aportacions van ser decisives per al desenvolupament d'aquesta ciència al segle xx. D'entre les novetats que va fer arribar, destaquen una sèrie de distincions fonamentals, com ara llengua (sistema social de signes) i parla (acte concret, individual). Segons Saussure, el caràcter abstracte de la llengua es basa en l'existència d'entitats abstractes (els signes), que donen lloc a una altra de les distincions clau de la seva teoria i que ateny a la nostra investigació, ja que, per Saussure, el signe és l'associació entre un concepte, una representació mental (significat) i una imatge acústica, una representació sensorial (significant).

Saussure planteja dues característiques fonamentals com a base del signe: la primera característica fa referència a la naturalesa **arbitrària**, atès que la relació entre el significat i el significat no es basa en una relació necessària, com ho demostra el fet que cada llengua emprava conceptes diferents per a una mateixa idea (casa, house, etc). A més, per a l'autor, els signes són pro-



ducte d'una concurrència social, i la significació dona sentit al que ens vol dir el signe i al que significa per a nosaltres. L'autor afegeix que el signe apareix espontàniament (Saussure, 1961: 95). Aquesta característica la podem exemplificar a través de diferents tipus de corbates de diferents països—corbates amb textures i colors variats, llargues, curtes etc.—, però arribem tots a una mateixa associació o concepte: que totes són corbates. Aquest tipus d'unió, segons Saussure, (1961: 95) és un "hàbit col·lectiu".

El lazo que une el significante al significado es arbitrario; o bien, puesto que entendemos por signo el total resultante de la asociación de un significante con un significado, podemos decir más simplemente: el signo lingüístico es arbitrario (1961: 93).

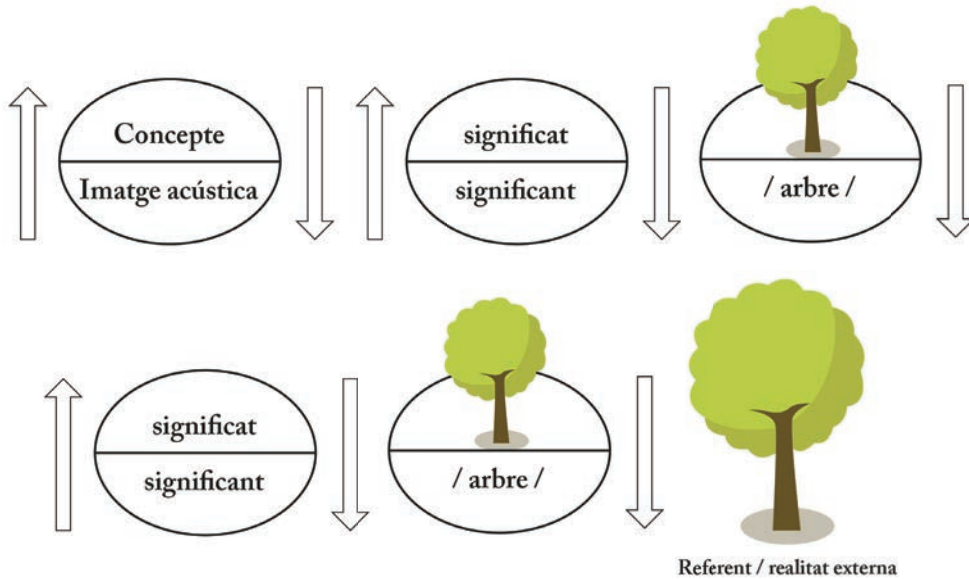
Saussure (1961) va afirmar, que quan la semiologia estigués organitzada, hauríem de descobrir si les maneres d'expressió naturals que es basen en els signes, com la pantomima, li pertanyen de dret.

[...] todo medio de expresión recibido de una sociedad se apoya en principio en un hábito colectivo o, lo que viene a ser lo mismo, en la convención. Los signos de cortesía, por ejemplo, dotados con frecuencia de cierta expresividad natural (piénsese en los chinos que saludan a su emperador prosternándose nueve veces hasta el suelo), no están menos fijados por una regla; esa regla es la que obliga a emplearlos, no su valor intrínseco. Se puede, pues, decir que los signos enteramente arbitrarios son los que mejor realizan el ideal del procedimiento semiológico; por eso la lengua, el más complejo y el más extendido de los sistemas de expresión, es también el más característico de todos; en este sentido la lingüística puede erigirse en el modelo general de toda semiología, aunque la lengua no sea más que un sistema particular (1961: 93-94).

Per a Eco, la definició de *signe* de Saussure és molt important perquè ha servit per desenvolupar «una consciència semiòtica» que ha anticipat i determinat les definicions posteriors de la funció semiòtica (2000: 31).

La segona característica destacada és la naturalesa **lineal** del signe, és a dir, que els sons del significat van un després de l'altre en el temps. L'autor sosté que «el significante, por ser de naturaleza auditiva, se desenvuelve en el tiempo únicamente y tiene los caracteres que toma del tiempo: a) representa una extensión y b) esa extensión es mensurable en una sola dimensión; es una línea» (Saussure, 1961: 95). Saussure afegeix que els elements acústics (significant) només tenen la dimensió temporal i els seus elements se succeeixen de manera ordenada, un rere l'altre.

Per tant, el signe lingüístic, segons Saussure, és un element format per dos components que pot representar-se amb la següent figura: [árβrə]



**IMATGE 34.** Figura de Saussure

**Font:** A partir de la figura de Saussure (1961: 92).

La representació de Saussure (1961: 92-93) proposa una terminologia important:

Llamamos **signo** a la combinación del concepto y de la imagen acústica: pero en el uso corriente este término designa generalmente la imagen acústica sola, por ejemplo, una palabra (arbor, etc.). Se olvida que si llamamos signo a arbor no es más que gracias a que conlleva el concepto "árbol", de tal manera que la idea de la parte sensorial implica la del conjunto.

La ambigüedad desaparecería si designáramos las tres nociones aquí presentes por medio de nombres que se relacionen recíprocamente al mismo tiempo que se opongan. Y proponemos conservar la palabra signo para designar el conjunto, y reemplazar concepto e imagen acústica respectivamente con significado y significante; estos dos últimos términos tienen la ventaja de señalar la oposición que los separa, sea entre ellos dos, sea del total de que forman parte. En cuanto al término signo, si nos contentamos con él es porque, no siguiéndonos la lengua usual cualquier otro, no sabemos con qué reemplazarlo.

Per tant, el significat és el component del signe lingüístic que porta la imatge acústica mitjançant la successió de fonemes per ordre lineal. En el cas del llenguatge del vestit, en concret, en la corbata aquesta imatge seria visual. En

canvi, el significat està compost pel signe lingüístic que expressa un contingut a través del significant que s'hi associa.

Barthes, per la seva banda, afirma que «cierta clase de hechos pertenecerán a la categoría lengua y otros a la categoría habla, para decir de inmediato que en este tránsito semiológico, la distinción saussuriana puede sufrir modificaciones, cuyo carácter habrá precisamente que señalar (1993: 30) ».

Barthes escull un sistema de significació com és la roba per mostrar que les distincions saussurianes poden tenir modificacions.

Tomemos la ropa, por ejemplo: hay que distinguir aquí sin duda tres sistemas diferentes, según la sustancia implicada en la comunicación. En la ropa escrita, es decir, descrita por una revista de moda con la ayuda del lenguaje articulado, no hay por así decirlo, "habla": la ropa "descrita" no corresponde jamás a una ejecución individual de las reglas de la moda, es un conjunto sistemático de signos y de reglas: es una lengua en estado puro. Según el sistema saussuriano, una lengua sin habla sería imposible; lo que aquí hace aceptable el hecho es, por una parte, que la lengua de la moda no emana de la "masa hablante" sino de un grupo de decisión, que elabora voluntariamente el código, y, por otra parte, que la abstracción inherente a toda lengua es aquí materializada bajo la forma del lenguaje escrito: la ropa de moda (escrita) es lengua en el nivel de la comunicación indumentaria y habla en el nivel de la comunicación verbal. En la ropa fotografiada (suponiendo, para simplificar, que no está doblada mediante una descripción verbal), la lengua sigue procediendo del fashion-group, pero no se daba en su abstracción, porque la ropa fotografiada es llevada siempre por una mujer individual; lo que es dado por medio de la fotografía de moda; es un estado semi-sistemático de la ropa, porque, por una parte, la lengua de la moda tiene que ser aquí deducida a partir de una ropa pseudoreal, y, por otra parte, la portadora de la ropa (la modelo fotografiada) es, por así decirlo, un individuo normativo, elegido en función de su generalidad canónica, y que representa, por consiguiente, un "habla" fijada, desprovista de toda libertad combinatoria (1993: 30-31).

A partir d'aquí, Barthes afirma que la llengua de la indumentaria està constituïda per:

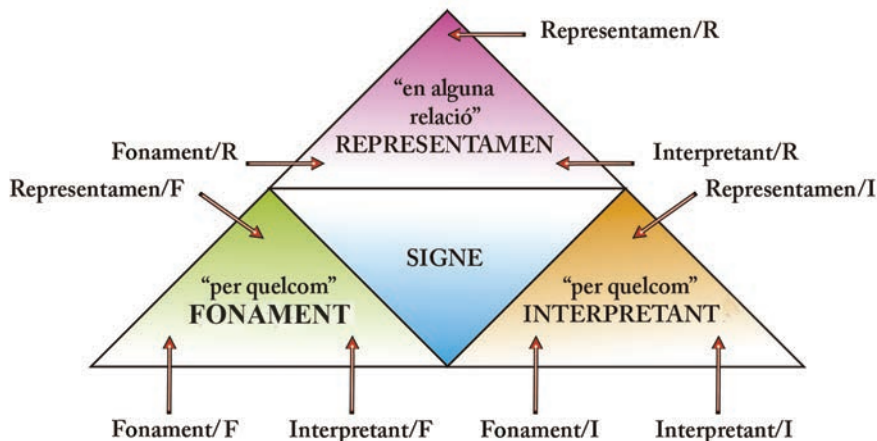
1. Por las oposiciones de piezas, combinaciones o "detalles" cuya variación genera un cambio de sentido (llevar una gorra o un sombrero o un bombón no tiene el mismo sentido).
2. Por las reglas que rigen la asociación de las piezas entre si, tanto en lo que se refiere a la altura del cuerpo como a su anchura; el habla indumentaria comprende todos los hechos de fabricación anómica (no existen ya en nuestra sociedad) o de uso individual (talle de la vestimenta, grado de limpieza, de desgaste, manías personales, asociaci-

ones llibres de las piezas). En cuanto a la dialéctica que une aquí el *traje* [costume], es decir la lengua, y el arreglo personal [habillement], es decir el habla, no guarda semejanza siempre del *traje* (salvo en el caso de la excentricidad que, por otra parte, también tiene sus signos), pero el *traje*, por lo menos actualmente, precede al arreglo, ya que procede de la “confección”, es decir, de un grupo minoritario (aunque más anónimo que en el caso de la alta costura) (Barthes, 1993: 31).

### 5.2.2. Una mirada a Peirce

**Charles Sanders Peirce** (1839-1914) fou un filòsof i científic nord-americà, considerat un dels fundadors de la semiòtica moderna, tot i que convé destacar que els seus treballs van ser pioners en moltes àrees del coneixement. En el camp de la lògica de la ciència, el camp que més li interessava, va fer aportacions valuoses pel que fa al simbolisme, a la teoria dels signes i la lògica de les relacions.

Peirce segueix la línia europea i amplia molt més la teoria i l'estudi del signe. A diferència de la concepció dualista de Saussure, per a Peirce, el signe és l'únic que ocupa el nostre discurs, i no pas les paraules, representa alguna cosa que té una significació, està ocupant el lloc d'una cosa, existeix per a algú, en comptes de ser una cosa amb un determinat aspecte o capacitat, és una referència que anomena «fundamento del representamen». Tot el que ens sentim representats s'anomena *representamen* (1974: 22).



**IMATGE 35.** Triangle de Peirce

**Font:** MAGARIÑOS, Juan A. (1983: 86)

Segons Magariños, el triangle de Peirce «ha de contener la posibilidad de relación en los tres aspectos: el “por algo”, el “para alguien” y el “en alguna relación”. Mediante el primero, el signo captará lo que de conocimiento (fundamento) le interesa del objeto; mediante el segundo, se instituirá a si mismo como forma perceptual y soporte sustitutivo (*representamen*) de tal intervención y, mediante el tercero, proporcionará la posibilidad de modificación que, en un determinado sistema (interpretante), afecta al conocimiento o desconocimiento (pero no, no-conocimiento) acerca de dicho objeto (1983: 87)».

Peirce concep el signe, que anomena *representamen*, com un element amb tres components que es relacionen de manera triàdica i que interaccionen entre ells: el representamen es relaciona amb l'objecte, el qual, al seu torn, es relaciona amb l'interpretant, que pot crear un element nou.

**El *representamen*** «es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o, tal vez, un signo aun más desarrollado (Peirce, 1974: 22)».

**L'interpretant** és el signe que ens dona la possibilitat de *crear*-nos un altre signe psicològicament.

El interpretante no es el intérprete del signo (aunque ocasionalmente Peirce parezca justificar tan deplorable confusión). El interpretante es lo que garantiza la validez del signo aun en ausencia del intérprete. Para Peirce, el interpretante es lo que el signo produce en esa “casi-mente”, que es el intérprete: pero eso puede concebirse también como la definición del representament y, por lo tanto, su intención. No obstante, la hipótesis filológica más fructífera parece ser aquella por la que el interpretante es otra representación referida al mismo objeto. En otras palabras, para establecer el significado de un significante es necesario nombrar el primer significante que puede ser interpretado por otro significante y así sucesivamente. Tenemos así, un proceso de semiosis ilimitada.(...) la única garantía de un sistema semiótico capaz de explicarse a si mismo en sus propios términos (Eco, 2000: 114).

## L'objecte

Objeto es aquello acerca de lo cual el Signo presupone un conocimiento para que sea posible proveer alguna información adicional sobre el mismo”(...) Un signo no necesita estar relacionado con algo ya conocido; de otra manera creerán que no tiene ni pies ni cabeza afirmar que todo Signo debe relacionarse con un Objeto conocido. Pero si

existiera “algo” que transmitiera información y, sin embargo, no tuviera ninguna relación ni referencia respecto de alguna otra cosa acerca de la cual la persona a quien llega esa información careciera del menor conocimiento, directo o indirecto –y por cierto que sería esa una muy extraña clase de información–, el vehículo de esa clase de información no será llamado, en este trabajo, un Signo (Peirce, 1974:24).

L'article de Dinda L. Goriée «La semiótica triádica de Peirce y su aplicación a los géneros literarios» (1992: 16-18) postula que Peirce tenia inquietuds i interès per la filosofia, i volia desenvolupar les teories del pensament d'Immanuel Kant (1724-1804), que va tenir una influència notable en els seus pensaments i teories. Per a Peirce, tot pensament humà està format per signes, la funció dels quals és representar, i que poden ser pensats des de tres categories: la «primeridad», la «segundidad» i la «terceridad»; teoria que més endavant s'anomenarà la teoria fenomenologia i que està fonamentada en els estudis que va fer sobre Kant.

Escollint l'exemple d'Eco (2000: 111), en què ho argumenta amb les cadires i traslladant-ho en el cas concret de la corbata, la circumstància no serà «la corbata X» que portem, sinó totes les corbates que coneixem, o que hem vist; per aquest motiu Eco (2000: 111) afirma que «es una classe, una entidad abstracta. Cualquier intento de establecer el referente de un signo nos lleva a definirlo en los términos de una entidad abstracta que representa una convención cultural».

Lucía Santaella (2001: 417) sosté que:

Peirce trató de desarrollar, presupuso una teoría general de todos los tipos y aspectos de los signos(...). Por una parte, existe una generalidad del objeto que la teoría aspira a abarcar. Por otra parte existe una generalidad de la propia teoría. En lo que se refiere a la teoría del objeto, para Peirce, los seres humanos son ya signos de por sí. La vida entera y nuestros pensamientos son signos.

Santaella, al seu torn, detalla (2001: 420):

El signo es cualquier cosa que esté determinada por alguna otra cosa, la cual llamamos su objeto, y así determina un efecto sobre una persona . A dicho efecto, yo lo llamo su interpretante y este último viene determinado por el anterior. A partir de esta definición, algunos de los aspectos de esta tríada deben ser remarcados, es decir:

- (a) el signo está determinado por el objeto, esto es, el objeto causa al signo, pero
- (b) el signo representa al objeto, y es por esto que es un signo,

- (c) el signo solo puede representar al objeto parcialmente y
- (d) lo puede representar de una manera falsa,
- (e) representar al objeto significa que el signo es capaz de afectar a la mente, es decir, de producir un cierto efecto en ella,
- (f) a este efecto se le llama el interpretante del signo;
- (g) el interpretante estará inmediatamente determinado por el signo y mediata-mente por el objeto, esto es,
- (h) el objeto también determina al interpretante mediante el signo.

El 1867, Peirce (1867: 294) va publicar *On A New List Of Categories* en què va assegurar que, en relació amb el que es refereix, el signe es podia catalogar en:

**Les semblances**, que més endavant el mateix autor qualificava d'**ícones**, que són aquells tipus de signes que tenen alguna similitud amb el seu referent.

**Els índexs**, que són els signes que tenen una relació directa amb el seu referent.

**Els símbols**, que són aquells signes que tenen una relació atribuïda o arbitrària amb el seu referent.

A reference to a ground may also be such that it cannot be prescinded from a reference to an interpretant. In this case it may be termed an imputed quality. If the reference of a relate to its ground can be prescinded from reference to an interpretant, its relation to its correlate is a mere concurrence or community in the possession of a quality, and therefore the reference to a correlate can be prescinded from reference to an interpretant. It follows that there are three kinds of representations.

1st. Those whose relation to their objects is a mere community in some quality, and these representations may be termed Likenesses.

2d. Those whose relation to their objects consists in a correspondence in fact, and these may be termed Indices or Signs.

3d. Those the ground of whose relation to their objects is imputed character, which are the same as general signs, and these may be termed Symbols (Peirce, 1867: 294).

## La icona

Peirce (1974: 30) defineix **icona** com:

[...] un signo que se refiere al Objeto al que denota meramente en virtud de caracteres que le son propios, y que posee igualmente exista o no exista tal Objeto. Es verdad que, a menos que haya realmente un Objeto tal, el icono no actúa como signo; pero esto no guarda relación alguna con su carácter como signo. Cualquier cosa, sea lo que fuere, cualidad, individuo existente o ley, es un icono de alguna otra cosa, en la medida en que es como esa cosa y en que es usada como signo de ella..

Eco (1986: 172) interpreta i assevera que els signes icònics no tenen les propietats de l'objecte, sinó que són representats per les semblances que adquirim a través de la nostra percepció dels signes.

Los signos icónicos no poseen las propiedades del objeto representado, sino que reproducen algunas condiciones de la percepción común, basándose en códigos perceptivos normales y seleccionando los estímulos que —con exclusión de otros— permiten construir una estructura perceptiva que —fundada en códigos de experiencia adquirida— tenga el mismo “significado” que el de la experiencia real denotada por el signo icónico.

Més endavant Peirce va plantejar tres subclasses d'icones, que va classificar com a imatges, diagrames i metàfores.

**La imatge:** Thomas A. Sebeok (2015: 133) afirma que «la noció icònica està fonamentalment vinculada al procés platònic de la mimesis i que Aristòtil va ampliar des de la representació fonamentalment visual fins a abastar tota l'experiència cognitiva i epistemològica».

El mateix autor (2015: 133) exposa que «la icona ha estat objecte de nombroses anàlisis, però hi hagut dues investigacions excepcionalment profundes i treballades, com són Eco (1972) i M. Wallis (1975)».

**El diagrama,** segons Peirce,

*és una icona d'un conjunt d'objectes racionalment relacionats. Per "racionalment relacionats" em refereixo a què hi ha entre ells [...] El diagrama no només representa els correlats relacionats, sinó que també representa les relacions entre ells com altres objectes de la Icona. El raonament necessari ens fa veure una conclusió evident. Què és aquesta "evidència"? Aquesta evidència consisteix en el fet que la veritat de la conclusió percebuda, en tota la seva generalitat, i en la generalitat del com i el perquè, la conclusió és percebuda. Quina classe de signe pot comunicar aquesta evidència?*



*Cap índex, sense cap dubte, pot ser, ja que és per la força bruta que l'índex empeny el seu objecte en el camp de la interpretació, la consciència, com si menyspreant "evidència" [...]. Un tret molt extraordinari dels diagrames que ells mostren [...] que se segueix una conseqüència. [...] De totes maneres, no és el diagrama —icona estàtica que mostra directament això—, sinó el diagrama— icona construïda amb una intenció (1976: 316-317).*

Segons Sebeok (2015: 133-134), els diagrames han estat analitzats, revisats i investigats per Zeman (1964), Roberts (1973) i Thibaud (1975).

Finalment per a Peirce, les **metàfores** —que anomena hipoicones— «representen el caràcter representatiu d'un representamen pel fet de representar un paral·lisme en una altra cosa». És per aquest motiu que col·loca les metàfores dins una de les tres tricotomies juntament a les imatges i diagrames: la triconomia en què el signe i l'Objecte tenen una relació de semblança. En les imatges, afegeix que hi ha una relació de similitud, entre el signe i l'Objecte, i en els diagrames, la similitud és en les relacions. En les metàfores, però, la similitud es fonamenta en la manera com el signe i l'Objecte de la metàfora representen els seus Objectes en altres unitats.

Visolkoskys (2006: 1) assenteix que Peirce distingeix entre un «signe que és una icona» i un «signe icònic».

*Así, lo central en un ícono es que comparte algo de sí con algo del objeto, y la clase de semejanza puede variar: se dan tres situaciones, ya sea que tengan en común una cualidad simple del objeto (y en ese caso es una imagen *del mismo*); ya sea que ciertas relaciones entre partes del objeto se asemejan a relaciones similares del ícono, convirtiéndose entonces en un diagrama del objeto en cuestión; ya sea por último que coincidan por semejanza referentes o contenidos entre una expresión del objeto y una del ícono, transformándose este último en una **metáfora** del objeto en juego.*

Sebeok (2015: 134) posa d'exemple la reproducció fotogràfica del retrat de la *Gioconda* com un signe icònic o imatge:

La copia se convierte en el denotatum (o representatum), es al mismo tiempo un signo icónico en sí misma en relación al retrato original que cuelga en el Louvre, su *denotatum*, pero esta pintura, además, es un signo icónico para el modelo de Leonardo, la mujer conocida como Mona Lisa, su *denotatum*. En esta secuencia diacrónica, Mona Lisa está primero, su retrato después, a continuación, su reproducción y, finalmente, una fotografía de esta.

## Els índexs

Peirce (1974: 30) aplica aquesta definició als índexs:

Un Índice es un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de ser realmente afectado por aquel Objeto. No puede, entonces, ser un Cualisigno, dado que las cualidades son lo que son independientemente de ninguna otra cosa. En la medida en que el índice es afectado por el Objeto, tiene, necesariamente, alguna Cualidad en común con el Objeto, y es en relación con ella como se refiere al Objeto. En consecuencia, un Índice implica alguna suerte de Icono, aunque un icono muy especial; y no es el mero parecido con su Objeto, aun en aquellos aspectos que lo convierten en signo, sino que se trata de la efectiva modificación del signo por el Objeto.

Per la seva banda, Danesi (2007: 45-46) addueix que hi ha quatre tipus d'índexs diferents: els índexs d'ubicació, els índexs temporals, els índexs d'identificació i els índexs d'organització. La funcionalitat dels índexs d'ubicació és la d'indicar la ubicació física respecte a alguna cosa que pot estar a prop, lluny, aquí o allà. L'autor afegeix que és per indicar «la ubicació relativa d'algun referent en termes especials, com podrien ser els senyals manuals» i posa d'exemples quan assenyalen amb el dit, les paraules demostratives com *tal* o *qual*, els adverbis *aquí* o *allà*, figures com les fletxes o els diferents mapes per a situar-nos. Els índexs temporals tenen com a referent un element de temps: adverbis com *abans*, *després*, *ara* i *llavors*, els valors temporals dels gràfics de línies i les unitats de temps com els dies, les hores, els minuts. Els índexs d'identificació són els participants que intervenen en una situació específica o context *l'un a l'altre*, com ara els pronoms personals *jo*, *tu*, *ell*, *ella* o *ells* o pronoms indefinits com *l'un*, *l'altre* o els cognoms que identifiquen la pertinença ètnica i familiar en són alguns exemples.

Per últim, descriu els índexs d'organització posant d'exemple la disposició de llibres per ordre alfabètic a les prestatgeries de la biblioteca. Són, per tant, els índexs que ens permeten categoritzar, organitzar i classificar les coses en relació les unes amb les altres o amb altres coses (Danesi, 2007: 45-46).

## Els símbols

Peirce (1974) defineix els símbols com

un signo que se refiere al Objeto que denota en virtud de una ley, usualmente una asociación de ideas generales que operan de modo tal que son la causa de que el

Símbolo se interprete como referido a dicho Objeto. En consecuencia, el Símbolo es, en si mismo, un tipo general o ley, esto es, un Legisigno. En carácter de tal, actúa a través de una Réplica. No solo es general en si mismo; también el Objeto al que se refiere es de naturaleza general. Ahora bien, aquello que es general tiene su ser en las instancias que habrá de determinar. En consecuencia, debe necesariamente haber instancias existentes de lo que el Símbolo denota, aunque acá habremos de entender por "existente", existente en el universo posiblemente imaginario al cual el Símbolo estará indirectamente afectado por aquellas instancias y, por consiguiente, involucrará una suerte de índice, aunque un índice de clase muy peculiar. No será, sin embargo, de ninguna manera cierto que el menor efecto de aquellas instancias sobre el Símbolo pueda dar razón del carácter significante del Símbolo (Peirce, 1974: 30-31).

### 5.2.3. Classificació dels signes en relació al símbol

Per classificar els signes en relació al símbol, Leonor Balbuena en la seva tesi «Una aproximación a la representación simbólica de los grupos minorizados en la publicidad gráfica» realitza una interessant tria dels autors que classifiquen els signes en relació al símbol.

**Saussure:** relació significat – significat

signe lingüístic o arbitrari: Immotivat – signe natural i signe simbòlic

**Peirce:** relació *representamen*-interpretant-objecte

icona – índex – símbol

**Barthes:** relació presència-absència

Símbol com a representació psíquica

**Lotman:** relació símbol-text-expressió-cultura

Cultura com a estructura textual.

L'escola de psicologia analítica del Dr. Jung va trencar l'arbitrària distinció entre l'home primitiu —per a qui els símbols formaven part natural de la seva vida diària— i l'home modern— per a qui els símbols aparentment no tenien un significat i no se'ls donava importància. Però quan s'analitza i examina la història del simbolisme i el paper que han tingut els símbols a través de les diferents cultures, comprenem que els símbols han tingut un significat de recreació. Alguns símbols es refereixen a la infància i a la transició de l'adolescència; altres, a la maduresa, i altres també a l'experiència de la vellesa, quan l'home es prepara per a la mort (Jung, 1995: 106-109).

Cuanto más de cerca se examina la historia del simbolismo y el papel que los símbolos desempeñaron en la vida de muchas culturas diferentes, más se comprende que hay también en esos símbolos un significado de recreación. Algunos símbolos se refieren a la infancia y la transición a la adolescencia, otros a la madurez y otros, también, a la experiencia de la ancianidad, cuando el hombre se prepara para su inevitable muerte [...] esta progresión de las ideas simbólicas puede producirse en la mente inconsciente del hombre moderno al igual que se producía en los rituales de las sociedades antiguas (Jung, 108-109).

A partir de la relació que estableix el Dr. Jung entre les diferents etapes de la vida i els símbols que s'hi creen, es pot elaborar un paral·lelisme entre les etapes vitals i el que representa la corbata en cada una d'elles.

Utilització de la corbata	Emissor - Motiu	Receptor - Motiu
Persona jove	Qui porta corbata pretén semblar més professional, més experimentat	Analitza si realment la corbata atorga professionalitat a la persona
Persona adulta	Maduresa i credibilitat	Analitza si la persona realment té maduresa i credibilitat
Persona vella	Experiència i estil. L'estil és l'estètica	Analitza si la persona té experiència i li satisfà que una persona gran continuï mantenint l'estil

**QUADRE 07.** Classificació dels signes en relació al símbol

**Font:** Elaboració pròpia

La persona considerada més **jove** no acostuma a portar la corbata diàriament, tret que el codi d'empresa li exigeixi incorporar aquest complement en el seu vestuari. En porta perquè busca professionalitat i a la vegada mostrar experiència. Opta per posar-se aquest complement per donar un significat d'expert, de persona entesa, preparada i experimentada. Quan t'incies al camp laboral, ets molt jove, has fet el salt al món dels adults. Abans, aquesta radiografia era molt més seguida entre molts joves. La utilització de la corbata certificava que s'havia aconseguit un bon lloc de treball. Actualment els canvis de tendència en l'ús d'aquesta peça ha decaigut entre persones molt joves, si no és que se celebri un acte o esdeveniment extraordinari.

Per a la persona considerada **adulta**, en canvi, el fet de dur corbata pot continuar essent una exigència en la seva feina laboral, però a la vegada té la necessitat d'exposar davant del seu receptor una dimensió de credibilitat i plenitud alhora que pot continuar volent expressar un estil.

Finalment, per a la persona que ja ha traspasat l'etapa adulta i està arribant a la **vellesa**, la manera d'expressar estil amb la seva vestimenta consisteix a mostrar que, tot i l'edat, no està en decadència i continua cuidant la seva imatge.

El factor més important en aquesta etapa vital a l'hora d'utilitzar la corbata és la idea i el plantejament que la simbologia de la corbata faci avinent sobretot experiència i gust. Hi ha una detecció de treball i camí fet, però a la vegada es vol reforçar l'estil i, sobretot, el respecte i la distinció. Aquest estil, per tant, és important perquè manifesta que, tot i ser vell no desatén la seva imatge, sinó que continua essent com abans: curós, atractiu i amb molta experiència.

El Dr. Jung conclou que els somnis són la font més freqüent i universalment accessibles per a la investigació de la facultat simbolitzada de l'home (1995: 32).

[...] cuando se desea investigar la facultad del hombre para crear símbolos, los sueños resultan el material más básico y accesible para ese fin. [...] el sueño tiene sentido; y segundo, el sueño es una expresión específica del inconsciente.

Potser la corbata no deixa de ser un somni fet realitat per a l'home com a símbol del seu triomf.

### 5.2.4. La corbata, entre el signe i el símbol

El símbol no deixa de ser una representació icònica que té un significat social i que s'ha acceptat com un element cultural. Tal com afirma Chaves (2010: 20), «a mesura que el símbol es va utilitzant, la seva càrrega semàntica s'associa al subjecte i als seus atributs». Convé destacar, però, tal com assegura Warley (2011: 18), que és important que, perquè hi hagi una interacció social —clau perquè el símbol s'assimili com a element cultural—, el símbol ha de contenir un missatge, una certa intenció de l'emissor i una consciència per part del receptor a qui se li envia un determinat contingut.

La corbata és un símbol? Facilita, com a símbol, la interacció social?

Tal com vam apuntar en la història de la corbata, aquest element, al principi, era utilitzat com a distintiu de classe; sobretot els homes feien ostentació amb el seu ús. Aquest element va ser emprat des d'aleshores com a uniforme en sectors en què els calia notorietat i prestigi, com per exemple la banca, la borsa o, tal com vam esmentar en aquell mateix capítol, les corbates de regiment.

La corbata, per tant, no deixa d'evocar —com fa tot símbol—, de manera subtil, la pertinença a un determinat rang social (banquers, borsa), té la força de mostrar el prestigi a què s'ha accedit (escoles d'elit, universitats) o que hom posseïx unes determinades aptituds que et poden fer triomfar (entrevista de treball).

La gran majoria dels símbols, com és el cas de la corbata, transporten, ens evoquen un determinat concepte, com la seriositat, la credibilitat, l'elegància i l'estil. El fet de portar d'una determinada manera la corbata, amb un tipus de nus o un altre i amb un color concret, significa que estem enviant al receptor una particular informació.

És un complement que atrau, que desperta interès cap a qui la duu. Si les expectatives es compleixen, seguirem mirant-la de manera més global; en cas contrari, no caldrà dir res, però veurem la corbata i els altres elements del vestit purament artificials. Lurie, en *El lenguaje de la moda* (2011: 40), afirma que el vestit a vegades és més explícit que el llenguatge matern de qui el porta. Quan una persona té carències en el seu discurs o oratòria, són més importants les manifestacions que fan les peces de roba que duu. Per altra banda, si té un discurs fluid, es pot permetre el luxe d'anar amb vestits més descuidats.

A més a més, és un complement que agrada o molesta, no és un complement que deixi indiferent. En molts casos s'exigeix per a un guió laboral. Als qui els satisfà dur-ne consideren que és un element de distinció, que afegeix textura i estil; altrament, les persones que no els hi agrada l'acusen de ser rigorosa i de prescindible. La corbata ens descriu la personalitat de qui la porta, i a causa de la seva evolució i prestigi no hi ha dubte que s'ha convertit en un símbol.

La corbata ha estat un complement al qual se li han atorgat diferents valors socials, en la gran majoria positius: credibilitat, formalitat, elegància, seriositat, respecte, distinció, estil. És un element que va ser creat, primer, perquè la seva principal funcionalitat fos la decorativa. Recordem la importància que ha estat la decoració en el vestit de l'home. Flügel sosté que la decoració tenia el propòsit de despertar l'interès sexual.

El símbol de la corbata esdevé per a moltes cultures un símbol fàl·lic. L'autor Glenn O' Brien, en la seva obra *How to be a man*, (2012: 82-83) emfasitza com atrau la corbata:

I love the necktie because it is the only article of clothing in a man's wardrobe that has real enemies. Iranian revolutionaries, for instance, see the tie as an evil phallic symbol of Western decadence, emblematic of the Crusader's Cross of the Great Satan [...] The tie can actually kill the wearer, some tie critics point out – one reason it isn't worn on the factory floor. Others decry it as the only element in a man's wardrobe with no function – and so Silicon Valley tech companies tend to disdain it and some hard-line, form – follows- function devotees, like the management of IKEA, have banned it. But that's exactly what I love about the tie: its sheer, almost transcendental uselessness. The tie's only function is beauty, a quality of man that seems at low ebb in this benighted age. The functionless tie is to the wardrobe what the functionless soul is to the body. It is pure poetry. It is there for its own sake. It is an emblem of art and artifice. It is flag without a country. And in the case of the long tie, it is an arrow, pointing to our manhood (O' Brien, 2012: 82-83).

Al segle XXI, amb uns mercats fortament globalitzats, per una banda, i gràcies a la revolució de grups tèxtils com Inditex —que ha creat diverses marques per a públics objectius determinats— s'ha aconseguit fer molt més accessibles determinades peces de roba que potser abans eren molt més complicades d'adquirir. Actualment les marques són una referència que tots, de manera conscient i a vegades inconscient, els anem atorgant uns valors, unes particularitats concretes.

Malgrat això alguns complements de roba com la corbata s'han encarregat durant èpoques de palesar diferències socials, i actualment ha aconseguit que no li calgui tenir cap marca en concret per tal que el fet de dur-la continuï gaudint de notorietat. La corbata és un símbol que representa una categoria real —estatus— o fictícia —uniforme.

En definitiva, el rerefons final a l'hora d'obtenir un objecte o servei —en el nostre cas, un complement de roba com la corbata—, el dicta la societat de consum. En la tesi «La sociedad de consumo: condiciones estructurales para la creación del nuevo sujeto social femenino», Cristina Santamarina argumenta:

Las mercancías no se producen para satisfacer las necesidades de amplios sectores, generalmente los menos favorecidos dentro de la estructura social, por el contrario, las nuevas mercancías son creadas para convertirse en "bienes" cuya bondad no es otra que la capacidad de significar socialmente, esto es, marcar... distinguir... exhibir a ciertos colectivos sociales, normalmente los más alejados de las tan mentadas necesidades sociales (Santamarina, 2000: 50).

Per tant, la societat de consum té la particularitat de transformar els objectes que consumim en signes de valor, i aquests són portadors d'una significació social que els distingeixen dels altres que no el consumeixen i, d'aquesta manera, obté una classificació social, com molt encertadament assenyala Juana Rubio.

Para que se produzca la transformación de los objetos en signo, es necesario que hayan sido desposeídos de su función utilitaria y hayan perdido su referencia al mundo real. Esta transformación viene impuesta, de un lado, por la propia necesidad de expansión de la sociedad de consumo (Rubio, 2007: 73).

El signe representa una idea, és quelcom que suggereix, talment com una icona, i la corbata es pot considerar un símbol en la societat pel fet de ser un element sensible que s'accepta com a símbol figuratiu d'un altre. La qüestió és si, de la mateixa manera que es percep una bandera, es percep una corbata --element d'etiqueta social-- com a símbol de valors atribuïbles a qui la porta. Per què prenem una bandera com a símbol d'un país? Perquè el símbol és aquell element figuratiu el significat del qual hem acordat i assumit plenament i, com hem vist, la corbata ho ha aconseguit. La dimensió del símbol en l'àmbit social s'ha caracteritzat a través de la història de les cultures i de les diferents civilitzacions. Els símbols no deixen de ser sistemes de signes, entre els quals



la corbata està inclosa, per mostrar mecanismes de funcionament entre els individus, que ens serveixen d'aparell per modelar-nos a través del nostre dia a dia.

Anteriorment, ja havíem apuntat que la corbata té missatge, que tant pot ser positiu com negatiu. Hem pogut veure que els símbols no deixen de ser aquells signes dotats d'una significació atribuïda.

La corbata ens dona diferents tipus d'informació de qui la porta: ens revela si està acostumat a dur-ne freqüentment o només en du perquè l'ocasió li ho exigeix; podem valorar el seu estat d'ànim pel color escollit; la qualitat de la corbata ens dona pistes de l'impacte causa-efecte que es busca –si té estil i combina un dels colors de la corbata amb algun to de la camisa, pantaló o sabates etc. És, per tant, un símbol que transmet molta informació atribuïble a la persona que ha escollit dur aquest complement.

Durant una època la corbata formava part de la pertinença a grups socials concrets que de manera igualitària la utilitzaven per declarar socialment credibilitat, seriositat, respecte o poder, conceptes que la corbata denotava que l'individu que en duia era una persona important, interessant i amb un grau superior davant els altres. Professions com la de professor, metge, polític o banquers són clars exemples. Aquesta pertinença elaborada per la percepció de la nostra societat no és més que l'interès que l'individu o determinats grups considerats tenen la necessitat de ser reconeguts per aquest rang o pertinença. Bourdieu ho defineix molt bé:

El fundamento del principio de pertinencia elaborado por la percepción del mundo social y que define el conjunto de las características de las cosas o de las personas capaces de percibirse como interesantes, positiva o negativamente, por el conjunto de los que emplean esos esquemas (otra definición del sentido común) no es otra cosa que el interés que los individuos o los grupos considerados tienen en reconocer este rango y la pertinencia del individuo considerado al conjunto definido por el mismo: el interés por el aspecto percibido nunca es completamente independiente del interés por percibirlo (Bourdieu, 2012: 558).

Des de petits hem après que qui porta corbata desperta el nostre interès: aquesta persona té categoria, és poderosa, té un saber fer, és algú que s'ha mudat per a l'ocasió; hem interioritzat el que representa socialment.

En el nostre país, en els moments més solemnes diem que *hem d'anar mudats*. Són els moments que considerem excepcionals, i la corbata fins ara ha format part com a complement del vestir per donar més transcendència i solemnitat a l'esdeveniment. Jung Carl Gustav en la seva obra *El hombre y sus símbolos* descriu que:

Una palabra o una imagen es simbólica cuando representa algo más que su significado inmediato y obvio. Tiene un aspecto "inconsciente" más amplio que nunca está definido con precisión o completamente explicado (Jung, 1995: 20).

Quan observem una corbata hi ha quelcom que va més enllà; podem mirar una cadira i veure només una cadira que serveix per a seure, en canvi, si observem una corbata no passa el mateix. És per això que, com assenyala Jung, quan ens trobem innumbrables objectes més enllà del que podem entendre, utilitzem termes simbòlics per representar aquests conceptes que no podem acabar de definir.

Como hay innumerables cosas más allá del alcance del entendimiento humano, usamos constantemente términos simbólicos para representar conceptos que no podemos definir o comprender del todo (Jung, 1995:21).

Però la corbata no és només un complement que forma part del codi de vestir; la corbata comunica, ens transmet missatge. És un símbol que adquireix una emoció i que suscita respostes emocionals. La corbata ens pot donar pistes de com pot ser la persona que la duu: les seves intencions si són bones o dolentes. No hauríem de tenir cap dubte que els valors connotatius que ha transmès la corbata al llarg de tota la seva història són significatius.

Landsburg (1993: 17) afirma que en el món dels negocis hi ha hagut una recompensa i un valor afegit en la manera de vestir. L'autor reitera que el motiu perquè s'hagin venut molts llibres per aconseguir vestir-se per assolir l'èxit en el món dels negocis no deixa de ser una habilitat d'aquelles que s'han inclinat a vestir-se amb pantalons texans.

Why does the business world reward good dressers to such an extent that there are best-selling books on how to "dress for success"? I suspect that fashionable and attractive dressing is a skill that those of us who incline toward jeans and T-shirts tend to underrate. The good dresser must be innovative without transcending the limits set by fashion; knowing the limits requires alertness and an eye for evolving patterns. These traits are valuable in many contexts, and it can be rational for firms to seek employees who exhibit evidence of them.

Añaños, *et al.* (2008: 17) argumenten que el símbol estableix una relació, una associació entre dues idees o conceptes, una analogia.

Símbols	Relació
Intencionals	La seva relació és directa entre la Significació / Significat
Interpretatius	La seva relació emet emocions i sentiments. Es valoren els elements utilitzats (la forma, el color...)
Connotatius	La seva relació és interpretativa. Se li dona un valor afegit que no té per què realment tenir-lo

**QUADRE 08.** Utilització de la corbata segons l'emissor i el receptor

**Font:** Añaños *et al.* (2008: 17)

La corbata com a símbol emet aquesta relació cognitiva perquè el receptor pot interpretar com és la persona que la duu. Per altra banda, també és un símbol interpretatiu, perquè no deixem de ser lectors d'una interpretació pròpia, i la corbata té una intenció. Duem la corbata per algun motiu, i aquest és intencionat.

Hem comprovat la importància de la relació de Saussure entre significat i significat a través del signe lingüístic i la relació de Peirce entre el *representamen*, l'interpretant i l'objecte. Barthes, en canvi, influenciat per Saussure, considera que el símbol és una representació psíquica.

En aquest sentit, és adient exposar el que Edgar Sandoval tracta sobre Barthes en l'article «Roland Barthes, semiología, retórica y artrología: mutabilidad e inmutabilidad del signo».

Barthes hace de la semiótica una ciencia, cuyo interés no son los objetos, sino los discursos que de ellos se elaboran, así como el lenguaje y los signos que están en lugar de los objetos. En esta ciencia, los signos son por sus relaciones dinámicas, es decir, por sus relaciones de diferencia, oposición, negación, por sus efectos de significación (Sandoval, 2011: 1).

Lotman, en canvi, considera la cultura com una estructura textual. La relació del símbol com a text, expressió i cultura.

La palabra “símbolo” es una de las más polisémicas en el sistema de las ciencias semióticas. La expresión “significado simbólico” se emplea ampliamente como un simple sinónimo de signicidad. En los casos en que existe alguna correlación entre la expresión y el contenido y —lo que se subraya especialmente en este contexto— esa relación es convencional, los investigadores hablan a menudo de función simbólica y de símbolos. Al mismo tiempo, ya Saussure contrapuso los símbolos a los signos convencionales, subrayando en los primeros el elemento icónico. Recordaremos que, en relación con esto, Saussure escribió que una balanza puede ser un símbolo de la justicia, puesto que contiene icónicamente la idea de equilibrio, pero un carretón, no. Con arreglo a otra base de clasificación, el símbolo se define como un signo cuyo significado es cierto signo de otra serie o de otro lenguaje. A esta definición se opone la tradición de interpretación del símbolo como cierta expresión signica de una esencia no signica suprema y absoluta. En el primer caso, el significado simbólico adquiere un acentuado carácter racional y es interpretado como un medio de traducción adecuada del plano de la expresión al plano del contenido. En el segundo, el contenido titila irracionalmente a través de la expresión y desempeña el papel como de un puente del mundo racional al mundo místico (Lotman, 1996: 101).

La idea de Lotman és que el símbol té lligam amb el contingut cultural com a expressió.

La más habitual idea del símbolo está ligada a la idea de cierto contenido que, a su vez, sirve de plano de expresión para otro contenido, por lo regular más valioso culturalmente. Hay que distinguir el símbolo de la reminiscencia o de la cita, puesto que en estos últimos el plano “externo” del contenido-expresión no es independiente, sino que es una especie de signo-índice que indica algún texto más vasto, con el cual él se halla en una relación metonímica. En cambio, el símbolo, tanto en el plano de la expresión como en el del contenido, siempre es cierto texto, es decir, posee cierto significado único cerrado en sí mismo y una frontera nítidamente manifiesta que permite separarlo claramente del contexto semiótico circundante. Esta última circunstancia nos parece particularmente esencial para la capacidad a “ser un símbolo”. En el símbolo siempre hay algo arcaico. Toda cultura necesita de una capa de textos que cumplan la función de época arcaica [arjaika] (Lotman, 1996: 102).

La corbata com a complement de vestir conté significats diversos per a cada persona. A través de l'educació adquirida, la nostra cultura, els costums, les tradicions tenim diferents percepcions sobre la corbata. Cadascú de nosaltres elaborem un codi propi de la significació de la corbata. Per alguns de nosaltres podem percebre poder, altres estil, altres elegància. Un símbol arcaic per al seu llarg recorregut però amb una forta vàlua cultural i també social.

### 5.3. L'interaccionisme simbòlic

Davant d'aquests símbols, als quals hem atorgat un consens ja sigui històric o cultural, interaccionem, tenim diferents reaccions, i ens relacionem en funció de la informació que el símbol proporciona. Davant la corbata que duu aquell senyor, construïrem mentalment una sèrie d'informacions que ens faran interactuar d'una manera o una altra amb aquest individu. La presència d'aquest símbol, la corbata, doncs, influeix el nostre comportament. Tindríem la mateixa reacció davant la mateixa persona portant corbata i sense? Aquest element de conducta psicosocial que ens provoca, en el nostre cas, la corbata és un intercanvi de significats en el que ens és quotidià. La corbata s'ha construït al llarg de la història i al llarg de les diferents èpoques a través d'un procés de comunicació entre diferents estaments i subjectes que li han assignat valors i significats que els condueix a la subjectivitat. Cada persona, per raons socials, culturals, familiars i tradicionals, tindrà un significat individual i construït mentalment sobre la corbata. La dicotomia entre el vestit de l'home i la corbata no deixa de ser un acte social, i escollir posar-se la corbata, un acte individual.

Una persona que dugui corbata comunica, però una persona que no en dugui també comunica, en cas que hi hagi algú que observi la seva manera de vestir. Amb aquesta afirmació no només ens centrem en el fet de comunicar, sinó que encara que no diguem res, que no duguem res de vestir, seguim comunicant perquè tots som missatge; caldria veure i comprovar de quina manera s'interpreta la nostra comunicació interpersonal. Cada persona té una visió de la realitat; aquesta il·lustració de la realitat la compartim i la negociem amb els altres amb la comunicació. Compartint aquests significats de cadascun, anem construint les nostres relacions socials. Els símbols, segons l'interaccionisme simbòlic, possibiliten la comunicació entre les persones, i demostra que la societat arrela amb aquest sistema de comunicació.

Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. Les interesará su status socioeconómico general, su concepto de si mismo, la actitud que tienen hacia ellos, su competencia, su integridad, etc. Aunque parte de esta información parece ser buscada casi como un fin en si, hay por lo general razones muy prácticas para adqui-

riria. La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él. Así informados, los otros sabrán cómo actuar a fin de obtener de él una respuesta determinada (Goffman, 1972: 3).

Rizo (2004: 2-8) afirma que les investigacions de l'interaccionisme simbòlic es fonamenten en la tècnica de l'etnografia —observació participant—, per obtenir l'interès, saber les accions i les interaccions de les persones en els seus marcs o escenaris naturals en què es desenvolupen. En l'àmbit de les teories de la comunicació, l'interaccionisme simbòlic va prestar una visió diferent de la comunicació del que fins aleshores era la concepció dominant durant la dècada dels anys cinquanta. Aquesta interacció trenca per primera vegada amb el que coneixem com a transmissió d'un missatge a través d'un emissor i receptor i ens fa adonar de la complexitat de tot el procés comunicatiu i a la vegada descobrim una construcció de sentit per part del coneixement social. La perspectiva teòrica de l'interaccionisme simbòlic té un lligam amb l'orientació Verstehen<sup>1</sup>, que «és una activitat intel·lectual que s'utilitza com a mètode en les ciències socials per a conèixer el significat de les accions i establir analogies entre experiències pròpies i successos externs», com detalla el *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales*.

Segons l'interaccionisme simbòlic, la interacció social dona significat a la conducta, això és perquè els interaccionistes conceben la vida social com a simbòlica. Té importància el significat però també a la vegada la interpretació com a procés essencial. Nosaltres, els humans, a través de la interacció obtenim significats que aquests els compartim esdevenint la realitat.

L'impulsor de l'interaccionisme simbòlic s'estima que va ser George H. Mead (1863-1931); tot i així la seva obra no va ser ordenada i arranjada per ell mateix, sinó que l'obra més rellevant *Espíritu, persona y sociedad* (Mead, 1982) es va publicar gràcies als manuscrits, anotacions acadèmiques dels mateixos alum-

---

<sup>1</sup> L'orientació Verstehen és una activitat intel·lectual que s'utilitza com a mètode en les ciències socials per a conèixer el significat de les accions i establir analogies entre experiències pròpies i successos externs. **Vegeu:** Teresa López de la Vieja de la Torre- Universidad de Salamanca. Román Reyes Director - *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales - Terminología Científico-social. Filosofía y Ciencias Sociales - Universidad Complutense de Madrid - Volum 1-4 Plaza y Valdés, Madrid y México 2009*

nes. Malgrat això, el concepte interaccionisme simbòlic s'impota a Herbert Blumer.

El fonament de l'interaccionisme simbòlic és el coneixement col·lectiu davant dels actes socials, és a dir, la coneixença que tenim interioritzada que ens permet comportar-nos en societat, tot i que es pot donar el cas que no hi hagi aquest coneixement perquè som en una cultura forana i no ens hi hàgim adaptat, encara. El codi de les bones maneres i el protocol social ens poden ajudar a afrontar-les, perquè hem de tenir en compte que cada comunitat social dóna sentit a una sèrie de realitats que segurament en una altra cultura o en una altra etapa històrica no tenen el mateix significat.

L'interaccionisme simbòlic, per tant, analitza, il·lustra i argumenta el significat dels actes. Assenyala que els comportaments són elaboracions personals sobre un mateix, sobre les altres persones i sobre les obligacions que la societat imposa i que es presenten en els actes quotidians. El coneixement social ha estat interioritzat per tots els membres del col·lectiu i, d'aquesta manera, en tractar-se d'una idea comuna, la realitat s'objectiva. A causa d'aquest coneixement social ha estat interioritzat per tots els membres del col·lectiu i, d'aquesta manera, en tractar-se d'una idea comuna, la realitat s'objectiva.

Els principals autors que han treballat en l'interaccionisme simbòlic han estat Herbert Blumer, George Herbert Mead, Charles Horton Cooley i Erving Goffman (Rizo, 2004: 2).

Una de les idees més rellevants de l'interaccionisme simbòlic és el si mateix, el que s'anomena self, que es tracta de l'aptitud de veure's com a objecte. Fins ara hem concedit la rellevància del significat a les persones, al que ens envolta i als actes del col·lectiu, però és primordial atribuir el sentit que pertoca a un mateix, atès que la importància del si mateix rau en el fet que és un element clau perquè les persones s'integrin en el grup social de què formen part.

«El concepte self (de George H. Mead), jo mirall (de Charles H. Cooley) i ritual (d'Erving Goffman) són fonamentals per a comprendre l'interaccionisme simbòlic» (Rizo, 2004: 3). El desenvolupament del self es realitza en tres etapes anomenades: joc informal, joc formal i l'altre generalitzat.

1. **Joc informal:** el nen juga tot imitant la conducta d'un adult.
2. **Joc formal:** és un joc socialitzador i de cooperació entre les persones. En aquest joc més cooperatiu, el nen no només actua com una persona adulta, sinó que ho fa conjuntament amb altres i, junts, representen el món dels adults: venedor-comprador, professor-alumne, etc.
3. **L'altre generalitzat:** de les tres etapes que inclouen el desenvolupament de si mateix ens interessa l'última part, la que s'anomena l'altre generalitzat. La persona té una visió més àmplia de la societat i pot entendre els valors i els costums en què es basa. En el nostre cas, podem posar d'exemple que una persona pot haver interioritzat que per anar a buscar feina, i el fet de tenir més probabilitats d'acceptació al lloc de treball l'ajudarà més positivament posar-se una corbata que no portar-ne..

Les anàlisis de la societat en termes de les interaccions socials han estat investigades pels principals autors —com Herbert Blumer, George Herbert Mead, Charles Horton Cooley i Erving Goffman—, i dels diferents conceptes i teories que investiguen i estudien aquests autors, en la nostra investigació fem èmfasi i destaquem el marc teòric exposat per Goffman (1959).

## Herbert Blumer

Herbert Blumer (1969: 2) estableix tres fonaments dins la perspectiva de l'estudi de la interpretació a partir de la condició simbòlica de la vida social.

L'autor argumenta que els éssers humans actuem davant de totes les coses visibles a partir dels significats que prèviament se'ls ha donat i que tenim interioritzats:

Symbolic interactionism rests in the last analysis on three simple premises. **The first** premise is that human beings act toward things on the basis of the meanings that the things have for them. Such things include everything that the human being may note in his world – physical objects, such as trees or chairs; other human beings, such as a mother or a store clerk; categories of human beings, such as friends or enemies; institutions, as a school or a government; guiding ideals, such as individual independence or honesty; activities of others, such as individual independence or honesty; activities of others, such as their commands or requests; and such situations as an individual encounters in his daily life (Blumer, 1969: 2).



Quan descriu el segon fonament l'autor afirma que de les coses visibles pot variar o pot sorgir de la interacció social que una persona té amb la resta de persones.

**The second** premise is that the meaning of such things is derived from, or arises out of, the social interaction that one has with one's fellows (Blumer, 1969: 2).

El tercer fonament explica que aquestes significacions son fruit d'un procés interpretatiu que ocorre a mesura que la persona es va relacionant amb les coses que l'envolten.

**The third** premise is that these meanings are handled in, and modified through, an interpretative process used by the person in dealing with the things he encounters (Blumer, 1969: 2).

### **George Herbert Mead** —concepte *"self"*

Rizo (2004: 2-8) afirma que el concepte self es «refereix a la capacitat de considerar-se un mateix com a objecte el "jo"». El seu tret principal és posar-se al lloc de l'altre a través de la reflexió per conèixer com actuaria i pensaria; és, per tant, un procés social. «El concepte self (de George H. Mead), jo mirall (de Charles H. Cooley) i ritual (d'Erving Goffman) son fonamentals per a comprendre l'interaccionisme simbòlic» (Rizo 2004: 3). L'autor identifica dos aspectes: «el yo y el mí», que reaccionen un contra l'altre, ja que mentre el "jo" és imprevisible, el "mí" conté la totalitat de conductes dels altres que pren. Perquè existeixi un "jo" ens caldrà que existeixin altres membres en la interacció, per aquest motiu l'interaccionisme simbòlic no treballa i investiga l'individu, sinó que comparteix la relació (la interacció) amb els altres.

### **Charles Horton** —concepte *jo mirall*

Rizo (2004: 2-8) argumenta que «Horton va seguir els passos de Herbert i es va dedicar a l'etnografia de les interaccions simbòliques dels actors, o sigui, una tècnica d'observació participativa, en què l'investigador pren part activa per captar les accions dels individus dins dels seus marcs quotidians». Horton creia que gràcies a l'estudi de les interaccions socials entre les persones es podien entendre millor els motius del seu comportament. «Utilitza per pri-

mera vegada el terme “*grup primari*”, que defineix d’aquesta manera perquè creu que el primer grup que s’investiga no deixa de ser el que més influeix en l’aprenentatge». El concepte del *jo mirall* és un concepte que Horton el fonamenta en l’adquisició de l’aprenentatge de nosaltres mateixos a través de les nostres interaccions davant els altres. Adquirim el nostre “jo” de les nostres interaccions socials.

### **Erving Goffman** —concepte *ritual*

Erving Goffman exposa que la interacció dels individus ocorre a través d’«una influència recíproca d’un individu sobre un altre». L’autor creu que durant les nostres interaccions hi participen diversos actors que ell anomena *interactants*, que són els que s’incorporen en els teus actes amb l’objectiu d’influir en la concepció o en la valoració que facin els altres de tu.

La interacción (es decir, la interacción cara a cara) puede ser definida, en términos generales, como la influencia recíproca de un individuo sobre las acciones del otro cuando se encuentran ambos en presencia física inmediata. Una interacción puede ser definida como la interacción total que tiene lugar en cualquier ocasión en que un conjunto dado de individuos se encuentra en presencia mutua continua; el término “encuentro” (performance) puede definirse como la actividad total de un participante dada en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes (Goffman, 2017: 30).

En la seva obra *La representació del jo en la vida* cotidiana, Erving Goffman afirma que les persones que actuen en un procés d’interacció incorporen diferents aspectes en el seu comportament, com l’aspecte personal, estructurats per un conjunt d’estímuls que denomina «modals» i «aparença». L’autor raona que aquest conjunt d’estímuls apareixen a través de símbols, i que aquests, al seu torn, permeten a les persones que ho veuen —per tant, als observadors— crear-se una concepció de l’aspecte general de la persona que realitza la interacció i permet adquirir les primeres impressions dels altres que actuen i defineixen la seva forma de comportament.

La fachada, entonces, es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación (Goffman, 2017: 36).

Como parte de la fachada personal pueden influir: las insignias del cargo o del rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y el aspecto,

el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes. Algunos de estos vehículos transmisores de signos, tales como las características raciales, son para el individuo relativamente fijos y durante un período de tiempo no varían de una situación a otra (Goffman, 2017: 38).

Es conveniente, a veces, dividir los estímulos que componen la fachada personal en "apariciencia" (appearance) y "modales" (manner), de acuerdo con la función que desempeña la información transmitida por estos estímulos. Cabe considerar que la "apariciencia" se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del status social del actuante.

Los "modales" por su parte, se refieren a aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina (Goffman, 2017: 38).

Goffman elabora el concepte "*ritual*". A través dels nostres actes diaris, anem afegint i incorporant rituals que hem adquirit a la nostra cultura i educació, els interioritzem i els expressem i ensenyem a través de les nostres emocions. Goffman afirma que la nostra capacitat serà convincent dependent de com presentem la nostra actuació davant els altres. Les persones tenim «una màscara expressiva, una 'cara social'» (Goffman, 1959) a través de la qual mostrem el nostre rol social, el nostre estament de prestigi i poder davant de la societat. La màscara l'hem adquirit cadascú de nosaltres per a la societat, i si no complim correctament el paper social que ens pertoca, ens l'enretiraran.

Así, cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto o más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general (Goffman, 2017: 50).

De manera paral·lela, si el nostre desig és mantenir-la, haurem de seguir un bon ordre expressiu i complir-lo amb dignitat. Per analogia, a través de les interaccions entre individus i seguint aquestes conductes —que no deixen de ser rituals interpersonals— s'estableixen les regles de l'etiqueta social i del rang social.

El punt de partida de Goffman són les accions que cada individu realitza o fa per a una audiència per tal de trobar un sentit a la conducta cap a l'altre que s'ubica dins un espai, un "escenari" específic.

Goffman reivindica la centralitat de la "situació social", lamentant-se, sin embargo, de que haya sido olvidada en el análisis lingüístico y sociológico (1964). En su último escrito, llegó a recordar: "Mi intento [...] ha sido que se acepte el ámbito de la presencia cara a cara como un campo de análisis, un ámbito que se puede llamar [...] el orden de la interacción, un ámbito cuyo mejor método de estudio es el microanálisis (Goffman, 1983: 3).

Amb aquesta afirmació fa referència al fet que, si el substracte d'un gest (o d'una acció social) consisteix en el cos de qui el realitza, la forma del mateix gest pot estar molt determinada per la proximitat de l'òrbita microecològica que es trobi el subjecte. «Para describir el gesto y, con mayor razón, para descubrir el significado debemos introducir en el discurso el ambiente humano y material en el que el mismo gesto se realiza (1964: 134)» (Herrera Gómez, M. i Soriano M. R., 2004: 60-61).

L'autor defineix la interacció social en els termes de la intenció del subjecte «realitza l'acció que s'espera d'ell», i el que rep, o sigui «el que l'audiència ha entès». La mediació d'aquesta comunicació s'estableix entre dos punts: l'expressió que emana i la manera que s'ha acollit aquesta informació. La imatge que el subjecte ha projectat torna a ell mateix i a la vegada l'ubica estructuralment segons la resposta que hagi rebut <sup>2</sup>.

Tot seguit, ressenyem alguns treballs que han investigat l'interaccionisme simbòlic.

---

2 M. Herrera Gómez i M. R. Soriano (2004) afirmen que «és difícil identificar Goffman en alguna tradició sociològica. De totes maneres, el més comú ha estat considerar-lo un "desviat". L'obra de Goffman es dona, per la seva riquesa, a moltes interpretacions. En el seu pensament hi té cabuda una substancial continuïtat teòrica que el mateix Goffman assenyala com el descobriment i la reconeixió de l'ordre de la interacció (Goffman, 1983). (M. Herrera Gómez i M. R. Soriano Miras, 2004: 60)

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Park, Robert E.; Ernest W. Burgess; R. D. McKENZIE. [1925] (1967)</b></p>	<p><b>El comportament humà en el medi urbà</b></p> <p>Els tres autors suggereixen diferents plantejaments del comportament humà en un escenari com la ciutat.</p>
<p><b>OBRA</b></p> <p><i>The City: Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment.</i> Chicago: University of Chicago Press</p>	<p>El creixement de la ciutat, l'enfocament ecològic per a l'estudi de la comunitat humana, la vida a la ciutat, l'organització de la comunitat i la delinqüència juvenil la interrogació que fa Ernest W. Burgess: Pot el barri tenir una base científica? Són els principals exemples que es descriuen en aquesta obra. Robert Ezra Park és un autor que va fomentar el que s'anomena "l'ecologia humana". Defineix l'ecologia com la ciència de les relacions de l'organisme amb l'entorn</p>

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Mead, G. H. (1934)</b></p>	<p><b>El conductisme social</b></p>
<p><b>OBRA</b></p> <p><i>The City: Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment.</i> Chicago: University of Chicago Press</p>	<p>Enfocament de Mead d'un procés d'autointeracció simbòlica desplaçant l'atenció cap al procés de formació de la conducta. L'acció és concebuda com una conducta construïda per l'actor.</p>

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Goffman, Erving (1959)</b></p>	<p><b>LA PRESENTACIÓ</b></p>
<p><b>OBRA</b></p> <p><i>The presentation of self in everyday life,</i> Doubleday, Nova York. (Traducció al castellà: <i>La presentación de la persona en la vida cotidiana.</i> Buenos Aires: Amorrortu, 1982)</p>	<p>Marc de referència que s'aplica a qualsevol establiment social concret, considerant la manera en què l'individu es presenta i al mateix temps mostra l'activitat davant els altres en situacions de treball corrents</p>

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Goffman, Erving (1963)</b></p>	<p><b>L'ESTIGMA</b></p>
<p><b>OBRA</b></p> <p><i>Estigma. La identidad deteriorada.</i> Buenos Aires: Amorrortu (2006)</p>	<p>Revisió per part de l'autor d'alguns treballs sobre l'estigma, en especial d'índole popular, per comprovar la seva utilitat en la sociologia</p>

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Goffman, Erving (1971)</b></p>	<p><b>LES RELACIONS EN PÚBLIC</b></p>
<p><b>OBRA</b></p> <p><i>Relaciones en público. Microestudios del orden público.</i> Madrid: Alianza Editorial (1979)</p>	<p>Les normes i ordenaments connectats del comportament relatiu a la vida pública, l'ordre públic. L'autor ho realitza a través de sis estudis diferents però amb una relació seqüencial</p>

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Gidlow, B. (1972)</b></p>	<p>L'home en la societat, com organitza la seva vida diària</p>
<p><b>OBRA</b></p> <p>"Ethnomethodology. A new name for old practices". <i>The British Journal of Sociology</i>, Núm. 4, p. 295-406</p>	

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Mc Sweeney, B. (1973)</b></p>	<p><b>CONTEXT, SIGNIFICAT I SITUACIÓ</b></p> <p>Article acadèmic sociològic en què argumenta que les característiques de la sociologia contemporània i la seva anàlisi dins del context. En tota conducta humana, i a mesura que l'individu actua, se li atribueix un significat subjectiu a ell, que Weber anomenava «la comprensió interpretativa de l'acció social»</p>
<p><b>OBRA</b></p> <p>“Meaning, context and situation”. Archives Européennes de Sociologie, Any XIV, Núm. 1, p. 137-153</p>	

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Giddens, Anthony (1976)</b></p>	<p><b>TEORIA SOCIAL</b></p> <p><b>TEORIA DE L'ESTRUCTURACIÓ</b></p> <p>Obra bàsica en l'àmbit de la teoria social. Una anàlisi crítica per part de l'autor de les principals escoles del pensament en la filosofia social. Giddens realitza una exposició dels principis de la teoria de l'estructuració</p>
<p><b>OBRA</b></p> <p><i>New rules of sociological method: a positive critique of interpretative sociologies.</i> Nova York: Basic Books. Es va tornar a reeditar el 1993 per la Stanford University Press</p>	

AUTOR	CONCEPTES BÀSICS
<p><b>Bateson, G.; Birdwhistell, R; Goffman, E.; Hall, E.; Jackson, D.; Sheflen, A.; Sigman, S.; Watzlawick, P.; Winkin, Y., (1982)</b></p> <p><b>La introducció i selecció és a càrrec d'Yves Winkin</b></p>	<p>Els autors mostren estudis de comunicació no verbal, així com coneixements sobre la comunicació cara a cara. Finalment plantegen un corrent important d'idees interdisciplinàries que determinen nocions tan importants com el doble vincle (esquizofrènia i comunicació), la quinèsia (gestualitat i comunicació) i la proxèmica (espai interpersonal i comunicació)</p>
<p><b>OBRA</b></p> <p><i>La nueva comunicación.</i> Barcelona: Kairós. (1982)</p>	

**AUTOR**

**Edmond, M.; Dominique, P.** (1989), traduït al castellà per Antonio Laje Tesouro i publicat el (1992)

**OBRA**

*L'interaction sociale*, publicat per Presses Universitaires de France, Paris. (1989)

*La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Barcelona: Paidós. (12)

**CONCEPTES BÀSICS**

La interacció social. La cultura i els rituals socials regulen els processos de comunicació

Contingut rigorós sobre el concepte de la interacció social i les seves implicacions en diferents disciplines com l'antropologia, psicologia, lingüística, etologia o sociologia. Diferents aproximomés té ubcions i modelitzacions dels processos de comunicació amb la indicació de com la cultura i els rituals socials estructuraren o regulen aquests processos

**QUADRE 09.** Investigacions sobre l'interaccionisme simbòlic

**Font:** Rizo, «El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación», Portal de la Comunicación, Aula abierta. Lecciones básicas, pàg.1-8, [http://www.portal-comunicacion.com/uploads/pdf/17\\_esp.pdf](http://www.portal-comunicacion.com/uploads/pdf/17_esp.pdf) (consulta 26/02/2016).

També diferents treballs acadèmics ens mostren la dimensió comunicativa i simbòlica de certs complements del vestir: *El vestido y la elocuencia del botón. Galas y significado en la estética discurso de la aparente distinción cultural masculina*, d'Arianna Giorgi (2009); *Pañuelos. Archivos da Memoria*, de Fernando de Tacca (2009), sobre els mocadors que es posen al cap *Las Madres de la Plaza de Mayo* com a símbol identificatiu de la lluita per la justícia social, la llibertat i la vida, i *L'affaire des foulards et la laïcité à la française*, de Jean Baubérot (1996), un treball en què es qüestionen la moral laica i la prohibició de portar el cap cobert a les escoles de secundària de França i on s'analitza la simbologia de creences i religions identificades en aquest complement per la societat francesa.



## 5.4. La comunicació no verbal

Com afirmàvem en el capítol anterior, abordem el protocol des de la seva dimensió comunicativa; no només ens limitem en les precedències del poder que hi participa, sinó en la seva comunicació no verbal. Comuniquem a través de la nostra imatge i en formem una opinió. L'estudiós de les emocions de l'home més rellevant en els inicis va ser el mateix Darwin, que afirmava en la seva obra *The Expression of Emotions in Man and Animals* (1872: 15) que els éssers humans comptem amb «gestos universals»:

Fifthly, it seemed to me highly important to ascertain whether the same expressions and gestures prevail, as has often been asserted without much evidence, with all the races of mankind, especially with those who have associated but little with Europeans. Whenever the same movements of the features or body express the same emotions in several distinct races of man, we may infer with much probability, that such expressions are true ones,—that is, are innate or instinctive.

El 1956 es va publicar el primer article que consignava un nou terme per a l'estudi del comportament comunicatiu de l'home: *La comunicación no verbal, notas sobre la percepción visual de las relaciones humanas*, escrit pel psiquiatre Jürgen Ruesch i el fotògraf Weldon Kees; una obra que ofereix una visió de la comunicació no verbal i una àmplia documentació gràfica. L'obra assenjala que la comunicació humana implica set sistemes diferents que van des de l'aparença personal fins a les paraules parlades o escrites.

Per tal de centrar-nos en el que ens interessa en aquest apartat del treball, només volem indicar els estudis que, a part de ser divulgatius, són rigorosos amb l'estudi de la comunicació no verbal<sup>3</sup>:

Ray Birdwhistell (1952), Mehrabian (1972), Davis (1976), Knapp (1982), Sherer i Ekman (1982), Poyatos (1983), Rebel (2000) i Payrató (2004) .

Sólo a comienzos de los años 60 se abre un nuevo campo de análisis, precisamente el de la comunicación no verbal. Bajo el estímulo de las investigaciones realizadas en el campo de la lingüística y de la etología, a la luz del psicoanálisis y de la antropología filosófica, de la sociología y de la semiótica, en un clima de fecunda colaboración interdisciplinar, se ha ido consolidando el interés por el cuerpo y el lenguaje. El cuerpo

---

3 Elizabeth Corrales Navarro recopila diferents dades sobre l'evolució del llenguatge no verbal en el seu article acadèmic "El lenguaje no verbal: un proceso cognitivo superior indispensable para el ser humano", *Revista Comunicación*, vol.20, núm. 1, enero-junio. 2011, pp 46-51. Instituto Tecnológico de Costa Rica.

se identifica como una expresión correlativa de contenido articulado, como vehículo a través del cual puede ser transmitido incluso lo que está inhibido en la palabra y en el pensamiento consciente (Squicciarino, 1990:18).

En tot cas, Nicola Squicciarino afirma que hi ha hagut un retard notable a l'hora d'investigar la comunicació no verbal.

Una de las principales razones por las que el lenguaje verbal se ha considerado durante tan largo tiempo el canal privilegiado de la comunicación, determinando de tal forma el retraso en las investigaciones sobre la comunicación no verbal, se remonta a los orígenes mismos del pensamiento occidental (Squicciarino, 1990: 17).

David Efron (1941-1972) és el primer autor que realitza un estudi empíric sobre el gest. Efron ho desenvolupa en tres grans eixos:

1. L'espai temporal del gest (l'autor descriu l'estat físic).
2. Aspectes interactius del gest: la familiaritat del gest, la gesticulació simultània i dels objectes i la distància entre els interlocutors (l'autor parla del context).
3. L'aspecte lingüístic del gest (el significat del gest).

Alvarez de Arcaya, (2003: 2) argumenta que anys més tard, Ekman i Friesen (1969) recopilen la informació facilitada per David Efron i amplien la contextualització indicant-ho com a senyals no verbals. Seguint les pautes d'Efron, ho amplien i ho expliquen amb cinc categories: els emblemes, il·lustradors, reguladors, senyals d'afecte i adaptadors. Defineixen aquestes categories referint-se a totes les parts del cos, tot i que llegint part de la seva obra podem comprovar que emfasitzen especialment els gestos de les mans.

Precisamente, una de las mayores aportaciones de Ekman y Friesen al estudio de la comunicación no verbal, se vería reflejada en el artículo publicado en 1969, "The repertoire of non-verbal behaviour: categories, origins, usage and coding", en el cual realizaron una exhaustiva categorización del comportamiento no verbal -describieron cinco categorías distinguiéndolas según su uso, origen y codificación: emblemas, ilustradores, reguladores, adaptadores y expresiones o manifestaciones de afecto o emoción.

Mark L. Knapp (1982: 15-17) defineix la comunicació no verbal com el llenguatge complementari de la paraula, i els seus fonaments són els moviments, la mirada i la postura, i exposa els principals camps en la comunicació no verbal:

la cinèsica, la proxèmica, la paralingüística, els factors de l'entorn, les característiques físiques i els «artefactes».

-**La cinèsica** estudia la significació dels moviments corporals i gestuals del nostre cos que acompanyen el missatge oral. Aquests moviments tenen un significat i donen informació sobre com pot ser la nostra personalitat, les sensacions que tenim en un determinat moment. Ray Bridwhistell, Edward T.Hall o Paul Ekman són els primers autors que van investigar sobre l'estudi del llenguatge del cos.

-**La proxèmica** investiga com les persones fem servir l'espai per a interactuar. Edward T. Hall es considera el primer antropòleg que va identificar el concepte de proxèmica. Va elaborar l'obra *The Hidden Dimension* (1979) on mostra el seu punt de vista, respecte les magnituds subjectives que envolten els animals i també entre persones, com les distàncies físiques a què ens mantenim. Les distàncies seran més curtes o llargues en funció de la relació que tinguem amb l'altra persona (parella, amic, familiar etc.) i sempre d'acord amb les regles culturals i ètiques de cadascú.

-**La paralingüística** se centra en els elements no lingüístics del procés comunicatiu, com ara el to de veu, el timbre, el volum, les pauses.

Knapp (1982: 24-28) també argumenta els factors de l'entorn com la disposició del mobiliari, les olors, que ens poden condicionar en les nostres relacions interpersonals i, per últim, aclareix les característiques físiques i els «artefactes» que actuen com a comunicació no verbal: la forma del cos, l'atractiu general, el color del cabell, el tipus de pentinat.

Tots som buscadors de mirades, i el vestit és un instrument de comunicació no verbal que escollim o duem per a comunicar un missatge: el rol social a què pertanyem o volem pertànyer, la nostra situació professional... la roba, per tant, transcriu el que som i la imatge que donem o desitgem donar, tal com exposa Squicciarino (1990: 19):

La comunicació no verbal proporciona el *feedback*, fenómeno por el cual el emisor comprende la forma en que los demás descodifican el mensaje. Se utiliza como sopor-

te y refuerzo del lenguaje verbal, o como su sustituto: es un instrumento primario que señala los cambios de características en el desarrollo de las relaciones interpersonales (Squicciarino,1990: 19).

#### 5.4.1. La corbata en la comunicació no verbal

D'acord amb les consideracions de Knapp, la corbata la podríem considerar un artefacte, atès que actua com a instrument de la comunicació no verbal. I fent referència a Ekman i Friesen (1969) i als adaptadors del gest, és fàcil adonar-se que en l'ús de la corbata trobem alguns gestos comuns que reforcen les seves afirmacions: quan no volem decebre, quan estem nerviosos o impacients, automàticament ens col·loquem de manera conscient o inconscient correctament el nus de la corbata, clar símptoma de l'afany de seguretat que busquem.

Quan ens aixequem cada matí ens toca escollir què ens posarem per vestir, i no sempre és fàcil saber diferenciar què hem de representar a cada moment. Tal com es va exposar al capítol dedicat a la història del vestit, gràcies a la vestimenta alguns individus pretenen diferenciar-se dels altres, ser els més elegants, potser els més atrevits, els més originals... A través de caracteritzacions peculiars volem formar part de grups socials (hippies, punks, yuppies, executius...). James Laver (1899-1975) afirma que «[...] la roba és inevitable. No és res més que el mobiliari de la ment ha fet visible». Laver va discutir i estudiar la influència dels factors econòmics i socials en el desenvolupament del gust de la moda. En aquest sentit, i com s'ha apuntat en altres apartats, la manera de vestir diu molt de la nostra personalitat, expressem molta informació no verbal (Ruesch,1956), ja que vestim per agradar-nos però també perquè ens mirin.

Sebastià Serrano (2008: 50), a l'obra *El regal de la comunicació*, defineix d'aquesta manera com n'és d'important el sentit de la vista amb la comunicació no verbal:

Tots som buscadors de mirades. Per al nadó –l'infant– els ulls valen com el menjar, ja que li forneixen les primeres experiències d'unió mútua i recíproca amb altres éssers humans. I la natura dels primers contactes determinarà el grau de qualitat del seu desenvolupament emocional. Els ulls poden ser l'estímul mínim desencadenador d'un somriure. En el fons de la nostra especial atenció selectiva per les cares hi ha la instin-

tiva atracció pels ulls. Sí, sense cap mena de dubte, els ulls són les parts del cos més usades en la comunicació no verbal i tenen una funció social única, per a les criatures, els joves, nois i noies i la gent més gran...

Com hem vist, en la comunicació no verbal hi ha moltes formes de transmetre: a través de l'expressió facial, la manera de moure's i la forma com vestim. Són signes que permeten a la persona que ens observa d'imaginar o intuir com podem ser. Malgrat això, és evident que els veritables valors d'una persona no radiquen només en la seva forma de vestir.

En el ámbito de la comunicación no verbal, el aspecto es, sin duda, la señal que más influye en las percepciones, tanto en las reacciones de todos los individuos en general como en las de cada uno en particular. Algunos elementos del aspecto personal, como las prendas de vestir y las formas ornamentales, están bajo el completo control de quien los lleva, mientras que otros elementos como el pelo, el rostro, la piel o el físico están sólo parcialmente dominados (Squicciarino, 1990: 33).

Quan et poses una corbata, encara que en duguis cada dia, saps que portes «quelcom» que pot atraure; per aquest motiu no deu ser casual que, quan es tracta de vestir d'etiqueta, en tots els tipus de vestimenta masculina hi ha una corbata o corbatí.

De hecho, el *traje* expone el cuerpo a una transformación constante, estructurando en signos –es decir, en cultura– lo que el mundo natural todavía posee solamente como potencialidad y como la disposición de lo sensible a hacerse signifiante. Aunque no pensemos a menudo en ello, vestirse tiene que ver directamente con sentir placer, y con reconocer que tal placer –que la sociedad regula según ese sentido común que llamamos “gusto”– consiste en transformar la naturaleza, en “trabajarla” semióticamente” (Calefato, 2002:10).

Joaquim Maria Puyal, quan va ser investit doctor honoris causa per la Universitat Autònoma de Barcelona el dimarts 7 de maig del 2019, en el seu discurs va afirmar que «la comunicació no verbal té el 50% d'influència en l'efectivitat del missatge».

Durant els períodes electorals és habitual que especialistes en política, comunicació o moda estudiïn exhaustivament la comunicació no verbal dels principals líders polítics per arribar a deduir allò que no diuen amb paraules però que emana dels seus gestos, cares, la vestimenta, etcètera.

És obvi, per tant, que la comunicació no verbal va adquirint cada vegada més protagonisme, atesa la seva efectivitat i valor en la imatge personal.

En aquesta investigació analitzem amb interès el valor comunicatiu de la corbata, i és per aquest motiu que no podíem eludir la comunicació no verbal que desprèn aquest complement de vestir, ja que actua de manera important com a reforç del llenguatge verbal, i més si es té en compte que la imatge personal en general, en un context comunicatiu, la podem entendre com un factor de potenciació personal davant del públic.

És evident que la impressió que es percep d'una persona resulta fonamental per al receptor, i és per això que en el nostre estudi sobre la construcció de la imatge personal es valora com la corbata pot esdevenir un potenciador comunicatiu dins la comunicació interpersonal.

## 5.5. La teoria Gestalt: la percepció visual

La corbata, com hem constatat, és un símbol que és percebut per la vista i des-codificat cognitivament, i és per aquest motiu que finalitzem aquest apartat emmarcant-la i analitzant-la dins la teoria de la Gestalt, però aquest cop no com a complement de roba, sinó que prendran més consideració la forma i la figura d'aquest element, que conté uns estímuls perceptius que aquesta teoria ens ajudarà a desgranar.

La ciencia encontrará gestalten (formas) de diferente rango y en diferentes dominios, pero lo que nosotros sostenemos es que en cada forma hay orden y sentido, sea en mayor o en menor grado, y que para una forma, cantidad y cualidad son la misma cosa. Ahora bien; nadie negará que de todas las formas que conocemos, aquellas del espíritu humano son las más ricas. Por tanto es difícilísimo, y en la mayoría de los casos imposible, expresar su cualidad en términos cuantitativos, pero al mismo tiempo el aspecto del sentido se manifiesta aquí más que en parte alguna del universo (Kofka, 1973: 39).

En la actualidad, la psicología de la Gestalt se extiende también al campo de la memoria. Se demostró que la existencia de un patrón geométrico de estímulos en la retina no determina totalmente que ciertas formas sean visualizadas o no, porque si cambiamos el patrón que lo rodea, o nuestra actitud resultaran unidades y formas totalmente diferentes. Por lo tanto, se reconoce que en la mayoría de los casos (a veces ocurre, otras no, depende, por ejemplo, de los principios que estamos examinando) no se reconoce el color o el brillo, sino más bien la forma de una unidad, de un objeto (Köhler, 1973: 27-28).

Saal (1975) argumenta que, conjuntament amb Wertheimer, uns altres dels màxims representants de la teoria Gestalt van ser Köhler i Koffka que van formular els principis d'aquesta teoria.

Los comienzos de la psicología de la Gestalt se ubican contemporáneamente con los del conductismo. Su aparición en Alemania se produce con la misma pretensión de ser un movimiento "revolucionario". [...] Wertheimer es el iniciador de esta corriente. Con su estudio sobre el fenómeno Phi, nombre que dio a la ilusión de movimiento inicia su enfrentamiento con las posiciones elementalitas vigentes y lanza su ataque contra el estudio de las *sensaciones* a las que considera datos inexistentes (Saal, 1975: 270).

Vinculada a la psicologia de la forma o Gestalt, trobem la teoria del camp, que fa referència a l'estructuració de la percepció, amb la qual la teoria va fer un avenç important, com constata Gloria Elena Gomez (2010: 10).

Hacia 1910, Wertheimer, Köhler y Koffka rechazan tal sistema de análisis predominante en la psicología y toman el modelo de la teoría del campo, adoptado por la física; con él estudian la percepción desde otro ángulo que aquel del mecanicismo atomista de los asociacionistas. La teoría de la *Gestalt* constituye, entonces, un movimiento que rompe con las posiciones elementalistas vigentes en la teoría de la asociación que promueve una conexión adquirida y progresiva de las partes, y el estudio de las sensaciones.

Les persones que es dedicaven a estudiar i treballar sobre la teoria Gestalt, els anomenats gestaltistes, van formular uns principis fonamentals que de mica en mica anaven aplicant de manera progressiva a diversos objectes empírics

Los gestaltista elaboraron sus principios fundamentales que fueron luego aplicando progresivamente a diversos objetos empíricos: memoria, procesos de aprendizaje, conducta, personalidad, sociedad... (Saal, 1975: 273)

[...] me remitiré por un momento a los orígenes de nuestra teoría y a las principales ideas de su primer fundador, Max Wertheimer. [...] la psicología experimental se mantuvo en lucha con los psicólogos y filósofos especulativos, quienes, no sin razón, subestimaron sus conquistas y sostuvieron que el espíritu en sus aspectos más verdaderos jamás podría ser investigado por métodos científicos, esto es, por métodos derivados de las ciencias naturales ¿Cómo – éste sería el razonamiento – podrían las leyes de las sensaciones y las asociaciones, que entonces constituían el grueso de la psicología científica; cómo podrían explicar la creación de una obra de arte o el goce de su contemplación, la apasionada búsqueda de la verdad, o el desarrollo de un gran movimiento cultural como el de la Reforma? Los hechos señalados por estos opositores de la psicología científica y los hechos que los psicólogos experimentales investigaban eran, en verdad, tan remotos que se hubiera dicho que pertenecían a diferentes universos. Pero la psicología experimental no hizo ningún intento para incorporar los hechos mayores en su sistema erigido sobre los menores, al menos, ningún intento que hiciera justicia a los mayores (Koffka, 1973: 35).

Saal (1975: 273) explica que aquests principis són els pilars en què s'organitza la percepció:

[...] esas leyes empíricas de la manera en que se organiza la percepción las que permitieron una amplia difusión a esta corriente, y encontraron inmediata aplicación en el campo de la plástica, la propaganda, la educación, etc. etc., echando sombra sobre los principios y la concepción filosófica general.



Per la seva banda, Katz relaciona la percepció amb l'experiència i el coneixement:

¿Se halla, por tanto, determinado el rendimiento de la percepción por la experiencia individual? En efecto, responde a ello la psicología de la forma, todo lo que vemos se halla cargado de conocimiento adquirido por la experiencia; pero esta circunstancia no es causa en primer lugar de que las cosas se constituyan en nuestro campo óptico en la forma descrita. Más bien ocurre lo contrario: las cosas se constituyen como unidades por otros motivos más profundos, y ésta es la condición necesaria para que nosotros podamos adquirir experiencia de las cosas (Katz, 1967: 27).

Para la captación de las cosas, la psicología de la forma hace notar, por ejemplo, que nosotros no captamos cosas tan insólitas como unidades hasta que, en general, no tenemos noticia de lo que en ellas se trata. Esto es válido, por ejemplo, para la visión en la oscuridad o para el caso en el cual en un ambiente extraño encontramos un objeto no visto anteriormente (Katz, 1967: 28).

Dember (1960), per la seva banda, amplia les propietats de la teoria de la Gestalt.

The Gestalt theory of perception is perhaps best known for its observations on the ways in which a collection of many figures spontaneously forms subgroups. These observations are often referred to as *the principles of Organization*. Some of these principles are described and illustrated in the present section, and some data are provided on the temporal development of organization. Just as single figure is more than a set of unrelated elements, so a collection of figures is, perceptually, more than chaotic, haphazard, and unstructured. Whenever possible, the figures are spontaneously seen as groups. The collection has organization if it contains such groupings within it. Two properties of figures that strongly determine the nature of this Organization are *proximity* and *similarity*. Other properties emphasized in Gestalt theory are good continuation, *common fate*, and closure. In a very general way, figures are grouped together that "belong" together. The "the best" organization is achieved (Dember, 1960: 161-162).

Els principis fonamentals de la teoria Gestalt, segons Saal (1975: 274), són la Llei de l'organització o de l'estructura, la Llei de la pregnància o de la bona forma i el principi de l'isoformisme.

La Llei de l'organització o de l'estructura és un principi elemental d'aquesta disciplina, ja que «da nombre a esta corriente y que conserva la marca de su nacimiento como oposición al elementalismo» El terme *Gestalt* ha estat traduït amb diferents noms, com ara «estructura, organización, forma o configu-

ració; en un sentit ampli, fa referència a una integració d'elements en oposició a la suma de les seves parts (Saal, 1975: 274)».

La Llei de la pregnància o de la bona forma és la que millor resumeix lògica de la percepció per als gestaltistes, atès que, com afirma Saal (1975: 274), «percepció és sempre la millor possible en consideració a la totalitat dels factors *coexistents en el camp* en un moment determinat. Les bones formes no es troben definides més que per alguns atributs: simetria, simplicitat, qualitat geomètrica etc., utilitzant analogies preses de la física o de la geometria».

El principi de l'isomorfisme es refereix a la igualtat «entre el percepto [...] i el sistema nerviós. Aquest principi expressa que, si la percepció es fa com a totalitat organitzada, el sistema nerviós que possibilita i soporta a la percepció *debe* funcionar de igual manera (Saal, 1975: 276)».

Ara bé, cal dir que es van arribar a formular més de cinc-cents lleis relacionades amb la percepció per tal d'estructurar com les persones organitzen els elements cognitivament:

[...] La falta de precisió en la definició conceptual de lo que són les bones formes se ha reemplaçat per una minuciosa i detallada investigació sobre les formes privilegiades que adopta la percepció en determinades condicions. Cada un dels resultats ha estat denominat arbitràriament "ley": "ley de la semblança", "ley del tancament", "ley de la proximitat". El catàleg de tals lleis que solament constata una regularitat inclou actualment més de quinientas. (Saal, 1975: 275)

En el marc explicatiu sobre la percepció, Dember postula que els psicòlegs estudiosos de la Gestalt van decidir «estudiar la percepció a través de termes de la seva organització inherent i de les seves propietats de configuració», és a dir, a través dels seus experiments i proves calia entendre els resultats perceptius en «termes de naturalesa holística, perquè si es descomponien en diferents elements es destruïa el seu significat essencial».

La frase que resumeix aquest enfocament conceptual de la investigació dels processos perceptius és: el tot és major que la suma de les parts. Els psicòlegs de la Gestalt, al igual que els estructuralistes, usaven la experiència subjectiva, però com a observació fenomenològica, que se centra en com es veuen les coses, no en què les componen (Dember, 1990: 31).

David Katz (1967: 26), al seu torn, també palesava la importància de la percepció.

La percepción constituye un importante asunto de la psicología científica, pero no el más importante. Ignoraba que, por ejemplo, Freud no ha prestado particular atención al problema de la percepción. Esto es, con toda seguridad, un defecto del psicoanálisis; pero, por otra parte, demuestra que se puede decir algo absolutamente esencial para la psicología sin entrar en relación, como ocurre en el libro de KOFFKA, con la psicología de la percepción. ¿Cómo puede explicarse esto? Porque precisamente también en la psicología de la forma se halla todavía manifiesta la estrecha unión con la fisiología de los sentidos. Pero, además, fuera de esta relación histórica, la psicología de la forma tiene sus motivos particulares para organizarse alrededor del problema de la percepción.

Goldstein (2011: 104) explica que els psicòlegs de la Gestalt van oferir la idea que el tot «és *diferent de la suma de les seves parts*» a partir d'un fet anecdòtic viscut pel psicòleg Max Wertheimer l'any 1911:

Wertheimer descendió del tren a estirar las piernas en Frankfurt y compró un estroboscopio de juguete a un vendedor que estaba en el andén del tren. El estroboscopio, un dispositivo mecánico que creaba una ilusión de movimiento alternando con rapidez dos imágenes ligeramente distintas, hizo que Wertheimer se preguntara cómo se podía explicar la ilusión de movimiento que observaba mediante la idea estructuralista de *que la experiencia se crea a partir de sensaciones*.

Christian von Ehrenfels es considera l'autor que va introduir per primera vegada el terme «Gestalt». L'escola de la psicologia Gestalt a poc a poc va anar adquirint adeptes i nous investigadors, i es va anar obrint a camps de la psicologia molt més amplis.

CAMPS D'ESTUDI DE LA PSICOLOGIA	INVESTIGADORS
La psicologia animal	Köhler
La psicologia infantil	Werner i Wolf
La psicologia social	Lewin
Els estudis de post-imatges	Rothsduld
El raonament	wertheimer i Duncker
La memòria	Wulf, Lewin i Birenbaum
Vida emocional i conducta en grup	Lewin
Estàtica	Read
Pertorbacions psíquiques	Goldstin, Gelb, Gotschaltd
Psicodiagnòstic	Bender i Anstey, Casullo, Rey i Koppitz

**QUADRE 10.** Psicología de la percepción o de la forma

**Font:** Prettel B., Oscar i Obispo, Georgina. *Psicología de la percepción o de la forma* (2015).

La teoria Gestalt té un corrent principal que s'anomena la llei de la pregnància, segons la qual algunes estructures perceptives prevalen sobre les altres. Com més gran sigui la pregnància més fàcil serà per a nosaltres recordar la figura; és més, les estructures regulars i senzilles prevalen sobre les inacabades o irregulars.

PRINCIPIS GESTÀLTICS DE LA PERCEPCIÓ	CONCEPTE
Principi de la relació figura – fons	La figura es distingeix del fons i podem diferenciar-los. Ha estat estudiada des de la percepció visual. Garret (1958), Guillaume (1964) Metzger
Principi de la relació holística	El tot és la suma de totes les seves parts.
Principi de l'isomorfisme	Els processos psicològics tenen una relació directa amb els processos biològics i fisiològics. Comporta un principi de relació estructural que percep la ment i la realitat

**QUADRE 11.** Principis gestàltics de la percepció  
**Font:** elaboració pròpia

Dondis (1988: 27) sintetitza l'aportació de la teoria Gestalt i de la percepció:

Bastantes disciplinas han abordado el problema de la procedencia del significado en las artes visuales. Artistas, historiadores del arte, filósofos y especialistas de diversos campos de las ciencias humanas y sociales han explorado durante largo tiempo cómo y qué «comunican» las artes visuales. En mi opinión, los psicólogos Gestalt han realizado algunos de los trabajos más interesantes en este campo, trabajos cuyo mayor interés reside en los principios de la organización perceptiva, del proceso de constitución de todos a partir de partes. El punto de vista subyacente de la psicología Gestalt, tal como la define von Ehrenfels, afirma que «si tenemos doce observadores y cada uno de ellos escucha uno de los doce tonos de una melodía, la suma de sus experiencias no correspondería a lo que se percibiría si alguien escuchase la melodía entera [...]». En todos los estímulos visuales y a todos los niveles de inteligencia visual, el significado no solo recibe en los datos representacionales, en la información ambiental o en los símbolos incluido el lenguaje, sino también en las fuerzas compositivas que existen o coexisten con la declaración visual fáctica. Cualquier acontecimiento visual es una forma con contenido, pero el contenido está intensamente influido por la significancia de las partes constituyentes, como el color, el tono, la textura, la dimensión, la proporción y sus relaciones compositivas con el significado.

La corbata té unes consideracions perceptives que es relacionen amb la seva forma: en funció del nus que escollim, obtindrem una forma geomètica o una altra: triangle o rombe; la llargada no deixa de ser un gran rectangle que en ocasions és més ample i en d'altres més estret; la terminació, tradicionalment, té forma d'angle, però també pot finalitzar en línia recta.

La caja de herramientas de todas las comunicaciones visuales son los elementos básicos, la fuente compositiva de cualquier clase de objetos y experiencias: el punto, o unidad visual mínima, señalizador y marcador del espacio: la línea, articulante fluido e infatigable de la forma, ya sea en la flexibilidad del objeto o en la rigidez del plano técnico: el contorno, los contornos básicos como el círculo, el cuadrado, el triángulo y sus infinitas variantes, combinaciones y permutaciones dimensionales y planes (Don-dis, 1988: 28).

Añanos *et al.* (2008) exposa l'expressió suggerida de les diverses formes geomètriques de: Severino Germani y Rino Fabris (1973) en el seu llibre *Psicología y comunicación publicitaria. Fundamentos del proyecto gráfico*.

Quant a l'expressivitat de les formes geomètriques, Añanos planteja, en el seu llibre *Psicología y comunicación publicitaria*:

**El quadrat**, amb els seus quatre costats i diagonals iguals, és estàtic i simètric.

**El rombe** representa el contrari del que suggereix el quadrat.

**El rectangle** produeix sensació d'acció i estabilitat. Quan el costat més gran és horitzontal, és més estable que el quadrat i, al contrari, si el seu costat més gran és vertical, és dinàmic, elegant i signe de distinció.

**El triangle**, si és equilàter, suggereix estabilitat, i si és isòsceles, moviment. El triangle invertit denota inestabilitat.

**El pentàgon** es considera capritxós, sense paral·lelismes.

**L'hexàgon**, per la seva simetria, és estàtic i pot suggerir un caràcter metodològic.

**El cercle** es diu que és la forma geomètrica perfecta, precisa. Simbolitza l'atenció màxima, és més dinàmic que el quadrat i posseeix una estabilitat dinàmica.

**L'oval** té un cert sentit de moviment a causa de la seva absència de costats i suggereix distinció.

**Les formes irregulars** permeten expressar altres consideracions en el sentit que ho fan les formes geomètriques.

**QUADRE 12.** L'expressivitat de les formes geomètriques

**Font:** Añanos *et al.* (2008: 106)

Segons aquest requadre, doncs, podem afirmar que la corbata és un complement replet d'expressivitat, ateses les nombroses formes geomètriques de què consta: requadre, triangle, rombe, rectangle, pentàgon, quadrat, tot això conforma un element que, globalment, té encara més força expressiva.

[...] las formas visuales, se hace necesario tener en cuenta el valor que proporciona cada sujeto *receptor* a las construcciones formales que muestran determinados predominios de las formas básicas (Añanos *et al*, 2008: 107).

La evidencia de los aspectos cognitivos en la percepción se confirma al observar que los fenómenos de la percepción asociados a la visión no son iguales en todos los hombres y mujeres, ni tampoco iguales en las diferentes etapas de su vida (Añanos *et al*, 2008: 110).

Com hem dit anteriorment, un dels principis de la psicologia de la Gestalt és la llei Prägnanz ('bona figura'), en la qual, com veurem, s'aprofundirà més en l'estudi de les propietats de la forma i dels estímuls que pot provocar.

El principio fue anunciado por Wertheimer, quien lo llamó "Ley de pregnancia". Puede formularse, en breves palabras, del siguiente modo: la organización psíquica será siempre tan "buena" como lo permitan las condiciones dominantes. En esta definición, el término "bueno" es ambiguo. Abarca propiedades tales como regularidad, simetría, simplicidad y otras que veremos en el curso de nuestro análisis (Koffka, 1973: 136).

Dember, manifesta el mateix que Koffka:

El término bueno se refiere, en general, a la figura más sencilla y estable posible: los criterios de Prägnanz implican propiedades tales como simetría, regularidad, inclusividad, simplicidad, unificación y continuidad (Dember, 1990: 264).

Pel que fa a les lleis gestàltiques de la percepció o de la forma, ens basem en les aportacions dels autors més contemporanis que han estudiat aquest tema, i fem referència a les lleis que podem aplicar al nostre objecte d'estudi.

La organización psicológica será siempre tan excelente como las condiciones dominantes lo permitan. El término "excelente" abarca propiedades como regularidad, simetría, armonía de conjunto, homogeneidad, equilibrio, máxima sencillez, concisión. En tanto que se trata de impresiones sensoriales, las cuales son localizadas en el espacio, entra en función la ley de pregnancia y tienden a la orientación vertical-horizontal. A causa de la importancia que la psicología de la forma concede al concepto de pregnancia se hace quizá necesaria una nueva formulación de la conducta pregnante, la cual se halla concebida como sigue: el organismo tiene la tendencia a determinados modos de conducta totalmente característicos, bien se trate de percepciones, movimientos o actitudes (Katz, 1967: 44- 45).

### **La llei de la proximitat**

Els elements visualment més propers tenim tendència a agrupar-los i a captar-los com un tot.

With all other factors constant, subgroups tend to be formed from parts which are spatially close to each other. [...] The easiest and most immediate organizations are those based on subgroups of elements in close proximity. To achieve other organizations is possible, but only at the cost of a great deal of effort; and such organizations tend to be unstable and tenuous (Dember, 1960: 1962).

La ley de la proximidad.- La unión de las partes que constituyen la totalidad de un estímulo tiene lugar, en igualdad de condiciones, en el sentido de la mínima distancia (Katz, 1967: 29).

### **La llei de la similitud- igualtat**

Hi ha la tendència de percebre agrupats els elements que s'assemblen, ja sigui pel color, la grandesa o la forma.

Again, with other factors constant, organization will be determined by similarity relations among elements. If the collection is composed of two kinds of elements, then subgroups will tend to form from these two classes. This is particularly true when there is no competing basis of Organization [...] The similarity relation has to some extent counteracted what would otherwise have been a very strong effect of proximity (Dember, 1962: 163).

La ley de la igualdad.- Si son varios los elementos activos de diferente clase, entonces hay *ceteris paribus* una tendencia a reunir en grupos los elementos de igual clase (Katz, 1967: 29).

La uniformidad puede relacionarse también con el contenido parcial de los elementos, bien porque tengan el mismo color o la misma forma (Katz, 1967: 29).

La similitud i la igualtat són uns bons patrons d'aquesta teoria per aplicar al nostre objecte d'estudi. Quan ens posem una corbata, ens cal escollir el nus i el coll de camisa més idonis. Els elements escollits formen, en conjunt, una bona estructura estètica, i la seva relació de similitud i de proximitat faran que puguem aconseguir una coherència atractiva que, sens dubte, carregarà d'expressivitat l'element.

### **La bona continuació**

Els elements que entre ells mantenen una continuació, de manera perceptiva solen agrupar-se, és a dir, no es perceben aïlladament.



[...] una línea recta es una estructura más estable que una línea quebrada y que, por tanto, la organización se dará, *ceteris paribus*, de tal manera que la línea recta continúe como línea recta. Podemos generalizar así: cualquier curva proseguirá en su propia manera natural, un círculo como círculo, una elipse como elipse, etc. Este aspecto de la organización ha sido llamado por Wertheimer ley de la buena continuación (1923). Nos encontraremos con muchos ejemplos de ella (Koffka, 1973: 185).

A more subtle principle of Organization is one commonly referred to as good continuation. A set of elements is so arranged that it determines to a large extent the way in which additional elements will be organized (Dember, 1964: 164).

### **La llei del destí comú**

La ley de la buena curva o del destino común. – Aquellas partes de una figura que forman una buena curva o tienen un destino común forman con facilidad unidades. Esta ley impide en muchos casos que partes que pertenecen a diferentes objetos se reúnan, y respectivamente ayuda a que objetos que ópticamente se hallan en contacto “se vean separadamente” con exactitud. Las líneas del contorno de estas partes de diferentes objetos forman unas con otras precisamente una buena curva, pero tienen un destino común (Katz, 1967: 30-31).

Tendim a unificar aquells elements que formen una corba o que acaben al mateix punt. Això ho exemplifica Dember de manera molt gràfica amb l'exemple d'un cérvol enmig del bosc:

Imagine a deer poised motionless, and blending in with the foliage so perfectly that it cannot be detected. Its “protective coloration” breaks up the contours of its body, and the deer becomes part of the background rather than a distinct figure segregated from its background.

Suddenly, the deer moves forward. While it is moving, it becomes a perfect target, in the Language of both hunters and psychologists. The deer stands out as an integrated figure separate from the foliage, and remains so until it stops moving. Having stopped, it soon again becomes camouflaged (Dember, 1964: 166).

### **La llei de tancament**

Las líneas que circundan una superficie son, en idénticas circunstancias, captadas más fácilmente como unidad que aquellas otras que se hallan unidas entre sí. Los triángulos, cuadriláteros y círculos producen un efecto de cerramiento (Katz, 1967: 30).

Una figura que el nostre camp visual veu incompleta físicament, nosaltres la podem percebre com a completa.

Aquest “tot” és un dels principis de l'escola Gestalt que més endavant aprofundirem.

[...] The importance of the whole is one of the main tenets of the Gestalt school of perception (Dember, 1964: 167).

Si es dibuixa un cercle que no està del tot tancat, nosaltres percebem que es tracta d'un cercle. Amb l'esbós inacabat d'una corbata pot passar el mateix: podem dibuixar mitja corbata, però la percepció del dibuix serà que veurem una corbata sencera, malgrat que el dibuix no estigui acabat del tot.

Aplicant aquestes tres lleis a la corbata —la bona continuació, el destí comú i la llei del tancament—, s'evidencia un cop més que *la bona forma* —clau per a la percepció segons els gestaltistes— és un atribut de la corbata, atès que els elements que la conformen es perceben conjuntament i harmonitzen.

### **La llei del moviment comú**

Se reúnen aquellos elementos que conjuntamente se mueven del mismo modo o que se mueven reposadamente en oposición a otro. Ocurre muy frecuentemente que vemos dos objetos a gran distancia, y los reconocemos con seguridad como dos cuando se mueven uno contra otro. (Katz, 1967: 32).

### **La llei de la simetria**

Les parts simètriques es perceben de forma agrupada més fàcilment que les parts asimètriques.

En el cas de la corbata, la simetria de les seves parts, inclòs el coll de camisa, farà que el conjunt es percebi com un tot fàcilment i no pas com parts soltes. Com més simètric sigui el conjunt d'aquestes parts, per tant, més estèticament es percebrà.

### **Totalitat**

La totalitat esdevé quan una figura es percep com un tot.

La psicología de la forma no puede satisfacerse con el resultado al cual conduce el punto de vista de la química psíquica; para ella el todo es más que la suma de sus diversas partes y no en el sentido del positivismo nada más que esta suma (Katz, 1967: 11).

## **Simplicitat**

Koffka parla de simplicitat mínima i simplicitat màxima.

La simplicidad mínima será la simplicidad de la uniformidad; simplicidad máxima la de la perfecta articulación. (Koffka, 1973: 205).

La simplicitat destaca el que realment ens interessa quan organitzem els camps de la percepció de manera senzilla i simple buscant una bona forma.

Koffka, a més, afegeix que les formes simples són les que més s'imposen i que els processos cognitius també ho són:

Ciertamente, las formas simples son por lo general las formas más familiares, coincidencia ésta que hace a la teoría empirista tan plausible. Más aún, una coincidencia que no es de ningún modo fortuita. Naturalmente, si las leyes de la organización son leyes verdaderas, debemos esperar que los productos de la actividad humana sean simples, ya que ellos deben su existencia a los procesos organizados; y por tanto, lo simple será lo frecuente (Koffka, 1973: 190).

Aunque no se han hecho experimentos para decidir la cuestión, me inclino a creer que existen dichas diferencias y que, por ej., un círculo será más fácil de verlo como una simple línea que un triángulo, imponiéndose en este último la superficie triangular antes que tres líneas que se encuentran en sus puntos terminales. Si esto es verdad, podríamos intentar relacionar este hecho con nuestra ley de buena forma (Koffka, 1973: 183).

En un primer moment veiem una corbata, tot seguit, si ens hi fixem, hi ha el coll de la camisa que subjecta el nus, la camisa, l'americana... Però si busquem només la simplicitat, veiem una corbata.

## **Contrast**

Una figura ressalta en contrastar amb el fons. Podem contemplar el contrast per la forma, el color, la mida. Dember afirma que el contrast s'ha estudiat de manera experimental en moltes modalitats:

The value of a stimulus on an attribute is increased or decreased as a result of its being presented in the context of other stimuli with extreme values on that attribute. Contrast has been studied experimentally in many modalities (Dember, 1964: 198).

L'autor analitza dos tipus de contrast en el mode visual: el contrast brillant i el contrast de color.

Koffka afirma que:

El contraste es una cuestión *aditiva y absoluta*. Depende de la mera cantidad y distribución geométrica de las excitaciones y de la intensidad absoluta de éstas, estando excluidas como factor efectivo la formación de unidades y forma., al igual que la relación de las estimulaciones de las dos campos (Koffka, 1973: 164).

És interessant el contrast si l'observem amb la corbata, perquè quan un home es posa corbata, normalment si vol obtenir una línia estètica elegant sempre buscarà un contrast en el color de la camisa, el color de la corbata i l'americana per obtenir una harmonia en el contrast de colors.

Fins ara ens hem fixat en la forma, però Dember (1960) postula que hi ha aspectes influents a nivell cognitiu com ara la predisposició, l'ambigüitat, la familiaritat, la freqüència, la significació, el context, la recerca, l'activació, la sinergia i la memòria. Per tant, ara ens centrarem en les formes des de l'òptica del receptor, és a dir, en els factors més mentals que influeixen en la percepció.

**La predisposició:** el desig que té el receptor de rebre un estímul. Aquesta predisposició condicionarà la percepció. La motivació és un element a tenir en compte a l'hora de tenir més o menys predisposició: com més motivació hi hagi, millor es captaran els estímuls. Sí a mi m'interessen les corbates m'hi fixaré més.

**L'ambigüitat:** pot provocar incertesa el fet de coincidir més d'un estímul alhora; la situació cognitiva del receptor determinarà la seva percepció. La mateixa informació pot tenir ambigüitat en un determinat context, en canvi, en un altre no.

**La familiaritat:** és el coneixement previ d'un estímul. Aquest aspecte provocarà una resposta més imminent com, per exemple, davant d'algunes icones, els logotips d'algunes marques a causa de la seva coneixença, etc. Se'ns fa familiar, no és un estímul desconegut, forma part de la nostra vida.

Cuando vemos el objeto bien conocido en su ámbito normal, nuestra actitud hacia él es también por lo general, la normal. Por consiguiente, el proceso que se comunica con la huella no es simplemente el proceso de percibir el objeto, sino el proceso de percibir este objeto que, conforme a la actitud prevaleciente, esté en una relación definida con el yo (Koffka, 1973: 689).

**La freqüència:** és l'ús més o menys reiterat dels estímuls. Perquè l'estímul o els estímuls promoguts tinguin el resultat desitjat, caldrà que aquests hagin estat exposats amb freqüència.

The attempt to pin down the exact manner in which frequency of usage influences recognition thresholds has led to the investigation of two other variables, familiarity and meaningfulness. Frequency relates to past events, from which a present state may be inferred. More direct measures of present state are available, however. Thus, a more frequently used word may be more familiar or more meaningful than a less frequently used word. It may be through these attributes that the relation with recognition thresholds is mediated. The first step suggested by this idea is to determine the familiarity and meaningfulness of words directly and to relate these measures to recognition thresholds. This step was taken in an experiment by Kristofferson (Dember, 1964: 285).

**La significació:** Dember (1960) detalla que la significació s'adquireix a través d'un aprenentatge. Per exemple, nosaltres establim si diferents complements o peces de roba son luxosos, clàssics o moderns a través de diferents atributs que adquireixen una connotació determinada perquè tinguin un significat concret.

Koffka, al seu torn, parla de la significació i ens recorda un dels pilars de la Gestalt:

Nosotros no podríamos resolver ningún problema de organización si quisiéramos hacerlo para cada punto por separado, uno después de otro. La solución debe venir del todo. De este modo vemos cómo el problema del significado está íntimamente ligado al problema de la relación entre el todo y sus partes. Se ha dicho: El todo es más que la suma de sus partes. Más correcto es decir que el todo es otra cosa que la suma de sus partes, porque la suma es un procedimiento sin sentido, mientras que la relación todo-parte está llena de sentido (Koffka, 1973: 211).

Köhler *et al* (1973: 28) afegeixen:

[...] con el *significado* y con la reproducción ciertos estímulos y grupos de estímulos no provocan nada frente a la unidad o forma real, que adquirió en una experiencia previa un significado o una fuerza reproductiva que llega a ser una realidad fisiológica o psicológica. Queremos llegar a la conclusión de que los rastros de las experiencias anteriores subyacentes se organizan para el reconocimiento y la reproducción de una manera similar a la organización de aquellas mismas experiencias anteriores.

**El context:** té una determinació clau en els estímuls visuals. La percepció queda interferida si exclouem o estem concentrats en informacions concretes. Dember explica que cada activitat perceptiva passa dins un context.

This complexity arises because every bit of perceptual activity occurs in a context – that is, it occurs together with other activity. No perceptual event takes place independently of other events. (Dember, 1964: 196).

**La memòria:** és la facultat psíquica gràcies a la qual retenim i recordem el que ens ha passat.

Koffka (1973: 70-71) descriu que la memòria “determina nuestro campo de conducta, pero no puede, en la medida que lo determina, utilizarse como argumento contra su universalidad” continua afirmant que “hay casos que la memoria determina la conducta sin la mediación de un campo conductu-al”. L'autor explica que podem fer l'esforç per pensar en “una persona”, “una ciudad”, “una montaña”, pero no puede recordar su nombre. Hago un gran esfuerzo por traerlo a la memoria pero nada consigo. Así que abandono la búsqueda y me dedico a otra cosa, cuando repentinamente, aflora el nombre deseado. He aquí, nuevamente un tipo de conducta que tiene lugar sin ámbito de conducta.

Recordo aquella corbata elegantíssima, ara no em vé a la memòria qui la duia... i de sobte, recordem el nom. Recordem com era la corbata però no recordem qui la duia fins després d'un temps.

Dember (1960), a través de la seva obra *Psychology of perception*, explica diferents experiments realitzats amb rates o simis per treballar la percepció com una font d'informació, amb implicacions per la condició de la motivació, l'emoció, l'atenció, la sorpresa i la por.

Amb aquest plantejament que ens exposa Dember (1960), té sentit l'impacte visual que podem adquirir observant una corbata. Diferents dissenys de corbata poden resultar atractius en un moment donat pel receptor i el portador, en canvi, en un altre moment potser no ho són. Aquest tipus de factors vindran donats pel context cognitiu del receptor.

Al contemplar el mundo siempre aparecen figuras visuales; miremos lo que miremos, si es que hay algo que ver, lo vemos como una figura o figuras sobre un fondo (Dember, 1990: 227).

Goldstein, al seu torn, afirma que el procés perceptual no només consta d'un succés final, sinó que és el resultat final de diferents processos complexos del que anomena "tras bambalinas". Exposa l'exemple de quan anem a veure una obra de teatre: observem els actors com interactuen, com dialoguen, quins elements fan servir. «Mientras su atención se centra en el drama creado por los personajes, otro drama ocurre detrás del escenario.»

Una manera de ilustrar los procesos tras bambalinas que intervienen en la percepción es describir una secuencia de pasos, a la que llamaremos el proceso perceptual. El proceso perceptual es una secuencia de procesos que trabajan juntos para determinar el modo en que experimentamos los estímulos ambientales y reaccionamos ante ellos. El proceso se divide en cuatro categorías: estímulo, electricidad, experiencia y acción, así como conocimiento <sup>[1]</sup> El estímulo se refiere a lo que hay en el entorno, a lo que en realidad ponemos atención y estimula nuestros receptores. La electricidad se refiere a las señales eléctricas que los receptores crean y transmiten al cerebro. Experiencia y acción se refieren a nuestro objetivo (percibir, reconocer y reaccionar a los estímulos). El conocimiento se refiere al saber que aplicamos a la situación perceptual. Este recuadro está colocado sobre los otros tres porque su efecto puede ocurrir en muchos puntos del proceso (Goldstein, 2011: 5).

Un cop revisades les principals lleis de la Teoria Gestalt, podem afirmar que la corbata, a més d'un element carregat de significació, conté unes formes i unes qualitats –regularitat, simetria, simplicitat, continuïtat, etc.— que influeixen en la percepció i provoquen estímuls.

En aquest sentit, en la nostra investigació hem fet un pas més i no ens hem aturat a analitzar la corbata només com un símbol que comunica o com una peça de vestir que atrau o no, sinó que hem estudiat aquest element des d'un camp d'estudi que fins ara no s'hi havia relacionat: la teoria Gestalt, enfocament important per als qui creuen que la manera de sentir no només es redueix a allò que és visible, sinó que se centra en la manera com percebem l'entorn. Ens hem aturat, concretament, a la llei de la Pregnància, que atorga importància a les formes i a l'impacte visual i perceptiu que provoquen, atès que un dels trets més remarcables del nostre objecte d'estudi és justament l'aspecte que té.

I, arran de l'anàlisi de què ha sigut objecte la corbata, hem constatat que posseeix múltiples formes en una, que atrau, que estimula i que crida l'atenció ja només per ser com és, motiu pel qual, consegüentment, en estar dotada de tanta pregnància, compta amb una gran capacitat comunicativa i suggeridora.

La corbata, per tant, té un pes comunicatiu rellevant  
i ningú ho havia dit fins ara.







**LA CORBATA EN LA RECERCA**



## 6.1. Ressenyes cabdals en l'anàlisi de la corbata

Durant els capítols anteriors hem investigat i estudiat la corbata a partir de les principals teories de la comunicació, establint així el marc teòric que ens ha permès presentar una base conceptual sobre la corbata. Per cloure el marc teòric, hem cregut necessari indagar si la corbata ha estat l'objecte d'estudi en altres recerques. Hem seguit de manera cronològica els estudis sobre la corbata com a complement de vestir de l'home i els que indirectament han experimentat amb la corbata. Tot i que no n'hi ha un nombre gaire ampli, les que hem analitzat són prou interessants, atès que provenen de camps diversos com la psicologia, l'educació, la comunicació, les matemàtiques o la medicina. Pel que fa a la metodologia, son recerques experimentals que s'han publicat en revistes científiques i acadèmiques amb una clara intenció divulgativa i erudita, destinades a un públic experimentat. En general tots aquests estudis ens han sorprès gratament, ja sigui perquè demostren que la corbata és un element digne d'investigar, o perquè una de les primeres recerques es va fer els anys 70 o per l'esforç complex que suposa, com veureu, elaborar un estudi rigorós amb fórmules matemàtiques per aconseguir més de vuitanta nusos diferents.

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
Reactions to a stranger as a function to a stranger as a function of dress style: the tie.	William Green, Paul; Howard Giles,	<i>Perceptual motor skills</i> . núm.37, pàg. 676-67	1973	Primer estudi sobre la influència de la corbata. Van experimentar si hi havia una relació de mediació entre la corbata i l'estatus social de la persona que la duia.

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
«Dress style and symbolic meaning»	Rees, David W.; Williams, Lynn; & Giles, Howard.	<i>International Journal of Symbology</i> Vol. 5 (1), pg 1-8	1974	Estudi realitzat a vuitanta estudiants britànics per determinar el significat simbòlic de la corbata. L'estímul va ser un estudiant masculí, a qui es va demanar que avaluessin, que va ser observat duent i no duent corbata quan suposadament procedia d'una entrevista. Quan l'estímul duia corbata, se'l va qualificar de forma significativa com a una persona més intel·ligent, ambiciosa, seriosa i conservadora. En canvi, es considerava una persona menys oberta quan no en duia.

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
«Fashion in the classroom: effects of attire on student perceptions of instructors in college classes».	Morris, T.L., Gorham, J., Cohen, S.H., Huffman, D.	<i>Communication education</i> 45 (2) pàg. 135-148	1996	<p>Estudi experimental per investigar els efectes del vestit d'un instructor (específicament, d'un professor de postgrau) en les percepcions dels estudiants en un context de conferència en viu. En concret, s'analitzaven els efectes de la vestimenta formal professional, casual professional i casual. Els resultats van indicar que vestir més formal (vestit de negocis i sabates de vestir i corbates fosques) estava associat a un augment en les qualificacions de la competència dels instructors, particularment, per les estudiants dones que classificaven el professorat. Contràriament a les suposicions més comunes, les influències més positives del vestit de l'instructor van ser trobades en la condició de vestit casual (pantalons texans descolorits, samarreta i camisa de franel·la).</p> <p>Per a la realització d'aquest experiment —realitzat en diverses conferències— es van escollir estudiants matriculats en el curs introductor de psicologia per la Universitat de West, Virgínia. Els autors afirmen que l'elecció d'aquestes conferències no eren fortuïtes, sinó que van seleccionar-les perquè donarien cabuda a la manipulació experimental.</p>

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
Designing tie knots by random walks.	Thomas M.A. Fink, Yong Mao	<i>Nature</i> 398 (6722), 31-32	1999	<p>En el capítol dedicat a la corbata fem referència a aquests autors. A partir d'aquest article publicat el 1999 els mateixos autors van editar el popular llibre: 85 maneres d'anudar-se una corbata.</p> <p>Els autors són matemàtics i investigadors de la universitat de Cambridge. Va ser un article molt interessant perquè es combina matemàtiques amb bellesa. De les quatre formes més bàsiques que tenim de fer un nus de corbat, ells van investigar i van crear a través d'operacions matemàtiques, un marc que mostra els elements per fer diferents tipus de nusos. Podem llegir la fórmula matemàtica on obtenint els popular 85 nusos que podem fer en una corbata.</p>

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
Tie Knots, random walks and topology	Thomas M.A. Fink, Yong Mao	<i>Physica A: Statistical Mechanics and its Applications</i> Vol. 276 (1-2), 109-121	2000	<p>Dels 85 nusos que es poden fer en una corbata convencional recuperen els quatre nusos tradicionals i introdueixen nou nusos més.</p> <p>L'objectiu de la investigació és preveure tots els nusos estètics possibles dels quatre nusos tradicionals. És una investigació on expliquen els elements de rotacions dels nusos de la corbata i els moviments successius per aconseguir el nus. Podem veure diferents seqüències de nusos de corbata i els classifiquen d'acord amb la seva mida i forma.</p>

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
«Estetoscopio, bata y corbata, y el riesgo de infecciones nosocomiales»	Héctor A. Baptista – González i Clara Aurora Zamorano - Jiménez	<i>Revista de investigación Médica Sur.</i> 18 (4): pàg. 195-202	2011	<p>Valoració de la bata, la corbata i l'estetoscopi com a vectors rellevants per a la transmissió de les infeccions nosocomials (IN). L'article reflecteix l'impacte que poden tenir la transmissió de les infeccions respecte a la utilització de la bata, l'estetoscopi i la corbata. En el cas de la corbata, hi ha més bacteris que a la camisa perquè la corbata no es porta tan sovint o mai a rentar, contràriament del que es fa habitualment amb la camisa. També en un model experimental es va mostrar que el tipus de tela que s'utilitza per a la confecció de la bata o camisa és determinant per a la reducció o ampliació del capa bacteriana que s'identifica a la roba. Aquesta investigació ha estat oportuna per saber que s'ha analitzat la corbata no com a complement del vestir, sinó com a portador de bacteris que poden perjudicar el pacient.</p>

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
Encllothed cognition	Hajo, A., Galinsky, A.D	Journal of experimental social psychology Núm. 48, pàgines 918 -925.	2012	En aquesta recerca experimental ofereixen un marc potencialment unificador per integrar dos factors independents: el significat simbòlic de la roba i el físic com a experiència quan s'utilitza. L'article és interessant per descobrir una sèrie d'investigacions que han documentat els efectes que la roba de les persones pot tenir en les percepcions i reaccions dels altres. Els autors, afirmen que la roba que utilitzem té poder no només sobre els altres, sinó també sobre nosaltres mateixos. Consideren que, en general, els treballs acadèmics han tractat escassament aquesta segona faceta (poder sobre nosaltres mateixos) i les investigacions que s'han fet sobre aquests efectes són relativament disperses i desintegrades.

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
«La corbata como fomite nosocomial en personal de salud»	Ernesto Camilo Becerra- Torres, Alberto Francisco Rubio- Guerra, Leticia Rodríguez López, Susana Ruiz-Rodriguez	<i>Medicina interna de México</i> 29 (1) pàg. 13-19	2013	Es determina si la corbata és una zona on es pot identificar algun creixement de microorganismes. Els antecedents manifesten que a Mèxic no hi ha informació sobre la contaminació de microorganismes a les corbates que utilitzen els metges. Els serveis de medicina interna dels hospitals de la Secretaria de Salut del districte Federal de Mèxic van realitzar un estudi multicèntric, prospectiu, transversal i també descriptiu. Es van fer cultius amb 40 corbates i es van obtenir dades demogràfiques, hàbits d'ús i neteja de cada corbata. Els resultats van ser una mostra de quatre grups (10 en cadascun) segons la categoria a què pertanyien. El 35 % de les mostres va obtenir desenvolupament de microorganismes. Els grups de metges interns i residents van obtenir un 60 % de desenvolupament d'organismes a les mostres per grup, per la qual cosa es va arribar a la conclusió que la corbata pot ser un objecte que contribueix a la transmissió de malalties nosocomials.



Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
«Inconspicuous dressing: A critique of the construction-through-consumption paradigm in the sociology of clothing»	Elise van der Laan Olav Velthuis	<i>Journal of Consumer Culture</i> 16 (1), 22-42.	2013	<p>El document explora el paradigma com a construcció a través del consum i el qüestiona. És un treball d'exploració en què s'analitza com les persones implicades en l'estudi seleccionen el seu vestit i la forma com les inquietuds de la seva identitat determinen i/o informen de les seves eleccions. Es van realitzar entrevistes en profunditat sobre el vestuari (amb diferents qüestionaris), amb la particularitat que es realitzaven a la mateixa llar dels enquestats, que eren joves holandesos.</p> <p>El mateix estudi explica que la tècnica de l'estudi del vestuari va ser iniciada i explorada per l'antropòloga Sophie Woodward (2007). Aquesta antropòloga estudiava l'acte femení diari de vestir-se. Per fer aquest estudi, va passar un temps a les habitacions de les persones que enquestava observant com es vestien i qüestionant les seves eleccions a l'hora d'escollir la roba. En aquest cas, dividia cada armari en: roba activa (utilitzada regularment), no activa (utilitzada rarament o mai) i roba possible (considerada com a una opció). Woodward afirma que l'estudi de vestuari és un mètode per a revelar aspectes de l'autoimatge dels participants que van des del jo interior a altres jos que estan distribuïts a través de la varietat d'elements de la roba de l'armari, proporcionant una base per parlar d'un mateix.</p> <p>L'estudi mostra afirmacions com ara que la identitat i la materialitat de la roba són difícils de separar, per a les persones enquestades, fet que no només es palesa amb l'ajustament de la roba al propi cos, sinó també amb el jo de cadascú. També assegura que el fet que el vestit escollit sigui poc visible i similar al dels companys és una font de confort més que d'angoixa.</p>

Títol	Autor/s	Publicació	Any	Relació de l'estudi
More ties than we thought	Hirsch, D., Markström, I., Patterson, ML., Sandberg, A., Vejdemo-Johansson, M.	PeerJ Computer Science. 1:e2.	2015	<p>Els autors amplien el nombre de nusos que havien plantejat fa anys Thomas M.A. Fink i Yong Mao ampliant el marc matemàtic de possibilitats.</p> <p>L'article anomena que un dels personatges del film Matrix Reloaded, concretament el personatge "The Merovingian" pels complexos nusos de corbata que du va posar de moda l'intent d'inventar nous nusos de corbata.</p> <p>L'article fa una comparació dels 85 nusos proposats per Fink i Mao i obren més possibilitats de fer nusos utilitzant l'extrem més prim de la corbata (la tira estreta que ens queda darrere). Aquesta nova combinació els permet ampliar l'enumeració de nusos de corbata.</p>

**QUADRE 13.** Ressenyes cabdals en l'anàlisi de la corbata

Font: elaboració pròpia

En l'anterior quadre hem vist recerques que provenen d'àrees tan variades com la psicologia, l'educació, la comunicació, les matemàtiques o la medicina i algunes de les quals a continuació desenvolupem pel seu interès en la seva investigació. Pensem que aquestes aportacions poden oferir en un futur a altres recerques i investigacions una visió general de l'estat de la qüestió sobre la corbata.

**William Green, Paul; Howard Giles, Reactions to a stranger as a function of dress style: the tie. Perceptual motor skills, núm.37, pàgina 676, 1973.**

Considerat el primer estudi científic en relació a la corbata, l'any 1973, Green and Giles van estudiar un aspecte concret de l'estil masculí, la corbata, a «Reactions to a stranger as a function to a stranger as a function of dress style: the tie». En aquest experiment, Green i Giles insinuaven que «a la Gran Bretanya, en aquella època, podia haver-hi una relació de mediació apresada entre la corbata i la importància que es percebia o l'estatus social de la persona que la duia». Malauradament, la naturalesa del disseny de l'estudi de Green and Giles (1973) no va permetre que els trets de personalitat s'atribuïssin a la persona objectiu per les diferents classes socials i, com bé expliquen David W. Ress, Lynn Williams i Howard Giles (1974), la investigació de Green and Giles (1973) no va poder confirmar el significat simbòlic de la corbata per les dues mostres de classe social considerades. Tot i això, la seva importància és per ser el primer estudi científic sobre la corbata. Ja fa més de quaranta-cinc anys que es va fer el primer experiment sobre aquest complement.

**W. Res, D., Lynn, L. i Howard, G. (1974). «Dress style and symbolic meaning», *Internacional journal of symbology*, 1-8 pàgines. Facultat universitària de Cardiff , Regne Unit.**

Aquest article acadèmic va ser important d'aconseguir i d'incloure'l en aquesta investigació per poder afirmar amb seguretat que ja l'any 1974, des de la facultat universitària de Cardiff s'estava investigant la significació simbòlica de la manera de vestir. David W. Ress, Lynn Williams i Howard Giles, l'any 1974,

analitzaven la manera de vestir i el seu significat simbòlic però utilitzant com a estímul la corbata. Aquests investigadors afirmen que «la nostra primera impressió d'un desconegut ve determinada, òbviament, per una gran varietat de senyals sobre la percepció d'una persona, entre les quals trobem l'aparença, el grup ètnic i la classe social». Ens descriuen diferents autors que ja havien elaborat recerques sobre com la manera de parlar i de vestir posseeixen una especial importància en la percepció que tenim d'una persona, com ara Seligman, Tucker i Lambert, (1971), Harris i Baudin (1973). De fet, un gran nombre d'estudis han mostrat que estereotipem les personalitats dels altres i hi reaccionem partint dels seus models i de la seva manera de vestir, per exemple, Hamid (1969), Gibbins (1969) i Lambert (1972). O bé trobem estudis d'acord amb els seus models de parlar, com per exemple Giles (1971), Bourhis, Giles i Tajfel (1973), Giles, Ball i Fielding (1974).

David W. Ress, Lynn Williams i Howard Giles en aquesta investigació continuen afirmant que fins aleshores —l'any 1974—, a banda de fer recerques científiques sobre la parla, s'havien realitzat poques investigacions sobre com les persones adopten maneres de vestir com a símbol de la seva identitat.

Els autors en aquesta investigació el principal objectiu que pretenien aconseguir era definir el significat simbòlic de la corbata. Com ho van fer? A través de dos contextos socials ben diferenciats. Recordem que era l'any 1974, els autors descriuen que els estudiants britànics normalment no portaven corbata, només la duïen en ocasions que consideraven molt formals, com podien ser entrevistes o amb motiu de les cerimònies de graduació. En aquells moments, el grup que més probabilitat tenia que portés corbata en el campus universitari era el personal acadèmic i el personal administratiu. Per aquest motiu es considerava que el segon grup (personal acadèmic i administratiu) podia percebre la corbata com a un símbol positiu d'estatus i responsabilitat, mentre que en el grup dels estudiants podrien percebre la corbata com un símbol d'autoritat i de classe dirigent i, per tant, es podia veure la corbata des d'una vessant més negativa.

Tot i així, els autors expliquen que quan en alguns contextos socials hi ha certes pressions normatives perquè els estudiants portin corbata, el seu significat simbòlic pot variar cap a una vessant més positiva. En aquest sentit, doncs,

per als estudiants universitaris, en termes de normativa estudiantil, pot ser més «adient» portar corbata en una entrevista que a classe.

Per fer aquest experiment es va demanar als subjectes d'aquest estudi que avaluessin, en una situació més aviat natural, la personalitat d'un estudiant que es dirigia a una entrevista o a una tutoria, amb corbata o sense. Els autors afirmen que l'objectiu d'aquesta investigació era doble: primer volien determinar els trets de personalitat associats al fet de portar corbata entre els estudiants i, per tant, descobrir el seu significat simbòlic per al grup i, en segon lloc, descobrir si aquest significat canviava segons la situació social.

### **Els subjectes**

Els subjectes d'aquest experiment van ser vuitanta estudiants universitaris. D'aquests vuitanta estudiants, quaranta-quatre eren homes i només dos portaven corbata en el moment de fer l'experiment; la resta, els trenta-sis, eren dones. Van assignar aquests estudiants de manera aleatòria a una de les quatre condicions d'estímul, tot i que els autors expliquen en aquest article que van tenir en compte de fer una distribució a parts iguals pel que fa als sexes dins d'aquestes condicions.

Aquest experiment tenia algunes condicions, com variar el missatge parlat i la manera de vestir d'un orador com a estímul masculí, per tal de produir un disseny factorial 2x2, o sigui, amb dos factors i dos nivells per a cada factor que donaven una totalitat de quatre combinacions que podien tractar.

Los diseños factoriales manipulan dos o más variables independientes e incluyen dos o más niveles o modalidades de presencia en cada una de las variables independientes. Se utilizan muy a menudo en la investigación experimental (Sampieri *et al.*, 2014: 148).

Els autors expliquen els atributs d'aquesta persona objectiva: un estudiant vestit de manera elegant va produir les següents quatre condicions d'estímul:

- (1) Wearing a tie procedint to a tutorial
- (2) Wearing a tie proceding to an interview
- (3) Not wearing a tie proceding to a tutorial
- (4) Not wearing a tie proceding to an interview

(Rees, Williams i Giles, 1974: 3)

Ho sigui, portar corbata per anar a una tutoria, portar corbata per a anar a una entrevista, no portar corbata per anar a una tutoria, o bé no portar corbata per anar a una entrevista.

## **El procediment**

Es va seguir un procediment en varies parts. En primer lloc van demanar a varis estudiants que es possessin en habitacions diferents. Es procurava que seguessin de manera que veiessin la porta d'entrada. A l'habitació hi hauria la investigadora amb l'alumne esperant. El cap de tres minuts entrava una persona preparada prèviament amb un estímul o sense (amb corbata o sense). Aquesta persona feia una petició a la investigadora on la reclamaven que havia d'anar a una entrevista i es demanava a l'alumne si podria tornar més tard, abans però, la persona amb estímul on sense, s'acomiadava i sortia de l'habitació tancant la porta.

En la segona part del procediment la investigadora va demanar als estudiants un qüestionari d'avaluació de personalitat amb quinze preguntes, per exemple que avaluessin el grau d'intel·ligència que creien que tenia la persona objectiu en una escala de set punts, des de clarament intel·ligent fins a gens intel·ligent. Se'ls va fer saber que l'objectiu era conèixer les seves impressions del que havia entrat a l'habitació. Es va comprovar que tots ells van estar molt atents a la conversa entre la persona que va entrar a l'habitació i la investigadora. Quan van finalitzar se'ls hi van demanar els seus comentaris de les qüestions.

## **Els resultats**

On five of the fifteen scales there was a significant effect for dress style. With a tie, the stimulus person was perceived as more intelligent, serious, ambitious and conservative, but less open-minded than the same person without a tie. On four other traits there was a main effect for social situation. When claiming to be en route to a tutorial, the stimulus person was perceived as more humorous, determined, self-confident and less apathetic than when proceeding to an interview. However, a significant interaction effect did occur on one trait, that of intelligence. It was found that the stimulus person in the interview situation was rated as more intelligent wearing a tie than not wearing one, whereas in the tutorial situation he was considered to be more intelligent not wearing a tie. In other words, the student was rated more intelligent when his dress style was "appropriate" to each situation (Rees, Williams i Giles, 1974: 5).

Els resultats d'aquest experiment ens fan adonar que la corbata ja l'any 1974 tenia un significat simbòlic entre els estudiants universitaris de la Gran Bretanya. Però també és un experiment que ens fa palès que aleshores el context social afectava la impressió que es pot tenir d'una persona sobre la seva manera de vestir.

This study then suggests that the symbolic meaning of a dress style is both complex and dynamic, and that its interpretation is dependent on the subcultural group to whom it is presented. Yet an understanding of the dynamics of symbology should take into account changes in the meaning of a status symbol not only across situations, but over time as well. Social change is a process that needs to be carefully considered in any analysis of the symbols of social status, particularly with respect to dress styles (Rees, Williams i Giles, 1974: 5-6).

**Morris, T.L., Gorham, J., Cohen, S.H., Huffman, D. (1996).** «Fashion in the classroom: effects of attire on student perceptions of instructors in college classes». *Communication education*, 45 (2), 135-148.

A banda d'explicar els dos primers estudis experimentals que es van fer sobre la corbata entre els anys 1973 i 1974 hem volgut incloure aquest estudi on es valora el vestit formal professional o informal professional per veure que quan s'inclou la corbata en el vestit formal la percepció és més positiva.

Estudi rellevant per a nosaltres pel fet que la corbata és un element important de la recerca. Es tracta d'un estudi experimental per investigar els efectes del vestit d'un instructor (específicament, d'un professor de postgrau) en les percepcions dels estudiants en un context de conferència en viu. En concret, s'analitzaven els efectes de la vestimenta formal professional, *casual* professional i *casual*. Els resultats van indicar que vestir més formal (vestit de negocis i sabates de vestir) estava associat a un augment en les qualificacions de la competència dels instructors, particularment, per les estudiants dones que classificaven el professorat. Contràriament a les suposicions més comunes, les influències més positives del vestit de l'instructor van ser trobades en la condició de vestit *casual* (pantalons texans descolorits, samarreta i camisa de franel·la).

Per a la realització d'aquest experiment —realitzat en diverses conferències— es van escollir estudiants matriculats en el curs introductori de psicologia

per la Universitat de West, Virgínia. Els autors afirmen que l'elecció d'aquestes conferències no eren fortuïtes, sinó que van seleccionar-les perquè donarien cabuda a la manipulació experimental.

## **L'experiment**

L'interès d'aquest experiment radicava a explorar els efectes de la vestimenta d'un grup de professors d'una facultat.

Es van escollir quatre estudiants de postgrau —dos homes i dues dones, cadascun amb una constitució física mitjana, d'uns 20 anys— com a ajudants docents en el seu primer any d'ensenyament, i van ser formats com a conferenciants experimentals.

Els quatre estudiants seleccionats van oferir les conferències el mateix dia, que es van presentar seguint un esquema de contingut altament prescriptiu, amb l'afany de minimitzar les diferències en els aspectes de presentació, incloent-hi l'expressivitat vocal, el passeig del professor per l'aula, el contacte visual i altres comportaments identificats en investigacions prèvies com a indicadors immediats. No obstant això, l'abillament va ser sistemàticament manipulat en totes les conferències.

Convé assenyalar que, prèviament, es va demanar a un grup d'estudiants de postgrau matriculats en una classe que no participava en l'experiment que classifiquessin trenta-quatre fotografies (disset d'homes i disset de dones) en quatre categories de vestuari de professor.

The first three categories –formal professional, casual professional and casual–were similar to those used in previous research (Rollman, 1980); the fourth category, “inappropriate teacher dress”, “was used to identify dress variables which should be avoided while conducting the experiment. Photos were taken from magazines and selected by the researchers to represent a cross-section of the various conditions as defined in previous studies. To minimize effects of extraneous variables, photos were of models with approximately the same body types and did not include heads (Morris, Gorham, Cohen i Huffman, 1996: 139).

Després d'examinar les seleccions fetes pels alumnes sobre les variables de vestuari a les fotografies, les condicions de vestimenta emprades en la manipulació experimental van ser dividides de la següent manera:

### **Formal Professional (FP)**

Homes: vestits de negocis foscos, camises blanques amb corbates fosques, sabates de vestir.

Dones: vestits de negocis amb faldó negre / bronzejat, màniga escarpada, sabates de taló alt.

### **Casual professional**

Homes: pantalons *casual* de color marronós clar, camises esportives fosques (botons davanters, coll botonat), sense corbata, sabates *casuals* de cuir marró.

Dones: faldilla i suèter, principalment en tons marró/negre i sabates de vestir.

### **Casual**

Homes i dones: pantalons texans blau descolorit, samarreta de color clar, camisa de franel·la escocesa (usada i oberta) amb sabates esportives.

Abans de presentar cada conferència es van fer fotografies de cada conferenciant per realitzar una documentació de la seva condició de vestir. En finalitzar cada conferència, els estudiants havien de completar un breu formulari d'avaluació, en què es mesuraven les següents dimensions:

### **Competència**

expert o no expert / fiable o no fiable / qualificat o no qualificat

### **Caràcter**

Altruista / egoista, amable / cruel, simpàtic / intel·ligent, sociable (sociable / insociable, alegre / melancòlic, bondadós / irritable); bones formes (serè / nerviós, relaxat / tens, poc comunicatiu / ansiós)

### **Extraversió**

Agressiu / submís, verbal / silenciós, audaç / tímid.

These five dimensions were originally characterized as components of source credibility; however, subsequent research has identified competence and character as two critical components of credibility (McCroskey & Young, 1981) while sociability, composure, and extroversion are separate but similarly important perceptions of teachers (McCroskey, 1992). (Morris, Gorham, Cohen, Huffman, 1996:139).



En aquest estudi, els autors també van incloure dues mesures d'un sol ítem relacionades amb les percepcions generals de l'instructor. Es va demanar als estudiants que qualifiquessin l'ús de nou conductes no verbals identificades en estudis anteriors com a fonamentals per a les percepcions de l'aprenentatge cognitiu i les orientacions afectives en les aules universitàries. Els nou punts qualificats van ser:

- 1) Gesticula mentre parla a classe
- 2) Mira l'alumnat mentre parla
- 3) Somriu mentre parla
- 4) Es mou per l'aula mentre explica
- 5) Somriu de manera individual a estudiants de la classe
- 6) Fa servir diferents entonacions quan parla
- 7) Fa servir un to monòton
- 8) Avorreix quan parla a classe
- 9) Té una posició corporal molt tensa i mira a la taula o les seves anotacions quan parla

### **Els resultats**

Un total de quatre-cents un estudiants van participar en l'estudi: cent vint-i-cinc van ser exposats a la condició de vestimenta professional formal, cent quaranta-quatre a la condició de vestimenta professional *casual* i cent trenta-dos a la condició *casual*. Dos-cents quinze subjectes eren dones (54 %) i cent vuitanta-sis (46 %) eren homes. Cap de les variables d'immediatesa no verbal va produir resultats significatius; per tant, els autors confiaven que els efectes potencials de les variacions involuntàries en el desenvolupament de conferències havien estat controlades.

Quan els instructors es vestien amb texans i samarretes, eren percebuts com a significativament més extravertits i interessants que quan es vestien amb vestits formals de negocis o amb vestits típics; quan els instructors es vestien amb texans i samarretes o amb vestits típics (TA) eren percebuts com significativament més sociables que quan es vestien amb vestits formals de negocis. Les percepcions del caràcter, les bones formes i el grau en què l'instructor estava ben informat no variaven amb la vestimenta.

Quan els instructors masculins vestien vestits formals de negocis, se'ls valorava com a molt menys sociables que quan vestien vestits típics o texans i samarreta, i també se'ls considerava menys sociables que a les instructores en qualsevol elecció de vestits. L'abillament formal de negocis no estava relacionat amb la disminució similar de la sociabilitat de les instructores.

Els interessants estudis comentats en aquest capítol ens han fet adonar que, sorprenentment, als anys 70 ja hi havia estudis que analitzaven i experimentaven amb la corbata. Han estat investigacions acadèmiques ben elaborades i rigorosament analitzades, per la qual cosa, els resultats són objectius i versemblants.

En aquesta tesi doctoral hem estudiat la corbata des dels diferents vessants —com a complement de vestir dins la història de la vestimenta masculina, com a element d'etiqueta, cerimonial i protocol, com a símbol comunicatiu, com a element des de la perspectiva de la teoria de la forma—, hem esmentat els experiments més rellevants que s'han fet els últims 50 anys sobre la corbata, però què hi diuen els experts d'elit entesos en la corbata? Què opinen sobre la corbata quan assessoren? Encara ens falta un pilar més: la visió d'experts en corbates de renom que ens oferirà una visió actual, fresca i objectiva de l'estat actual de la corbata a Espanya.



**PREGUNTES DE RECERCA  
I METODOLOGIA**

## 7.1. Preguntes de recerca

## 7.2. Metodologia

### 7.2.1. Tipus d'estudi

### 7.2.2. El mètode d'investigació

### 7.2.3. L'aplicació metodològica de la Grounded Theory o Teoria Fonamentada

### 7.2.4. L'entrevista en profunditat. Entrevista especialitzada i a elits

### 7.2.5. Selecció i configuració de la mostra

7.2.5.1. Les gestions prèvies per aconseguir l'entrevista

7.2.5.2. La codificació. Enregistrament i transcripció literal

7.2.5.3. Valoracions de la realització de les entrevistes

7.2.5.4. Els tres blocs genèrics del qüestionari.

El model del qüestionari

7.2.5.5. Les respostes directes i les respostes descriptives

## 7.2. Anàlisi de les respostes directes

### 7.2.1. Bloc 1 del qüestionari. Preguntes 1 i 2

7.2.1.1. Les preguntes

## 7.1. Preguntes de recerca

Prèviament i al llarg de tot procés d'investigació ens fem preguntes a les quals intentem donar resposta. Les preguntes acompanyen el desenvolupament del treball i són clau per a la recollida i anàlisi de dades, per la qual cosa convé que siguin clares, precises, i rellevants, i encara més si la recerca s'emmarca dins el mètode qualitatiu, en què hi ha dispersió d'idees i de coneixements.

Després de la revisió conceptual del nostre objecte d'estudi i d'ubicar-lo en unes teories marc, ha estat el moment de resoldre el darrer objectiu plantejat a l'inici d'aquest treball. Per aquest motiu, s'han formulat unes preguntes de recerca que ens ajudaran a determinar amb major precisió quins és l'estat actual de la corbata i quina es preveu que serà la seva projecció de futur.

Aquestes preguntes de recerca són el punt de partida d'un estudi qualitatiu.

P1: Quin valor s'atribueix a la corbata?

P2: Varia el seu valor segons l'edat?

P3: Varia el seu valor si se n'és usuari o no?

P4: La corbata transmet informació d'aquell que la du?

P5: Què representa la corbata aquest inici del segle XXI a Espanya?

P6: La corbata continua comunicant o és un mer complement decoratiu?

## 7.2. La metodologia

### 7.2.1. Tipus d'estudi

La nostra investigació segueix el procés de l'estudi exploratori, atès que se centra a investigar un complement del vestir, la corbata, del qual s'ha desenvolupat poc la dimensió comunicativa. En aquest sentit, al llarg de la recerca es generaran preguntes que els estudis intentaran confirmar o desmentir amb la finalitat d'anar avançant en la investigació per, finalment, arribar a conclusions i elaborar línies futures d'exploració.

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Hernández-Sampieri et al., 2006: 91).

### 7.1.2. El mètode d'investigació

Com que el que s'analitza no és quantificable i el que es busca és aprofundir en el coneixement d'un element concret, la corbata, el mètode d'investigació que s'ha seguit és el qualitatiu. A més, la metodologia qualitativa permet centrar la investigació en qüestions subjectives, en el simbolisme de l'objecte d'estudi, mentre que la perspectiva quantitativa no ho permet. Per altra banda, el mètode quantitatiu és més rígid que el qualitatiu, en què el procés és més flexible i dona més llibertat a l'investigador.

Daymon i Halloway (2011: 8) afirmen que pensar de manera qualitativa no és només un procés de col·laboració, sinó també un procés creatiu per reconstruir realitats socials i culturals.

Thinking qualitatively means acknowledging that research is not only a collaborative process but also a creative one. In the same way that communication involves negotiating different meanings in order to co-construct social and cultural realities, so too qualitative research is about creativity and flexibility. Researchers start out with a topic and an agenda which fuel their research progress, but usually they are also committed to exploring new and often surprising avenues that emerge as informants

reveal their understandings and interests. Research procedures may be unstructured, adaptable and sometimes spontaneous, allowing you to take advantage of serendipity, that is, unexpected and surprising occurrences or statements. At times the research process may even be described as untidy as you attempt to unpack the complexities and disorderliness of the social world of public relations and marketing communications.

La flexibilitat també s'evidencia en la tipologia de les entrevistes, en la cerca de casos, en el fet de recórrer a la teoria i tot seguit a les dades i a la inversa per tal de fer comprovacions i anar coneixent més l'objecte d'estudi i el seu entorn, fet que ajuda a comprendre'l amb més profunditat.

La investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista "fresco, natural y holístico" de los fenómenos, así como flexibilidad Hernández-Sampieri et al. (2006: 16).

Les característiques principals d'aquesta metodologia les descriuen Hernández-Sampieri et al. (2006: 11):

Definiciones (dimensiones)	Enfoque cualitativo
Naturaleza de la realidad	La realidad sí cambia por las observaciones y la recolección de datos.
Objetividad	Admite subjetividad.
Metas de la investigación	Describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes.
Lógica	Se aplica la lógica inductiva. De lo particular a lo general (de los datos a las generalizaciones —no estadísticas— y la teoría).
Relación entre ciencias físicas/naturales y sociales	Las ciencias físicas/naturales y las sociales son diferentes. No se aplican los mismos principios.

Definiciones (dimensiones)	Enfoque cualitativo
Posición personal del investigador	Explícita. El investigador reconoce sus propios valores y creencias, incluso son fuentes de datos parte del estudio.
Papel de los fenómenos estudiados (objetos, seres vivos, etcétera)	Los papeles son más bien activos (incluso los objetos pueden poseer diferentes "significados").
Relación básica entre el investigador y el fenómeno estudiado	De interdependencia, se influyen. No se separan.
Uso de la teoría	La teoría es un marco de referencia.
Generación de la teoría	La teoría se construye básicamente a partir de los datos empíricos obtenidos y analizados y, desde luego, se compara con los resultados de estudios anteriores.
Papel de la revisión de la literatura	La literatura desempeña un papel menos importante al inicio, aunque sí es relevante en el desarrollo del proceso. En ocasiones, provee de dirección, pero lo que principalmente señala el rumbo es la evolución de eventos durante el estudio y el aprendizaje que se obtiene de los participantes.
La revisión de la literatura y las variables o conceptos de estudio	El investigador, más que fundamentarse en la revisión de la literatura para seleccionar y definir las variables o conceptos clave del estudio, confía en el proceso mismo de investigación para identificarlos y descubrir cómo se relacionan.
Hipótesis	<b>Se generan hipótesis durante el estudio o al final de este.</b>
Diseño de la investigación	<b>Abierto, flexible, construido durante el trabajo de campo o realización del estudio.</b>
Población muestra	Regularmente no se pretende generalizar los resultados obtenidos en la muestra a una población.



Muestra	Se involucran a unos cuantos casos porque no se pretende necesariamente generalizar los resultados del estudio, sino analizarlos intensivamente.
Composición de la muestra	<b>Casos individuales, representativos no desde el punto de vista estadístico sino por sus “cualidades”.</b>
Naturaleza de los datos	La naturaleza de los datos es cualitativa (textos, narraciones, significados, etcétera)
Tipos de datos	<b>Datos profundos y enriquecedores.</b> En inglés: soft.
Recolección de los datos	<b>La recolección de los datos está orientada a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas. El investigador es el instrumento de recolección de los datos, se auxilia de diversas técnicas que se desarrollan durante el estudio. Es decir, no se inicia la recolección de los datos con instrumentos preestablecidos, sino que el investigador comienza a aprender por observación y descripciones de los participantes y concibe formas para registrar los datos que se van refinando conforme avanza la investigación.</b>
Concepción de los participantes en la recolección de datos	Los participantes son fuentes internas de datos. El investigador también es un participante.
Finalidad del análisis de los datos	<b>Comprender a las personas, procesos, eventos y sus contextos.</b>
Características del análisis de los datos	Progresivo y varía dependiendo del modo en que se recolecten los datos y el tipo de estos (textuales, simbólicos, en audio y video). Fundamentado en la inducción analítica. Uso moderado de la estadística (conteo, algunas operaciones aritméticas). Basado en casos o personas y sus manifestaciones. El análisis consiste en describir información y desarrollar temas.

Definiciones (dimensiones)	Enfoque cualitativo
Forma de los datos para analizar	Datos en forma de textos, imágenes, piezas audiovisuales, documentos y objetos personales.
Proceso del análisis de los datos	Por lo general, el análisis no se inicia con ideas preconcebidas sobre cómo se relacionan los conceptos o variables. <b>Conforme se van reuniendo los datos verbales, en texto y/o audiovisuales, se integran en una base de datos, la cual se analiza para determinar significados y describir el fenómeno estudiado desde el punto de vista de sus actores. Se conjuntan descripciones de participantes con las del investigador.</b>
Perspectiva del investigador en el análisis de los datos	Interna (desde los datos). El investigador involucra en el análisis sus propias creencias, así como la relación que tuvo con los participantes del estudio.
Principales criterios de evaluación en la recolección y análisis de los datos	<b>Credibilidad, confirmación, valoración, representatividad de voces y transferencia.</b>
Presentación de resultados	<b>El investigador emplea una variedad de formatos para reportar sus resultados: narraciones, fragmentos de textos, vídeos, audios, fotografías y mapas; diagramas, matrices y modelos conceptuales.</b>
Reporte de resultados	<b>Los reportes utilizan un tono personal y emotivo.</b>

**QUADRE 14.** Característiques de la metodologia qualitativa

**Font:** Hernández-Sampieri et al. (2006: 11)

Atenent-nos a aquest quadre podem veure com les característiques principals de la investigació qualitativa encaixen amb el nostre objecte d'estudi i amb l'enfocament de la nostra recerca ja que, com es descriu, permet que puguem construir una investigació oberta i mal·leable, que el treball de camp l'anirem enriquint i forjant. L'anàlisi de dades consistirà a obtenir informació i desenvolupar els temes basats en les entrevistes dels experts i les seves manifestacions. El procés serà flexible i les dades obtingudes ens donaran riquesa interpretativa i uns punts de vista frescos i naturals d'aquest estudi sobre la corbata.

El proceso de indagación cualitativa es flexible y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad tal como la observan los actores de un sistema social definido previamente. A menudo se llama “holístico”, porque se precia de considerar el todo sin reducirlo al estudio de sus partes. [...] la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aporta un punto de vista “ fresco, natural y completo, de los fenómenos, así como flexibilidad (Hernández-Sampieri et al., 2006: 11).

### 7.2.3. L'aplicació metodològica de la Grounded Theory o Teoria Fonamentada

Aquest treball empíric s'emmarca de manera metodològica dins la Teoria fonamentada o *Grounded Theory*. Aquesta teoria creiem que és la més adequada per al nostre treball de camp perquè és ideal per abordar aquells temes que han estat poc tractats o dels quals hi ha poca teoria. Els primers a aplicar aquesta teoria van ser Barney Glaser i Anselm Strauss, que l'any 1968 van publicar *The Discovery of Grounded Theory*, en què afirmen que la teoria fonamentada és un mètode d'anàlisi comparativa i que, segons els autors, quan generem teoria, la podem determinar de dues maneres: com a teoria substantiva, que sorgeix de l'estudi que realitzem a través d'una circumstància o acció social en concret o bé, com a teoria formal que treballa el concepte.

Since substantive theory is grounded in research on one particular substantive area (work, juvenile delinquency, medical education, mental health), it might be taken to apply only to that specific area. A theory at such a conceptual level, however may have important general implications and relevance, and become almost automatically a springboard or stepping Stone to the development of a grounded formal theory. As we remarked in Chapter II, substantive theory is a strategic link in the formulation and generation of grounded formal theory. We believe that although formal theory can be generated directly from data, it is most desirable, and usually necessary, to start the formal theory from a substantive one. The latter not only provides a stimulus to a “good” idea, but it also gives an initial direction in developing relevant categories and properties and in choosing possible modes of integration. Indeed, it is difficult to find a grounded formal theory that was not in some way stimulated by a substantive theory. Often the substantive and formal theories are formulated by different authors. Sometimes in formal theory the substantive theory is implicit, having been developed previously by the author or another write (Glaser i Strauss, 1968: 79-80).

Dins de la teoria fonamentada, però, aquesta part de la investigació s'acostarà més al mètode de la teoria substantiva, que s'aplica en àmbits i accions socials molt concrets.

Las teorías sustantivas son de naturaleza "local". Sus explicaciones se circunscriben a un ámbito determinado, pero poseen riqueza interpretativa y aportan nuevas visiones de un fenómeno. (Hernández-Sampieri et al., 2006: 473).

Daymon i Halloway (2011: 130) asseguren que la teoria fonamentada és un enfocament d'investigació en què l'investigador desenvolupa una teoria basada en les dades i comparteix alguns procediments i estratègies com l'etnologia, la fenomenologia i l'anàlisi del discurs. Els procediments inclouen la comparació constant entre les dades que obtenim i la teoria emergent. També afirmen que aquesta teoria té un enfocament particularment adequat per a la investigació de les relacions públiques i les comunicacions de màrqueting perquè permet construir o ampliar la teoria existent.

- grounded theory is both a set of research procedures and the theory that develops from that research;
- theory is generated or modified from the data rather than from pre-existing theoretical frameworks;
- procedures and specific techniques are carried out systematically in a step-by-step fashion;
- the approach is built upon specific procedures and techniques, including constant comparison' between data and emergent theory, 'theoretical sampling', and progressive focusing;
- it is a particularly suitable approach for public relations and marketing communications research because it allows practice-based theories to be built that extend or modify existing theory.

La teoria fonamentada o *Grounded Theory* ha estat molt positiva en el nostre treball de camp perquè ens ha permès com a investigadors plantejar-nos noves preguntes, a banda de les preguntes d'investigació que a l'inici teníem plantejades, fet que ha enriquit encara més el procés d'investigació i els seus resultats.

La Grounded Theory, permite “investigar, diagnosticar y poner tratamiento” contemporáneamente, debido a la cercanía entre los datos y la teoría. Y no es casualidad que tratándose de una teoría orientada al problema y cuya fuente principal de datos es la propia situación de conflicto, gran cantidad de autores la hayan utilizado para estudiar las ciencias sociales y todo aquello que concierne al ser humano y su comportamiento. [...] Es un método que debe ser aplicado con dosis de imaginación y creatividad, sin perder nunca de vista su sistematicidad y rigurosidad. (Soler i Fernández, 2010: 213).

Aquesta metodologia ha generat noves teories per a veure fenòmens socials. Ho afirma Cristina Gouling;

It is a methodology that has been applied to generate new and exciting theories and alternative lenses for viewing social phenomena (Goulding, 2017: 61).

L'autora també afirma que aquesta teoria s'ha utilitzat per desenvolupar noves idees teòriques o bé construir marcs alternatius per desafiar les opinions.

Grounded theory has also been used as a methodology to develop new theoretical insights, build alternative frameworks, and challenge the doxa of established conventional wisdom (Goulding, 2017: 62).

I explica les tres versions a què pots optar de la teoria fonamentada: la clàssica, l'evolucionada, i la constructivista.

The three main versions most commonly adopted can broadly be identified as classic grounded theory, associated with Barney Glaser; evolved grounded theory, which is essentially the product of Strauss and Corbin's (1990) revision of the original methodology; an Charmaz's (1983, 2005, 2008) constructivist grounded theory (Chamberlain – Salaun, Mills, and Usher 2013). A more recent but less established addition is transformational grounded theory (Redman MacLaren and Mills 2015). (Goulding, 2017: 64).

La nostra investigació està vinculada al constructivisme que proposa Charmaz, ja que es tracta d'un mètode flexible —tant pel que fa al mètode com a les tècniques— que, a partir de la recollida i l'anàlisi de les dades, es proposa elaborar teories d'un fenomen social concret. La gran aportació d'aquesta autora, a més, va ser la implicació de la subjectivitat de l'investigador i la rellevància que pren l'objecte d'estudi —que l'escola constructivista anomena fenomen.

My version of grounded theory looks back into its past, explores its present, and turns forward to the future. The dual roots of grounded theory in midcentury positivism and Chicago school sociology, with its foundation in pragmatist philosophy, have given grounded theory its rigor and its reliance on emergence (Charmaz's, 2006: 184).

Charmaz's (2006: 184) destaca, del constructivisme social, les tradicions amb els seus fonaments pragmàtics:

- Foster openness to the world and curiosity about it
- Encourage an empathetic understanding of research participants' meanings, actions, and worlds
- Take temporality into account
- Focus on meaning and process at the subjective and social levels

#### **7.2.4. L'entrevista en profunditat. Entrevistes especialitzades a elits**

Sense menystenir els objectius generals de la tesi, en l'apartat empíric busquem, a grans trets, què representa la corbata aquest inici de segle XXI a Espanya. A partir d'aquesta premissa general volem saber si aquesta peça de vestir continua comunicant o és un mer complement decoratiu. Dins del mètode d'investigació qualitativa, l'entrevista en profunditat a elits és una tècnica àmpliament emprada en què l'entrevistat plasma els seus coneixements sobre la realitat que s'està estudiant amb l'afegit que hi ha unes intencionalitats definides en la col·laboració de l'entrevistat i de l'entrevistador, que va guiant l'entrevista en funció del que està buscant. Per aquest motiu hem escollit els millors experts en la vestimenta masculina que hi ha actualment a Espanya i que de manera directa o indirecta han treballat, estudiat o investigat la corbata, perquè ens puguin donar el seu punt de vista sobre l'estat de la corbata durant l'any 2019; per això es realitza una entrevista en profunditat a diferents elits (experts) d'aquest sector mitjançant un qüestionari, en què no només ens hem limitat a fer les preguntes i esperar la seva resposta, sinó que hem formulat les qüestions amb format de conversa, d'aquesta manera creàvem un clima afí que ens permetia que el mateix expert s'esplaiés en les seves argumentacions.

El arte de la conversación, aprendido de modo natural en el curso de la socialización, constituye la mejor base para el aprendizaje de las técnicas de cualquier forma de entrevista profesional. La conservación (practicada o presenciada), en situaciones naturales de la vida cotidiana, supone un punto de referencia constante, la mejor práctica preparatoria de la realización de entrevistas con fines profesionales. Más aún, las diferentes maneras de conversación mantenidas por el investigador de campo, en

su papel de observador participante, se pueden considerar como formas de entrevista. Por ello, en este ámbito profesional se llega a emplear la expresión "entrevista conversacional"; y se recomienda, insistentemente, no desprender de la entrevista algunas de las propiedades de la conversación común (Valles, 2007: 178).

En el nostre cas són entrevistes d'investigació amb la finalitat d'obtenir la informació més rellevant sobre la corbata, per tal que ens aportin respostes interessants als nostres objectius de l'estudi.

La entrevista de investigación (research interview), entendida como técnica de obtención de información relevante para los objetivos de un estudio. Su campo de utilización se encuentra en las ciencias sociales, especialmente, donde puede adoptar formatos y estilos variables a lo largo de un continuo más o menos estructurado (Valles, 2007: 181-182).

Serveixi aquesta cita de Valles (2007: 183-184) per veure el glossari que recull els tipus d'entrevistes en profunditat.

- 1) Entrevista focalizada.
- 2) Entrevista estandarizada no programada, entrevista no estandarizada.
- 3) Entrevista especializada y a élites.
- 4) Entrevista biográfica; intensiva; individua abierta semidirectiva; larga; etc.

Així doncs, en la nostra investigació hem aplicat l'entrevista especialitzada i a elits. No volíem entrevistar qualsevol persona de l'àmbit del vestit masculí o la moda, sinó que hem volgut acotar molt més i hem decidit entrevistar les persones més especialitzades en aquest tema a Espanya.

Segons Dexter (1970), aquests tipus d'entrevistes es diferencien perquè l'entrevistat té més importància pel col·lectiu o àmbit al qual pertany o es mou que no pas com a individu, perquè és coneixedor i expert d'una matèria concreta i té una percepció precisa sobre un tema determinat, és a dir, que està molt ben informat i es considera qualificat en el tema.

Una entrevista con cualquier entrevistado que en términos de las intenciones del entrevistador recibe un tratamiento especial, no estandarizado. Por tratamiento especial no estandarizado se entiende poner hincapié en la definición de la situación por parte del entrevistado, animarle a estructurar la situación según su criterio y permitir a éste introducir una considerable y extensa cantidad de nociones sobre lo que se considera relevante en vez de plegarse a lo que el entrevistador considera relevante (Riesman Apud Dexter, 1970: 05).

És interessant Dexter (1970) perquè comenta que en aquest tipus d'entrevista l'entrevistador està molt atent i a vegades fins i tot nerviós per estar tractant persones que dominen i estan molt ben informades sobre el tema:

- Per la informació rellevant que podien aportar.
- Per les noves perspectives i nous punts de vista que podien aportar.
- Pel fet d'entrevistar persones expertes.
- Perquè dominen el tema.

### 7.2.5. Selecció i configuració de la mostra

La mostra s'inicia buscant les persones expertes o d'elit que creiem que poden aportar informació rellevant i interessant. Hem escollit una mostra no probabilística de conveniència, això és, que es van triar pel lligam que tenien amb la corbata, el nostre objecte d'estudi, per això vam recórrer als seus blogs i llibres per assegurar-nos que la corbata formava part del seu àmbit professional.

En ciertos estudios es necesaria la opinión de expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios para generar hipótesis más precisas o la materia prima del diseño de cuestionarios (Hernández-Sampieri et al., 2006: 387).

En aquesta fase inicial de construcció del marc mostral, hem fet una recerca per internet d'articles i blogs de professionals del vestit masculí o de la imatge personal. Gràcies a l'experiència prèvia de l'investigador amb el sector de la imatge personal, ha estat molt més senzill poder fer una bona selecció de les persones que ens poden aportar una informació més rellevant. Per altra banda, també hem buscat si hi ha algun gremi o associació de consultors d'imatge personal i hem trobat que existeix la *Asociación Internacional de Consultores en Imagen* (<http://www.aici.com>), que està considerada l'associació professional líder i més gran sobre consultors o assessors d'imatge de tot el món. Des del 2016, existeix la delegació espanyola d'aquesta associació formada per vint membres d'àmbit nacional (<http://aicispain.blogspot.com/>). També, indagant a través de diferents pàgines web, hem descobert que va existir l'Associació Catalana de Professionals de la Imatge (ACPI), que ja no disposa de pàgina web però sí que hem aconseguit el contacte de la que va exercir de presidenta durant la seva existència.



Un dels requisits que vam pensar que era rellevant que posseïssin els professionals escollits, a part de l'experiència, era que comptessin amb publicacions interessants, com ara llibres, que no només argumentessin sobre els aspectes de la vestimenta de l'home, sinó sobre la corbata.

Hem cercat experts que hagin estudiat o treballat la corbata, hem eludit professionals de la moda o la vestimenta només per la seva opinió, ja que hem optat per experts que d'una manera o altra en la seva professió han utilitzat la corbata com a instrument de treball i la coneixen. Val a dir que alguns d'ells han dedicat en les seves obres un capítol a la corbata, com és el cas de José María López-Galiacho, David Garcia Bragado o Montse Guals. Podem pensar que es podrien haver fet moltes entrevistes a persones que es dediquen a la comunicació no verbal i a la moda, però el nostre estudi és molt específic i concret i, com ja hem assenyalat, hem seleccionat els experts que han treballat d'una manera directa la corbata i la seva opinió té un pes important en el resultat de les entrevistes. El nombre d'entrevistes equival al nombre actual d'experts sobre la corbata que es poden considerar els millors del país (Espanya).

En los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es generalizar los resultados de su estudio a una población más amplia. Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad.

Por lo general son tres los factores que intervienen para "determinar" o sugerir el número de casos:

1. Capacidad operativa de recolección y análisis (el número de casos que podemos manejar de manera realista y de acuerdo con los recursos que tenemos).
2. El entendimiento del fenómeno (el número de casos que nos permitan responder a las preguntas de investigación, que más adelante se denominará "saturación de categorías").
3. La naturaleza del fenómeno en análisis (si los casos o unidades son frecuentes y accesibles o no, si recolectar la información correspondiente lleva poco o mucho tiempo).

(Hernández-Sampieri et al., 2006: 384)

Els llibres, articles, blogs, vídeos, webs o conferències que els entrevistats aporten actualment al món de la moda masculina han servit per conèixer i seleccionar les persones. Es va iniciar amb esborranys de noms, primeres llistes

possibles, tria de noms més definitius, i finalment, l'estudi curricular de cada persona per confirmar que l'elecció era l'adient.

La selecció dels entrevistats ha estat pensada molt profundament per aconseguir que les seves argumentacions tinguessin suficient valor per ser considerades i analitzades en la nostra investigació. Els paràmetres que es van analitzar per escollir la llista d'entrevistats van ser els següents:

- Es va tenir en compte l'alta rellevància pública en el sector de la vestimenta de l'home. Podem confirmar que tots els entrevistats són el que anomenaríem professionals «famosos»; és a dir, a l'hora de triar-los ens hem basat en el seu coneixement de la corbata, però ho ha reforçat el fet de tenir una imatge pública notòria i de prestigi.
- Es va pensar en persones amb llarga experiència professional.
- Es va considerar com a gran valor que treballin en una empresa (personal o aliena) de prestigi, coneguda i potent al mercat.
- Es van escollir homes i dones per saber si aquest factor determinava el seu punt de vista. Així doncs, en algunes entrevistes se'ls exposa a la introducció que també interessa el seu punt de vista com a home o com a dona.
- Es van analitzar les seves aportacions sobretot en llibres i obres dedicades a la vestimenta de l'home, blogs, vídeos o programes de televisió, per determinar si eren els entrevistats adients. Cal remarcar que alguns d'ells són els autors dels llibres utilitzats en la part teòrica de la tesi. D'altre, són autors altament seguits a les xarxes socials per les aportacions a la vestimenta masculina.
- Dins la selecció, es va tenir en compte que les persones escollides no fossin totes del mateix àmbit geogràfic.

Finalment es van seleccionar vuit professionals de la vestimenta masculina que es va creure que tindrien un coneixement sobre la corbata i podrien aportar la informació necessària per a la realització de la tesi. Tots ells compleixen els paràmetres que es van plantejar com a característiques de valor per ser candidats: rellevància pública, experiència, treball en una empresa o institució

de prestigi. Per acabar, també hem buscat la paritat, escollint quatre dones i quatre homes.

- Després de l'anàlisi específica curricular dels candidats i la selecció definitiva, la justificació principal per la qual s'ha escollit a cada un d'ells ho resumim amb breument:

1. Beth Borés	- Per ser la presidenta de l'Associació <b>internacional</b> d'Assessors d'imatge a Espanya, AICI.
2. Bere Casillas	- Per ser un sastre de gran prestigi, creador del <b>concepte Elegància 2.0</b> .
3. Antònia Gambau	- Per haver estat la presidenta de l'Associació <b>Catalana</b> de Professionals de la Imatge (ACPI) 2010-2015.
4. David García	- Per ser un sastre de gran prestigi i per haver publicat <b>el llibre</b> <i>Vestirse por los pies. Los secretos de estilo del auténtico caballero</i> (2014).
5. Montse Guals	- Per haver publicat <b>els llibres</b> <i>¿Qué me pongo? (2007)</i> i <i>Y yo ¿qué me pongo? (2010)</i> .
6. Jose M <sup>a</sup> López-Galiacho	- Per haver publicat <b>el llibre</b> <i>Manual del perfecto caballero</i> (2011) i <i>La enciclopedia del buen vestir</i> (2019), i pel <b>blog</b> personal El aristócrata, molt conegut a tot Espanya, en què escriu sobre la moda masculina clàssica.
7. Josep Pons	- Per ser <b>pioner d'assessorament</b> d'imatge a Catalunya.
8. Andrea Vilallonga	- Per haver estat professora d'imatge del programa televisiu Operación Triunfo, per ser <b>assessora d'imatge</b> personal, i per la publicació del <b>llibre i mètode</b> <i>Mírate: mejora tu imagen, renueva tu actitud, trabaja tu expresión</i> (2018)

**QUADRE 15.** Característiques dels experts d'elit

**Font:** elaboració pròpia

Per mostrar la diversitat de les opinions sobre la corbata a Espanya, a l'hora de seleccionar els entrevistats també es va tenir en compte on exercien la seva professió geogràficament. Ens ha anat molt bé per saber l'opinió de professionals de Sevilla, Galícia, Madrid i Barcelona. La distribució queda plasmada en el següent mapa.



**IMATGE 36.** Mapa d'Espanya amb la situació dels experts d'elit

**Font:** elaboració pròpia

A continuació s'anomenen els entrevistats per ordre alfabètic i exposem les principals **referències curriculars** de cadascun d'ells.

**Les persones escollides per realitzar les entrevistes en profunditat han estat les següents:**

Nom i cognom de l'entrevistat	Referències curriculars
<b>1- Beth Borés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualment presidenta de l'Associació Internacional de consultors d'imatge a Espanya, AICI, l'associació internacional més gran de consultors d'imatge personal.</li> <li>• Ha estat assessora durant la seva estada als EUA de la imatge dels presentadors d'informatius de la cadena televisiva CNN.</li> <li>• Fundadora i directora de ACC Imagen personal y corporativa.</li> <li>• Membre del comitè Expertos de Womenalia.</li> <li>• Membre del comitè IESE Internacional Women in Leadership Lounge.</li> </ul>
<b>2- Bere Casillas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sastre de roba masculina.</li> <li>• Considerat un referent de l'elegància masculina d'àmbit mundial.</li> <li>• Creador del concepte Elegància 2.0 per captar la seva presència a internet.</li> <li>• El seu canal de YouTube té més de 200.000 subscriptors. El seu primer tutorial va ser «Com fer-se correctament un nus de corbata».</li> <li>• Autor del llibre Hombres con estilo. Aprende a vestir con éxito en cualquier situación (2017).</li> </ul>
<b>3- Antònia Gambau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Va ser presidenta de l'Associació catalana de professionals de la imatge (ACPI) 2010-2015. Aquesta associació es va dissoldre l'any 2015.</li> <li>• És secretària de la Asociación Internacional de consultores de la Imagen (AICI Spain).</li> <li>• Directora de l'assessoria d'imatge personal i empresarial <a href="http://www.mejora-tuimagen.com">www.mejora-tuimagen.com</a>.</li> </ul>
<b>4- David García</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expert en moda masculina.</li> <li>• Creador del blog: <a href="http://www.vestirseporlospies.es">www.vestirseporlospies.es</a>.</li> <li>• Ha escrit el llibre Vestirse por los pies. Los secretos de estilo del auténtico caballero (2014).</li> </ul>

**5- Montse Guals**

- Assessora d'imatge personal.
- Fundadora i codirectora de Quémepongo, SL.
- Conjuntament amb Elisabet Olivé, han escrit el llibre ¿Qué me pongo? (2007) i el llibre Y yo ¿qué me pongo? (2010), dedicat exclusivament a l'home.
- Creadores de la llicència-franquícia Qué me pongo per expandir el seu negoci arreu del país.

**6- José M<sup>a</sup>  
López-Galiacho**

- Creador del blog de referència sobre la moda clàssica masculina: [www.elaristocrata.com](http://www.elaristocrata.com). En aquest moment, té 4.000 milions de lectors.
- Escriu per a la revista «Gentleman» i per al suplement del diari El Mundo «Fuera de sèrie».
- Ha escrit el llibre Manual del perfecto caballero – normas básicas del buen vestir (2011).
- És autor de la Enciclopedia del buen vestir (2019).

**7- Josep Pons**

- Creador del centre de formació d'assessoria d'imatge personal, corporativa, perruqueria i estètica.
- És considerat un dels pioners a dedicar-se a la imatge personal a Catalunya.
- Va ser el primer a tenir una acadèmia de formació amb estudis homologats pel Departament d'Ensenyament en estètica i imatge personal.
- Autor, conjuntament amb Ayrín Pons, del llibre Coaching en imagen personal (2017).

**8- Andrea Vilallonga**

- Consultora d'imatge i comunicació.
- Creadora del mètode Mírate.
- Ha publicat el llibre Mírate: mejora tu imagen, renueva tu actitud, trabaja tu expresión (2018) i també el llibre: Enamórate (2020).
- Professora d'imatge personal del programa televisiu OT (Operación Triunfo) durant les temporades 2017-2018 i 2019-2020.

### **7.2.5.1. Les gestions prèvies per aconseguir l'entrevista**

Per obtenir una entrevista amb cadascun dels experts d'elit va caldre un procés previ de gestió que depenent de la persona seleccionada va ser més o menys complex. Calia fer-ho de manera elaborada per aconseguir que empatitzessin amb nosaltres i s'animesin a participar en l'entrevista. Els primers contactes per assolir l'entrevista van ser sempre amb els secretaris o caps de comunicació de l'expert per arribar a la negociació final per pactar el dia i hora de la gravació, mitjançant un primer correu electrònic d'exposició, argumentació i sol·licitud. A continuació, amb la majoria es va iniciar un seguit de trucades entre l'àrea de secretaria o responsable de comunicació. El seu interès era sobretot saber per què i qui sol·licitava la informació. Aquesta circumstància es donava perquè la majoria dels experts estan acostumats a concedir entrevistes i tractar amb els mitjans de comunicació, i algunes de les audiències que els proposen les descarten pel seu poc interès. En el nostre procés de negociació, finalment van poder comprovar que es tractava d'un estudi de camp per a una tesi doctoral en què la seva aportació podia ser interessant i també rellevant per a un estudi acadèmic com el nostre.

La bona gestió prèvia amb els correus electrònics i les trucades van ser fonamentals fins al moment pactat de l'entrevista. Vàrem poder comprovar que els experts estaven molt informats i amb interès perquè es produís l'entrevista. A tots els entrevistats se'ls oferia l'enviament previ de les preguntes per si els era més còmode a l'hora de respondre. El van voler prèviament cinc dels entrevistats; tres d'ells no van voler saber les preguntes abans: Montse Guals, David Garcia Bragado i José María López-Galiacho, que van expressar plena confiança i apostaven per l'espontaneïtat i la naturalitat envers al tema en qüestió, la corbata.

### **7.2.5.2. La codificació. Enregistrament i transcripció literal**

Totes les entrevistes s'han realitzat seguint estrictament les mateixes preguntes del qüestionari per poder extreure la informació aportada per tots ells de manera comparativa i poder així, aconseguir unes conclusions i resultats objectius per a la nostra investigació.

Tot i això, hem volgut que la informació obtinguda pels experts sigui oberta i poder cercar les idees que comparteixen cadascun d'ells. Valles (2007: 349) explica que aquest tipus de codificació s'anomena «codificació oberta» ('open coding').

El proceso en marcha, de codificación abierta "estimula el descubrimiento no solo de categorías sino también de sus propiedades y dimensiones" (Strauss & Corbin, 1990: 69). Este avance en el procedimiento que se describe, se produce gracias a la puesta en práctica de dos operaciones analíticas clave, apoyadas igualmente en la "comparación constante" de información.

- 1) Búsqueda activa y sistemática de *propiedades*.
- 2) La escritura de *notas* de análisis e interpretación, para registrar las ideas que vayan surgiendo durante la codificación. Por ello se dice de este procedimiento que hace conjuntamente: la codificación, el análisis y la recogida de datos complementaria (que va exigiendo la indagación abierta por los códigos conceptuales y las anotaciones analíticas e interpretativas). (Valles, 2007: 349-350)

En la nostra investigació no s'han analitzat paràgrafs o paraules soltes de cada entrevista, sinó frase a frase per no deixar escapar cap informació que pugui ser útil i interessant. S'ha realitzat una anàlisi intensa de cada aspecte i/o categoria seguint la codificació axial ('axial coding'):

La axial (axial coding): aspecto esencial de la codificación abierta, consistente en el "análisis intenso hecho alrededor de una categoría cada vez, en términos de los elementos del paradigma". Lo que acabará desvelando las relaciones entre esa y otra(s) categoría(s) y sus subcategorías: avanzando así a la fase o momento siguiente de la integración de categorías y propiedades (Valles, 2007: 350).

Els enregistraments s'han realitzat amb mecanismes professionals gràcies a la col·laboració d'un amic periodista.

Les vuit entrevistes als professionals han estat gravades amb arxius d'emma-gatzematge per poder demostrar-ne l'autenticitat. Les gravacions s'han traduït al català i se n'ha transcrit tot el contingut de manera literal per poder treballar les seves aportacions de manera minuciosa.

No s'han volgut corregir les expressions verbals dels entrevistats, de manera que si han utilitzat algun barbarisme o paraula incorrecta o malsonant s'ha respectat literalment el que havia dit.

Les vuit transcripcions es poden consultar a l'annex nº 4.



### 7.2.5.3. Valoracions de la realització de les entrevistes

La durada de les gravacions ha estat d'entre vint i quaranta minuts. No es va establir un límit de temps per tal de no pressionar els entrevistats, atès que era important que poguessin argumentar extensament si ells ho consideraven necessari. La intervenció per part de l'entrevistador ha estat mínima, i ha consistit només a fer saber la pregunta i ajudar a fer algun aclariment per aconseguir puntualitzar, ampliar o matisar l'argumentació.

Tots els entrevistats han mostrat molt interès per exposar el seu punt de vista a les preguntes plantejades, fins i tot molts mostraven complicitat i parlaven amb estima i il·lusió de la corbata. Les seves anàlisis i l'interès per la professió que estan exercint com a experts van permetre escoltar opinions consolidades per la llarga experiència en la seva *trajectòria* professional; en definitiva, il·lusió a l'hora d'analitzar, respondre i reflexionar sobre la corbata.

Per altra banda, les argumentacions personals i les valoracions arran de la gran coneixença del sector de la imatge i en concret de la corbata, han estat d'un gran valor per aquesta investigació. Les seves opinions, tan endinsades en el tema, mostren la realitat actual (any 2019) i permeten deduir la previsió en el futur de l'ús i la percepció de la corbata. És per aquest motiu que, a més de la situació actual d'aquest complement, els seus arguments ofereixen una vista panoràmica de gran abast ja que s'han aconseguit anàlisis de diverses regions de l'Estat. És a dir, segons l'experiència personal i professional, han afegit aspectes d'una visió i ús ampli de la corbata percebuda per la població en aquests moments, fet que ha enriquit notablement la nostra investigació.

Destaco finalment l'entrevista al senyor Jose María López (blog El aristócrata) atès que explica un interessant exercici que realitza a les seves conferències. Consisteix a fer entrar a l'aula dos homes, un vestit amb *traje*, corbata i mocador de butxaca, i un altre senyor vestit totalment d'esport amb texans, sabates esportives i samarreta juvenil. Pregunta als assistents: «Si tinguessis 50 € i volguessis que una d'aquestes persones els invertís, a qui els donaries?» López afirma que el 90 % sempre escull l'home vestit amb *traje* i corbata. Per què? «Perquè la imatge és fonamental.» **Aquest exercici que va repetir en diverses ocasions reforça i mostra el poder comunicatiu de la nostra imatge personal.**

#### 7.2.5.4. El model del qüestionari. Els tres blocs genèrics del qüestionari

Les qüestions s'han dissenyat per aconseguir opinions amb valor d'anàlisi posterior i s'han enfocat per obtenir la màxima informació amb dos objectius: conèixer l'estat actual de la corbata i percebre'n el valor comunicatiu.

El qüestionari ha estat elaborat a partir de preguntes generals i preguntes estructurals. Sampieri *et al.* (2016: 405) afirmen que les preguntes en general parteixen «de planteamientos globales para dirigirse al tema que interesa. Propias de entrevista abiertas», i de les preguntes estructurals assegura que «el entrevistador solicita al entrevistado una lista de conceptos a manera de conjunto o categorías».

Atès que totes les respostes eren interessants i repletes de contingut —tot i que a vegades fins i tot eren contradictòries i sovint diferents entre els entrevistats—, per tal d'elaborar un bon buidatge de coneixements i cenyir-los a les respostes, hem dividit el qüestionari en tres blocs per mostrar tota la informació de manera clara i entenedora. En aquest sentit, doncs, cada bloc donarà una visió precisa i detallada sobre el que s'ha treballat teòricament a la nostra tesi.

##### **El bloc 1:** Ús i compra actual de la corbata. (Preguntes 1 i 2)

La primera part d'aquesta investigació s'ha centrat en la història de la corbata i de la indumentària masculina. Sense deixar de banda aquests termes, ens interessava saber, tal i com hem manifestat en les preguntes d'investigació, quin és el valor que se li atribueix a la corbata i si aquest valor, difereix si se n'és usuari habitual o no. Per això, el primer bloc està destinat a aportar informació del tema genèric que engloba el que hem estat investigant i que a la vegada ens hem anat preguntant al llarg de la recerca, així com, l'estat actual de la corbata en aquest inici de segle XXI a Espanya.

##### **El bloc 2:** Ús i percepció segons tres franges d'edat. (Preguntes 3, 4 i 5)

El bloc dos és important per poder saber si el valor de la corbata varia segons l'edat de qui la utilitza i si cada edat li atorga la mateixa significació. Després de l'aproximació històrica, hem investigat la corbata a través de l'àmbit del

protocol, de l'etiqueta i el cerimonial, i ens era necessari saber si a causa de l'edat variava el seu valor, si la corbata es portava cada dia o només per a actes ocasionals o bé per a actes públics i/o solemnes o considerats extraordinaris. En aquest sentit, aquest apartat ens ha permès completar tota la dimensió investigada sobre l'etiqueta, el protocol i cerimonial.

**El bloc 3:** La base comunicativa de la corbata des de diverses perspectives. (Preguntes de la 6 a la 13).

El darrer bloc engloba l'última part del nostre marc teòric: la dimensió comunicativa de la corbata. Quina informació transmet la persona que du corbata? Què representa actualment la corbata? Continua comunicant o no deixa de ser un mer complement de roba decoratiu? Aquesta última part posa de manifest el coneixement dels experts sobre l'àmbit comunicatiu de la corbata, no només com un símbol que comunica o una peça de vestir simplement decorativa, sinó com la percebem segons els principis de la Gestalt que analitza la importància de la forma i el seu impacte visual i perceptiu.

#### **7.2.5.5. Les respostes directes i les respostes descriptives**

L'anàlisi de les respostes dels experts les hem separat en dues parts: la primera part ha consistit en l'anàlisi de « la resposta directa», amb la que a l'inici contestaven la qüestió sol·licitada. Es tracta d'una o diverses frases simples i entenedores del seu punt de vista.

A partir d'aquesta primera anàlisi hem extret unes categories que s'han analitzat amb profunditat en la segona part, a partir del que hem anomenat «la resposta descriptiva». Es tractava d'una informació complementària que aportava l'expert durant la justificació de la resposta. Solia ser una justificació explicativa del seu punt de vista, la descripció d'un exemple o d'una vivència personal.



# 8

**RESULTATS**

## 8.1. Bloc 1 del qüestionari. Preguntes 1 i 2

8.1.1. Les preguntes

8.1.2. Justificació de les preguntes realitzades

8.1.3. Preguntes 1 i 2. Recull de respostes les directes

8.1.4. Quadre resum de les respostes directes

8.1.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes

8.1.6. Conclusions del bloc 1

8.1.7. Plantejament de categories

## 8.2. Bloc 2 del qüestionari. Preguntes 3, 4 i 5

8.2.1. Les preguntes

8.2.2. Justificació de les preguntes realitzades

8.2.3. Preguntes 3, 4 i 5. Recull de respostes les directes

8.2.4. Quadre resum de les respostes directes

8.2.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes

8.2.6. Conclusions del bloc 2

8.2.7. Plantejament de categories

## 8.3. Bloc 3 del qüestionari. Preguntes de la 6 a la 13

8.3.1. Les preguntes

8.3.2. Justificació de les preguntes realitzades

8.3.3. Preguntes de la 6 a la 33. Recull de respostes les directes

8.3.4. Quadre resum de les respostes directes

8.3.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes

8.3.6. Conclusions del bloc 3

8.3.7. Plantejament de categories

## 8.4. Les categories i resultats

8.4.1. Categoria 1. Situació actual de la corbata

8.4.2. Categoria 2. L'àmbit regional

8.4.3. Categoria 3. Perquè s'està perdent l'ús de la corbata

8.4.4. Categoria 4. Perquè no s'està perdent l'ús de la corbata

8.4.5. Categoria 5. El futur de la corbata

8.4.6. Categoria 6. La corbata en l'àmbit laboral

8.4.7. Categoria 7. La corbata en els esdeveniments

8.4.8. Categoria 8. Aspectes comunicatius de la corbata

## 8.5. Recull de conceptes



## 8.1. Bloc 1 del qüestionari.

### Preguntes 1 i 2

*Anàlisi de l'ús i compra actual de la corbata.*

#### 8.1.1. Les Preguntes

Nº 1: Creu que actualment **s'està perdent** l'ús de la corbata?

Nº 2: Creu que se segueixen **comprant** moltes corbates?

#### 8.1.2. Justificació de les preguntes realitzades

La primera pregunta seleccionada és fonamental per saber si els experts coincideixen a afirmar que s'està perdent l'ús de la corbata. És important saber-ho pel factor comunicatiu que en el nostre marc teòric hem afirmat que juga aquesta peça, atès que, en cas que els experts opinessin que s'està perdent el costum de portar corbata podria indicar també la **desaparició d'una forma de comunicació** de l'home mitjançant aquest element i caldria buscar possibles alternatives. A continuació preguntem si se segueixen comprant corbates per tal de comprovar si hi ha relació entre l'ús de la corbata i el factor compra.

#### 8.1.3. Preguntes 1 i 2. Recull de respostes les directes

En aquest apartat s'exposa el recull de frases amb què l'expert responia directament i de manera sintètica i concisa la pregunta realitzada. No hem afegit les explicacions que justificaven la resposta de cada expert; ens hem limitat a extreure la frase textual que respon a la qüestions plantejades.

**Beth Borés:**

"Sí, és evident que s'està perdent l'ús de la corbata."

"Jo crec que avui en dia no es compren moltes corbates."

"Ha baixat de qualitat, moltíssim, i també ha baixat el nombre d'oferta."

"Vagis allà on vagis, és molt difícil avui en dia trobar bones corbates i corbates maques."

El que vol dir que és una indústria en la qual avui en dia no s'està invertint, ni s'està treballant, ni s'estan fent innovacions ni propostes massa noves perquè no és rendible."

**Bere Casillas:** "Sí, indiscutiblement la corbata està en declivi, en caiguda tremenda; d'això n'he parlat amb algun proveïdor de corbates."

---

**Antònia Gambau:** "No [desapareix], depèn del sector."  
"Se'n compren per a ocasions."

---

**David García:** "Sí, indubtablement s'està perdent l'ús de la corbata."  
"Es compren a parells o més per canviar. L'home que utilitza corbata li agrada canviar-la."

---

**Montse Guals:** "Volen que es perdi una miqueta, però jo penso que no es perdrà mai."  
"El saber vestir de l'home és el *traje*, armilla i la corbata."  
"La corbata és quelcom que forma part del vestit del senyor i forma part del *traje*."

---

**José M<sup>a</sup> López Galiacho:**  
"Sí, clarament sí, s'està perdent en tots els àmbits."  
"En tots els estrats socials."  
"I en tots els esdeveniments més o menys formals."  
"Cada vegada l'ús de la corbata és més reduït."  
"Sí, se'n van comprant. És rara la botiga d'homes que no tingui una petita selecció de corbates."

---

**Josep Pons:** "Fa anys que l'ús de la corbata ha disminuït. D'això no hi ha dubte."  
"La indústria de la corbata té un potencial enorme."  
"És un món que encara té molt de mercat."

---

**Andrea Vilallonga:** "Sí, crec que s'està perdent l'ús de la corbata."  
"Sí, crec que encara es compren moltes corbates."

---

### 8.1.4. Quadre resum de les respostes directes

En el següent quadre resum es distingeixen quatre apartats: s'està perdent l'ús de la corbata, la compra de corbates, els comentaris de declivi i els comentaris favorables.

QUADRE RESUM DE LES RESPOSTES DIRECTES DE LES PREGUNTES 1 I 2		
	S'està perdent l'ús de la corbata	Compra de corbates
<b>Beth Borés</b>	Sí.	No gaires.
<b>Bere Casillas</b>	Sí.	Els proveïdors també ho perceben.
<b>Antonia Gambau</b>	No desapareixerà.	Es compren per a ocasions.
<b>David García</b>	Sí, indiscutiblement.	Es compren per parells. Qui li agrada vol canviar-la.
<b>Montse Guals</b>	Jo penso que no es perdrà mai.	
<b>José M<sup>a</sup> López-Galliacho</b>	Sí, clarament sí, s'està perdent en tots els àmbits. Cada vegada l'ús de la corbata és més reduïda	Sí, se'n van comprant. És rara la botiga d'homes que no tingui una petita selecció de corbates.
<b>Josep Pons</b>	Fa anys que l'ús de la corbata ha disminuït. D'això no hi ha dubte.	És un món que encara té molt de mercat. La indústria de la corbata té un potencial enorme.
<b>Andrea Vilallonga</b>	Sí.	Sí crec que encara es compren moltes corbates.
RESULTATS	S'està perdent l'ús	Compra de corbates
	6 experts opinen que s'està perdent l'ús. 2 experts opinen que no desapareixerà l'ús.	2 experts opinen que no es compren moltes corbates. 3 experts opinen que es compren en ocasions. 1 expert opina que té un mercat enorme. 1 expert opina que se'n venen moltes. 1 expert no va contestar la pregunta.

	Comentaris de declivi	Comentaris favorables
<b>Beth Borés</b>	Ha baixat la qualitat. És difícil trobar corbates bones i maques. La indústria no està. No és rendible.	La corbata està en declivi, en caiguda tremenda
<b>Bere Casillas</b>		
<b>Antonia Gambau</b>	Depèn del sector.	
<b>David García</b>		
<b>Montse Guals</b>	El vestir de l'home és <i>traje</i> , armilla i corbata. La corbata és <i>algo</i> que forma part del vestit del senyor. Forma part del <i>traje</i> .	
<b>José M<sup>a</sup> López-Galiacho</b>	A tots estrats socials. I a tots els esdeveniments més o menys formals.	
<b>Josep Pons</b>	Fa anys que l'ús de la corbata ha disminuït. D'això no hi ha dubte.	
<b>Andrea Vilallonga</b>	Sí.	

**QUADRE 17.** Quadre resum de les respostes directes

**Font:** elaboració pròpia

### 8.1.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes

Dels resultats que s'extreuen de la pregunta *Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?* Sis de les vuit respostes són afirmatives i dues opinen que no desapareixerà l'ús de la corbata. Mostren **una clara convicció que s'està perdent l'ús de la corbata**. La dada és molt significativa, atès que han respost experts en la matèria.

Per què s'està perdent el seu ús? La corbata, com hem vist el llarg de tota la nostra investigació, és un complement de roba no només estètic, sinó comunicatiu. Si s'està perdent, podem assumir que també **es perd la forma de comunicar** que tenia fins aleshores. Per una banda, podem pensar que es duu corbata per gust, és a dir, per elegància i estètica i, per l'altra, per obligació, per què al lloc de treball que estem desenvolupant es requereix dur-ne. Els nostres experts són un reflex de la societat, ells són les persones que assessoren diferents tipus d'homes per a dur la corbata i ens diuen que s'està perdent. Per altra banda, però, no podem descartar que potser es perd l'ús de portar corbata perquè s'han trobat altres «eines», altres elements que comuniquin el

mateix. L'èxit, la seriositat..., tots aquells atributs que hem vist que infonia el nostre element d'estudi, potser es transmeten a través d'altres complements del vestit, tot i que tampoc podem descartar que l'opció d'arraconar la corbata sigui causat pel fet de preferir vestir de manera còmoda.

Quan s'analitzen les respostes de la pregunta *Creu que es segueixen comprant moltes corbates?* Les opinions **permeten obtenir una conclusió clara**, cinc dels vuit experts consideren que no es compren freqüentment, per altra banda, dos dels vuit experts creuen que té un mercat enorme i se'n venen moltes. El resultat que s'extreu és una clara **disminució de la compra de corbates**.

### 8.1.6. Conclusions generals del bloc 1

La conclusió general que s'extreu del bloc 1 és que quan es pregunta per l'ús actual de la corbata la resposta dels experts és **majoritàriament clara: l'ús de la corbata s'està perdent**.

En un principi podem pensar que les dues preguntes estan interrelacionades: si es perd l'ús de la corbata, se'n deixaran de comprar, però el resultat ens manifesta que hi ha una davallada més gran en l'ús que no pas en la compra. Per una banda, el fet de que s'usi menys podem interpretar que hi ha una pèrdua del seu valor comunicatiu, és a dir, en aquests moments, no s'usa tant com abans perquè els valors que la societat li ha atorgat a la corbata potser no acaben d'encaixar o no es corresponen amb els valors actuals. Per altra banda, però, els experts també responen que **s'està perdent la compra de corbates, tot i que la davallada no és tan pronunciada**. Seguim comprant corbates, però en aquest cas, ja no parlem de la corbata com a sistema de comunicació sinó com a complement de vestir estètic. Nosaltres comprem corbates pel tipus de teixit, perquè quedi bé amb la camisa i l'americana. La qüestió que se'ns planteja és: per què es perd l'ús i no tant la compra? Perquè la corbata comunica uns valors que continuen agradant a la societat: l'estètica, l'elegància, un bon regal. Quan anem a comprar la corbata no la considerem un instrument que ens ajudarà a comunicar, sinó un complement del vestit que ens faci quedar estèticament bé. Tenim en compte el color, l'estampat, el teixit...; per tant, el valor estètic que adquireix la corbata ens continua agradant, ja que, si no fos així, no es comprarien corbates. En aquest sentit, doncs, podem arribar a la conclusió que el factor compra de la corbata es relaciona

amb la seva estètica i, en canvi, el factor comunicatiu de la corbata el vinculem amb el seu ús i no amb la seva compra.

Com hem comentat anteriorment, en l'apartat Conclusions dels resultats del quadre resum de les respostes directes, hi ha varietat en les respostes dels experts: 2 de 8 creuen que no es compren gaires corbates, 3 de 8 creuen que ocasionalment es compren corbates i només 1 de 8 pensa que la corbata té molt mercat. En principi podem creure que **les dues preguntes haurien d'estar interrelacionades**: si es perd l'ús de la corbata se'n deixaran de comprar, però el resultat no ha estat el previst, sinó que hem pogut descobrir que els experts unànimement creuen que es perd el seu ús, però pel que fa a la seva compra no hi ha paritat, atès que hi ha visions diferents.

La corbata ha estat fins ara un objecte d'estudi des del punt de vista estètic. Podem arribar a la conclusió que l'ús de la corbata es relaciona amb el factor comunicatiu que ofereix i no agrada, en canvi, el factor compra té a veure amb la seva estètica.

L'ús és per comunicació  
La compra és per estètica

**QUADRE 18.** Conclusions generals del bloc 1

**Font:** elaboració pròpia

### 8.1.7. Plantejament de categories

Després dels resultats d'aquestes dues preguntes plantejades en aquest primer bloc i, l'anàlisi de les respostes directes, hem cregut oportú extreure molta més informació de les respostes dels experts i analitzar-les a partir de dues categories, amb les subcategories corresponents, per tal de poder aprofundir i poder elaborar unes conclusions més concretes.

La primera categoria és un aprofundiment de la **situació actual de la corbata**, i la segona, la categoria d'**àmbit regional**, és una visió global del territori espanyol on es mostra la diferència d'ús entre territoris, on queda constància que no es pot generalitzar l'ús de la corbata al mateix nivell. (Vegeu apartat categories 1 i 2, de la pàgina 318 a la 323).

## 8.2. Bloc 2 del qüestionari.

### Preguntes 3, 4 i 5

*Anàlisi de l'ús i percepció de la corbata segons franges d'edat.*

#### 8.2.1. Les preguntes

Nº 3: Creu que la tendència a portar corbata varia segons la franja d'edat?

Nº 4: Les generacions jove, adult i vellesa, quin creu que seria actualment l'ús que fa de la corbata?

Nº 5: Les generacions jove, adult i vellesa, quin creu que seria actualment la percepció que tenen de l'ús de la corbata?

#### 8.2.2. Justificació de les preguntes realitzades

L'objectiu d'aquest bloc és aconseguir una **visió actual** (any 2019) de la població respecte a l'ús i la percepció de la corbata, i amb els resultats, també s'obtéindrà la **tendència del futur de la corbata mitjançant l'anàlisi del resultat dels joves**. També s'ha volgut **confirmar la nostra prèvia deducció que existeix diferència entre tres generacions** i el **grau de diferència entre aquestes tres pel que fa a l'ús i la percepció de la corbata**.

Les tres següents preguntes fan referència a l'ús i valoració segons tres franges d'edat: joves, adults i vellesa.

Per aconseguir una informació valuosa per a l'anàlisi, es va creure convenient separar la població per franges i no treballar-la globalment. La segmentació en tres grans generacions que han estat marcades per unes vivències històriques i costums característics. Les diferents franges d'edat han estat determinades seguint el model que utilitza l'Institut d'Estadística de Catalunya ([www.idescat.cat](http://www.idescat.cat)).

És interessant també **detectar l'actual ús i percepció** que té la corbata segons cada franja d'edat, però sobretot posant especial atenció als resultats que s'obténdrien a la generació dels **joves, pel fet que seran els usuaris del futur i es podrà deduir quin serà l'ús de la corbata d'ara endavant**.

Basant-nos en el punt de vista actual de les diferents generacions, segons el valor comunicatiu que li atorguen, es deduiria la tendència de l'ús i percepció futurs, i així també la força del poder comunicatiu que aporta.

### 8.2.3. Pregunta 3. Recull de les respostes directes

*Creu que la tendència a portar corbata varia segons la franja d'edat?*

A continuació s'exposen les respostes directes que s'han extret dels experts. Representen les primera part de la resposta on s'extreu la primera i més valuosa informació. La majoria responia amb el monosíl·lab "sí", i a continuació una interessant frase de justificació.

**Beth Bores:** "La generació dels que avui tenen 45 anys cap amunt són més usuaris de corbata que els més joves."

---

**Bere Casillas:** "Sí, varia segons la franja d'edat moltíssim."

---

**Antònia Gambau:** "Sí, només és la franja d'edat, és la professió, el sector en què estiguis implicat."

---

**David García:** "Sí, sense cap dubte i segons la personalitat, l'edat i càrrec de professional o la professió."

---

**Montse Guals:** "Sí varia, varia perquè segons la franja d'edat també ens porta la tendència."

---

**Jose M<sup>a</sup> López-Galiacho:** "Amb edat ja madura, a l'edat de 30 a 50, aquesta franja, la gent vesteix amb corbata sobretot en casaments, en algun àpat especial."

---

**Josep Pons:** "Sí, sens dubte."

---

**Andrea Vilallonga:** "Sí, varia."

---



### 8.2.4. Quadre resum de les respostes directes

En següent quadre es recullen les respostes directes de la pregunta número 3 per saber si els experts creuen que varia l'ús de la corbata segons la franja d'edat.

QUADRE RESUM DE LA RESPOSTA DIRECTA DE LA PREGUNTA 3		
<b>1 Beth Borés</b>		La generació dels que avui tenen 45 anys cap amunt són més usuaris de la corbata que els més joves.
<b>2 Bere Casillas</b>	Sí, varia segons la franja d'edat moltíssim.	
<b>3 Antonia Gambau</b>	Sí.	No només és la franja d'edat, és la professió, el sector en què estiguis implicat.
<b>4 David García</b>	Sí, sens dubte.	Segons la personalitat, l'edat, el càrrec de professional o professió.
<b>5 Montse Guals</b>	Sí, varia.	Varia perquè segons la franja d'edat també ens porta la tendència.
<b>6 José M<sup>a</sup> López-Galiacho</b>	Sí.	Amb l'edat ja madura, a l'edat de 30 a 50 anys, aquesta franja, la gent vesteix amb corbata sobretot en casaments, en algun àpat especial.
<b>7 Josep Pons</b>	Sí, sens dubte.	La corbata es comença a portar a partir que et cases.
<b>8 Andrea Vilallonga</b>	Sí, varia.	
<b>RESULTATS</b>	<b>Varia segons la franja d'edat</b>	
	7 experts opinen directament que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat.	
	1 expert opina indirectament amb argumentació.	

**QUADRE 19.** Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 3

**Font:** elaboració pròpia

### 8.2.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes

El quadre ens indica de manera clara que tots vuit experts estan d'acord a afirmar que la tendència a portar corbata varia segons la franja d'edat. 7 dels 8 experts responen amb un sí directe. El fet d'iniciar la resposta amb un mono-síl·lab ens demostra que tenien molt clara la resposta, no hi ha dubtes. És un aspecte a tenir en compte en comparació a les altres preguntes realitzades als experts on es tendeix a una resposta iniciada amb argumentacions. Només una experta comença amb una argumentació defensant la diferència entre generacions per l'ús de la corbata, per tant, en totes les respostes 8 dels 8 experts ens justifiquen clarament que **tots ells estan d'acord que la tendència a utilitzar corbata varia segons l'edat**. El nostre supòsit inicial era que sí varia segons l'edat, i amb les dades ho confirmem.

Amb aquest clar resultat unànime s'evidencia que no es pot analitzar el factor de la corbata de manera genèrica en tota la població, sinó que cal segmentar-la en les tres generacions. Per tant, és una clara mostra que no és el mateix dissenyar per vendre una corbata a un segment jove, adult o per a la vellesa perquè la tendència a portar corbata varia segons la franja d'edat. **La corbata és un complement de vestir que no es pot analitzar de manera global, és a dir, amb tota la població, sinó que s'ha de segmentar per generacions.**

### 8.2.6. Pregunta 4. Recull de les respostes directes

*Les generacions jove, adult i vellesa,  
quin creu que seria actualment l'ús que fa de la corbata?*

Aquesta pregunta és important per saber **quina força d'ús té la corbata per a cada franja d'edat i el grau de diferència generacional** respecte a l'ús de la corbata.

A l'hora de realitzar les entrevistes es demanava un valor numèric, perquè ens volíem aproximar amb el màxim de concreció al el que pensava l'expert de cada franja d'edat. Quan els experts proposaven dos valors en una mateixa generació, s'ha tingut en compte el primer o el més justificat.

A continuació exposem el quadre de dades que hem utilitzat:

Valor	Correspondència numèrica
Gens usada	Valor 1
Poc usada	Valor 2
Normal d'ús	Valor 3
Molt usada	Valor 4
Moltíssim usada	Valor 5

Grup generacional	Edats
Joves	De 15 a 24 anys
Adults	De 25 a 59 anys
Vellesa	De 60 a 90 anys

**QUADRE 20.** Valors numèrics

**Font:** elaboració pròpia

Per l'anàlisi posterior ens vam marcar com límits d'importància valors amb pols oposats: *gens positiva* envers *moltíssim positiva*. El valor equilibri ens el mostra el valor 3, el *normal*. El 2 i el 4 es buscava el *poc positiu* o *molt positiu*.

#### Beth Bores

- **Joves** "1."
- **Adults** "3, depèn de molts països, però a nivell d'Espanya, bé, potser et diria entre un 3 i un 4 perquè és cert que a Catalunya som molt més *casual*."
- **Vellesa** "1 entre la gent gran diria que entre un 0 i un 1."

#### Bere Casillas

- **Joves** "Els joves entre 1 i 2."
- **Adults** "Es pot posar el valor 2 pels esdeveniments que estem comentant."
- **Vellesa** "Jo penso que ens quedaríem en el valor 3, no m'atreveixo al 4, perquè inclús entre les persones ja molt grans, en general estan optant per la roba còmode pel dia a dia."

#### Antònia Gambau

- **Joves** "1, poc utilitzada i en ocasions molt concretes."
- **Adults** "3"
- **Vellesa** "2"

#### David García

- **Joves** "2, molt poc, encara s'utilitza en graduacions. És el pas a homes."
- **Adults** "3, un mig. Està cansat i per obligació. En aquest tram mitjà ha perdut el gust."
- **Vellesa** "4, està més usual per la corbata. Li atorga un prestigi, per plaer."

**Montse Guals**

- **Joves** "3, el jovent 3, normal, perquè vull dir trobem jovent que per anar a treballar se la posa perquè diu 'Hi haig d'anar'."
- **Adults** "4, més una miqueta més, perquè els adults n'hi ha molts que no saben anar a treballar encara sense corbata."
- **Vellesa** "1, poc, poc, poquíssim, aquest se la treu. L'1, completament. Aquest se la treu."

**Jose M<sup>a</sup> López-Galiacho**

- **Joves** "Joves un 2."
- **Adults** "Adults 3."
- **Vellesa** "La vellesa 4."

**Josep Pons**

- **Joves** "El número 1 sens dubte. La joventut no vol corbata. La rebutja."
- **Adults** "No, l'adult ja sí. Doncs de l' 1 al 5, et diria un 2,5 o un 3."
- **Vellesa** "La vellesa ja és allò de dir amb una línia clàssica. Doncs li donaria el valor sent generosos 2, però diria 1,5-2."

**Andrea Vilallonga:**

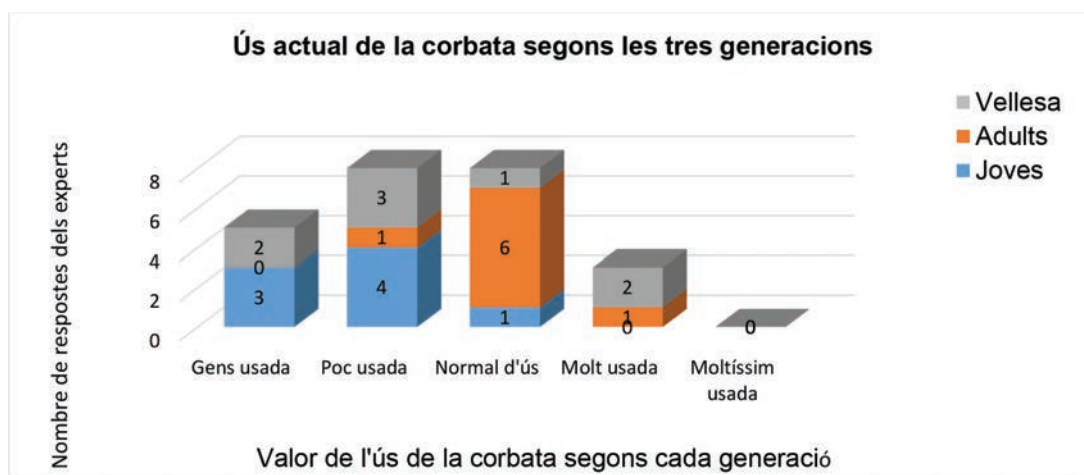
- **Joves** "Joves 2, i els joves intenten evitar-la."
- **Adults** "Adults entre 3 i 4. Crec que, de les tres generacions, els adults són els que més usen les corbates."
- **Vellesa** "Vellesa 2. La gent gran l'ha deixat d'usar perquè ja no li interessa."

**8.2.7. Gràfica resum de les respostes directes**

En aquest cas concret, hem fet un resum de les respostes directes en forma de gràfica. Com que parlem de valors, la mostra visual ajuda a representar de forma clara quin grau de diferència existeix actualment segons les tres franges d'edat pel que fa l'ús de la corbata.

A l'hora de plantejar els valors vam considerar que era important plasmar els dos pols més oposats: gens usada o moltíssim usada. *Gens usada* és un

valor que considerem que la persona, sigui jove, adult o a la vellesa no es posa mai la corbata, en canvi *moltíssim usada* vol dir que cada dia es posa aquest complement. El terme *poc usada* va amb consonància amb el *molt usada*. I ens quedaria aquest terme mitjà, que a l'hora de posar-se peces de roba qualifiquem com a normal. El *normal* és l'equilibri decisor entre els altres valors.



**QUADRE 21.** Gràfica valor de l'ús de la corbata segons cada generació

**Font:** elaboració pròpia

### 8.2.8. Resultats de la gràfica resum de les respostes directes

La gràfica ens mostra que 7 dels 8 experts consideren que l'ús actual de la corbata per part dels joves és *Gens usada* o *Poc usada*; per tant, està per sota dels nivells de normalitat d'ús. Com podem veure a la gràfica, no hi ha cap expert que hagi considerat que els joves usin molt o moltíssim la corbata.

En els adults comprovem el resultat contrari als joves: en el seu cas, els experts consideren amb resultat de 6 de 8, que la corbata té un ús normal. És molt destacable aquest resultat perquè marca un equilibri.

Pel que fa a la vellesa, les respostes són que 5 dels 8 experts ens mostren que tendeix a utilitzar la corbata gens o poc. Segons els experts, el factor *normal* d'ús o bé el factor *molt usada*, la vellesa hi té un utilització mínima.

Amb els resultats de la pregunta 4 hem pogut constatar el que es deduïa en un principi: **la població en general tendeix a no portar corbata i sobretot la franja de joves**, tot i que la visió global de la gràfica ens marca una

**tendència de davallada de l'ús de la corbata** per part de totes tres generacions. Per tant, constatem que les dues deduccions prèvies a l'estudi —la diferència generacional de l'ús de la corbata i la tendència de pèrdua de l'ús de la corbata— són una evidència.

Aquesta davallada de l'ús per part dels joves pot ser motivada per diferents raons. Com hem treballat al llarg de la tesi, a banda d'un complement estètic, la corbata té un valor comunicatiu. Fins i tot en algunes categories treballades i analitzades (vegeu apartat categories a la pàgina 316) hem reafirmat la unanimitat que hi ha entre els experts confirmant el seu gran grau de comunicació. Ara bé, si és un complement que comunica, aquí **els joves ens confirmen que els valors que hem atorgat a la corbata** —poder, jerarquia, estatus social, entre altres— **no els comparteixen**. Com a sistema de comunicació, la corbata continua mantenint-se, però no s'utilitza per part dels joves com generacions anteriors ho havien fet, cosa que no deixa de ser una relaxació dels costums i tradicions que hi ha hagut fins ara. Per part dels adults, la tendència és molt normal. És bo preguntar-nos també si aquesta generació adulta de cara el futur, quan entrin a formar part de la vellesa, també deixaran d'usar-la, com està passant en la generació de vellesa actual. També en el cas de la franja dels adults hauríem de descobrir si aquesta normalitat d'ús és a causa de l'obligació de dur-ne per treballar o si la utilitzen per identificar-se dins un grup social. I, finalment, la vellesa reflecteix, com molt bé confirmen els experts, una davallada de l'ús a causa de la relaxació d'hàbits, pel fet de no tenir obligacions laborals o també per l'aspecte físic, atès que amb alguns canvis físics que es viuen —l'ampliació del coll, la pell no és tan fina— la corbata pot ser un complement molest o incòmode.

### 8.2.9. Pregunta 5. Recull de les respostes directes

*Les generacions jove, adult i vellesa, quin creu que seria actualment la percepció que tenen de l'ús de la corbata?*

Aquesta pregunta s'interrelaciona amb l'anterior; en aquest cas concret preguntàvem als experts **quina percepció** creien que hi havia sobre l'ús de la corbata en cada franja d'edat. La pregunta ens ajudarà a esbrinar si amb la percepció també hi ha una variació significativa en cada franja d'edat.

Els valors atorgats a cada resposta han estat els mateixos paràmetres que l'anterior (pregunta número 4), per poder realitzar posteriorment una comparativa.

Valor	Correspondència numèrica
Gens positiva	Valor 1
Poc positiva	Valor 2
Normal	Valor 3
Molt positiva	Valor 4
Moltíssim positiva	Valor 5

Grup generacional	Edats
Joves	De 15 a 24 anys
Adults	De 25 a 59 anys
Vellesa	De 60 a 90 anys

**QUADRE 22.** Valors numèrics

Font: elaboració pròpia

#### Beth Bores

- **Joves** "La meva valoració seria entre 1 i 2."
- **Adults** "Adults entre 1 i 2. La gent tendeix a vestir molt més *casual*."
- **Vellesa** "Vellesa 1. Quan ens fem grans el coll se'ns eixampla i la papada generalment sol ser més grossa i cau, per tant, un coll tancat i una corbata que escanya no sol ser massa còmode."

#### Bere Casillas

- **Joves** "Em quedo també amb el valor 2. Molts homes estan començant a pensar que la corbata no els aporta res."
- **Adults** "Valor 2."
- **Vellesa** "Valor 2."

#### Antònia Gambau

- **Joves** "2, poc positiva."
- **Adults** "4, positiva."
- **Vellesa** "3."

#### David García

- **Joves** "5. La valoren moltíssim. És molt prestigiós."
- **Adults** "2-3. Ho veuen com una pesadesa, per treure-s'ho de sobre."
- **Vellesa** "4. Ho veuen bé, el seu senyal. Per exemple, és una per trencar la diferència entre categories socials."

#### Montse Guals

- **Joves** "1. El jovent, el valor de la corbata no l'hi donen. Ells donen més valor a la Tendència, i si la tendència diu portar corbata ells en porten."
- **Adults** "Normal, 3. La porten com a assumida."
- **Vellesa** "1."

**Jose M<sup>a</sup> López – Galiacho**

- **Joves** "2."
- **Adults** "3."
- **Vellea** "4."

**Josep Pons**

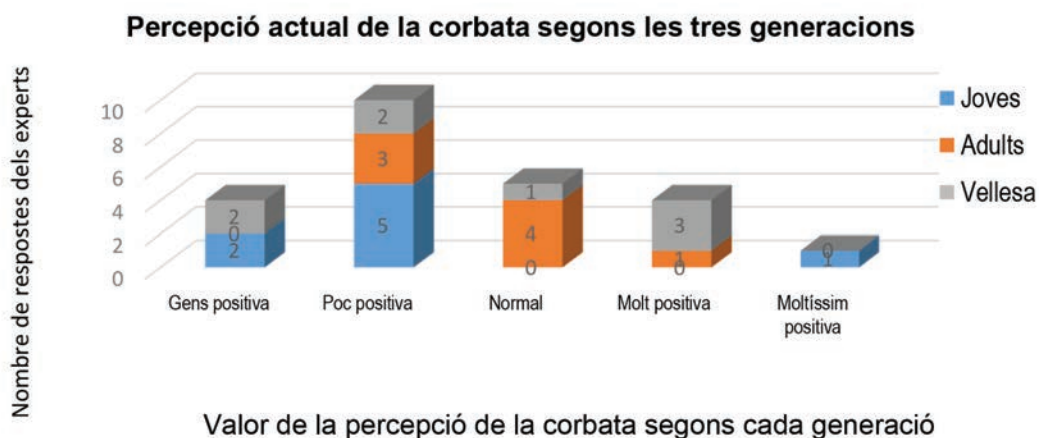
- **Joves** "Jo et diria joves entre 1 i el 2."
- **Adults** "Els adults ja aquí anem a un 3, un 3 i mig aproximadament."
- **Vellea** "Les persones grans, te la utilitzaran excepcionalment en moments. Llavors aquí aniríem a parar al 2 no més 2 o 2 i mig."

**Andrea Vilallonga**

- **Joves** " Els joves poc positiva (valor 2)."
- **Adults** "Normal, però depèn de quin sector, insisteixo molt, hi ha sectors més executius en el que la veuen com positiva."
- **Vellea** "La gent gran la veuen com a positiva (valor 4), per a ells és un signe de formalitat i d'estatus econòmic."

**8.2.10. Gràfica resum de les respostes directes**

Hem tornat a convertir les respostes directes en forma de gràfica per obtenir una mostra visual d'anàlisi dels valors de cada franja d'edat.



**QUADRE 23.** Gràfica valor de la percepció de la corbata segons cada generació

**Font:** elaboració pròpia



### 8.2.11. Resultats de la gràfica resum de les respostes directes

Amb l'anàlisi de la gràfica dels resultats de la percepció de la corbata segons les tres franges d'edat, destaquem que 5 dels 8 experts consideren que la corbata per part dels joves tenen una percepció poc positiva.

Els adults tendeixen a una percepció entre poc positiva, 3 de 8, i normal 4 de 8. Els adults tenen una percepció equilibrada que concorda amb el seu ús.

La vellesa marca una percepció lineal entre gens positiva fins a molt positiva, amb valors de gens 2/8, poc 2/8, normal 1/8 i molt positiva 3/8.

La gràfica ens mostra una **percepció poc positiva per part de totes les tres generacions**. Destacaríem sobretot en aquesta **percepció poc positiva la generació jove, pel fet de ser els possibles usuaris del futur**. Amb els valors comunicatius actuals, es pot creure que hi haurà una clara tendència a percebre la corbata com un element que en aquests moments no agrada. La deducció visual de la gràfica, però, té un perill: el possible ressorgiment de la corbata pel canvi comunicatiu de valors, passant a ser valors molt més estilístics i de bellesa, aquest canvi podria ressorgir com a tendència i amb una percepció més positiva. És rellevant que 2 dels 8 experts, quan parlen de percepció, un d'ells atorga un valor molt baix, és a dir, un 1, però afegeix que en un altre moment donaria un 5 (Montse Guals); per tant, un valor molt alt a causa de la moda i de les tendències, idea que argumenta dient que els joves segueixen les modes i en algun moment pot ser que segueixin el que els marca la moda sobre l'ús de la corbata i se la posin molt més. L'altre expert que dona una votació alta a la franja de joves comenta que, tot i que no se'n posen, els agrada la corbata en tenen una percepció positiva.

**Els adults** és el grup generacional que té un valor de la corbata més normal perquè encara accepten **el poder que se li ha atorgat**. Tot i que en les entrevistes els experts diuen que és una franja d'edat que tendeixen a treure-se-la, és la generació que la valora més. Les dades ens confirmen que la generació de **la vellesa** aprecia la corbata amb un valor de percepció molt positiu. Podem interpretar que aquest resultat és causat pel fet que és una generació que va viure molt el valor de la corbata amb els elements comunicatius tradicionals (la corbata del diumenge, la corbata per a anar a treballar, per poder, per diferenciar l'estatus social...), per això encara hi ha una certa estima cap a aquest complement.

### 8.2.12. Conclusions del bloc 2

En la nostra investigació hem treballat la corbata aplicant algunes teories de la comunicació per poder analitzar-la com un element comunicatiu. Recordem que, quan vam aplicar el model de Jakobson a la corbata, pel que fa a les funcions del llenguatge que proposava, com l'emotiva i l'expressiva, vam adonar-nos que la corbata té la capacitat de transmetre emocions, estats d'ànim, i vam poder considerar-la com un element clarament comunicatiu. Anant més enllà d'aquest poder comunicatiu, hem reafirmat que la corbata és un símbol per a moltes cultures, i indiscutiblement com la nostra, per la càrrega comunicativa, i com a tal, ens inspira en nosaltres una sèrie de conceptes determinats que tenen un significat social. Analitzant les franges d'edat, hem vist com aquest símbol és un element sensible i canviant, és a dir, el que podríem pensar o creure que mostra la corbata avui (2019) és diferent del que mostrava fa 10 anys enrere, i està clar que en un futur també canviarà. Cada franja d'edat li atorga un significat social, i a partir d'aquí té una percepció més bona o menys o bé s'usa més o menys. Amb els resultats obtinguts i responent els plantejaments de les preguntes que ens fèiem a l'inici podem constatar, en primer lloc, que la **corbata és un complement de vestir que no es pot treballar de manera global, és a dir, amb tota la població, sinó que s'ha de segmentar per generacions.**

Cada generació té la seva necessitat i vol manifestar-se d'una manera o altra utilitzant la corbata. Hem de tenir-ho en compte: no és el mateix una corbata destinada a una segmentació de públic de vellesa que per un públic jove.

En segon lloc, no podem eludir la confirmació que hi ha **una tendència de davallada de l'ús de la corbata.** Aquestes dades ens ofereixen un clara visió actual (any 2019) del que percebíem prèviament. Aquesta davallada en l'ús de la corbata ens fa recordar el que Alison Lurie (2011) afirmava: *que quan no tenim un bon discurs o una bona oratòria tenim l'habilitat de «tapar-ho» amb el vestit i, en canvi, quan el discurs és més fluid ens podem permetre el fet d'anar més descuidats.* Si fem cas a aquesta afirmació, com també ho suggereixen altres experts que han estudiat el llenguatge de la moda, aquesta davallada sobre l'ús de la corbata que hem comprovat amb les dades ens pot fer aquesta lectura: potser els joves i adults cada vegada estan més ben preparats, dominen el discurs i la representació a escena i no els fa falta ac-

centuar-ho amb el vestit, i en el nostre cas concret, aquest rebuig d'ús ha estat seleccionar la corbata com a peça per treure's.

**En tercer lloc, hi ha una percepció poc positiva de la corbata per part de totes les tres generacions.** La percepció poc positiva vol dir que el que continua simbolitzant la corbata avui en dia no agrada o no es comparteix. És el cas dels més **joves** que, com hem dit, potser en aquests moments **la significació social que té com a símbol no els complau o no tenen ganes de representar-lo.** Però en canvi els agrada com a complement estètic, és a dir, potser el **factor estètic** serà determinant en un futur per canviar els valors de comunicació que ha tingut fins ara la corbata.

Portar corbata varia segons la franja d'edat.

La tendència marca una pèrdua de l'ús de la corbata.

La percepció actual de la corbata és poc positiva.

La pèrdua de l'ús de la corbata té una relació directa respecte a la percepció.

\* \* \*

**El canvi de valors atorgats actualment a la corbata poden afavorir-ne el ressorgiment, i seran probablement els valors estètics d'elegància, en detriment dels valors de poder i diferència.**

**Els joves tenen la clau.**

**QUADRE 24.** Conclusions generals del bloc 2

**Font:** elaboració pròpia

### 8.2.13. Plantejament de categories

En les tres preguntes plantejades en aquest segon bloc, hem vist que efectivament hi ha variació segons la franja d'edat, i interpretem que en algunes edats s'utilitza més i en altres menys. Aquesta oscil·lació de canvi ens interessa per saber quins poden ser els motius per què en algunes franges d'edat s'està perdent l'ús de la corbata i en unes altres no s'està perdent o es manté. Per tant, per aprofundir hem d'extreure més informació de les respostes dels experts per analitzar-les a partir de tres categories, amb les subcategories corresponents i poder, així, concretar molt més les conclusions.

Amb la primera categoria plantejada (número 3) exposem **Per què s'està perdent l'ús de la corbata**. Amb la segona categoria, (número 4) volem saber la contradicció que se'n desprèn, és a dir, **Per què no se n'està perdent l'ús** i per què, com hem comprovat, encara es manté. Amb la tercera categoria realitzada (número 5) investiguem la informació dels experts sobre el **Futur de la corbata**. (Vegeu apartat categories 3,4,i 5, de la pàgina 323 a la 332).

## 8.3. Bloc 3 del qüestionari.

### Preguntes de la 6 a la 13

La base **comunicativa de la corbata** des de diverses perspectives.

#### 8.3.1. Les preguntes

- Nº 6      Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?
- Nº 7:      Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en portés?
- Nº 8:      Per què creu que un home usa la corbata?
- Nº 9:      Pensa que quan un home porta corbata pretén transmetre alguna dada de si mateix?
- Nº 10:     Si vol mostrar alguna dada de si mateix, què creu que vol mostrar?
- Nº 11     Creu que la corbata és només un complement estètic?
- Nº 12:     Creu que la corbata comunica?
- Nº 13:     Què creu que la corbata comunica?

#### 8.3.2. Justificació de les preguntes realitzades

Amb les respostes es vol aconseguir informació sobre la base comunicativa de la corbata, però des de diverses perspectives: des del receptor, del portador, el valor en si i de manera explícita, com a comunicació. En aquest sentit, les qüestions han estat pensades per obtenir respostes sobre diferents aspectes de la corbata: el valor, la percepció, l'ús, i la transmissió com element estètic.

#### 8.3.3. Pregunta 6. Recull de les respostes directes

*Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?*

Fins ara, hem sabut i d'aquesta manera ens han situat els experts diferents aspectes de la corbata: la situació actual, el seu ús de compra, si hi ha una tendència variable del seu ús segons la franja d'edat, però ens cal saber el valor que creuen segons els experts de la corbata que té actualment.

**Beth Borés:** "El valor de la corbata avui és 1".  
 "Bueno doncs ara el valor que li donaria seria, no sé et dic entre 1 i 2 simplement perquè encara està al mercat".

---

**Bere Casillas:** "La corbata ha quedat per a grans ocasions, seria el gran resum que jo faria de tot aquest tema".

---

**Antònia Gambau:** "Estatus. Professionalitat. Diferència. Poder".  
 "Per moltes coses, primer perquè, pel món el treballis que et dona tots aquests valors que hem anat parlant, per marcar poder, per marcar diferència, per marcar estatus..."

---

**David García:** "Avui el valor és molt formal. Abans era normal, ara és el treballador de banca o advocat".  
 "Se li dona un valor residual".

---

**Montse Guals:** "Inclús ens trobem gent a la Caixa que els hi diuen *re de corbata*, llavors clar la percepció de la gent diu *ui no la corbata està en desuso*, però són els primers que quan tenen d'anar amb una festa i es tenen d'arreglar es posen la corbata. Llavors ens contraiem nosaltres mateixos".  
 "Hi ha molta gent que diu "la corbata passo", a la que té un casament què es posa? La corbata. A la que ve el dia del pare què es posa? La corbata. A la que ve Reis, un regal que és fàcil, la corbata, tenim un bateig, la corbata. Ostres és que tinc una reunió molt important, ostres la corbata, *jolin* si no fos tan important no te la posaries".  
 "Jo faig aquesta reflexió perquè tindria de dir que el valor ara ha baixat completament, però per a mi és contradictori, perquè si hagués baixat completament llavors assumiríem que en tots els àmbits podríem anar sense corbata. I ara amb un casament veiem algú sense corbata i ja som nosaltres mateixos que diem "on va aquest?".

---

**José M<sup>a</sup>** "Per a mi fonamental".

**López-Galiacho:** "Tots hem tingut ídols, doncs ara els d'internet, el de Facebook, el de Google, el de Amazon... Gent que no porta corbata. Poc a poc ha anat arribant a Europa, i es va traduir en casos de Friday, el divendres

sense corbata, i això poc a poc no només és el divendres, és el di-lluns, és el dimarts, és el dimecres, és tota la setmana. I significa que volen prescindir de la corbata? Doncs en certs ambients sí, però no té sentit, però en altres no, i molt menys com succeeix quan se t'exigeix una vestimenta formal i ja gent que t'apareix sense corbata.

"Un dels temes d'Oviedo del Príncep d'Astúries, no es pot rebre sense corbata com s'ha rebut. Ni es pot anar el Títol Cervantes que el presi-deix la reina, i actors nostres de primer nivell, sense corbata".

**Josep Pons:**

"El valor de la corbata? Home la corbata Mateu es segueix portant es segueix fabricant jo tinc un grup inversor que munta empreses que jo soc el seu partner i *bueno* es guanya la vida molt bé amb això".

"Jo et diria que quan una persona vol donar una imatge excepcional, allò de dir cuidada, elegant casi sempre recorre a la corbata".

"Jo diria que la corbata el que vol representar és un estatus, una experiència, una credibilitat i una elegància".

**Andrea Vilallonga:**

"Jo crec que actualment l'ús de la corbata té una connotació pejorativa, només la porten persones conservadores o que volen mantenir-se en un estatus social mig-alt, i si et fixes inclús, hi ha molts polítics, que per no semblar polítics, deixen d'utilitzar la corbata per donar aquella sensació de que no formar part d'aquest tipus d'entorns perquè la gent de peu se la senti com més a gust o més propera".

### 8.3.4. Quadre resum de les respostes directes

En següent quadre es recullen les respostes directes de la pregunta número 6 per saber quin valor creuen que té actualment l'ús de la corbata.

Per poder extreure uns resultats dels valors que creuen que té l'ús de la corbata ho hem segmentat en dues parts. En una banda hem posat els valors favorables i a l'altra banda els valors desfavorables. D'aquesta manera hem pogut extreure uns resultats.

<b>QUADRE RESUM DE LA RESPOSTA DIRECTA DE LA PREGUNTA 6</b>	
	Quin valor creu que té actualment la corbata?
<b>1 Beth Borés</b>	El valor de la corbata avui és 1.
<b>2 Bere Casillas</b>	La corbata ha quedat per a grans ocasions.
<b>3 Antonia Gambau</b>	Estatuts, professionalitat, diferència, poder.
<b>4 David García</b>	Avui el valor és molt formal, abans era normal, ara és el treballador de banca o advocat. Se li dona un valor residual.
<b>5 Montse Guals</b>	Ha baixat completament. Ara és contradictori.
<b>6 José M<sup>a</sup> López-Galiacho</b>	Per a mi fonamental. Ídols d'internet gent que no porten corbata.  Quan t'exigeix vestimenta formal i la gent t'apareix sense corbata. Ni es pot anar al Títol Cervantes que el presideix la reina sense corbata.
<b>7 Josep Pons</b>	Es segueix portant i fabricant. La corbata el que vol representar és un estatus, una experiència, una credibilitat i una elegància. Quan una persona vol donar una imatge excepcional recorre a la corbata.
<b>8 Andrea Vilallonga</b>	Connotació pejorativa.

**QUADRE 25.** Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 6

Font: elaboració pròpia



### 8.3.5. Resultats del quadre resum de les respostes directes

A banda de saber els valors que atorgava a la corbata cada expert, hem fet una selecció de les respostes de cada expert per saber quan d'aquests valors que ens comentaven són favorables o desfavorables envers la corbata.

QUADRE DELS VALORS OTORGATS A LA CORBATA		
	Valor favorable	Valor desfavorable
<b>1 Beth Borés</b>	Encara està al mercat.	El valor de la corbata avui és 1.
<b>2 Bere Casillas</b>		La corbata ha quedat per a grans ocasions.
<b>3 Antonia Gambau</b>	Estatuts, professionalitat, diferència, poder.	
<b>4 David García</b>		Avui el valor és molt formal, abans era normal, ara és el treballador de banca o advocat. Té un valor residual.
<b>5 Montse Guals</b>		Ha baixat completament. Ara és contradictori.
<b>6 José M<sup>a</sup> López-Galiacho</b>	Per a mi fonamental.	Ídols d'internet gent que no porten corbata. Quan t'exigeix vestimenta formal i la gent t'apareix sense corbata. Ni es pot anar al títol Cervantes que el presi-deix la Reina sense corbata.
<b>7 Josep Pons</b>	Es segueix portant i fabricant. Representa un estatus una experiència, una credibilitat, una elegància. Quan es vol donar una imatge excepcional es recorre a la corbata.	
<b>8 Andrea Vilallonga</b>		Connotació pejorativa.

#### RESULTATS

4 dels 8 experts li atorguen un valor favorable a l'ús actual de la corbata.

6 dels 8 experts li atorguen un valor desfavorable a l'ús actual de la corbata.

**QUADRE 26.** Resultats del quadre resum de les respostes directes

**Font:** elaboració pròpia

El resultat a la pregunta comprovem que 2 dels 8 experts donen un valor favorable a l'ús actual de la corbata, 6 dels 8 experts consideren que el valor actual de l'ús de la corbata és desfavorable.

Els **valors atorgats són especialment baixos**, amb consideracions com residual, connotació pejorativa o valor 1. Per altra banda, els experts que responen que l'ús actual de la corbata és més favorable es resumeixen en tres àmbits: **el protocol, l'estètica i la pertinença de grup**. En aquests tres àmbits mantenen els valors comunicatius favorables tot i que els experts també es detecten casos de trencament de normes habituals a llocs on fins era normal l'ús de la corbata.

I per què aquests tres àmbits encara tenen força? Perquè depenent de quin acte, el protocol obliga a dur algun tipus d'etiqueta en el vestit, això vol dir que els homes estan obligats a dur corbata. L'àmbit de l'estètica que té la corbata agrada com complement que dona elegància al vestit, i l'àmbit de pertinença de grup és encara un reconeixement social.

Però hem de tenir en compte, que en aquests tres àmbits que valoren la corbata, són àmbits de comunicació de poder importants, és a dir, quan s'exigeix en protocol algun tipus d'etiqueta per a un esdeveniment concret, hem de pensar que en aquest hi haurà autoritats, o bé personalitats. Per tant, no podem defugir que el valor que consideren actualment els experts de la corbata ha minvat, és desfavorable però continuem fent ús d'aquest complement en moments o situacions que socialment són importants.

Quan utilitzes la corbata per estètica normalment és per assistir a trobades o llocs que per un home són importants i necessiten mostrar-ho amb la seva imatge personal. Hi ha una necessitat de mostrar, és a dir, mostrar elegància, mostrar gust, necessitat d'agradar-se un mateix però també agradar als altres. I la identificació de grup és per mostrar que formen part d'un col·lectiu influent a la societat.

Per tant, la corbata ha minvat en general com diuen els experts, però no podem deixar escapar i veure que té un valor comunicatiu molt important perquè quan estem amb entorns que considerem importants la continuem utilitzant. I aquests tres àmbits, socialment no són qualsevol cosa. En general l'ús de la corbata té un valor baix, però en aquests tres àmbits es manté. Per tant, **varia els seu valor si s'és usuari dependent en el context i en l'entorn en què usi la corbata.**

Estem en el tercer bloc i no ens podem oblidar la part comunicativa de la corbata, per aquest motiu hem volgut fer un pas més i de totes les respostes dels experts en aquesta pregunta hi hem comptabilitzat les aportacions valoratives que han fet sobre la corbata, és a dir, a mesura que anaven exposant les qualitats que creien que tenia l'ús de la corbata comunicativament en aquest moment, hem anat anotant les qualitats globals que anaven definint la resposta. Els experts en aquesta pregunta han fet **14 aportacions** sobre el valor d'ús de la corbata que anem a resumir en aquest nou quadre:

Quin valor creu que té actualment la corbata?	
Aportacions dels experts	Àmbit
Pertinença	Pertinença a un grup
Estatus	Pertinença a un grup - protocol
Diferència	Pertinença a un grup
Important	Pertinença a un grup – protocol
Experiència	Pertinença a un grup
Credibilitat	Pertinença a un grup – protocol
Persona conservadora	Pertinença a un grup
Estatus social mitjà –alt	Pertinença a un grup
No dur corbata: sentir-se més a gust	Estètica – vestir còmodament
No dur corbata: proximitat	Estètica – marcar diferència
Professionalitat	Estètica – marcar diferència
Moda	Estètica
Elegància	Estètica

**QUADRE 27.** Valor actual de la corbata

Font: elaboració pròpia

En el requadre observant les aportacions que han fet els experts en aquesta pregunta ens confirmen el que hem comentat anteriorment: **El valor d'ús de la corbata es reforça a l'àmbit del protocol, la moda, i la pertinença de grup social.**

### 8.3.6. Pregunta 7. Recull de les respostes directes

*Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en portés?*

En aquesta pregunta volem saber el potencial perceptiu que donen els experts a la corbata a nivell individual. En el cas de la pregunta número 5 hem preguntat la percepció segons les franges d'edat (les tres generacions). En aquesta pregunta ja no volem fer referència a cap edat sinó de manera individual. Sí millora la percepció del receptor interpretem que la corbata té una força que millora la imatge personal. Un resultat negatiu de les respostes podríem interpretar que el valor atorgat a la corbata no té una connotació significativa en la imatge personal.

**Beth Borés:** “Penso que depèn moltíssim, tan de les expectatives que tinguem d'aquella persona, com del missatge d'aquella persona, com de l'àmbit professional, com del seu propi estil, o sigui, una persona... al final la imatge no és més que la percepció que tenim d'aquella persona, d'un producte o d'aquella institució, si tu esperes que d'aquella persona uns valors molt conservadors i molt tradicionals, i una determinada actitud, una determinada *pose* i un determinat missatge, que poden ser representats per l'ús d'un *traje* i una corbata, penso que la percepció serà molt positiva, en canvi, si et ve un nano venent-te, del món tecnològic o del món creatiu, o venent-e un *Staup* i el veus amb *traje* i corbata, com que hi haurà una contradicció entre la imatge i el missatge, penso que la corbata serà un element negatiu dintre d'aquell missatge. A la vida jo penso que la clau és la coherència i l'autenticitat, per tant, cada cosa ha dir-se en el seu *context* i amb la persona qui el porta, i també el mateix et dic, si tu veus un noi amb *traje* i corbata i el cabell amb una cresta pintada de lila, doncs la veritat que diràs no sé qui menteix la cresta o la corbata, però aquí hi ha algú que està mentint”.

---

**Bere Casillas:** “És una de les grans preguntes, jo també tinc dubtes Mateu, i és una de les grans preguntes que moltes vegades em faig”.

“La veritat és que quan jo veig un home ben vestit de corbata la perspectiva que tinc d'ell és de molt professional, o sigui, és un senyor

que em transmet seguretat, és un senyor que es cuida molt, per tant si aquest senyor es cuida molt la seva estètica és perquè a l'hora de realitzar un treball també cuida molt dels seus detalls. Aquest és el pensament ràpid que ve a la meva ment quan veig a un home que realment m'agrada la seva estètica".

"Però no sé potser la percepció que hi ha ara mateix no sigui aquesta, sinó que com que hem tingut tots aquests moments política tant complexos, tant durs, de corrupcions, etc., etc. potser sigui el moment d'eliminar la corbata com aquest element d'elitista, dit d'alguna manera, "escolta jo vull ser més normal", "vull ser més proper", i no utilitzaré la corbata precisament per això. És una mica la impressió que tinc sobre la impressió o el que percep molta gent quan veu un senyor vestit amb corbata".

**Antònia Gambau:** "Depèn del sector".

"Sí millora".

"Si veus algú amb corbata potser la percepció és de més credibilitat i més professionalitat".

**David García:** "Sense cap dubte. Segueix agradant a la població. La impressió és bona".

"Et tracten diferent: administració pública, la policia, a una finestreta, a l'aeroport..."

"Un problema... Et faciliten les coses. Som classistes".

**Montse Guals:** "No, ens dona una imatge més seria. Estem parlant d'imatge, llavors tots comuniquem. Quan algú el veiem sense corbata, automàticament ens ve una imatge molt propera molt més *casual*, quan algú el veiem amb una corbata, com que el veiem ben estructurat i la línia horitzontal, i tot posat dóna seguretat, el veiem amb una imatge molt més seria i segura".

"Ni li millora ni no, tot depèn de l'ocasió, del moment i del lloc. La corbata forma part d'un complement. És com per exemple, dius la gent, anar a buscar feina em poso un *traje* i una corbata, *altanto*, si vas a una empresa creativa no vagis amb una corbat perquè a la que et vegin ja no et voldran. Llavors clar, la corbata t'ajuda a comunicar millor sempre hi quan la corbata la portis en el lloc i moment adient per donar la imatge adequada, sinó resta".

**José M<sup>a</sup>** "Sempre, sempre".

**López-Galiacho:** "Hi ha un exercici que jo sempre faig: jo he vist quan faig una xerrada a dues persones, a una totalment d'esport, amb un Levis d'aquests que porten trencats, amb unes zapatillas, molt d'esport, una samarreta juvenil, o sigui camiseta de cotó; i després a l'altre costat, una altra persona amb el seu *traje*, amb la seva corbata, amb el seu mocador de butxaca... i jo sempre dic, a veure, si tens 50€, i vols que una d'aquestes persones l'inverteixi, a qui els dones? El 90% sempre, li donen el del *traje*, sempre. Per què?, perquè la imatge és fonamental. Veus a l'altre *desarepado*, i penses, caram aquest no sembla un gran inversor. Veus a l'altre, i carai, si s'ha pogut pagar aquest *traje*, aquesta corbata i té aquest aspecte, és perquè li deuen anar bé les coses".

"O sinó a una discoteca de moda que només hi anaven jovenets, tu ets el mateix, el divendres vas mal vestit, el de la porta segur que no et deixa passar. El dia següent, passades 24hores, essent la mateixa persona, vas ben vestit, et deixen passar. Si és que la imatge és fonamental. El que avui el món de les relacions són tant efímeres, tant ràpides, que no et dona temps de conèixer la persona i es jutja moltes vegades, per l'aspecte físic. Els *hanways* que tenen moltes frases, una de mítica és que no tens una segona oportunitat per una primera impressió. I desgraciadament és així. Jo no dic ni que sigui bo, ni que sigui dolent, però és una evidència que la gent jutgi segons vesteixi el que està parlant, és una evidència".

---

**Josep Pons:** "Sí, li dona una sensació d'una persona cuidada, meticulosa, que s'ha esforçat en projectar una imatge elegant i de credibilitat. Sí".

---

**Andrea Vilallonga** "Jo crec que si algú porta una corbata no és que millori la percepció del receptor, això depèn de l'entorn i em repeteixo, ho sé: si tu estàs en un entorn executiu i si portes una corbata segurament el teu interlocutor et prendrà per una persona més seria o més professional, però si estàs en un entorn més proper, això justament marca distàncies, de fet, hi ha alguna empresa de banca que ha decidit que de cara al públic els senyors no portin corbata per donar una sensació de més de proximitat al seu client".

### 8.3.7. Quadre resum de les respostes directes.

QUADRE RESUM DE LA RESPOSTA DIRECTA DE LA PREGUNTA 7			
	Creu que quan veiem algú que porta corbata millora més la percepció del receptor que si no en portés?		
	Millora	Desmillora	Depèn de diferents factors
1. Beth Borés			Penso que depèn moltíssim, tant de les expectatives que tinguem d'aquella persona, com del missatge d'aquella persona, com de l'àmbit pro- A la vida jo penso que la clau és la coherència i l'autenticitat, per tant, cada cosa ha dir-se en el seu context i amb la persona qui el porta.
2. Bere Casillas	Un home ben vestit de corbata, la perspectiva que tinc d'ell és de molt professional, o sigui, és un senyor que em transmet seguretat, és un senyor que es cuida molt.		Tinc dubtes.  Potser la percepció que hi ha ara mateix no sigui aquesta, sinó que com que hem tingut tots aquests moments polítics tan complexos, tant durs, de corrupció, etc., etc., potser sigui el moment d'eliminar la corbata com aquest element elitista. Dit d'alguna manera: "Escolta jo vull ser més normal, vull ser més proper, i no utilitzaré la corbata precisament per això".
3. Antònia Gambau	Sí, millora.  Si veus algú amb corbata potser la percepció és de més credibilitat i més professionalitat.		Depèn del sector.
4. David García	Sense cap dubte. Segueix agradant a la població. La impressió és bona.  Et tracten diferent: administració pública, la policia, a una finestreta, a l'aeroport... Un problema... Et faciliten les coses. Som classistes.		
5. Montse Guals	Dona una imatge més seriosa.  Quan algú el veiem amb una corbata, com que el veiem ben estructurat i la línia horitzontal, i tot posat dona seguretat, el veiem amb una imatge molt més seriosa i segura.		Ni li millora ni no li millora, tot depèn de l'ocasió, del moment i del lloc.  Llavors, clar, la corbata t'ajuda a comunicar millor sempre que la corbata la portis en el lloc i moment adients per donar la imatge adequada, si no, resta.
6. José M <sup>a</sup> López-Galiacho	Sempre, sempre.  Veus a l'altre desarepado, i penses: "Caram aquest no sembla un gran inversor". Veus a l'altre i: "Carai, si s'ha pogut pagar aquest <i>traje</i> , aquesta corbata i té aquest aspecte, és perquè li deuen anar bé les coses".  O sinó a una discoteca de moda que només hi anaven joves, tu ets el mateix, el divendres vas mal vestit, el de la porta segur que no et deixa passar. El dia següent, passades 24hores, essent la mateixa persona, vas ben vestit, et deixen passar.		
7. Josep Pons	Sí, li dona una sensació d'una persona cuidada, meticulosa, que s'ha esforçat a projectar una imatge elegant i de credibilitat.		
8. Andrea Viallonga			Jo crec que si algú porta una corbata no és que millori la percepció del receptor, això depèn de l'entorn.
<b>RESULTATS</b>			
6 dels 8 experts responen que la corbata millora la percepció del receptor que si no en portés.			
8 dels 8 experts no responen cap aspecte desmillorable.			
5 dels 8 experts que depèn de diferents factors.			

**QUADRE 28:** Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 7

Font: elaboració pròpia

### 8.3.8. Resultats del quadre resum de les respostes directes.

En aquesta pregunta volíem saber si millora la percepció del receptor duent corbata. La intenció de la pregunta és esbrinar que pensen els experts sobre quan un home decideix posar-se corbata, deixant de banda la seva edat, i sí les persones que el veuen tenen o poden adquirir una bona percepció.

Els resultats són interessants perquè han sorgit tres aspectes a tenir en compte: en primer lloc, és que 6 dels 8 experts consideren que **portar corbata millora la percepció del receptor**. És a dir, aquí és interessant per la nostra tesi, estem valorant la comunicació que està donant la corbata, i la gran majoria coincideix, per tant ens reafirma, que **la percepció comunicativa que té la corbata és positiva**. Millora la imatge de l'home. Recordem com vàrem explicar en el capítol que descrivim la corbata com a instrument de comunicació no verbal, que aquesta actua com a reforç del llenguatge verbal, doncs, amb aquests resultats podem afirmar que el llenguatge no verbal de la corbata és positiu, millora la imatge de qui la duu i qui la rep. És un factor de potenciació davant del públic.

El segon aspecte a remarcar és que 8 dels 8 experts, o sigui, tots no han considerat cap aspecte de desmillora o desfavorable respecta a la percepció a nivell individual.

En tercer lloc és interessant perquè a mesura que responien a la pregunta sorgia el qualificatiu del "depèn", de què depèn? I els mateixos experts ens afirmaven del moment i el lloc adequat, és a dir, com a la pregunta anterior es va definir que el valor de la corbata és important, aquí ens segueix corroborant i manifestant la importància comunicativa d'aquest complement de roba. Sinó tingués aquest poder comunicatiu tan gran, no ens importaria dur-la a qualsevol lloc. Si la duem en un lloc inadequat, llavors la percepció seria desfavorable. 5 dels 8 experts consideren que **depèn del lloc la percepció varia perquè cal dur-la en el moment i lloc adequat**.

Ara caldria preguntar-se quins són aquest llocs adequats? Doncs com hem anat veient en els resultats de les anteriors preguntes són llocs o bé situacions on es demana vestir en corbata. Com hem vist, són a la feina, llocs on se celebren esdeveniments que per a nosaltres són importants i llocs on el protocol ens exigeix dur un tipus d'etiqueta. En canvi, el portar corbata cada dia, sinó



és el cas d'aquests àmbits, no és una decisió normalitzada dur corbata. Recordem que tenim la tendència i cada dia més accentuada de vestir més casual, molt més còmode.

També ha estat interessant perquè aquesta lectura dels resultats que hem interpretat podem fer-la al revés, és a dir, al llarg de les entrevistes més d'un expert ens comentava que si acudeixes a un lloc, per exemple a un casament o un acte on hi assisteixen autoritats, hi ha algun home que no porta corbata, encara hi ha qui manifesta "on va aquest sense corbata!" per tant no dur-la quan socialment creiem que encara cal també pot assenyalar una percepció negativa. Per tant, com hem vist, quan veiem algú en corbata majoritàriament es creu que millora la percepció del receptor, tenint sempre en compte que es porti en el lloc i moment adequat. És un element comunicatiu tant sensible i important la corbata que portar-la en un lloc inadequat la societat no la tolera i llavors té una percepció pejorativa.

Per altra banda, ens fa pensar que si recordem a la pregunta número 5 on demanàvem la percepció que té la corbata segona les franges d'edat ens exposàvem uns resultats baixos, sobretot per part de la generació de joves, aquí en canvi, podem veure un canvi, el valor de la percepció augmenta favorablement quan el volem mesurar a nivell individual, com a instrument d'imatge personal, la percepció segons els experts millora, els resultats són millors. És a dir, a nivell individual com instrument d'imatge personal, com hem anat veiem la corbata té encara molta força i té una percepció favorable, en canvi, quan el valorem, a nivell general, per generacions d'edat, té un valor baix, perquè com hem anat comentat el seu ús es va minvant i perdent.

### **8.3.9. Pregunta 8. Recull de les respostes directes**

*Per què creu que un home usa corbata?*

En aquesta pregunta ens plantejàvem voler descobrir quan l'home es posa corbata perquè creuen que se la posa. Hi ha moltes raons? Se la posen per algun motiu? Perquè decideixen posar-se la? És interessant per a nosaltres com a investigadors saber per què prenen la determinació d'escollir-la.

**Beth Borés:**

"Hi ha dos raons principals: una perquè el *dress code* l'obliga amb la qual cosa, ho notaràs perquè la corbata que escollirà generalment no dirà res d'ell, més aviat serà o neutre o negativa, perquè no s'esmenarà ni amb els colors, ni en els estampats, ni en què lligui la corbata amb el *traje* i la camisa. I també tindràs aquell qui l'esculli com a declaració d'estil personal, i llavors, també ho notaràs de seguida, inclús en el nus de la corbata, notaràs que aquella persona sap usar la corbata i l'escull perquè li dona la gana perquè forma part de la seva projecció de personalitat, i dirà *vale*, un nus per cada coll i un estampat per cada *traje* i un color per cada camisa".

---

**Bere Casillas:**

"És una pregunta complicada per a mi perquè com que jo adoro la corbata per a mi és com un element que reforça molt la meva seguretat com a persona".

"Els homes quan ens arreglem guanyem una confiança i una seguretat en la que et sents capaç d'enfrontar-te a qualsevol situació, encara que sigui complicada, em refereixo inclús ja en el món del treball." Són detalls psicològics, que bé, afortunadament o desgraciadament l'home necessitem aquests impulsos psicològics per a desenvolupar com a persona".

---

**Antònia Gambau:**

"Per moltes coses, primer perquè, pel món del treball et dona tots aquests valors que hem anat parlant, per marcar poder, per marcar diferència, per marcar estatus".

---

**David García:**

"Per dos motius: per obligació o per plaer. Per a mi és un plaer. Jo jugo molt amb la corbata, com qui juga amb la barba".

---

**Montse Guals:**

"Per aportar més seguretat i més serietat. Ho tinc claríssim".

"Com l'americana hi ha homes a la que es treuen... mira la masculinitat està als *ombros, vale?*, i la feminitat està a la *caderea*, i llavors hi ha molts homes que tenen els *ombros* bastant caigudets, llavors es posen una americana i automàticament li estructura els *ombros* i es veu més segur. Què els hi fa la corbata? Els hi dona l'acabament del punt de *caballero y del saber vestir del Caballero*".

**José M<sup>a</sup> López-Galiacho:** “Primer, els que usem corbata ens sentim més elegants quan usem la corbata, es un complement obligat en el *traje*, si es posen un *traje* doncs et posen corbata, es igual que si em poso una camisa, em cordo els botons. Es lògic”.

“La mateixa persona que el vesteix, una persona que tingui un mínim sentit de l'estètica, que no digui que sigui un boig de la vestimenta, mínim, mínim sap que la corbata queda estrany un conjunt queda pitjor sense corbata que amb ella”.

“És una qüestió d'estètica, de sentir-se segur, de que pots anar a qualsevol lloc ben vestit”.

**Josep Pons:** “Per donar una imatge de serietat, de solvència, de cuidado, de domini de l'estètica”.

“És que jo tinc, no et pots imaginar la quantitat de corbates que tinc perquè a més m'envien, me'n regalen quant es presenten col·leccions i demés, i la Rosa la meva dona me les guarda amb estoigs i tal. Tinc corbates per donar i vendre. Pues ara em seria difícil recordar i mira que tenim festes i trobades i demés i clar quant vaig amb un lloc determinat, així a la nit, o tinc que presentar un acte i tal m'ho poso. Però sinó és per això, mai. En canvi abans, jo et diré fa vint anys aproximadament, quan anava a la ràdio, quan anava a la televisió, quan anava a donar una conferència, la corbata sempre anava amb mi eh. Fixa-t'hi la evolució que ha fet el tema”.

l'evolució aquesta no és personal eh, ho sigui és una evolució, una tendència que ha vingut donada amb mi i no solsament amb mi, sinó amb les persones també del meu entorn, que són confidents”.

**Andrea Vilallonga** “Jo crec que un home usa la corbata actualment per obligació, realment, i això fa pena perquè aquesta obligació, aquesta imposició de certs sectors fa que la corbata no es pugui usar com un element o un complement més, sinó que té una imatge pejorativa. És una pena perquè la corbata és meravellosa i estilitza molt la part superior i aporta un caire més elegant a la imatge de l'home”.

### 8.3.10. Quadre resum de les respostes directes

QUADRE RESUM DE LA RESPOSTA DIRECTA DE LA PREGUNTA 8		
	Per què creu que un home usa corbata?	
	Per obligació	Per estètica
1. Beth Borés	Hi ha dues raons principals: una perquè el dress code l'obliga.	I també tindràs aquell que l'esculli com a declaració d'estil personal. Aquella persona sap usar la corbata i l'escull perquè li dona la gana, perquè forma part de la seva projecció de personalitat.
2. Bere Casillas		Els homes quan ens arreglem guanyem una confiança i una seguretat amb què et sents capaç d'enfrontar-te a qualsevol situació.
3. Antònia Gambau	Per moltes coses, primer, perquè el món del treball et dona tots aquests valors que hem anat parlant, per marcar poder, per marcar diferència, per marcar estatus.	
4. David García	Per dos motius: per obligació o per plaer.	Per dos motius: per obligació o per plaer.
5. Montse Guals		Per aportar més seguretat i més serietat.  Què els fa la corbata? Els dona l'acabament del punt de caballero y del saber vestir del caballero.
6. José M <sup>a</sup> López-Galiacho		Els que usem corbata ens sentim més elegants quan usem la corbata, és un complement obligat en el traje.  És una qüestió d'estètica, de sentir-se segur, que pots anar a qualsevol lloc ben vestit.
7. Josep Pons		Per donar una imatge de serietat, de solvència, de cuidado, de domini de l'estètica.
8. Andrea Vilallonga	Jo crec que un home usa la corbata actualment per obligació.	La corbata és meravellosa i estilitzada molt la part superior i aporta un aire més elegant a la imatge de l'home.

RESULTATS	
	<p>4 dels 8 experts consideren que l'home usa corbata per obligació.</p> <p>6 dels 8 experts consideren que l'home usa corbata per estètica.</p> <p>3 dels 8 experts consideren que l'home usa corbata per obligació i per estètica.</p>

**QUADRE 29.** Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 8

**Font:** elaboració pròpia

### 8.3.11. Resultats del quadre resum de les respostes directes

Fins ara ja sabem el valor de la corbata i també la seva percepció però com investigadors no es podia desaprofitar l'ocasió de tenir els millors experts en corbata per saber-ne més i preguntar el perquè els homes porten corbata. En les seves respostes hem pogut crear dos grans grups que sintetitzen de manera molt clara la resposta a aquesta pregunta. **Els homes duen la corbata per dues raons principals: per obligació o per estètica.**

4 dels 8 experts consideren que l'home usa la corbata per obligació. Aquesta obligatorietat recau sobretot a l'àmbit laboral, en el seu lloc de treball ho requereixen. És interessant perquè vol dir que aquests homes que els obliguen a portar corbata potser no la portarien sinó els obliguessin. Això ens vindria a confirmar el vestir més còmode i pràctic que s'està accentuant, però la duent pel requeriment exigint en el seu lloc de treball.

Per altra banda, un altra aspecte que hem de tenir en compte i que també hi ha una obligació de portar corbata és quan intervé el protocol i l'etiqueta en el vestir. Recordem com hem dit que depenent de quins esdeveniments amb l'assistència d'autoritats a la targeta d'invitació es demana l'ús de la corbata i també en aquest aspecte no deixa de ser una obligatorietat, perquè potser algun home no la voldria dur.

6 dels 8 experts, considera que l'home quan usa corbata és per un motiu estètic. Vol mostrar elegància, vol agradar, en definitiva vol fer una mostra decorativa en el seu vestir. Però la diferencia recau que ja no és una decisió imposada i/o obligada com pot arribar a ser a l'àmbit laboral o també per exigència del protocol, sinó que és una decisió pròpia, ell decideix posar-se la, i podem afirmar que se la posa per agradar. L'estudi i l'evolució del vestit ens ha permès descobrir que la importància de l'ornamentació per a l'home ha sigut cabdal per mostrar-se davant els altres i no podem oblidar que la corbata ha ajudat a reafirmar i consolidar els seus propòsits. Encara ara, doncs, l'element decoratiu en el vestit de l'home li dona importància optant-ne el seu ús. Una altra dada interessant són els resultats dels 3 dels 8 experts que consideren que l'home usa la corbata per tots dos motius, per obligació però també per estètica. Creuen que ho fan pels dos motius, perquè tenen l'obligació del lloc de treball que ocupen, perquè el lloc on assisteixen els hi ho exigeix, però

tanmateix escullen l'opció personal d'utilitzar-la com a complement del vestir. Ha estat important veure el resultat que els homes escullen la corbata per estètica, com hem dit, perquè és una decisió pròpia, i ens reafirma que la corbata continua tenint un paper important en la seva comunicació per afavorir la imatge personal. Ens dona la raó que tot i que en anteriors preguntes hem dit que hi ha una disminució del seu ús, l'home quan decideix portar corbata és conscient que els seus elements comunicatius són idonis en la societat que vivim. Tot i això, no podem obviar tant des de la perspectiva d'obligació com des de la perspectiva de l'estètica que continua molt vigent el sentit cultural i tradicional que encara està arrelat en la nostra comunitat de fer ús de la corbata quan l'home decideix usar-la. Impera una necessitat masculina. Com hem explicat al llarg de la nostra tesi, la corbata és una demostració comunicativa que des d'aquests àmbits l'home li ha donat resultat en el seu ús. A la vegada ha estat molt interessant fer aquesta pregunta perquè està realitzada des de l'òptica que l'home per un sentit o altre ha decidit dur-la i hem pogut veure el pes comunicatiu que continua tenint la corbata a la nostra societat perquè la usa en àmbits importants com són el mercat laboral, en el protocol però també per continuar agradant i agradant-se quan assisteix a llocs que considera que són importants o bé cal una bona representació personal per a ell.

### 8.3.12. Plantejament de categories

En els resultats de la pregunta anterior se'ns han plantejat dos grans aspectes: l'home quan usa la corbata ho fa per obligatorietat, però també per estètica. Ens interessa com a investigadors obtenir més informació i aprofundir molt més sobre aquests dos plantejaments. Per això hem extret més informació de les respostes dels experts i a partir d'aquí plantegem dues categories amb les subcategories corresponents. La primera categoria (número 5) exposem la corbata a l'àmbit laboral que com hem vist en els resultats és un motiu pel qual els obliguen. En aquesta categoria només plantegem l'àmbit laboral perquè a la categoria número 4 (pàgina 326) es va treballar el protocol i l'etiqueta i vàrem poder veure la seva obligatorietat. La segona categoria (número 6) volem saber l'aspecte més estètic exposant la corbata en els esdeveniments (categoria 7). Vegeu apartat categories 5 i 6, de la pàgina 331 a la 336.

### 8.3.13. Pregunta 9. Recull de les respostes directes

*Pensa que un home quan porta corbata pretén transmetre alguna dada de sí mateix?*

És interessant poder saber si quan l'home usa la corbata, que ja hem descobert els motius, pretén transmetre alguna dada de sí mateix. Es posa la corbata per obligació i/o per estètica però a més vol transmetre alguna dada de sí mateix? Amb aquesta pregunta volíem treure'n l'entrellat del què creuen els experts.

**Beth Borés:** "Avui en dia no."

---

**Bere Casillas:** "Indiscutiblement sí. Indiscutiblement el missatge que vol transmetre és "avui m'he vestit per a tu", sigui per l'esdeveniment, si ha de veure un client important, "escolta, m'he arreglat per venir per respecte". Si va a un casament "m'he arreglat per venir al teu casament i mostrar-te respecte". I un bateig, una comunió, una entrega de premis, o sigui, aquest és el missatge que transmet la corbata: m'he arreglat per a tu".

---

**Antònia Gambau:** "Sí, per suposat. El que passa és que no tots els homes en són conscients d'això. Quan fas un assessorament, els hi expliques què pots transmetre a través d'una corbata, molts es queden parats, perquè no saben el poder que té, el que transmet una corbata. I la quantitat de coses que es poden llegir a través d'una corbata d'un mateix".

---

**David García:** "Sí, sense cap dubte. Transmet i molt."

"Moments molt especials per a ell, un casament, una reunió important. Vull expressar aquell dia o com em sento".

---

**Montse Guals:** "No, se la posa inconscientment. Se la posa perquè forma part d'algú seu, no? És com per exemple les dones que no sabem marxar sense *bolso* perquè ens trobem com despullades. Doncs la persona que habitualment porten la corbata, no es posen la corbata perquè volen que el vegin sinó perquè la societat està establerta de depèn de quines situacions es té que posar corbata".

---

**José M<sup>a</sup>** "No obligatòriament. Només aquelles corbates que amb motius definits, una corbata amb una bandera d'Espanya, en un moment donat de la història, doncs en el moment del procés català, o algú amb *topitos* de guatlles, o de caça, que defensa la caça, o motius nàutics".

**López-Galiacho:** "Jo crec que no es busca enviar un missatge. Dit això, és cert que veient la corbata d'una persona al llarg d'una sèrie de dies, és molt fàcil endevinar la personalitat d'aquella persona, immensament fàcil. Perquè al final és un reflex de la teva personalitat. Els colors que esculls. La pròpia forma que te la nues. Si són més o menys cridaneres (de color). Com ho barreges amb tal. El que sí pots endevinar amb una corbata si és una persona d'idees més tradicionals, d'idees més revolucionàries, si és un cap boig, si s'en-riuri de la vida... Probablement sí, això és senzill".

---

**Josep Pons:** "Sí, sí. La dada d'un estatus, de la imatge que projecta és cuidada, és solvent. La dada d'una credibilitat en el seu conjunt i de que bueno pues, projecta la imatge que ell considera que bueno que en aquell moment correspon per estar a l'alçada de les circumstàncies, inclús de vegades per estar per sobre de les circumstàncies perquè per exemple un comercial de perruqueria, quan va a vendre productes amb una perruqueria no té perquè anar amb *traje* i corbata pues molts hi van, m'entens, volen donar una bona imatge".

---

**Andrea Vilallonga:** "L'home que porta corbata pretén transmetre formalitat, serietat, no diria elegància, que l'elegància no depèn d'un complement sinó d'un conjunt, però sí d'aquest punt de professionalitat, professionalitat entesa com un terme genèric que a mi personalment no m'agrada perquè cada professió pot ser professional tenint qualitats diferents a transmetre en cada una d'elles".

---



### 8.3.14. Quadre resum de les respostes directes

QUADRE RESUM DE LA RESPOSTA DIRECTA DE LA PREGUNTA 9		
	Penseu que quan un home porta corbata pretén transmetre alguna dada de sí mateix?	
	Mostra una dada	No mostra cap dada
<b>1. Beth Borés</b>		
<b>2. Bere Casillas</b>	Indiscutiblement sí. M'he arreglat per venir, per respecte M'he arreglat per a tu	
<b>3. Antònia Gambau</b>	No saben el poder que té. I la quantitat de coses que es poden llegir d'un mateix a través d'una corbata.	
<b>4. David García</b>	Sí, sense cap dubte. Transmet, i molt. Moments molt especials per a ell: un casament, una reunió important. Vull expressar aquell dia o com em sento.	
<b>5. Montse Guals</b>		No, se la posa inconscientment. Se la posa perquè forma part d'algú seu. Les persones que habitualment porten la corbata no se la posen perquè volen que el vegin, sinó perquè en la societat està establert que depèn en quines situacions cal portar corbata.
<b>6. José M<sup>a</sup> López-Galiacho</b>	Només aquelles corbates que amb motius definits, una corbata amb una bandera d'Espanya, en un moment donat de la història, doncs en el moment del procés català, o algú amb topitos de guatlles, o de caça, que defensa la caça, o motius nàutics. Pots endevinar amb una corbata si és una persona d'idees més tradicionals, d'idees més revolucionàries.	No obligatoriament. No es busca enviar un missatge.
<b>7. Josep Pons</b>	Sí. La dada d'un estatus, que la imatge que projecta és cuidada, és solvent. La dada d'una credibilitat en el seu conjunt. Projecta la imatge que ell considera que en aquell moment correspon per estar a l'altura de les circumstàncies.	
<b>8. Andrea Vilallonga</b>	L'home que porta corbata pretén transmetre formalitat i serietat.	
<b>RESULTATS</b>		
<p>5 dels 8 experts responen que un home que porta corbata peten transmetre una dada de sí mateix.</p> <p>2 dels 8 experts responen que un home que porta corbata no peten transmetre una dada de sí mateix.</p> <p>1 dels 8 experts ha respòs les dues opcions.</p>		

**QUADRE 30.** Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 9

**Font:** elaboració pròpia

### 8.3.15. Resultats del quadre resum de les respostes directes

6 dels 8 experts consideren que **un home quan porta corbata pretén transmetre una dada de sí mateix.**

Es interessant la resposta perquè podem identificar l'ús de la corbata de l'home com a representació davant d'una empresa, institució, organització però també des d'una altra situació, decidir portar corbata per transmetre una dada individual, d'ell mateix. En aquest cas, és una decisió individual. El fet d'usar la corbata doncs és un gest preconcebut, una acció premeditada. Per tant, el portador és conscient de la seva capacitat comunicativa alhora d'escollir el tipus de corbata, amb el seu disseny, la seva forma i color però també de portar-la. Es posa la corbata per a transmetre quelcom. En el nostre cas, hem de pensar que té interès en transmetre una comunicació positiva per a ell i pel receptor.

En aquesta pregunta es pretenia obtenir una resposta clara de l'expert per saber el seu punt de vista de si un home quan porta corbata pretén transmetre alguna dada de sí mateix. Es pretenia extreure un resultat clar de la seva opinió, abans que ho justifiquessin aportant els conceptes comunicatius que pot mostrar (quines dades vol mostrar). Com és vist, aquesta pregunta té una relació directa amb la següent, la número 10. En aquesta només volem saber el punt de vista clar de cada expert, i a la següent, el que creu que mostra segons cada expert.

Ens vam plantejar la possibilitat que algun expert considerés que la corbata no mostra cap dada, 2 dels 8 experts ho han manifestat així, però a la següent pregunta, a la número 10 tots ells aporten dades des de diferents perspectives i situacions que la corbata mostra. Podem afirmar doncs, que usar corbata té un pes comunicatiu molt important perquè quan et poses una corbata sigui de manera conscient o inconscient mostres una dada que tens interès i vols projectar, ja sigui de manera individual o potser representativa davant una empresa, organització o institució. Aquesta dada serà la que significativament ha atorgat la societat a la corbata. Però recordem el que ens han afirmat en algunes de les anteriors preguntes els experts, no podem oblidar que serà afectiva exposant aquesta dada usant la corbata si ho fem dins l'entorn i context adequat que ha marcat la societat en el seu ús.

Per altra banda, també podem comprovar abans de descobrir quina dada té intenció de projectar en el fet d'usar la corbata, que aquest és un complement

que té un impacte visual i perceptiu com bé ens indica la Teoria Gestalt. La corbata quan transmet aquesta comunicació d'interès pel portador per projectar diferents dades, la seva forma, el seu nus, el color, el tipus de teixit és clau per transmetre aquesta dada que té interès d'exposar. Com dèiem en el nostre marc teòric ja hem constatat que la corbata és un símbol que percebem per la vista i que té una consideració molt important la seva forma i figura com element. Per tant, **l'impacte visual i perceptiu que té la corbata és clau per transmetre una dada.**

### 8.3.16. Pregunta 10. Recull de les respostes directes

*Sí es vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que vol mostrar?*

Ens ha estat interessant poder saber si quan l'home usa la corbata, que ja hem descobert els motius, pretén transmetre alguna dada de sí mateix. Es posa la corbata per obligació i/o per estètica però a més vol transmetre alguna dada de sí mateix. Quina dada vol transmetre? Amb aquesta pregunta volíem treure'n l'entrellat.

**Beth Borés:**

“Està començant a desenvolupar el seu estil personal, la seva individualitat dintre de... el final la imatge ha de ser això, ha de ser l'expressió de la teva individualitat, de qui ets, dels teus valors, del què vols dir, perquè quan un pren consciència de que a través de la nostra imatge nosaltres projectem moltes coses, doncs, ..., Jo penso que això, la seva personalitat”.

“Aquells qui els hi agrada jugar amb el seu estil personal, penso que troben en la corbata, *pues...* És molt difícil projectar un estil o una singularitat pròpia a través de una camisa blanca i un *traje* blau marí. Llaavors és cert que en determinats àmbits el millor podries fer servir *pues trajes* de colors molt més diversos, però hi ha vegades que trobem advocats molt creatius o financeres molt creatius o gent de la banca que siguin més dramàtics, aquesta gent no pot jugar amb el color del seu *traje*, no pot portar un *traje* rosa, o un *traje* de quadros blau marí i groc, doncs perquè en el seu àmbit professional això encara no se admetria i en canvi, tota aquesta creativitat l'expressen doncs això, a través de les

seves corbates, les seves camises, dels mocadors de l'americana que a la vegada també veus més gent que el comença a fer servir, i jo penso que és gent que *recorreix* a aquests elements a aquests accessoris precisament per donar-li el toc de personalitat que ells saben que fa personalitzar la seva imatge, que la seva imatge no sigui un senyor més de *traje* blau marí, camisa blanca i corbata vermella”.

---

**Bere Casillas:** “És evident que jo dic que no és només un element estètic. Això és un missatge, o sigui tot un llenguatge, qui sap entendre la corbata com un element de transmetre impressions, emocions, o transmetre respecte, sap que la corbata és l'element perfecte o el complement perfecte per a transmetre aquesta informació.

---

**Antònia Gambau:** “Tornem a estar allà mateix, depèn del seu paper a l'hora que porti la corbata: autoritat, superioritat, diferència, seriositat, professionalitat”.

---

**David García:** “Procuro transmetre rigor, formalitat, serietat, enteresa, integritat”.

---

**Montse Guals:** “És un complement estètic i una eina de comunicació”.

---

**José M<sup>a</sup> López-Galiacho:** “Amb una corbata si tu esculls colors sòlids, i sense cap dibuix, per norma general és una persona més introvertida, és una persona més pulcre, menys oberta, que no signifiquen actius negatius, eh?, ni molt menys! Però bé, que defineixen d'alguna manera una personalitat, més seria, menys donat a la broma, donat potser a uns anàlisis més exhaustius que una persona que porti una corbata vermella sang, el dia següent verda, el dia següent amb una Mafalda, pensaria més amb una persona més creativa, més del món del disseny, molt més extravertida, li serà igual què digui la gent, vol provocar... Sí, sí, vol donar missatges sobre sí”.

---

**Josep Pons:** “La dada d'un estatus, de la imatge que projecta és cuidada, és solvent”.

---

**Andrea Vilallonga:** “Respecte a la pregunta número deu és massa genèrica, no et puc respondre, és que tu pots transmetre moltíssimes qualitats, pot ser seguretat, apropament, positivitat, jovialitat, pot ser qualsevol cosa i no sé... la veritat, és que no ho sé, ho sento”.

---

### 8.3.17. Quadre resum de les respostes directes

QUADRE RESUM DE LA RESPOSTA DIRECTA DE LA PREGUNTA 10			
	Si es vol mostrar alguna dada de si mateix, què creu que vol mostrar?		
	Dades emotives	Dades de representativitat	Dades d'imatge personal
<b>1. Beth Borés</b>			Desenvolupar el seu estil personal, la seva individualitat.  Al final, la imatge ha de ser això: ha de ser l'expressió de la teva individualitat, de qui ets, dels teus valors, del què vols dir.  La seva personalitat.
<b>2. Bere Casillas</b>	Això és un missatge, o sigui tot un llenguatge. Qui sap entendre la corbata com un element per transmetre impressions, emocions o transmetre respecte, sap que la corbata és l'element perfecte o el complement perfecte per a transmetre aquesta informació.		
<b>3. Antònia Gambau</b>		Autoritat, superioritat, diferència, seriositat, professionalitat.	
<b>4. David García</b>	Rigor, formalitat, serietat, enteresa, integritat.		
<b>5. Montse Guals</b>		És un complement estètic i una eina de comunicació.	
<b>6. José M<sup>a</sup> López-Galiacho</b>	Defineixen d'alguna manera una personalitat.		
<b>7. Josep Pons</b>		La dada d'un estatus, que la imatge que projecta és cuidada, és solvent.	
<b>8. Andrea Vilallonga</b>	Tu pots transmetre moltíssimes qualitats, pot ser seguretat, aprofitament, positivitat, jovialitat.		

#### RESULTATS

4 dels 8 experts responen que la corbata mostra dades emotives.  
3 dels 8 experts responen que la corbata mostra dades de representativitat.  
1 dels 8 experts respon que la corbata mostra dades d'estil personal.

**QUADRE 31.** Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 10

**Font:** elaboració pròpia

### 8.3.18. Resultats del quadre resum de les respostes directes

*Sí es vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que vol mostrar?*

En les respostes dels experts hem volgut acotar el màxim les dades que ens han respost els experts per tenir clar quin tipus de dades vol donar l'home quan usa la corbata. De les respostes que ens han donat els experts podem afirmar que hi ha tres tipus de mostra de dades. **Les dades emotives, les dades de representativitat i les dades d'estil personal o d'imatge.** 4 dels 8 experts responen que es pretén donar una dada emotiva. Aquestes són dades que es pretén transmetre una emoció. La dada que transmetem inclou una emoció. Per exemple: enteresa, integritat, positivitat, jovialitat entre altres. La tria d'aquesta dada emocional anirà estretament lligada amb el tipus de nus de corbata, teixit, color per complementar –ho en el seu vestit. Si tu vols mostrar integritat, el primer que hauràs de tenir cura és que el vestit i la corbata sigui lineal, hi hagi una coherència i equilibri en la tria de colors, la tria de la camisa i americana i pantaló. Per altra banda, les dades de representativitat son per mostrar en aquest cas no una emoció sinó un "paper social" és a dir una representació. Per exemple: un càrrec, un perfil professional, una classe social. Aquí evidentment a diferència de la dada emocional, ja escollirem la corbata, el nus, el color el tipus de vestit amb condicionament del que desitgem representar. També hi haurà el valor afegit que si representem a una empresa o institució, s'escollirà la corbata, el vestit i la camisa a condició del que vulgui visualitzar com a imatge l'empresa o institució que representem, és a dir, aquí també formarà part, en algun cas "l'uniforme". Sí vull representar un estatus social alt i el meu entorn, aquests escullen una marca concreta de corbata o un color aquest serà el que farà servir. 3 dels 8 experts han respost que la corbata mostra dades de representativitat.

1 dels 8 experts ha respost que la corbata mostra dades d'estil d'imatge personal. També hi ha un expert que ha considerat que la dada que vol mostrar és purament d'estil personal, d'imatge. En aquest cas, seria una dada que valora la corbata com a complement decoratiu.

Per tant, l'home quan usa la corbata en termes generals vol donar una dada ja sigui emotiva, ja sigui de representativitat o bé una dada d'imatge personal, una dada decorativa. D'aquests tipus de dades al llarg de les entrevistes en podem trobar moltes: vol projectar una bona imatge, vol projectar una dada

d'estatus social, vol projectar enteresa però aquestes estan englobes dins aquests tres grans grups. El més interessant és que no es posa la corbata pel mer fet de posar-se –la sinó l'home usa la corbata per mostrar quelcom més.

### 8.3.19. Pregunta 11. Recull de les respostes directes.

*Creu que la corbata és només un complement estètic?*

La nostra tesi té la particularitat i l'interès que hem estudiat la corbata no des d'una perspectiva estètica i com a complement de roba sinó per primera vegada l'hem treballat des de la seva basant comunicativa. En aquesta pregunta hem volgut saber si els experts creuen que només és un complement estètic. Al llarg de la nostra investigació s'ha vist la importància de l'estètica en la corbata, però ens cal saber si els experts en corbates creuen que només és un complement estètic o també hi ha altres factors a valorar.

<b>Beth Borés:</b>	"Avui en dia crec que la corbata és només un complement estètic".
<b>Bere Casillas</b>	"No, de fet el llarg de la conversa que portem és evident que jo dic que no és només un element estètic."
<b>Antònia Gambau:</b>	"Sí, en principi sí."
<b>David García:</b>	"És com una medalla. És més. Transmet valors."
<b>Montse Guals:</b>	"No, no és un complement estètic, forma part, un complement necessari. No, és un complement estètic i una eina de comunicació."
<b>José M<sup>a</sup> López-Galiacho:</b>	"És una complement social. Estètic sempre ho serà, igual que tot el que vestim és estètic, però és un complement social". "A una junta d'accionistes tothom se la posa, i diàriament no se la posen. La presidència d'una junta d'accionistes de l'Ibex, rarament hi ha la persona que no porta corbata i potser no en porta mai. Però per què se la posa en aquell moment? Perquè l'acte és formal i perquè estàs davant les càmeres, i perquè hi ha molta gent a l'auditori i sempre mostren més respecte amb ella que sense ella. Però bé, en el propi <i>telediari</i> . Al telediari avui surten amb corbata, demà sense corbata. Tu veus algú, doncs algú desplaçat a New York, amb la seva

corbata i els seu *traje*, et transmet una cosa totaaaalment diferent que a l'altre canal, el que sigui, que connecten des de New York també, hi ha un noi allà amb mànigues de camisa, arremangat i amb les ulleres de sol posades a la butxaca. El missatge, la recepció del missatge, és diferent”.

**Josep Pons:** “Eh, sí és un complement estètic i que reflecteix, com t’he dit abans, un domini de l’estètica que vol aportar una credibilitat, una solvència, un estatus, un saber estar, eh que m’entens? Pensa que fins fa molt poc, tot lo que és el protocol si no hi havia corbata teníem un problema. Actualment no és així ja. No és imprescindible a menys que sigui de nit. Però Bueno, tindràs que portar alguna altra cosa al coll no podràs anar descamisadet, eh. Lògicament no estem parlant d’una berbena familiar, eh”.

**Andrea Vilallonga:** “La corbata no, no només és una complement estètic, m’encantaria que ho fos només, però en aquest cas estem amb el mateix és l’estatus d’una classe social diferent, o d’un entorn professional molt marcat i per això crea tanta reticència inclús rebug en altres sectors”.

### 8.3.20. Quadre resum de les respostes directes

QUADRE RESUM DE LA RESPOSTA DIRECTA DE LA PREGUNTA 11

	Creu que la corbata és només un complement estètic?	
	Només és un complement estètic	Més que un complement estètic
1. Beth Borés	Avui en dia crec que la corbata és només un complement estètic.	
2. Bere Casillas		No, de fet, al llarg d’aquesta conversa és evident que jo dic que no és només un element estètic.
3. Antònia Gambau	Sí, en principi sí.	
4. David García		És com una medalla. És més. Transmet valors.
5. Montse Guals		No, no és un complement estètic, forma part..., és un complement necessari. No, és un complement estètic i una eina de comunicació.
6. José M <sup>a</sup> López-Galiacho		És un complement social. Estètic sempre ho serà, igual que tot el que vestim és estètic, però és un complement social. El missatge, la recepció del missatge, és diferent.



7. Josep Pons		Sí, és un complement estètic que reflecteix, com t'he dit abans, un domini de l'estètica que vol aportar una credibilitat, una solvència, un estatus, un saber estar.
8. Andrea Vilallonga		La corbata no, no només és una complement estètic.
<b>RESULTATS</b>		
		2 dels 8 experts responen que la corbata és només un complement estètic. 6 dels 8 experts responen que la corbata és més que un complement estètic. un home que porta corbata no peten transmetre una dada de sí mateix.

**QUADRE 32.** Quadre resum de la resposta directa de la pregunta 11  
**Font:** elaboració pròpia

### 8.3.21. Resultats del quadre resum de les respostes directes

2 dels 8 experts responen que **la corbata és més que un complement estètic**. Com comentàvem a la introducció d'aquesta pregunta, era interessant per a nosaltres saber l'opinió dels experts, ja que com hem vist el llarg de la tesi, la corbata gairebé sempre s'ha plantejat i estudiat des de una perspectiva de element decoratiu. Les seves respostes ens corroboren en el nostre principal plantejament de la tesi. Tot i els canvis socials que al llarg de la investigació que estem veient que es van produint sobre l'ús de la corbata, podem afirmar que la corbata no és un mer complement decoratiu sinó que pel que apunten la majoria d'experts a banda de tenir aquest element que tots coneixem, que ens permet un format equilibrat del vestit de l'home, la corbata transmet. Era una pregunta important a fer, no podíem sobrevalorar i donar per fet que els experts consideràvem que era més que un complement estètic. 2 dels 8 experts consideren que sí que actualment és només un complement estètic. Tinguem també en compte que les dues expertes que ho han afirmat, són professionals de la imatge personal, és a dir es dediquen a assessorar i a treballar el vestit en la vessant molt més estètica i això pot haver fet que s'hagin decantat per aquesta opció. Aquests resultats, a mesura que anàvem realitzant la nostra investigació, podíem deduir pel que ens explicaven a les entrevistes que la corbata és molt més que un mer complement decoratiu, però ens calia corroborar-ho, no es podia fer cap interpretació, sense abans contrastar-la i poder-la afirmar en rotunditat. Per tant, la corbata és més que un complement estètic, aquesta afirmació ens confirma el treball que hem estat fent al llarg de la nostra investigació.

### 8.3.22. Preguntes 12 i 13. Recull de les respostes directes

*Creu que la corbata Comunica?*

*Què comunica?*

No podíem deixar passar la oportunitat de fer aquesta pregunta que tanca el cercle de la nostra investigació. Al llarg de tota la recerca amb les entrevistes amb els experts ja hem apuntat que la corbata té elements comunicatius, no només estètics, ens calia que ens ho corroboressin, és a dir, en el nostre marc teòric hem pogut constatar que la corbata és un símbol i que comunica, però ens calia que ens ho confirmessin els millors experts del país que és així. Evidentment, no ens volíem quedar en un monosíl·lab de sí o no, sinó sí comunica què ens està comunicant la corbata.

**Beth Borés:** “La corbata comunica moltíssim.”  
 “Hi ha moltes coses que ens diu, o sigui la corbata ens diu moltes coses de la persona que la usa, moltes. Per tant és una eina de comunicació molt potent, sí.”  
 “També compta la imatge no verbal. No hi ha manca de mercat, sinó desconeixement del producte i de l’aplicació del producte.”

**Bere Casillas:** “El primer, comunica serietat, per a mi comunica professionalitat, comunica estil, i el més important per a mi, comunica la nostra capacitat d’arriscar a la vida. O sigui, el que un home porti com a corbata sabem el que aquest home és capaç d’arriscar en un projecte, arriscar en una redacció, perquè un home extremadament tranquil, sobri és incapaç de risc a la seva vida, porta les corbates series, *sobrias* i sense cap risc de cap tipus. Un home creatiu, arriscat, òbviament sempre portarà una corbata molt potent de color amb un estampat fort, amb color intens.”

**Antònia Gambau:** “Sí, comunica.”  
 “Comunica depèn de si la nostra personalitat és més seriosa o més oberta, o és tranquil·la, o més divertida... aquests aspectes de la personalitat de cadascú, o més infantil inclús, els que porten les corbates del Piolin, del de Disney. Tot transmet. Llavors podem transmetre la perso-

nalitat de cadascú o, forçar-ho i transmetre el que un vol transmetre, no com és. Aquí podem canviar-ho. No és que manipulem, però una mica podem fer-ho.”

---

**David García:** “Sí comunica i molt. Comunica la personalitat, el que un porta a dins. Aflora la personalitat interior d’un cavaller.”

“És un llenguatge no verbal imprescindible, que qui el sap llegir, aporta molta informació del que la porta: aporta l’elecció, com l’ha nuat, com la porta, com la llueix, com la combina, grau de *cuidado*, *higiene*, l’educació, el coneixement, si sap posar-se bé l’arrugueteta al centre, si la porta la porta de manera natural, si no va caiguda, si recolza bé al coll de camisa, si no tira, si no apreta, si no molesta.”

---

**Montse Guals:** “La corbata per a mi és comunicació. Depèn del color i de la forma comunica una cosa o una altra”.

---

**José M<sup>a</sup> López-Galiacho:** “La corbata comunica la personalitat del que la porta, i també en molts casos de l’organització a la que representa, siguin bancs o una empresa”.

“Però no és que un esculli una corbata per dir, escolta, sóc tradicional, sóc conservador, o sóc un revolucionari, o sóc un gran creatiu, no, però la teva forma de ser i la teva pròpia forma de les característiques sintètiques de cada un, quan esculls aquesta corbata, ja l’has escollit a la seva personalitat. No és que escullis aquella corbata i sortís amb ella per demostrar al món que ets una persona més revolucionària, no, simplement com que ets revolucionari, ja l’has escollit d’aquest color i acompanya la teva personalitat. Sí transmet facetes de la teva personalitat.”

---

**Josep Pons:** “Credibilitat, solvència, estatus, domini de l’estètica que permet estar al nivell o per sobre repeteixo per factor diferencial d’estatus”.

---

**Andrea Vilallonga:** “La corbata comunica però també depèn de com poses la corbata perquè hi ha mil maneres de posar-se una corbata, depèn de la combinació.”

---

### 8.3.23. Quadre resum de les respostes directes

QUADRE RESUM DE LA RESPOSTES DIRECTES DE LES PREGUNTES 12 I 13		
Creieu que la corbata comunica? Què creieu que comunica		
	La corbata comunica	El que comunica
<b>1. Beth Borés</b>	La corbata comunica moltíssim. I tant, és una eina de comunicació molt potent.	Hi ha moltes coses que ens diu. La corbata ens diu moltes coses de la persona que l'usa. També compta la imatge no verbal. Sinó desconeixement del producte i de l'aplicació del producte.
<b>2. Bere Casillas</b>		Primer, comunica serietat. Per mi, comunica professionalitat, comunica estil, i el més important per mi: comunica la nostra capacitat d'arriscar a la vida. Si una home porta corbata, sabem que aquest home és capaç d'arriscar en un projecte, arriscar en una redacció.
<b>3. Antònia Gambau</b>	Sí, comunica.  Tot transmet.	Comunica depèn de si la nostra personalitat és més seriosa o més oberta, o és tranquil·la, o més divertida... aquests aspectes de la personalitat de cadascú.  Podem transmetre la personalitat de cadascú, o forçar-ho i transmetre el que un vol transmetre, no com és. Aquí podem canviar-ho. No és que manipulem.
<b>4. David García</b>	Sí, comunica, i molt.	Comunica la personalitat, el que un porta a dins. Aflora la personalitat d'un cavaller. És un llenguatge no verbal imprescindible, que qui el sap llegir, aporta molta informació del que la porta.
<b>5. Montse Guals:</b>	La corbata, per mi, és comunicació.	Depèn del color i de la forma comunica una cosa o una altra.
<b>6. José M<sup>a</sup> López-Galiacho:</b>	La corbata comunica.	La personalitat del que la porta, i també en molts casos de l'organització que representa. Quan esculls aquesta corbata, ja l'has escollit segons la personalitat.
<b>7. Josep Pons:</b>		Sí, transmet facetes de la teva personalitat. Credibilitat, solvència, estatus, domini de l'estètica que permet estar al nivell.  Factor diferencial d'estatus.
<b>8. Andrea Vilallonga</b>	La corbata comunica.	Però també depèn de com poses la corbata, perquè hi ha mil maneres de posar-se una corbata, depèn de la combinació.
<b>RESULTATS</b>		6 dels 8 experts responen directament que la corbata comunica. 8 dels 8 experts responen aspectes que comunica la corbata.

**QUADRE 33.** Quadre resum de la resposta directa de les preguntes 12 i 13

**Font:** elaboració pròpia

### 8.3.24. Resultats del quadre resum de les respostes directes

6 dels 8 experts ens responen de manera directe que la corbata comunica. 2 dels 8 experts també responen que comunica però en el seu cas no ho fan de manera directa, per tant 8 dels 8 experts responen que **la corbata comunica**. Ja hem dit, al llarg de la nostra investigació, hi ho havíem apuntat que no només és un mer complement decoratiu sinó que transmet diferents tipus de comunicació. Sí ens fixem la corbata té una comunicació multidireccional **comunicant diferents aspectes, no només un**, almenys també d'aquesta manera ens ho transmeten els experts: " hi ha moltes coses que ens diu", " Depèn del color i de la forma comunica una cosa o una altra", "és un llenguatge no verbal imprescindible", entre altres. És a dir, la corbata és un complement de roba que té un llenguatge comunicatiu. Aquesta comunicació, dependrà com hem vist al llarg de la nostra investigació del **context i l'entorn en què es dugui aquesta corbata**, però hem de tenir clar també que davant les respostes dels experts podem interpretar que la comunicació que executa aquest complement pot tenir diferents interpretacions pel portador però també per qui rep aquest impacte visual i comunicatiu. Comunica diferents aspectes, ja siguin d'imatge personal, com hem vist de jerarquia i/o representació, la seva comunicació també pot ser emocional, i també hi ha un aspecte que no podem oblidar i hem treballat al llarg del nostre marc teòric com és el tipus de corbata, tipus de nus, tipus de teixit i color, aspectes que en un inici podem interpretar que son exclusivament estètics però que tenen un objectiu comunicatiu. Com a investigadors no volíem quedar-nos només aquí, caldria fer un plantejament de diferents tipus de categories i subcategories per esbrinar quin tipus de comunicació es pot establir a través d'una corbata.

### 8.3.25 Conclusions del bloc 3

En aquest tercer bloc hem analitzat la base comunicativa de la corbata. Després del llarg treball d'investigació, podem afirmar que la corbata és un complement del vestir de l'home que té una dimensió comunicativa que ningú havia investigat fins ara. Tot i això, ens calia corroborar-ho de la mà dels millors experts d'aquest complement. Les preguntes plantejades en aquest tercer bloc han estat curiosament pensades per no deixar-nos cap aspecte

que considerem d'interès per comprendre i poder valorar tot el seu abast comunicatiu. Hem volgut conèixer el paper que creuen que té actualment la corbata i hem pogut comprovar que en general a inicis del segle XXI la corbata **té un baix valor, tot i que aquest valor varia en funció del context i de l'entorn on es porta, ja que si és socialment acceptat, llavors té una consideració favorable.** És una dada interessant per concloure que els valors socials que li havien estat atorgats fins ara i que li havien funcionat, actualment hi ha una part de la població que vol canviar-los, és a dir, conscientment o bé de manera inconscient, estan variant els valors que representen la corbata. Malgrat això, aquests valors són ben considerats en l'àmbit de l'estètica, atès que continua agradant com a complement de moda perquè aporta elegància al vestit, pertinença de grup perquè encara té un reconeixement social i, en l'àmbit dels esdeveniments, el protocol encara en demana l'ús.

Un altre aspecte que hem pogut extreure d'aquest tercer bloc ha estat que es considera que la corbata millora la consideració de qui la du. Per tant, si sabem escollir el tipus de corbata adequada en el context que socialment s'accepta té una percepció comunicativa favorable a nivell individual. Dur corbata millora la percepció del receptor, no la desmillora. Per aquest motiu també l'home decideix en alguns moments dur corbata perquè sap que **millora la seva imatge** personal i la pot utilitzar com a instrument comunicatiu per expressar diferents dades, que hem vist que poden ser **dades emotives, de representació o d'imatge personal.** Tot dependrà de com escull la corbata, el nus i el coll de camisa, per reafirmar una emoció, una representació o bé la seva projecció d'imatge personal.

Per acabar, un altre dels aspectes que podem extreure d'aquest tercer bloc és afirmar que no només estem parlant d'un complement purament estètic, sinó que a la corbata conté diferents tipus de comunicació. La corbata comunica diverses qüestions socials, és a dir, no està pensada només per comunicar en la dimensió estètica, sinó que ens en proporciona més d'una, i aquesta, si la sabem portar de manera correcta i en el lloc adequat, tindrà un efecte favorable i positiu.

Els valors atorgats actualment de l'ús de la corbata són especialment baixos, però en funció del context i de l'entorn en què s'usa el seu valor es reforça i és favorable. A nivell individual, un home amb corbata ofereix una bona percepció en la seva imatge personal. La corbata és un element comunicatiu tan sensible i important que si es porta en un lloc inadequat la societat no la tolera i llavors se'n té una apreciació pejorativa. Els homes duen corbata per dues raons principals: per obligació o per estètica.

Actualment en l'àmbit laboral on l'home usa corbata en professions que socialment són considerades com a àmbits importants o de rellevància.

Es detecta un desús de la corbata en professions on és un uniforme habitual i es tendeix a representar l'empresa o organització amb un sistema de comunicació diferent, sense utilitzar la corbata com a instrument.

Un home quan porta corbata pretén transmetre una dada de si mateix. L'impacte visual i perceptiu que té la corbata és clau per transmetre la pròpia personalitat.

Mostra valors emotius, de representativitat i d'estil personal o d'imatge. La corbata és més que un complement estètic. La corbata comunica. Comunica diferents aspectes, majoritàriament favorables.

La corbata comunica diferents aspectes a través de: la imatge personal, la representació d'un grup, aspectes comunicatius emocionals i segons diferents tipus de corbata.

\* \* \*

**La corbata és un complement del vestir de l'home que té una dimensió comunicativa que fins avui encara ningú havia investigat.**

**Hi ha una variació en els valors que la societat li havia atorgat fins ara, i aquests estan canviant. L'home decideix dur corbata perquè sap que millora la seva imatge personal i la pot utilitzar com a instrument de comunicació.**

**QUADRE 34.** Conclusions generals del bloc 3

**Font:** elaboració pròpia

### 8.3.26. Plantejament de categories

Ens interessa aprofundir molt més l'aspecte comunicatiu, per això plantegem diferents categories per extreure informació de les respostes que ens han donat el experts. Ja tenim clar que la corbata comunica diferents aspectes, anem a investigar quins son aquests aspectes que comunica, per això plantegem la categoria (número 8) que anomenem: **aspectes comunicatius de la corbata** amb les subcategories corresponents que podrem veure una visió general sobre el tipus de comunicació que podem extreure o bé apuntar sobre la corbata. Vegeu apartat categoria 8 de la pàgina 339.

## 8.4. Les categories i resultats

La teoria fonamentada ens ha permès que, a banda de les preguntes d'investigació que al principi teníem preparades, puguem adquirir més informació i dades interessants per a la nostra investigació.

La primera operació consisteix en comparar la informació obtenida (per exemple en una sèrie de entrevistes en profunditat), tractant de donar una denominació comú (un codi més o menys abstracte, conceptual) a un conjunt variopint de fragments de entrevista que comparteixen una mateixa idea. [...] Este tipus inicial de codificació se ha denominat, posteriorment, "codificació oberta" (open coding), en els manuals de Strauss (1987) y Strauss & Corbin (1990). (Valles, 2007: 349)

Des de l'inici, mentre s'analitzava el resultat de cada pregunta, es va comprovar que hi havia un tipus d'informació que es perdia, que no quedava reflectida en l'anàlisi. Per aquest motiu, després de l'etapa d'anàlisi de les respostes directes de les entrevistes, n'hem pogut extreure vuit categories. Són vuit categories, que orientaran l'anàlisi posterior, el de les respostes que hem anomenat descriptives. Aquest anàlisi ens permetrà oferir una major profunditat al contingut de l'estudi.

[...] el objetivo de la codificación [abierta] es abrir la indagación. Cualquier interpretación en este momento es provisional (...) el analista experimentado aprende a... permanecer abierto como la codificación misma...la codificación esta enraizada tanto en los datos sobre el papel como en los datos de la experiencia, incluido el conocimiento de la literatura técnica que el analista trae a la indagación. (Valles, 2007:349).

Per recopilar tota la informació i distribuir-la per categories, es va seguir un procés llarg però amb uns resultats valuosos. En primer lloc, i sempre per un estricte ordre alfabètic del cognom de cada expert, es van començar a analitzar minuciosament les respostes de cada entrevista. Cada paraula, cada frase dels experts s'analitzava individualment i es reflexionava sobre si era un contingut adient per encabir-la en alguna de les vuit categories plantejades. L'objectiu era avaluar el resultat, però es va considerar també molt important poder demostrar de manera àgil, l'autor i la part del context on s'expressava cada contingut.

El segon procés va ser reduir de manera dràstica d'aquest centenar de pàgines de treball a només les paraules o frases concretes que es definia la categoria, que és el resultat plantejat a continuació.



El resultat d'aquest apartat, és una aportació interessant que s'afegeix als resultats de l'anàlisi inicial de les entrevistes amb les tretze preguntes.

Les vuit categories treballades han estat les següents:

- 8.4.1. Situació actual de la corbata
- 8.4.2. L'àmbit regional
- 8.4.3. Perquè s'està perdent l'ús de la corbata
- 8.4.4. Perquè no s'està perdent l'ús de la corbata
- 8.4.5. El futur de la corbata
- 8.4.6. La corbata en l'àmbit laboral
- 8.4.7. La corbata segons els tipus d'esdeveniments
- 8.4.8. Aspectes comunicatius de la corbata

Després d'analitzar el que han dit els experts en cadascuna de les preguntes de les entrevistes, hem pogut determinar aquestes categories i n'hem extret uns resultats. L'estudi del resultat de totes les categories i de les respostes del qüestionari ofereixen una visió molt interessant de la corbata en l'actualitat.

Valles (2007: 350) afirma que Strauss & Corbin (1990) argumenten que la «codificació oberta estimula el descobriment no només per a categories sinó també per les seves propietats i dimensions»:

Este avance en el procedimiento que se describe, se produce gracias a la puesta en práctica de dos operaciones analíticas clave, apoyadas igualmente en la "comparación constante" de información. Nos referimos a:

1. La búsqueda activa y sistemática de propiedades.
2. La escritura de notas de análisis e interpretación, para registrar las ideas que vayan surgiendo durante la codificación. Por ello se dice de este procedimiento que hace conjuntamente: la codificación, el análisis y la recogida de datos complementaria (que va exigiendo la indagación abierta por los códigos conceptuales y las anotaciones analíticas e interpretativas).

L'autor explica una nova modalitat de codificació (*axial coding*) que en la nostra recerca ens va molt bé per conèixer les relacions entre cada categoria. "Acabará desvelando las relaciones entre esa y otra(s) categoría(s) y sus subcategorías: avanzando así a la fase o momento siguiente de la integración de categorías y propiedades." (Valles, 2007: 350).

### 8.4.1. Categoria 1. Situació actual de la corbata

En la categoria 1 s'analitza la situació actual de la corbata; es presenten tres subcategories extretes dels resultats dels experts, on ens aporten la resposta de la qüestió genèrica que es va plantejar. Aquesta categoria ens serveix per aprofundir l'anàlisi que vam fer a les preguntes 1 i 2 del bloc 1. Recordem que els seus resultats ens deien, per una banda, que el seu ús havia disminuït, però en canvi la compra encara es manté mínimament.

#### CATEGORIA 1: Situació actual de la corbata

4/8	<p><b>Subcategoria 1.1: Ara es vesteix més informal</b></p> <p>"El «divendres <i>casual</i>» s'ha convertit en «setmanes <i>casuals</i>».</p> <p>"La gent tendeix a vestir molt més <i>casual</i>."</p> <p>"El llenguatge verbal i l'etiqueta estan molt més relaxades. En el fons és un conjunt de tendències."</p> <p>"La moda masculina i femenina cada dia són més homogenis."</p> <p>"Molts homes estan començant a pensar que la corbata no els aporta res."</p>
7/8	<p><b>Subcategoria 1.2: S'usa la corbata en ocasions importants</b></p> <p>"Hi ha dues raons principals per portar corbata: perquè el <i>dress code</i> l'obliga o aquell que l'escull per declaració d'estil personal."</p> <p>"La corbata ha quedat per a les grans ocasions."</p> <p>"És poc utilitzada i en ocasions concretes."</p>
8/8	<p><b>Subcategoria 1.3: La corbata comunica</b></p> <p>"La corbata comunica moltíssim."</p> <p>"La corbata ens diu moltes coses de la persona que l'usa."</p> <p>"No és només un element estètic; és un missatge, tot un llenguatge."</p> <p>"La corbata és comunicació. Depèn del color i de la forma combina amb una cosa o una altra."</p> <p>"El missatge que vol transmetre és «avui m'he vestit per a tu, m'he arreglat per a tu»."</p>

#### QUADRE 35. Categoria 1. Situació actual de la corbata

Font: elaboració pròpia

## Resultats

4 dels 8 experts consideren que es **vesteix de manera més informal**. És a dir, hi hagut una relaxació en el vestir, hi ha la tendència de no vestir tan formal com s'havia fet anys enrere. Tot i això és interessant la dada que 7 dels 8 experts consideren que la **corbata s'utilitza per ocasions importants, per tant, tot i el seu desús, està ben considerada encara**. Si no fos així, no s'utilitzaria en esdeveniments o situacions que la societat considerem que són importants. L'última subcategoria ens reafirma la nostra investigació que la corbata comunica, ja que hi ha unanimitat: 8 dels 8 experts tenen clar que **és un complement de roba que comunica**.

És molt interessant comprovar que els mateixos experts, quan s'expressen sobre la situació actual de la corbata, aporten unes informacions molt semblants. Expressen que actualment es vesteix de manera més informal i que la corbata s'usa en ocasions importants. Les dues expressions anteriors reflecteixen que la corbata actualment s'està deixant d'utilitzar i només s'usa en ocasions importants. Alhora, i cal tenir-ho molt en compte, els experts afirmen que la corbata comunica. En aquest aspecte és on trobem un cop més la dicotomia en la corbata: **es deixa d'utilitzar o s'usa en ocasions importants i al mateix temps comunica**. Aquesta interessant visió de la situació actual de la corbata és el que reforça el valor del nostre element d'estudi: **la força comunicadora que té, tot i que s'està deixant de portar**. Relacionant aquests resultats amb els del qüestionari, ens trobem amb una radiografia de l'ús de la corbata molt curiosa: s'està deixant de portar, però es reconeix que comunica.

“...A mi em sembla que com element decoratiu ajuda molt a l'home posar aquella nota de color i aquella nota de personalitat pròpia a dintre de l'*outfit* i és en aquest sentit que dic que no sé si un dia els homes recuperareu aquest element precisament per dir, com faig jo per deixar d'anar simplement amb una americana, una camisa i un pantaló, i quedar-me sense poder expressar massa.” **Beth Borés**.

És evident que, pel que ens diuen els experts, la corbata comunica, però a la vegada estem parlant d'un fenomen social. Podem manifestar que és la gent qui decideix portar-ne o no. En aquesta tesi ja observem els canvis que hi ha hagut en diferents àmbits sobre el seu ús, com ara, els més rellevants, el polític que, per disminuir la distància davant la població, havia deixat d'usar-la més assíduament i, dins l'àmbit empresarial, quan es va començar deixant de dur

corbata el divendres —*casual Friday*— i s'ha anat allargant els altres dies de la setmana. Aquest complement de roba, a banda de si el lloc professional ens ho exigeix, tenim l'opció de decidir portar-lo o no. No són el mateix unes sabates, que les necessitem per caminar, que una corbata; per aquest motiu afirmem que és un fenomen social, en aquest moment, i segons els experts, la societat està decidint no usar-la tant com es feia fins ara.

En resposta a la situació actual de la corbata, els experts en la matèria ens confirmen que sí, que en general hi ha un canvi de tendència en el seu ús. Segons ells, es vol vestir amb més comoditat, escurçar distàncies, donar una sensació molt més propera, marcar diferències amb com s'havia fet fins ara. 7 dels 8 experts consideren que gairebé només s'usa la corbata en ocasions importants. Per tant, és la societat, com hem dit anteriorment, qui està decidint en aquest moment portar o no corbata. No deixa de ser un fenomen social, saben que és un complement que comunica i els experts ho tenen molt clar: 8 dels 8 experts confirmen que és un complement de roba que comunica. Però també hem de saber valorar com és la seva comunicació, i si ens fixem el que afirmen els experts, gairebé només interessa per a ocasions especials. Per tant tant, no estem parlant d'un complement de roba que comuniqui qualsevol cosa, sinó que és un complement idoni i representatiu que el fem servir en actes solemnes i quan hem de comunicar fets o qüestions importants.

#### 8.4.2. Categoria 2. L'àmbit regional

Gràcies a la creació de la categoria d'àmbit regional s'han obtingut informacions d'algunes regions quan els experts justificaven les seves aportacions del qüestionari. Ens van destacar la ciutat, país o zona concreta i la percepció de la corbata que se'n té segons els experts. Ja hem esbrinat l'estat actual de la corbata, però incidim a descobrir si a tot arreu es vesteix de la mateixa manera, és a dir, si el vestir informal és una tendència general. Aquesta valuosa informació ha permès realitzar un senzill mapa per visualitzar el concepte de la corbata segons diferents situacions regionals.

CATEGORIA 2: L'àmbit regional	
3/8	<p>Subcategoria 2.1: <b>Vestir informal</b></p> <p>"A Catalunya som molt més <i>casuals</i>, en canvi al sud o a Madrid utilitzen molt més la corbata."</p> <p>"A Barcelona, en despatxos d'advocats i grans oficines baixa el soci fet un desastre, en canvi, tot el contrari a Madrid o Londres."</p> <p>"Fa un parell de mesos vaig decidir anar a Barcelona i va ser una decepció tremenda veure com ha caigut brutalment l'estil a la ciutat."</p> <p>i en general inclús entre els professionals, o sigui era una caiguda tremenda d'estil i em vaig quedar com perplex."</p> <p>"Altres llocs com Catalunya, el País Basc, la corbata és considerada alguna cosa més, un símbol, un signe d'obligació."</p>
4/8	<p>Subcategoria 2.2: <b>Vestir formal</b></p> <p>"A Madrid i al sud són més corbaters."</p> <p>"Un senyor que vesteixi tots els dies de <i>traje</i> per treballar, moltíssims aquí a Madrid que com li comentava són milers i milers d'homes."</p> <p>"Als Estats Units és molt diferent que aquí; allà passa tot el contrari: la gent és molt conscient de la importància de la imatge en qualsevol missatge."</p> <p>"En l'àmbit mundial, quan es vol donar una imatge de serietat, per exemple, en el món financer, el món de l'empresa, executius, sembla que la corbata sigui imprescindible."</p> <p>"Crec que depèn molt de les regions d'Espanya. Hi ha zones com Andalusia, o inclús Castella la Mancha centre, que les corbates són més divertides. No són tant una obligació. Si es considera una obligació, ho assumeixen perfectament."</p>

#### QUADRE 36. Categoria 2. L'àmbit regional

Font: elaboració pròpia

### Mapa de l'ús de la corbata segons les regions esmentades

Amb les informacions aportades pels experts s'ha realitzat un mapa dels llocs en què l'ús de la corbata és més o menys habitual. Amb color gris s'han marcat les regions on la corbata és menys usada i amb color rosa les regions on és més usada. La imatge extreta és la següent:



IMATGE 37. Mapa de l'ús de la corbata segons les regions esmentades

Font: elaboració pròpia

## Resultats

3 dels 8 experts consideren que a Catalunya, concretament zones metropolitanes com Barcelona, o bé al País Basc es vesteix molt més informal comparat amb comunitats com Madrid, Andalusia o Castella la Manxa, que 3 dels 8 experts consideren que són zones on es vesteix més formal. En relació a aquesta dada, es percep una diferència notable de l'ús de la corbata a Espanya: Catalunya i al País Basc són els llocs on la corbata s'usa menys i el centre d'Espanya i Madrid on s'usa més. Aquest concepte es pot lligar amb el procés de desús cada vegada més notable de la corbata.

Per altra banda, convé destacar que Londres i els Estats Units, països amb una llarga tradició empresarial i comercial, es caracteritzen per donar un valor extrem a la corbata i no en decau l'ús.

Per analitzar les dades s'ha tingut en compte una visió global on es percep una tendència al desús de la corbata en regions concretes, però no generalitzat. A Catalunya i al País Basc es comença a percebre que la corbata no és tan necessària, mentre que a Madrid i Andalusia, com ocorre a Londres o Amèrica, és important l'ús de la corbata.

El dubte que genera aquest mapa és si les regions que han iniciat el procés de deixar d'usar la corbata s'estendrà a les altres zones, o bé quedarà estancat a la mateixa regió. Podríem pensar que aquesta disparitat detectada segons les regions pot ser a causa de la climatologia, és a dir, que el fred o la calor motivin una tendència o altra, però si ens hi fixem, no és un factor determinant del seu ús a Espanya, ans el contrari: es vesteix molt més formal en llocs que fa més calor, com és el cas d'Andalusia o Madrid i, en canvi, en zones més ubicades al nord la vestimenta és més informal. Per tant, l'efecte del clima no seria un factor a tenir en compte a l'hora de determinar el seu desús. El que sí que és clau és la cultura del vestir. La part sud, culturalment, sempre ha estat una zona en què s'ha valorat dur un vestit més senyorial, és a dir, un vestit més formal i hi ha la propensió a mudar-se els dies festius, en celebracions; són societats, en general, més classistes, en què la corbata palesa un determinat rang social, com també passa a Londres i als Estats Units; en canvi, pel que fa a la cultura mediterrània els mateixos experts destaquen que hi ha hagut un canvi en el vestir, ja que es busca molt més la comoditat, com és el cas de Barcelona.

Com és, però, que en ciutats metropolitanes com Barcelona, capdavanteres en diferents sectors industrials i d'emprenedoria, es doni pas a un vestir més informal? Potser és el que hem comentat al llarg de la nostra tesi: que han sorgit noves empreses i nous dirigents (Amazon, Facebook...) que tenen èxit econòmic i empresarial i la corbata no és un complement que usen habitualment. Es tracta d'empreses emergents, *start-ups*, que tenen una nova visió empresarial i del món, encapçalades per joves inquiets i brillants, que han trencat esquemes i han creat tendència. Són empreses més transversals, això és, sense jerarquies, mentre que n'hi ha altres tipus més tradicionals en què producció i lideratge són distingits per la vestimenta i en què la corbata es manté com a element distintiu i de rang.

### 8.4.3. Categoria 3. Perquè s'està perdent l'ús de la corbata

En la següent categoria hem aprofundit per descobrir els principals motius perquè s'està perdent l'ús de la corbata. Els resultats ens serviran per constatar que no hi ha un motiu principal que fa minvar l'ús de la corbata, sinó varis tots ells molt importants.

#### CATEGORIA 3: Perquè s'està perdent l'ús de la corbata

8/8

##### Subcategoria 3.1: **Relaxació dels costums. Menys exigències formals**

"El codi de vestimenta és més *casual*."

"Es tendeix a la comoditat."

"La gent tendeix a vestir molt més *casual*."

"La corbata ha quedat per a grans ocasions"

"Poc utilitzada i en ocasions molt concretes."

"La persona adulta n'està cansada i ho fa per obligació. Ha perdut el gust. És pesat."

"En general ha baixat, ha baixat completament."

"A poc a poc ha anat arribant a Europa, i es va traduir en casos de *Friday*, els divendres sense corbata, i això a poc a poc, no només és el divendres, és el dilluns, és el dimarts, és el dimecres, és tota la setmana."

"La gent gran la utilitzaran excepcionalment, en moments excepcionals no en el dia a dia."

"Un home usa la corbata actualment per obligació."

6/8	Subcategoria 3.2: <b>Marcar diferència</b>
	<p>"La corbata sempre s'ha associat a una... sempre ha sigut una declaració de moda o de pertinença a un grup o a una classe."</p> <p>"Els nois joves no utilitzen corbata, per ells la corbata no és la millor eina d'estil."</p> <p>"Poden rebutjar-la els que els obliguen a l'escola d'uniforme."</p> <p>"La rebel·lia de la joventut, a fer el contrari del que t'ímposaven."</p> <p>"Entre la indiferència i el que no toca portar corbata, perquè no la porten els líders de grup."</p> <p>"Qui porta corbata avui és perquè se sent obligat a dur-ne."</p> <p>"Manera de trencar la diferència entre categories socials."</p> <p>"La joventut no vol corbata, la rebutja."</p> <p>"La corbata és un signe de separació, justament entre classes socials i entre professions."</p> <p>"La corbata és l'estatus d'una classe social diferent o d'un entorn professional molt marcat, i per això crea tantes reticències."</p>
8/8	Subcategoria 3.3: <b>Canvi generacional</b>
	<p>"La meva generació, que avui té 50 anys, en nombre potser són els que més usen corbata, però també et diré que són els que, si poden, ja tendeixen a treure-se-la."</p> <p>"Els nois, quan acaben la seva carrera i s'incorporen a l'empresa gran, diguem que en aquests primers moments en aquestes grans consultores sí que tenen la tendència de 'ja entro al món adult del treball, em poso corbata' però quan arriben a l'ambient de treball pràcticament la descarten."</p> <p>"Molts pocs homes es vesteixen al matí pensant en la corbata com es feia antigament."</p> <p>"Els adults ho veuen com una pesadesa, per treure-s'ho del davant."</p> <p>"Molta gent que avui en dia és adulta, de joves donaven molt més valor a la corbata."</p> <p>"En la nostra època, jo ara tinc 44 anys, jo me'n recordo que la corbata era pràcticament obligada els diumenges."</p> <p>"La joventut no vol corbata. La rebutja."</p> <p>"Els homes ens jubilem, l'aspecte <i>cuidado</i> estètic amb un percentatge molt alt disminueix de forma bastant accentuada."</p> <p>"La gent gran l'ha deixat d'usar perquè ja no l'interessa, ja no té cap obligació professional."</p>

**QUADRE 37.** Categoria 3. Perquè s'està perdent l'ús de la corbata  
**Font:** elaboració pròpia



## Resultats

A la primera subcategoria, amb els resultats obtinguts 8 de 8 dels experts, mostren que una de les causes perquè s'està perdent l'ús de la corbata és la **relaxació dels costums en la manera de vestir**, ja no es vol vestir com abans, hi ha homogeneïtat en el vestir, s'ha relaxat buscant la formalitat en el dia a dia i ara, hi ha una relaxació pel vestir, i afegim que la **tendència influeix a totes les classes socials i en diferents àmbits socials**, fins i tot els més tradicionals en portar corbata com poden ser àmbits laborals. Sinó ens ho exigeixen no cal anar amb corbata a treballar.

Un segon factor que evidencia el motiu per què es deixa d'usar la corbata és el fet que ja no és considerat un **símbol** molt important **de separació de classes**, al contrari, **la tendència de la societat és unificar les classes socials mitjançant la manera de vestir**. Hem argumentat en la nostra tesi que durant èpoques en diferents àmbits hi havia una accentuació a través del vestit i sobretot la corbata per marcar diferències. Aquestes han sigut per poder, estatuts social, autoritat, entre altres i la corbata, com comentàvem en l'apartat del bloc 2 ha servit per ajudar a aquesta representació. Recordem l'àmbit polític que n'hem parlat amb diferents ocasions o bé l'àmbit empresarial, sectors que es veu de manera molt clara el paper que ha aportat la corbata per assenyalar-ho. Estem en un moment que part de la població tendeix a **marcar diferència** però des d'una altra perspectiva, abans aquesta diferència es marcava utilitzant un dels complements de vestir de l'home per excel·lència, ara la demostració és traient-se-la. Però no podem deixar escapar que "inconscientment" aquesta importància, la percepció tal i com hem treballat, continua latent, és a dir, la societat troba que continua essent important la corbata i per aquest motiu com un acte de rebel·lia, ho marca al revés, traient-se-la. El fet de treure-se'la és una mostra que no li agraden els valors que la societat li hem estat atorgant fins ara però la segueix veient important, perquè, no hi ha una rotunditat en la pèrdua del seu ús. Tal com comentàvem el fet que hi hagi una relaxació en el vestit, cada vegada es vesteix més informal també ha ajudat a aquesta situació. Crea reticència per alguns àmbits perquè es considera, encara avui dia, que la corbata té un estatus social molt marcat. 6 dels 8 experts consideren que precisament es perd l'ús de la corbata per **marcar diferència**, per associar el fet de no dur-la marcar que ningú imposa a que la dugui.

El tercer motiu molt important que marca el desús de la corbata, és el **canvi generacional de la població**; 8 dels 8 experts amb rotunditat hi estan d'acord en afirmar aquest canvi. La vellesa, encara li atorga un valor important, però té una altra generació, els joves, oposada que està sorgint amb força imponent el desús de la corbata, sobretot amb els valors que se li atorgaven. Per tant, si als joves no els hi interessa la corbata, el futur pot marcar una tendència a la pèrdua (cal recordar però, que el factor estètic pot fer canviar aquesta tendència). Està claríssim que una de les raons per aquest desús de la corbata és aquest canvi generacional que s'està produint. La importància que se li donava fa uns anys a minvat en aquests moments. Quina pot ser la causa que hi hagi la tendència d'aquest desús generacional?

La gent està decidint vestir més casual, els homes busquen comoditat i els sectors en els quals estava molt marcada el seu ús (empresarial i polític) hi hagut un canvi. Han sorgit noves empreses amb noves dinàmiques de treball, també hi ha el fet que es treballa més a casa, per tant tampoc és necessari posar-te un vestit formal, els ídols per a molts joves i adults d'empreses tecnològiques, de màrqueting, de serveis que tenen èxit aquests, vesteixen de forma informal i a donat peu també a treure's la corbata. No dur corbata avui, és una manera de trencar les regles que hi havia hagut fins ara a l'àmbit polític, laboral i social, i els experts afirmen que la societat considera que la corbata només es porta quan és per obligació o per a les grans ocasions.

En el bloc 2 recordem que no van sortir unes dades absolutes que marquesin que s'està perdent del tot la corbata, sinó el contrari: hi havia una tendència a la pèrdua del seu ús, però no era total. Per això ens interessa la categoria número 4: quins són els factors que manifesten que no es perdi l'ús? Ho hem investigat a la següent categoria.

#### **8.4.4. Categoria 4. Perquè no s'està perdent l'ús de la corbata**

En la categoria en què s'han recollit els motius perquè no s'està perdent l'ús de la corbata s'han recollit l'antítesi de la categoria anterior, "perquè s'està perdent." Un cop més, el valor de cada aportació és significatiu per ell mateix.

**CATEGORIA 4: Perquè no s'està perdent l'ús de la corbata**

7/8	<p><b>Subcategoria 4.1: Per identificació a un grup</b></p> <p>"És un element d'autoritat per qui l'usa."</p> <p>"S'ha associat a un grup o classe."</p> <p>"La corbata s'associa a un estatus."</p> <p>"La corbata és aquell element perquè es sentin que ja estan deixant l'edat del nen i volen començar a ser més adults."</p> <p>"Encara hi ha sectors en què la corbata encara dona estatus."</p> <p>"Segons la personalitat, l'edat i càrrec professional o la professió."</p> <p>"Perquè ha molts adults que encara no saben anar a treballar sense corbata."</p> <p>"La corbata o un altre element de coll, a partir que vas a treballar a la banca, que treballes en una feina, en una botiga..., t'exigeixen corbata."</p> <p>"La corbata és un signe de formalitat i d'estatus econòmic."</p> <p>"La corbata es comença a portar a partir que et cases."</p> <p>"La corbata és un signe de separació, justament, entre classes socials i entre professions."</p> <p>"Hi ha sectors més executius que la veuen com a positiva i sectors més creatius que no tenen aquesta sensació de formalitat en l'activitat que efectua l'empresa."</p> <p>"La gent gran la veu com a cosa positiva, jo crec que per a ells és un signe de formalitat i d'estatus econòmic."</p> <p>"És l'estatus d'una classe social diferent o d'un entorn professional molt marcat."</p>
7/8	<p><b>Subcategoria 4.2: Pel llenguatge que se li atorga</b></p> <p>"No només és un element estètic. És un missatge. Té un llenguatge."</p> <p>"Indiscutiblement sí, indiscutiblement el missatge que vol transmetre és 'avui m'he vestit per a tu, m'he arreglat per venir, per respecte'."</p> <p>"Quan fas un assessorament els expliques què pots transmetre a través d'una corbata, molts es queden parats perquè no saben el poder que té, el que transmet i la quantitat de coses que es poden llegir d'un mateix a través d'una corbata."</p> <p>"És una eina de comunicació molt potent."</p>

"Per demostrar."

"Com a element d'autoritat."

"Reforça molt l'estil de l'home."

"Quan un professional s'enfronta a una reunió molt important [...] també utilitza la corbata."

"Quan veig un home ben vestit amb corbata, la perspectiva que tinc d'ell és de molt professional."

"La corbata és un dels pocs o l'únic element amb què l'home pot demostrar o pot fer percebre la seva personalitat."

"Té un llenguatge no verbal imprescindible."

"Atorga prestigi i és un símbol de distinció."

"La corbata no es perdrà mai. Primer perquè té un punt masculí. Segon, la persona es veu amb més linealitat. Tercer, amb un *traje* ben estructurat amb una camisa amb coll rígid fa falta una corbata."

"Per donar serietat cal posar-se una corbata."

"Per mostrar una educació, un respecte amb qui estaràs."

"A nivell mundial, quan es vol donar una imatge de serietat, per exemple, en el món financer, el món de l'empresa, executius, i la resta, sembla que la corbata sigui imprescindible amb uns colors determinats, sempre molt similars."

7/8

Subcategoria 4.3: **Per indicació del protocol, l'etiqueta i el cerimonia**

"Generalment, avui dia qui porta corbata és simplement perquè se sent obligat a portar-ne."

"Una entrega de premis; o sigui, aquest és el missatge que transmet la corbata: 'M'he arreglat per a tu'."

"La corbata ha quedat per a grans ocasions."

"És una medalla."

"El protocol mai a la vida ha vist res sense llacet o corbata."

"En la societat està establert que depèn en quines situacions cal posar-se corbata."

"I significa que volen prescindir de la corbata? Doncs en certs ambients sí, però no té sentit, però en altres no. I molt menys com succeeix quan se t'exigeix una vestimenta formal i ja gent que t'apareix sense corbata. [...] A sobre ets un convidat, apareixes descamisat. No hi vagis i ja està! No passa res. No estàs d'acord amb el protocol, doncs no hi vagis i no passa res. Però si hi vas, ves-hi com exigeix la invitació."

"Quan vaig a un lloc determinat, a la nit, o si haig de presentar un acte i tal, me'n poso. Però si no és per això, mai."

"Un adult, quan vol donar una imatge determinada en un esdeveniment determinat, aquí, sí."

"Ho senten com una imposició de protocol de vestir."

**QUADRE 38.** Categoria 4. Perquè no s'està perdent l'ús de la corbata

**Font:** elaboració pròpia

## Resultats

Com hem dit aquesta categoria ens ha estat interessant per veure els factors que fan que la corbata se segueixi usant. Encara que hàgim afirmat que socialment en l'àmbit laboral i també el polític els canvis han produït que es tregui la corbata, existeix una part més conservadora, és a dir, menys atrevida o perquè hi està còmoda amb els valors que la societat ha atorgat a la corbata. 7 dels 8 experts consideren que una de les causes perquè se segueixi duent corbata és per la **identificació de grup**. Recordem, que quan hem treballat la història de la corbata, dèiem que hi havia les corbates de regiments, conegudes sobretot per ser usades per universitats i col·legis anglesos i americans. Encara avui, hi ha un sector empresarial i també polític que utilitza la corbata com a identificador de grup, és a dir, per mostrar. Aquí se'ns planteja una qüestió. Mostrar què? Poder, autoritat, estatus social en definitiva que pertanyen a un grup. Poder és el grup dels que manen, autoritat, les decisions que prenen tenen poder sobre les persones, i encara, hi ha gent que simbolitza la corbata amb el seu estatus social. Sí per una banda anteriorment dèiem que s'està perdent la corbata per marcar diferència, en aquest cas, hi ha un sector social que hem de tenir en compte, perquè la manté per marca la pertinença a un grup. Aquest fet ens ve a dir que hi ha un interès a mantenir-se dins aquest grup i la corbata els ajuda a simbolitzar-ho.

Una altra de les subcategories interessants i que evidencia el que hem treballat a la nostra tesi doctoral és el **llenguatge**. Hem comentat al llarg de la nostra investigació, i en el bloc 2 tornem a fer esment a Jakobson, que la corbata és llenguatge. Segons els experts, molts homes encara duen la corbata pel llenguatge que té. «No només és un element estètic, sinó que té un llenguatge», afirma un dels entrevistats. Per a moltes persones de diferents edats la corbata és elegància, prestigi, reforça l'estil de vestir de l'home, és distinció. És un «m'arreglo per a tu». És una subcategoria que ha estat molt interessant perquè hem pogut reafirmar-ho, ja que 7 dels 8 experts confirmen que té un llenguatge i que nosaltres a la nostra tesi hem dit i afegit que és comunicatiu. Però en aquest apartat no hem volgut treballar encara la part més comunicativa, que ho farem més endavant, sinó que els experts confirmen que una de les raons per les quals encara ara se segueix duent la corbata és pel seu llenguatge. Un llenguatge que per la seva *trajectòria* i en tots els anys que existeix

la corbata encara manté amb força. Per tant, els nostres experts ens confirmen el que hem anat treballant al llarg de la nostra tesi, la corbata és un complement de vestir que té un llenguatge propi i és un instrument important per un sector de la societat que l'utilitza per expressar-se.

Hi ha un últim apartat que també indica una altra de les raons perquè encara continua el seu ús i ha estat a causa de l'etiqueta, el cerimonial i el protocol. En la nostra tesi ho vàrem treballar extensament i avui els experts ens ho reafirmen: **el protocol, l'etiqueta i el cerimonial obliguen a dur corbata**, recordem quan explicàvem els diferents vestits d'etiqueta civil de l'home (esmòquing, jaqué i frac) en què hi ha sempre la corbata o bé el corbatí. Encara avui dia és un aspecte que hem de tenir en compte perquè es continua duent corbata per la celebració d'actes on s'exigeix etiqueta, i també els codis de cerimonial i protocol de l'Estat Espanyol que ens diuen en molts casos l'obligatorietat de dur etiqueta, ja sigui en el vestit civil de l'home o el vestit militar. En aquest apartat 7 dels 8 experts confirmen que un altre dels aspectes que fa que no es perdi l'ús de la corbata és gràcies al cerimonial, el protocol i l'etiqueta. Potser més endavant, com que ja hem dit que la tendència és vestir-se amb roba més còmoda, podem pensar que hi haurà canvis en la vestimenta formal i es canviaran algunes de les ordres i decrets sobre el cerimonial i l'etiqueta en els esdeveniments. Caldrà estar atents per copsar si també hi ha canvis en el protocol, l'etiqueta i cerimonial. Però en aquests moments no passa, es segueix requerint la corbata.

Aquests resultats anteriors han estat interessants per saber els motius actuals de la pèrdua o el manteniment de l'ús de la corbata. Per una banda hem sabut els motius pels quals es manté aquest ús i per l'altre els motius i aspectes perquè es deixa d'usar. Però nosaltres com a investigadors ens calia fer un pas més. Tenim la situació dels dos extrems, és a dir, l'ús de la corbata i la pèrdua d'ús. No hem volgut desapropitar les entrevistes amb cadascun dels experts i no volíem perdre l'oportunitat que ens diguessin com veuen el futur de la corbata.

### 8.4.5. Categoria 5. El futur de la corbata

L'anàlisi de la informació del futur de la corbata, segons les informacions extretes dels experts, s'ha realitzat amb un quadre que inclou tres subcategories: amb final segur (la corbata desapareix), sense final (no desapareixerà) i un tercer amb conceptes oberts, com són el factor moda, tendència, segons els ídols, els ambients, els actes públics o l'atenció el públic, que hem qualificat com a futur incert – futur obert.

CATEGORIA 5: El futur de la corbata	
2/8	<p>Subcategoria 5.1: <b>Amb final segur</b></p> <p>"La tendència és que l'ús de la corbata morirà."</p> <p>"Crec que desapareix, però com totes les tendències."</p> <p>"La corbata en els pròxims anys està cridada a desaparèixer."</p>
2/8	<p>Subcategoria 5.2: <b>Sense final</b></p> <p>"Volen que es perdi, però penso que no es perdrà mai."</p> <p>"Penso que és un complement que amb els homes mai deixarà d'existir."</p> <p>"És un món que encara té molt de mercat. "</p>
6/8	<p>Subcategoria 5.3: <b>Futur Incert - el futur està obert</b></p> <p>"Sí, la tendència diu corbata."</p> <p>"Tots hem tingut ídols, doncs ara a l'era d'internet: Facebook, Google, Amazon... són persones</p> <p>"Fins al segle passat, pels professionals de la moda, Barcelona en concret era un absolut referent [...] Per determinades circumstàncies vaig decidir tornar a Barcelona i, fa un parell de mesos, va ser una decepció, ha caigut brutalment l'estil.</p> <p>" Avui no m'atreveixo a dir si una cosa desapareixerà del tot perquè també havien de desaparèixer els tartans i en canvi de tant en tant surten els dissenyadors i els reviuem."</p> <p>" Jo trobo molts senyors que diuen: 'Però, clar, si no porto corbata dona la sensació que vagi...!'</p>

**QUADRE 39.** Categoria 5. El futur de la corbata

**Font:** elaboració pròpia

## Resultats

La conclusió, segons els resultats del quadre realitzat, ens fa adonar que els experts no han expressat contundentment que la corbata tingui un «final segur». Només ho han afirmat 2 experts dels 8. Les aportacions del segon apartat, «sense final» son també baixes, 2 dels 8 experts consideren que no hi haurà mai un final per a la corbata. Comparativament detectem una dicotomia entre «amb final segur» i «sense final».

En canvi ens posa de manifest, el tercer apartat, quan 6 dels 8 experts consideren que el futur de la corbata és incert. No afirmen que desapareixerà del tot i tampoc s'atreveixen a apuntar que s'anirà mantenint. Els experts aquesta incertesa l'associen a conceptes volàtils com la moda, la tendència, segons els ídols, depèn de cada ambient i es decidirà de cara al públic. El dilema plana el futur de la corbata per la decisió que anirà prenent la població influïda per aquests aspectes esmentats. Com hem dit, hi ha un canvi generacional, però també hi ha un canvi de paradigma sobre la corbata. Aquest futur vindrà acompanyat de les tendències, la moda, caldrà saber quin paper vol jugar la societat amb la corbata i una de les franges que hi té més a dir, com hem anat apuntant, seran els joves. Ells aniran traçant el camí sobre l'ús o no ús de la corbata. Ja estem deduint que els joves no els hi estan agradant els valors que li han anat atorgant al llarg dels anys a la corbata però si hi ha uns valors que els estiren a acceptar-la i la moda i les mateixes tendències ho recullen perquè es dugui més la corbata aportant valors més estètics com son l'elegància, la seducció termes on el valor recau en la seva bellesa.

També hem de tenir en compte que hi ha un canvi generalitzat en el vestir que repercuteix també a l'ús o no ús de la corbata. Les grans marques de roba i dissenyadors estan adaptant el vestuari perquè cada vegada la gent vesteix més informal i aquest aspecte és clau per la situació de la corbata. Potser al final la corbata serà un complement que deixarà d'utilitzar-se el dia a dia i només per a ocasions excepcionals? Serà interessant veure-ho d'aquí a un temps. Però no deixa de ser curiós i a la vegada interessant com d'important i quin pes comunicatiu té encara avui dia un tros de tela que ens nuem el coll. Sinó comunicués, sinó tingués un llenguatge propi potser faria massa temps pels anys que existeix, que hauria desaparegut però la corbata continua viva adaptant-se els nous temps que estan per venir.



### 8.4.6. Categoria 6. La corbata en l'àmbit laboral

En la següent categoria hem aprofundit per descobrir la corbata a l'àmbit laboral. Els resultats ens serviran per constatar l'obligatorietat de l'ús de la corbata i els motius perquè en l'àmbit laboral depenent de quins sectors encara s'obliga.

CATEGORIA 6: La corbata en l'àmbit laboral	
7/8	<p><b>Subcategoria 6.1: Les professions on actualment s'usa la corbata</b></p> <p><i>"Advocacia."</i></p> <p><i>"Banca."</i></p> <p><i>"Món financer."</i></p> <p><i>"Despatxos d'advocats."</i></p> <p><i>"Àmbit professional."</i></p> <p><i>"Despatxos grans."</i></p> <p><i>"Despatxos internacionals."</i></p> <p><i>"Empresa."</i></p> <p><i>"Grans consultores."</i></p> <p><i>"Reunions molt importants."</i></p> <p><i>"Un judici important."</i></p> <p><i>"Polítics."</i></p> <p><i>"A una junta d'accionistes."</i></p> <p><i>"Telenotícies."</i></p> <p><i>"Treballador de banca o advocat."</i></p> <p><i>"Es demana dur corbata a partir que vas a treballar a la banca."</i></p> <p><i>"Comercial de perruqueria."</i></p> <p><i>"Executius."</i></p> <p><i>"Dret."</i></p> <p><i>"Sectors més executius."</i></p> <p><i>"Entorns professionals molt marcats."</i></p>
8/8	<p><b>Subcategoria 6.2: Aportacions de la corbata en el món laboral</b></p> <p><i>"Perfils de poder."</i></p> <p><i>"Un determinat èxit professional, es treuen la corbata."</i></p> <p><i>"Ja he arribat allà on volia ser i avui ningú m'imposa l'ús de la corbata."</i></p> <p><i>"Poder decoratiu."</i></p> <p><i>"Els nanos joves, o sigui caps als 30 anys, que encara han de demostrar."</i></p> <p><i>"Depèn moltíssim de les expectatives."</i></p> <p><i>"El dress code l'obliga amb la qual cosa notaràs perquè la corbata que escollirà generalment no diràs res d'ell, serà neutre o negativa."</i></p> <p><i>"Avui en dia qui porta corbata és simplement perquè se sent obligat."</i></p>

	<i>"Entro al món adult del treball i em poso corbata."</i>
	<i>"Un home ben vestit de corbata la perspectiva que tinc d'ell és de molt professional."</i>
	<i>"Transmet seguretat."</i>
	<i>"Aquest senyor es cuida."</i>
	<i>"És un missatge."</i>
	<i>"Transmetre impressions, emocions."</i>
	<i>"Guanyem una confiança i una seguretat."</i>
	<i>"Comunica professionalitat."</i>
	<i>"Aquest home és capaç d'arriscar en un projecte."</i>
	<i>"La percepció és de més credibilitat i més professionalitat."</i>
	<i>"Molta gent que diu: «Corbata? Passo. Ostres, que tinc una reunió molt important! Ostres, la corbata! Si no fos tan important, no te la posaries."</i>
	<i>"Abans era un símbol de pertinença, de pertinença a un grup."</i>
	<i>"La corbata comunica la personalitat del que la porta i també en molts casos de l'organització a la que representa, sigui un banco o una empresa."</i>
	<i>"Si tu estàs en un entorn executiu, el teu interlocutor et prendrà per una persona més seriosa i més professional."</i>
	<i>"L'home que porta corbata pretén transmetre formalitat i serietat. Professionalitat entesa com un terme genèric que a mi personalment no m'agrada perquè cada professió pot ser professional tenint qualitats diferents a transmetre en cadascuna d'elles."</i>
	<i>"Els homes quan ens arreglem, guanyem una confiança i una seguretat amb què et sents capaç d'enfrontar-te a qualsevol situació, encara que sigui complicada. Em refereixo inclús, en el món del treball."</i>
3/8	<b>Subcategoria 6.3: Tendència al desús de la corbata a l'àmbit laboral</b>
	<i>"Molt poques empreses i molt pocs àmbits que requereixin la corbata."</i>
	<i>"Aquests nois quan acaben la carrera i s'incorporen a l'empresa o grans consultores, tenen una mica la tendència a pensar: «entro al món adult del treball i em poso corbata», però quan arriben a l'ambient de treball pràcticament la descarten."</i>
	<i>"Entitat bancària que els diuen «Res de corbata»."</i>
	<i>"Però alerta, si vas a una empresa creativa no vagis amb una corbata perquè quan et vegin ja no et voldran."</i>
	<i>"A una junta d'accionistes tothom se la posa, i diàriament no se la posen. Perquè se la posen en aquest moment? Perquè l'acte és formal i perquè estàs davant les càmeres, perquè hi ha gent a l'auditori i sempre mostrem més respecte amb ella (amb la corbata) que sense ella."</i>
	<i>"Al telenotícies avui surten amb corbata, i demà sense corbata. Tu veus a algú desplaçat a Nova York amb la seva corbata i el seu traje, et transmet una cosa totalment diferent si visualitzes l'altra canal de televisió que connecten amb Nova York hi surt un noi amb mànigues de camisa, arremangat i amb ulleres de sol. La recepció del missatge és diferent."</i>
	<i>"No toca portar corbata perquè no la porten els líders del grup."</i>
	<i>"Els joves intenten evitar-la. Moltes empreses multinacionals que treballa els joves s'han revelat en contra de l'ús de la corbata."</i>
	<i>"Sectors més creatius o que no tenen aquesta sensació de formalitat a l'activitat que efectua l'empresa en què inclús està vista com a poc positiva."</i>
	<i>"Tota la gent adulta que treballa en sectors més de funcionariat, allà no hi veuràs una corbata en molts anys."</i>
	<i>"Hi ha molts polítics que deixen d'utilitzar la corbata per donar aquella sensació que no forma part d'aquest tipus d'entorns."</i>
	<i>"Hi ha alguna empresa de banca que ha decidit que de cara el públic els senyors no portin corbata per donar una sensació de més proximitat al seu client."</i>
	<i>"La corbata s'utilitza en un entorn professional molt marcat i per això crea tanta reticència inclús rebuig amb altres sectors."</i>

**QUADRE 40.** Categoria 6. La corbata en l'àmbit laboral

Font: elaboració pròpia

## Resultats

En la categoria plantejada sobre la corbata a l'àmbit laboral han sorgit uns resultats interessants que ens situen molt bé aquest complement de roba en el sector del treball. Quan ens vàrem plantejar aquesta subcategoria volíem saber quines són les principals professions o bé llocs on encara s'obliga el treballador l'ús de la corbata i fer-nos una visió general.

7 dels 8 experts ens han indicat quines són les professions on actualment es requereix o s'obliga l'ús de la corbata. Si ens fixem són professions que fins ara encara tenen un prestigi social, és a dir, professions que socialment «queda bé» dir que hi treballes. Aquestes professions hem vist que estan relacionades amb l'àmbit financer, jurídic o bé la política. Els podríem relacionar amb els fonaments de poder que ha atorgat fins ara la societat: els diners, la justícia i la política. Alguns dels experts ja ens indiquen que són entorns professionals molt marcats. És interessant no deixar de banda que quan defineixen les professions li donen un grau superior alhora de exemplificar-los com a «grans despatxos», «un judici important» o bé «sectors més executius», entre altres. Li donen una rellevància per dir que no són qualsevol lloc, sinó espais de treball importants. Per tant, podem concloure que **actualment en l'àmbit laboral on l'home usa la corbata, són en professions que socialment són vistes com a àmbits importants o de rellevància**. Per tant, **la comunicació que està atorgant la corbata és vàlida i necessària encara per aquests tipus de sectors**. La comunicació que transmet els hi interessa i és oportuna dins els seus àmbits.

Una vegada hem sabut les professions volíem descobrir quines són les aportacions de la corbata pel fet d'usar-la en l'àmbit laboral. El fet que els obliguin a dur-la, pensem que la corbata ha d'aportar quelcom. És així, 8 dels 8 experts consideren que la corbata aporta comunicativament en l'àmbit laboral. Fixem-nos que hi ha diferents aportacions de representació: perfils de poder, professionalitat, per transmetre emocions, per donar confiança, per donar credibilitat... És a dir, la corbata a l'àmbit laboral els aporta diferents registres comunicatius com poder, credibilitat, confiança, emotivitat però aquest tipus de comunicació va lligada de manera paral·lela amb l'organització o empresa que treballa. Recordem que en l'àmbit del treball l'home usa la corbata, li agradi o no, per obligació per tant ja no es representa ell mateix sinó que representa el lloc on treballa. Per tant, a aquestes empreses els interessa la corbata per

ajudar a comunicar, a través de l'home que la utilitza, atributs que consideren idonis per a la seva organització. És una empresa amb credibilitat, en poder, una empresa que vol mostrar confiança entre altres. Els resultats ens mostren una vegada més com aquest complement se segueix utilitzant com a **instrument de comunicació perquè aporta diferents atributs interessants per a les organitzacions. El canal de comunicació és la corbata, el que vol comunicar dependrà del que vulgui transmetre l'empresa.**

En aquesta mateixa categoria també hem volgut tenir en compte, el que hem anat extraient el llarg de la nostra investigació, la detecció del desús de la corbata. Hem de ser-ne plenament conscients que hi ha una tendència al desús i no ens en podem oblidar. Per això, ens ha estat interessant aquesta subcategoria per veure si també hi ha desús de la corbata en l'àmbit laboral. 3 dels 8 experts ho confirmen. No és resultat majoritari de tots els experts, però sí que ja indica que existeix, com hem dit, una tendència al seu desús. Es comença a detectar a utilitzar una vestimenta molt més informal. Tornem a detectar que són les noves generacions, o bé les generacions més joves que quan entren a treballar els àmbits esmentats, potser ja no necessiten mostrar a través de la corbata, el poder, la confiança, la credibilitat quan comentàvem que es feia ús a grans empreses o despatxos de rellevància. **Es detecta un desús de la corbata en professions on és un uniforme habitual i es tendeix a representar l'empresa o organització en un sistema de comunicació diferent, sense utilitzar la corbata com a instrument.** Tot i això ens ha estat interessant que en la nostra investigació es tornés a reflectir aquesta tendència, en aquest cas, només a l'àmbit laboral.

#### 8.4.7. Categoria 7. La corbata en els esdeveniments

En aquesta categoria volem descobrir l'aspecte estètic que s'escull de manera optativa. En els esdeveniments normalment s'escull la corbata per estètica i aquí hem volgut saber en quins tipus d'esdeveniments l'home porta corbata. A més a més, hem indagat per saber què aporta a l'home quan usa la corbata en els esdeveniments sense oblidar-nos també de la manifestació d'una pèrdua de l'ús de la corbata en aquests tipus d'actes.

## CATEGORIA 7: La corbata en els esdeveniments

6/8	<p><b>Subcategoria 7.1: Esdeveniments on actualment es vesteix amb corbata</b></p> <p><i>"Grans ocasions."</i></p> <p><i>"Reunions molt importants."</i></p> <p><i>"Si ha de veure un client important."</i></p> <p><i>"Moments molt especials per a un mateix."</i></p> <p><i>"Bautizos, bodas y comuniones."</i></p> <p><i>"Certes tradicions."</i></p> <p><i>"Sopar de Nadal."</i></p> <p><i>"Recepció oficial."</i></p> <p><i>"Per a un esdeveniment determinat."</i></p>
8/8	<p><b>Subcategoria 7.2: Aportació de la corbata en els esdeveniments</b></p> <p><i>"Avui m'he vestit per a tu."</i></p> <p><i>"Poder, marca diferència, marca estatus."</i></p> <p><i>"Entendre la corbata com un element de transmetre impressions, emocions, o transmetre respecte."</i></p> <p><i>"Depèn del seu paper a l'hora de portar-la: autoritat, superioritat, diferència, seriositat, professionalitat."</i></p> <p><i>"Valor suprem."</i></p> <p><i>"Què els hi fa la corbata? Els hi dona l'acabament del punt de caballero i del saber vestir del caballero."</i></p> <p><i>"Ens sentim més elegants quan usem la corbata."</i></p> <p><i>"És un complement obligat en el traje."</i></p> <p><i>"Amb la corbata mostres una educació, un respecte amb qui estaràs."</i></p> <p><i>"Sempre mostren més respecte amb ella que sense ella."</i></p> <p><i>"Quan una persona vol donar una imatge excepcional, allò de dir cuidada."</i></p> <p><i>"És un complement estètic i que reflecteix un domini de l'estètica."</i></p> <p><i>"Amb un casament veiem algú sense corbata i ja som nosaltres mateixos que diem: «On va aquest?»."</i></p>
5/8	<p><b>Subcategoria 7.3: Tendència al desús de la corbata en els esdeveniments</b></p> <p><i>"Sí, clarament s'està perdent en tots els àmbits. A l'àmbit de l'oficina, a l'àmbit de la vestimenta d'esport del cap de setmana,</i></p> <p><i>a tots els nivells, a tots els estrats socials i a tots els esdeveniments més o menys formals."</i></p> <p><i>"Tots hem tingut ídols, doncs ara els d'Internet, el de Facebook, el de Google, el d'Amazon... són gent que no porta corbata."</i></p> <p><i>"Ara succeeix que, quan se t'exigeix una vestimenta formal, hi ha gent que t'apareix sense corbata."</i></p>

**QUADRE 41.** Categoria 7. La corbata en els esdeveniments

**Font:** elaboració pròpia

## Resultats

6 dels 8 experts ens certifiquen els esdeveniments a on es requereix l'ús de la corbata. Els experts ens mostren que en alguns esdeveniments socials la corbata és considerat un element imprescindible. Amb les seves aportacions s'ha pogut realitzar un llistat dels esdeveniments on actualment els homes tendeixen a portar corbata. Són actes públics de gran rellevància en la nostra cultura, com un casament, un bateig, una comunió, o bé en dates assenyalades dels dies de Nadal. Quan l'esdeveniment té una importància extraordinària, l'ús de la corbata és més usada.

Uns altres esdeveniments on la corbata encara és molt usada, és en ocasions on la imatge pública és rellevant, com ara quan cal sortir a la televisió, donar una conferència.

Els resultats ens mostren que actualment hi ha esdeveniments on els homes decideixen portar majoritàriament corbata: **en esdeveniments festius importants i actes públics de rellevància**. Aquests esdeveniments, són on la corbata menys es posa en dubte i l'home decideix usar-la.

8 dels 8 experts consideren que quan un home usa la corbata aporta quelcom en els esdeveniments. Consideren que les característiques que té la corbata li atorguen un valor afegit destacable. Les aportacions dels experts ens mostren la corbata com un element comunicatiu en molts aspectes. En primer lloc, l'ús de la corbata com a necessitat de l'home per diferenciar-se per destacar, fa de la corbata un element important per aconseguir-ho. Un altre dels aspectes que podem percebre és que l'ús de la corbata en els esdeveniments transmet respecte davant de l'altre. L'emissor, amb consciència, es posa la corbata per respecte a l'altre persona. Una frase que ho expressa amb claredat és: "Avui m'he vestit per a tu." Es continua utilitzant la corbata en aquest cas en els esdeveniments com a instrument comunicatiu. La corbata se li atorga un llenguatge simbòlic valuós per marcar aspectes com seguretat, superioritat o diferència. S'utilitzaria la corbata com element comunicatiu diferenciador i en el cas dels esdeveniments per marcar estil personal o elegància.

5 dels 8 experts consideren que hi ha una pèrdua d'ús de la corbata en el cas dels esdeveniments. Si fem una comparativa amb la categoria de l'àmbit laboral, podem comprovar que el desús és més alt en els esdeveniments que

no pas amb l'àmbit laboral. En els esdeveniments, tot i la importància que li atorguen els experts l'ús de la corbata, també **s'hi reflexa la tendència a la pèrdua del seu ús**. Hem de tenir en compte que en esdeveniments on la corbata no es posava en dubte el seu ús, actualment la tendència és que alguns homes prenen la decisió de no portar-ne. Com a factor comunicatiu de la corbata, no dur corbata en moments on la generalització és portar-ne, es pot considerar entre un factor de rebel·lia o de trencament de les regles. Ja no preval l'estètica del conjunt del vestit de l'home sinó donar la importància de ser contrari als costums o tradicions que hi hagut fins ara. En cada cas, l'objectiu depèn del portador: el nuvi que no porta corbata és per rebel·lia o per informalitat? El gran empresari que en esdeveniments no porta corbata, també ens podem preguntar, és per rebel·lia o per informalitat. Aquesta és la situació actual quan un home no usa la corbata en esdeveniments que culturalment es considera que cal dur-la: rebel·lia o formalitat. Hi ha tendència a no dur-la per trencar les regles que han estat marcades socialment fins ara. Per concloure direm que l'home usa corbata per a grans ocasions o esdeveniments. En aquest sentit, la corbata es du per estètica i li aporta molts elements comunicatius de representació davant els altres: estil, elegància, respecte i imatge. Finalment, no podem eludir que en alguns esdeveniments on hi havia el costum o tradició que l'home usés la corbata hi ha la tendència a treure-se-la.

#### **8.4.8. Categoria 8. Aspectes comunicatius de la corbata**

Sí a l'anterior categoria buscàvem el descobriment de l'aspecte estètic, en aquesta categoria número 8 volem saber i indagar quins són els aspectes comunicatius de la corbata. Hem volgut acotar molt més per saber quins són aquests aspectes més rellevants. Després del primer anàlisi en les entrevistes vam poder formular aquesta categoria que ens ha permès veure quatre grans subcategories que engloben de manera concreta els seus aspectes més comunicatius. Un primer aspecte és que la corbata comunica imatge personal, individualitat, és a dir, s'utilitza per comunicar a través de la seva imatge que nosaltres la utilitzem de manera individual. Un segon aspecte comunicatiu de la corbata és que s'utilitza per comunicar quan tenim la necessitat o volem representar a un grup. És un aspecte comunicatiu identificador, a través d'un

grup social sigui empresarial, acadèmic, col·legial, associacions entre altres la corbata té aquest aspecte comunicatiu de representació. Un tercer aspecte comunicatiu de la corbata que hem pogut plantejar en aquesta subcategoria ha estat el seu aspecte comunicatiu emocional. Es tracta d'una comunicació que provoca sensacions, és a dir ens transmet sentiments de la persona que la porta però a la vegada transmet una comunicació emocional qui la veu i per últim no podíem obviar l'aspecte comunicatiu de la mateixa corbata, és a dir, del color, la forma el tipus de nus és un aspecte de comunicació que no tenen altres complements de roba i la corbata és transcendent i important. Dependent del tipus de corbata es donarà un tipus de comunicació o bé una altra.

### CATEGORIA 8: Aspectes comunicatius de la corbata

7/8

Subcategoria 8.1: **comunica imatge personal - individualitat**

*"és una eina de comunicació molt potent".*

*"Perquè penso que hi ha gent jove o gent adulta dins les primeres franges d'edat que ha descobert un cert poder decoratiu a la corbata".*

*"Aquells que els hi agrada jugar amb el seu estil personal, penso que troben en la corbata, pues [...] l'expressen doncs això, a través de les corbates".*

*"La corbata sí és aquell element d' escolta , vaig a posar-me full, vaig a vestir-me molt i molt elegant i es tiren a la corbata".*

*"Recolza molt l'estil de l'home".*

*"Si tu veus un noi amb traje i corbata i el cabell amb una cresta pintada de lila, doncs la veritat que diràs no sé qui menteix la cresta o la corbata, però aquí hi ha algú que està mentint".*

*"La corbata és potser dels pocs o únic element en que l'home pot demostrar o pot fer percebre la seva personalitat. Doncs aquí, no és que hi hagi carta blanca per portar-la com vulgui, però sí que pots transmetre certes coses que amb un traje doncs no es pot perquè són bastant uniformats".*

*"És un símbol de distinció i senyorio".*

*"La corbata és quelcom que forma part del vestit del senyor i forma part del traje".*

*"La corbata t'ajuda a comunicar millor sempre hi quan la corbata la portis en el lloc i moment adient per donar la imatge adequada, sinó resta".*

*"Quan algú el veiem amb una corbata, com que el veiem ben estructurat i la línia horitzontal, i tot posat dóna seguretat, el veiem amb una imatge molt més seria i segura".*

*"Els que usem corbata ens sentim més elegants quan usem la corbata, és un complement obligat en el traje".*

*"Quan una persona vol donar una imatge excepcional, allò de dir cuidada, elegant casi sempre recorre a la corbata".*



5/8

Subcategoria 8.2: **comunica representació de grup**

*"Es un projecte d'autoritat"*

*"projecte molt poder"*

*"La corbata comunica la personalitat del que la porta , i també en molts casos de l'organització a la que representa, siguin bancs o una empresa. De fet Iberdrola la porta verda, Vodafone i la gent de Banco Santander la porta vermella, i bé doncs, i l'escullen verda perquè volen demostrar que estan a favor del medi ambient, altres amb infinitats de colors."*

*"Per marcar poder, marcar diferència, per marcar estatus"*

*"Trobem jovent que per anar a treballar se la posa perquè diu doncs hi tinc d'anar"*

*"Perquè els adults en n'hi ha molts que no saben anar a treballar encara sense corbata"*

*"Perquè la corbata té un punt masculí"*

*"No es posen la corbata perquè volen que el vegin sinó perquè la societat està establerta de depèn de quines situacions es té que posar corbata".*

*"la corbata el que vol representar és un estatus, una experiència, una credibilitat i una elegància".*

*"Quan va a vendre productes amb una perruqueria no té perquè anar amb traje i corbata pues molts hi van, m'entens, volen donar una bona imatge".*

*"La corbata es comença a portar a partir de que et cases".*

*"Encara es compren moltes corbates perquè si hi ha un sector professional en què l'ús de la corbata és obligatori, sectors com la banca, dret, empresa una mica més gran que tenen tot d'executius"*

4/8

Subcategoria 8.3: **comunicació emocional – comunica sensacions**

*"Qui sap entendre la corbata com un element de transmetre impressions, emocions, o transmetre respecte, sap que la corbata és l'element perfecte o el complement perfecte per transmetre aquesta informació".*

*"Els homes quan ens arreglem guanyem una confiança i una seguretat en la que et sents capaç d'enfrontar-te a qualsevol situació, encara que sigui complicada".*

*"Li atorga un prestigi, per plaer".*

*"Sense cap dubte. Transmet i molt. Si tinc una reunió important sempre en porto una blau marí de microtopos. Si estic alegre en tinc una de més florejada de color grana. A l'hivern i fa un dia lleig, doncs una escocesa verda i gris. Vull expressar aquell dia com em sento".*

*"... És cert que veient la corbata d'una persona al llarg d'una sèrie de dies, és molt fàcil endevinar la personalitat d'aquella persona, immensament fàcil. Perquè al final és un reflex de la teva personalitat".*

*"L'home que porta corbata pretén transmetre formalitat, serietat".*

*"No diria elegància no depèn d'un complement sinó d'un conjunt, però sí aquest punt de professionalitat".*

6/8 Subcategoria 8.4: **la comunicació dels diferents tipus de corbates**

*"O qui fes servir una corbata estreta o una corbata més ample, la corbata estreta sempre és... és veritat que ens hem de fixar moltíssim si la persona sap fer servir la corbata sabrà que la corbata ha d'anar sempre la seva amplada en relació amb l'amplada de la solapa de l'americana".*

*"Un home creatiu, arriscat, òbviament sempre portarà una corbata molt potent de color amb un estampat fort, amb color intens".*

*"Ens basem amb la de seda de 8 cm, 8,5 cm d'ampla, però a mi m'agrada molt la de llana que són per l'hivern. La de lli per l'estiu. La de croche o punt és preciosa".*

*"L'amplada és més pel moment d'usar-la o el lloc on s'ha de portar".*

*"En trobem de punt, en trobem de moltes maneres. Ara la gent adulta és la que en porta més".*

*"Llavors seria important que tots els homes que portessin corbata es fessin la teoria del color, el test del color, com influeix el color en les línies del rostre, i sabrien cada moment amb cada color de corbata quina imatge els hi projecte al seu rostre". Molt important això. Jo tinc clients que tenen diferents corbates al calaix per depèn de cada situació".*

*"Els colors que esculls. La pròpia forma que te la nues. Si són més o menys cridaners (de color). Com ho barreges amb tal".*

*"El que sí pots endevinar amb una corbata és si una persona és d'idees més tradicionals, d'idees més revolucionàries, si és un cap boig, si se'n riu de la vida..."*

*"Si tu esculls colors sòlids, i sense cap dibuix, per norma general és una persona més introvertida, és una persona més pulcra, menys oberta".*

*"Una persona que porti una corbata vermella sang, el dia següent verda, el dia següent amb una Mafalda, pensaria més amb una persona més creativa, més del món del disseny, molt més extravertida, li serà igual què digui la gent... vol provocar".*

**QUADRE 42.** Categoria 8. Aspectes comunicatius de la corbata

**Font:** elaboració pròpia

**Resultats**

En aquesta categoria volem descobrir els aspectes comunicatius de la corbata. En termes generals hem volgut saber què comunica la corbata. 7 dels 8 experts consideren que un aspecte comunicatiu rellevant de la corbata és la comunicació de la imatge personal, la imatge del mateix individu, en aquest cas, aquí hi ha el factor estètic rellevant. Es a dir, comuniquem a través de la imatge personal que ens dota la corbata, recordem però que la corbata és un complement, per tant, complementa la resta del vestit de l'home, malgrat que, com diuen alguns dels experts, la corbata comunica amb la seva imatge atorgant linealitat en el vestit com també conferint-li elegància i estil. És ben cert que si visualitzem un home vestit amb camisa i americana o un home vestit en camisa, americana i corbata, la imatge personal varia, comunica quel-

com més. Comunica estil, fins hi tot li atribueix un saber fer, una elegància en el vestir. És, en aquest sentit, un suport en el vestit de l'home i per tant té el poder comunicatiu de donar-li una bona imatge individual de distinció, marca diferència en el vestir. Aquesta comunicació és una acció favorable per projectar una bona imatge de l'home. Els mateixos experts consideren que la corbata és un complement la comunicació de la qual fa que li donem molt més valor de manera global al vestit de l'home.

A banda de la comunicació en la seva imatge, 5 dels 8 experts responen que un altre tipus de comunicació que té la corbata és la de representació d'un grup, n'hem parlat en diferents ocasions al llarg de la investigació, però en aquest cas ens hem cenyit en l'aspecte purament comunicatiu. L'home es posa la corbata per comunicar un «paper representatiu», és a dir, per a representar el que li és d'interès, ja sigui per obligació o bé opcionalment. Normalment són papers jeràrquics, representació de poder, d'autoritat, d'un estatus, però a la vegada també són comunicacions per representar el lloc on treballes, una organització, una empresa o un col·lectiu que la corbata forma part del seu «uniforme de vestir». Aquest tipus de comunicació està molt arrelada als costums i tradicions que ha anat acompanyada sempre la corbata. Un dels experts, per exemple, exposa que et poses corbata a partir de quan et cases, és a dir, quan socialment es considera que ets una persona adulta. Actualment, aquest tipus de tradició està minvant, però no deixa de ser una comunicació representativa que ha anat adquirint al llarg dels anys aquest complement. Encara avui, com ens exposen els experts, és un tipus de comunicació que s'utilitza per a representar i s'empra la corbata com a instrument per a comunicar. Tot i que, com veiem, no són la majoria d'experts que opten per aquest tipus de comunicació, ja que al llarg de la nostra investigació hem dit que hi ha la tendència al desús d'utilitzar la corbata com a uniforme.

4 dels 8 experts també consideren que té un aspecte comunicatiu emocional, és a dir, el fet de portar corbata pot provocar sensacions o bé emocions del qui la porta i també del qui la visualitza. En aquest sentit, els experts ens expliquen que els homes quan ens arreglem igual que una dona, hi ha una sensació de confiança, de valentia, de seguretat, aquests aspectes que ens argumentaven els diferents experts són emocions, sensacions. Ens posem la corbata per comunicar emocions, volem transmetre a través de la corbata. Molt sovint, quan ens posem la corbata, admitem que "ens arreglem", ens

sentim diferents. Cada individu explorarà depenent del tipus de corbata una sensació o una altra però ens ha semblat molt interessant, realitzar aquesta subcategoria com un dels aspectes comunicatius que té la corbata. Sovint, ens veuen persones que no coneixem, potser no hi parlem però som conscients que transmetem comunicativament una sensació i/o emoció pel sol fet de dur-la. Transmetem uns estímuls que com deia Dember (1960) "adquireixen una significació determinada perquè tinguin un significat concret". Per tant, la corbata és un complement que si sabem utilitzar de manera adequada té la virtut de transmetre emocions i sensacions positives per a nosaltres i pels que la veuen, com diu l'expert Bere Casillas «és el complement perfecte per transmetre aquesta informació». Per altra banda, un altre aspecte rellevant d'aquesta categoria ha estat descobrir, l'aspecte comunicatiu dels diferents tipus de corbates. Com hem dit, la corbata té una forma i figura que hem treballat amb la llei de la Pregnància, emmarcada dins la Teoria Gestalt, atorga importància a les formes i el seu impacte visual i perceptiu, per això, ha estat també remarcable saber que la corbata comunica a través de la seva forma, disseny i figura, aquesta comunicació la podem percebre a través del color de la corbata i també del nus que elaborem, de les mides de llargada i d'amplada. És un aspecte comunicatiu rellevant, cada corbata depenent del nus, color amplada i llargada comunicarà d'una manera o altra. 6 dels 8 experts consideren que aquest és un altre aspecte comunicatiu que té la corbata. Actualment en el mercat podem trobar diferents tipus de corbates. Canvia l'aspecte per a cada situació, dia i hora. Ja hem vist que no és el mateix portar una corbata de lli que una corbata de seda, fer-se un nus simple o un nus Windsor, tot varia i cal tenir l'habilitat d'adaptar-la a cada lloc i circumstància que ens trobem per poder enfocar una millor comunicació. Els colors en aquest cas també són determinants per comunicar. Dona evidència que no comunicarem el mateix duent una corbata vermella, com sovint porta l'actual president dels Estats Units, Donald Trump, que les corbates de colors menys vistosos que ens tenia acostumats de veure Barack Obama. La mateixa forma també és un tret rellevant que utilitza per a comunicar la mateixa corbata. Al llarg de la nostra tesi hem pogut comprovar com les principals marques de moda per provocar o estimular un interès als més joves a dur corbates, les dissenyen amb una amplada molt més estreta del que estàvem acostumats a veure. La mida també és un factor que determina un tipus de comunicació o un altre.

## 8.5. Recull de conceptes

A banda de l'elaboració d'aquestes categories, s'ha treballat amb un recull de tots els conceptes que els mateixos experts han atorgat a la corbata al llarg de tota l'entrevista.

El recull de conceptes s'ha realitzat llegint minuciosament la transcripció de les entrevistes als experts per fer-ne el buidatge i seleccionar els més destacats i precisos. Des de la primera pregunta, quan l'entrevistat exposava algun concepte sobre la corbata, s'anotava a una llista prèviament preparada. No obstant això, en aquest apartat no s'ha considerat rellevant l'autoria del concepte, sinó que s'ha volgut posar en relleu exclusivament el concepte en si i com es relaciona amb la corbata.

Per a la presentació d'aquest recull de conceptes hem cregut pertinent usar algunes de les subcategories extretes de l'anàlisi anterior, és a dir: l'àmbit d'emotivitat, l'àmbit de pertinença de grup, l'àmbit de l'estètica i, per últim, l'àmbit de l'etiqueta social en el vestir.

No només hem volgut fer un mer recull per elaborar una llista, sinó que la majoria de conceptes s'han emmarcat dins el context en què el situava el mateix expert. Per exemple, quan un expert anomena la paraula «neutre», parlant de la imatge neutra, s'ha inclòs a l'apartat d'imatge. O quan un altre expert ha anomenat «seguretat» com una sensació personal, s'ha anotat el concepte a l'àmbit d'Emotivitat. Per aquest motiu, a la llista hi hem afegit l'apartat de l'Àmbit Específic per conèixer en quin context s'anomenava el concepte.

S'han recollit un total de 233 conceptes que els experts han atorgat a la corbata al llarg de les entrevistes i els hem classificat en les quatre llistes que oferim a continuació.

CONCEPTES D'EMOTIVITAT		
Nº	Concepte	Àmbit específic
1	Element que projecta una personalitat	
2	Escanya	(Vellesa: quan es fan grans el coll s'eixampla)
3	No sol ser gaire còmoda	(Vellesa: quan es fan grans el coll s'eixampla)
4	Respecte	
5	Full	(Paraula anglesa dins la frase «posar-se full»)
6	Aportar	
7	Objecte inútil	
8	La corbata és molt rica	
9	Pesat	(Dur corbata. Adults)
10	Plaer	
11	Moltíssim valor	(Joves)
12	Serietat	
13	No portar corbata: imatge propera	
14	Rebel·lia	
15	Serietat	(àmbit mundial d'empresa, financers, executius)
16	Rigor	
17	Diferència	
18	No dur corbata: sentir-se més a gust	
19	Seguretat	(Sensació personal)
20	Anar bé les coses	
21	Marca distància	(persona)
22	L'adorno	(la corbata)
23	Guanyem confiança	(Els homes)
24	Guanyem seguretat	(Els homes)
25	Detall psicològic	(La corbata)
26	Plaer	(Ús per)
27	Hi jugo	(Amb la corbata com qui juga amb la barba)
28	Estrany	(un conjunt queda pitjor sense corbata)
29	Pitjor	(sense corbata)
30	Sentir-se segur	
31	Meravellosa	(És una pena perquè la corbata és)
32	Obligat	(Generalment qui la porta)
33	Mostrar respecte	(vol transmetre un home amb corbata)
34	Transmetre	(una corbata)

35	Especial	(moments)
36	Expressar	(com em sento)
37	Forma part d'algú seu	(se la posa perquè)
38	Reflex	(de la personalitat)
39	Expressió	(de la seva individualitat)
40	Qui ets	
41	Els teus valors	
42	Què vols dir	
43	Missatge	
44	Llenguatge	
45	Impressions	(element de transmetre)
46	Emocions	(element de transmetre)
47	Enteresa	(transmetre)
48	Integritat	(transmetre)
49	Donar missatge	
50	Apropament	
51	Positivitat	
52	Jovialitat	
53	És més	(que un complement estètic)
54	Transmet valors	
55	Moments molt especials per a ell	
56	Reflecteix	
57	Reticència	(per ser l'estatus d'una classe social diferent o entorn professional marcat)
58	Rebuig	(per ser l'estatus d'una classe social diferent o entorn professional marcat)
59	Capacitat d'arriscar	(a la vida)
60	Arriscar en un projecte	(«Pel fet que un home porti corbata sabem el que aquest home és capaç d'arriscar»)
61	Arriscar en una redacció	(capaç d'arriscar)
62	Oberta	(Personalitat)
63	Infantil	(Personalitat)
64	El que un porta a dins	(Comunica)
65	Personalitat interior	(Aflora)
66	Un cavaller	(Personalitat interior d'un cavaller)
67	Si estic alegre	
68	A l'hivern	(i fa un dia lleig, doncs una escocesa verda i gris)
69	Expressar aquell dia o com em sento	

**QUADRE 43.** Recull de conceptes. Conceptes d'emotivitat**Font:** elaboració pròpia

CONCEPTES DE PERTINENÇA DE GRUP		
Nº	Concepte	Àmbit específic
1	Estatus	
2	Element d'autoritat	("Tant per qui l'usa, com per qui no gosa usar-la").
3	Element professional	
4	Demostrar	(Joves a professions tradicionals)
5	Estàndard masculí de formalitat	
6	Sentir-se adult	
7	Pas a home	
8	El seu senyal	(Adults)
9	Punt masculí	
10	Imprescindible	(àmbit mundial d'empresa, financers, executius)
11	Element diferenciador	
12	Estatus econòmic	
13	Pertinença	(«A un grup o a una classe»)
14	Estatus	
15	Persona conservadora	
16	Estatus social mitjà-alt	
17	Professional	
18	Separació	(Separació entre classes socials i professions)
19	Poder	
20	Marcar diferència	
21	Marcar estatus	
22	A un lloc determinat	(Quan vaig)
23	Obligació	(Usa la corbata per)
24	Imposició	(Ús de la corbata per)
25	Poder	(que té una corbata)
26	Societat establerta	(depèn de quines situacions s'ha de dur corbata).
27	Idees tradicionals, revolucionàries..	
28	Alta de les circumstàncies	(comercial de perruqueria)
29	Autoritat	
30	Medalla	És com una medalla
31	Reunió important	
32	Diferenciació	
33	Símbol de pertinença	(a un grup)
34	Formal	(Acte formal. La presidència d'una junta d'accionistes)
35	Entorn professional marcat	

**QUADRE 44.** Recull de conceptes. Conceptes de pertinença de grup

**Font:** elaboració pròpia



CONCEPTES ESTÈTICS		
Nº	Concepte	Àmbit específic
1	Element decoratiu	
2	Poder de decoratiu	
3	Estil	
4	Combinació	
5	Complement més	
6	Elegància	
7	Atemporal	
8	Linealitat de la persona	
9	Complement d'home	
10	Saber vestir	
11	Tendència	(pels joves)
12	Mostrar educació	
13	Tradició	
14	Elegant	(Aporta un caire elegant a la imatge de l'home)
15	Imatge	
16	Imatge determinada	
17	Moda	
18	Professionalitat	
19	Té un valor suprem	(Motiu perquè un home usa la corbata)
20	Elegància	
21	Experiència	
22	Credibilitat	
23	No dur corbata: proximitat	
24	Seguretat	
25	Cuidar-se	
26	Detallista	
27	Més professionalitat	
28	La impressió és bona	
29	Serosa	(Imatge)
30	Segura	(Imatge)
31	Pejorativa	(Imatge amb corbata)
32	Excepcionalitat	(Imatge amb corbata)
33	Curosa	(Imatge amb corbata)
34	Complement	
35	Cuidada	(persona)
36	Elegant	(persona)
37	Credibilitat	(persona)
38	Serosa	(persona)

39	Més professional	(persona)
40	Neutra	(imatge)
41	Negativa	(imatge)
42	Declaració d'estil personal	(imatge)
43	Projecció de personalitat	(imatge)
44	Demostrar	
45	Punt de caballero	(La corbata aporta a l'home amb <i>traje</i> )
46	Més elegant	(Sentir-se)
47	Qüestió d'estètica	(dur corbata)
48	Ben vestit	(Que pots anar a qualsevol lloc)
49	Serietat	(Donar una imatge de)
50	Solvència	(Donar una imatge de)
51	Cura	(Donar una imatge de)
52	Domini de l'estètica	(Donar una imatge de)
53	A la nit	(Dur corbata)
54	Estilitza	(molt la part superior)
55	Es poden llegir	(a través d'una corbata)
56	Expressar	(se la posa perquè)
57	Influeix el color en les línies del rostre	
58	Defensa	(La caça. Motius definits per defensa d'algun tema.)
59	Endevinar la personalitat	
60	Cuidada	(imatge que projecta és cuidada)
61	Solvent	(imatge)
62	Bona imatge	(comercial de perruqueria)
63	Estil personal	(mostrar de si mateix)
64	La seva individualitat	(mostrar imatge de si mateix.)
65	Projectem	(moltes coses a través de la nostra imatge)
66	La seva personalitat	(Projectem. / El que es mostra)
67	Jugar	("amb el seu estil personal, penso que troben en la corbata")
68	Creativitat	("l'expressen doncs, això, a través de les corbates")
69	Element	("per donar-li un toc de personalitat... a la seva imatge")
70	Accessoris	("per donar-li un toc de personalitat... a la seva imatge")
71	Personalitat	(la seva imatge)
72	Element de transmetre	
73	Element perfecte	(per transmetre aquesta informació)
74	Complement perfecte	(per transmetre aquesta informació)
75	Seriositat	
76	Complement estètic	
77	Eina de comunicació	

78	Introvertit	(home que usa una corbata amb colors sòlids, sense dibuix)
79	Pulcre	(home que usa una corbata amb colors sòlids, sense dibuix)
80	Menys oberta	(home que usa una corbata amb colors sòlids, sense dibuix)
81	Menys de la broma	(home que usa una corbata amb colors sòlids, sense dibuix)
82	Provocar	(Una persona que porti una corbata vermella sang, el dia següent verda, el dia següent amb una Mafalda...)
83	Extravertida	(Una persona que porti una corbata vermella sang, el dia següent verda, el dia següent amb una Mafalda...)
84	Transmetre moltíssimes qualitats	
85	Estètica	(Tot el món escull la que li agrada més, o menys)
86	Diferent	(El missatge, la recepció del missatge, és diferent)
87	Domini de l'estètica	(Reflecteix)
88	Credibilitat	
89	De nit	(En protocol, no és imprescindible a menys que sigui de nit)
90	Comunica moltíssim	
91	Diu	(Hi ha moltes coses que ens diu) (Moltes coses de la persona que l'usa).
92	Eina de comunicació molt potent	
93	Imatge no verbal	
94	Producte	("Desconeixement del producte i de l'aplicació del producte")
95	Comunica la nostra personalitat	
96	Forçar-ho	(i transmetre el que un vol transmetre)
97	Manipulem	(«Podem transmetre la personalitat de cadascú o forçar-ho i que un vol transmetre, no com és. Aquí podem canviar-ho. No és que manipulem, però una mica podem fer-ho.»)
98	Informació	Informació
99	Elecció	("Aporta l'elecció")
100	Llueix	("Com la llueix")
101	Cuidado	("Grau de cuidado)
102	Higiene	("Aporta molta informació del que la porta")
103	Coneixement	("Aporta molta informació del que la porta")
104	Una cosa o altra	("La corbata per a mi és comunicació. Depèn del color i de la forma comunica una cosa o una altra").
105	Solvència	(Comunica)
106	Domini de l'estètica	
107	Aire divertit	
108	Despreocupat	

**QUADRE 45.** Recull de conceptes. Conceptes estètics**Font:** elaboració pròpia

CONCEPTES D'ETIQUETA SOCIAL		
Nº	Concepte	Àmbit específic
1	Formalitat	
2	És distintiva	
3	Prestigi	
4	Símbol de distinció	
5	Senyorió	
6	Protocol	
7	Et tracten diferent	
8	Punt de saber vestir del caballero	(La corbata aporta a l'home amb <i>traje</i> )
9	Complement obligat al <i>traje</i>	(obligat en el <i>traje</i> )
10	Presentar un acte	(Quan haig de)
11	M'he arreglat per venir al teu casament	(vol transmetre un home amb corbata)
12	Complement social	
13	Acte formal	(Perquè estàs davant les càmeres i perquè hi ha molta gent)
14	Respecte a l'auditori	
15	Saber estar	(Vol aportar)
16	Part elegant	(«Es pot recuperar la corbata com a element estètic per tenir un aire més divertit, despreocupat a part d'elegant.)
17	Vestit per a tu	(vol transmetre un home amb corbata)
18	BBC = bautizos, bodas y comuniones	
19	Respecte amb qui estaràs	
20	Educació	(Mostrar)
21	Important	

**QUADRE 46.** Recull de conceptes. Conceptes d'etiqueta social

**Font:** elaboració pròpia

## Resultats

De l'anàlisi realitzada en aquest recull se n'ha extret uns resultats sorprenents: en primer lloc, pel fet d'haver aconseguit un llistat de 233 conceptes amb només 4 repeticions textuals —les repeticions d'algunes informacions s'han expressat amb paraules diferents; en segon lloc, pel fet que dels 233 conceptes recollits només se n'han aportat 11 de negatius sobre la corbata.

Amb els resultats numèrics obtinguts en aquest recull de conceptes es pot arribar a la conclusió que **la corbata aporta valors no negatius**. Per què diem *no negatius*? Perquè són valors explicatius / descriptius que no es poden catalogar com a judici positiu o negatiu; per exemple, conceptes com *llenguatge, pas a home, tendència, educació, protocol, de nit*, etc. no es poden qualificar de positius però tampoc negatius.

Seguint la teoria fonamentada o *Grounded Theory*, que permet l'anàlisi dels experts i l'aportació de la persona que fa l'estudi, aquesta anàlisi dels conceptes és clau per aprofundir en el coneixement del nostre element d'estudi i per poder obtenir una visió real de la situació actual de la corbata, perquè ens ha permès comparar la percepció dels experts i la percepció de la població respecte a la corbata.

Segons els resultats extrets dels experts, es demostra/ **una clara tendència a defensar la corbata**. La conclusió és que es tracta d'una peça poderosa i fonamental en el conjunt de la vestimenta masculina, ja que tots ells l'estimen i li donen un gran valor. Però quan s'analitza comparativament amb la percepció de la població, s'entreveu una dicotomia entre la defensa de la corbata per part dels experts i l'evidència que l'ús i la consideració és baixa entre la població (bloc 2 del qüestionari), fet que ens porta a pensar que la població es val d'altres codis comunicatius.

### Resum numèric de l'anàlisi

- **233** conceptes aportats pels experts.
- **4** repeticions textuais.
  - Serietat
  - Estatus
  - Seguretat
  - Transmissió
- **11** conceptes **negatius** de la corbata.
  1. Escanya (Vellesa: quan es fan grans el coll s'eixampla)
  2. No sol ser massa còmoda (Vellesa: quan es fan grans el coll s'eixampla)

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 3. Objecte inútil    |   |
| 4. Pesat             | (Dur corbata. Adults. Resposta pregunta n. 4)                                 |
| 5. Pejorativa        | (Imatge amb corbata)  |
| 6. Negativa          | (Imatge)  |
| 7. *Obligació        | (Ús per obligació)  |
| *Obligació           | (Usa la corbata per)  |
| 8. Imposició         | (Ús de la corbata per)  |
| 9. Imatge pejorativa |   |
| *Obligat             | (Generalment qui la porta)  |
| 10. Reticència       | (per ser l'estatus d'una classe social diferent o entorn professional marcat) |
| 11. Rebuig           | (per ser l'estatus d'una classe social diferent o entorn professional marcat) |

*\*Repetides.*

- **221** conceptes que són aportacions **no negatives** respecte a la corbata (El concepte *no negatiu* no és equiparable a *positiu*). Pel gran valor que aporta cada un envers la corbata, s'ha cregut necessari escriure'ls tots.

En les vuit entrevistes que s'han realitzat als millors experts del país en corbates i tendències, hem extret 221 conceptes que no són negatius. Mai un complement del vestir de l'home s'havia descrit a partir d'una varietat tan gran de conceptes i, a més, la majoria dels quals no són pejoratius. Una evidència més que la corbata és tot un símbol comunicatiu que en funció del context i l'entorn on s'utilitza permet comunicar més d'un missatge. Fins avui ningú no havia demostrat la riquesa comunicativa d'aquest complement que en a l'inici podíem pensar que era poc probable pel fet que es tracta un tros de roba nuat al coll.



**CONCLUSIONS**





## 9.1. Conclusions

El nostre interès en aquesta tesi doctoral ha estat l'estudi de l'ús de la corbata com un element específic del vestuari masculí, entès des d'una dimensió comunicativa. Abans d'endinsar-nos, però, a estudiar la seva influència social i descobrir aquells atributs que pot contribuir a transmetre, ens ha calgut descriure l'aparició de la corbata i estudiar-ne l'evolució històrica per tal de desentrellar el seu abast. Gràcies a la nostra investigació hem pogut traçar el recorregut històric de la corbata i entendre la significació de cadascuna de les etapes per les quals ha anat passant. Una de les aportacions més rellevants és que hem verificat la gènesi de la corbata, en els seus inicis com a mocador de coll, que evolucionà cap a la gorgera per, finalment, esdevenir l'actual corbata. Per tant, podem concloure que la gorgera és la precursora més directa de la corbata i no pas el mocador dels croats, com asseguraven algunes teories. És la gorgera la que va iniciar una tradició de significació social que va anar evolucionant fins a la corbata, que continua mantenint-se com a símbol de distinció i vàlua. Indagar els orígens d'aquest complement del vestit ens ha ajudat, a més, a concloure que la tradicional creença de l'origen de la corbata en els mocadors usats pels soldats sembla no ser certa, ja que és possible trobar referències a un origen més llunyà encara, que es fonamenten en la descoberta de les restes arqueològiques dels Guerrers de Terracota de Xi'an el 1974, amb els soldats portant un mocador al coll. Sigui el mocador al coll dels croats o el dels Guerrers de Xi'an, en tot cas, podem constatar la importància que ha tingut per a la humanitat l'acció de protegir-se el coll.

Com hem pogut corroborar al llarg d'aquest treball, són nombroses, i algunes d'elles de ben antigues (recordem *Neckclothitania*, o bé *The Art of tying the cravat*) les obres dedicades a l'estudi de la corbata. Aquest complement de roba masculí ha estat analitzat, especialment, des del camp de la moda i l'estètica, tot i que també se n'han fet nombrosos estudis històrics i, fins i tot, la física i les matemàtiques l'han pres com a objecte d'estudi. Això no obstant, aquesta tesi ha volgut posar de manifest la funció comunicativa de la corbata, una perspectiva no gaire explorada.

Plantejar l'estudi de la corbata des d'algunes de les teories de la comunicació més tradicionals ens ha permès constatar que, en primer lloc, ens trobem davant d'un element comunicatiu que actua com a signe —el significat del qual és la imatge que transmet qui la porta—, i que és captat i descodificat a nivell cognitiu, procés en què intervenen factors culturals i socials determinats per l'experiència. En segon lloc, també la podem identificar com a símbol, ja que no hi ha una relació evident entre signe i significat, sinó que se li han atorgat diferents valors socials —la gran majoria positius, com credibilitat, formalitat, elegància, seriositat, respecte, distinció, estil— i ha estat, durant dècades, un element distintiu de classe.

Per relacionar els aspectes socials i comunicatius de la corbata, ha calgut fer una immersió en la semiòtica, que ens ha aportat uns principis clau per entendre el procés de significació inherent a la corbata en l'àmbit de la interpretació i la significació. Hem constatat el caràcter arbitrari que la corbata té com a signe, atès que la relació entre el significat i el significat no es basa en una relació necessària, sinó que és producte d'una concurrència social. Malgrat això, si no plantegem la relació significat-significant com una relació lineal, podem entendre el signe (la corbata) com un tot que existeix per a algú, en comptes de ser un element amb un determinat aspecte o capacitat. Tal com apuntava Peirce, qualsevol cosa pot ser un signe i plasma la relació triàdica de la semiòtica, que s'estableix entre els tres components *representamen*, objecte i interpretant. Aprofundint en aquest principi i continuant amb les teories de Peirce (1867: 294), concretament, si ens centrem en les categories que proposa i amb les quals podem classificar el signe en relació amb el que es refereix —icona, índex i símbol—, podem considerar que aquest darrer descriu plenament la naturalesa del nostre objecte d'estudi, atès que hem pogut concloure que la corbata és un símbol social amb significat comunicatiu pel fet que aporta una càrrega significativa i comunicativa d'un **símbol**. Així doncs, la semiòtica resulta valuosa per estudiar la corbata des d'una perspectiva comunicativa. Basant-nos doncs, en la semiòtica com a instrument d'anàlisi en l'àmbit de la interpretació i significació, afirmem que la corbata té una gran càrrega significativa i se li poden atribuir diferents funcions:

- **Element estètic:** complement per a la imatge personal caracteritzat pels diferents tipus de teixits, colors, mides i nusos.
- **Element de pertinença a un grup:** element identificador per un col·lectiu empresarial, institucional, universitari, col·legis o grups socials específics.
- **Element emotiu:** provoca estímuls cognitius favorables o desfavorables.
- **Element distintiu d'etiqueta social:** en l'àmbit del protocol i el cerimonial, la corbata s'utilitza en actes solemnes, en què se'l considera símbol de reconeixement, èxit, triomf o premi.

En aquesta tesi doctoral s'han plantejat algunes preguntes d'investigació que van determinar, específicament, el treball de camp. Tot seguit es donarà resposta a aquestes qüestions. Respostes que contribuiran a ampliar el recull de conclusions d'aquest treball:

### **P1: Quin valor s'atribueix a la corbata?**

A la corbata fins fa molt poc se li atribuïen valors relacionats amb el poder, l'autoritat i la distinció. Recordem Glenn O' Brien (2011: 84), quan argumentava que la corbata s'usa per posar de manifest diferents valors i per expressar la individualitat de qui la porta. O Morong (2007: 27), en afirmar que la corbata en l'àmbit laboral simbolitza la imatge que la corporació vol projectar.

Es detecta, però, un canvi dels valors atorgats actualment a la corbata que poden afavorir un ressorgiment basat en valors estètics d'elegància, moda i tendències. Val a dir, però, que seran els joves els qui determinaran aquest futur. Actualment s'està perdent l'ús de la corbata perquè no sintonitza amb els valors d'avui dia, però, malgrat això, es continuen comprant corbates perquè la societat n'aprecia, sobretot, dues de les qualitats innates que posseeix: el valor estètic i el valor comunicatiu.

### **P2: Varia el seu valor segons l'edat?**

Es determina una diferència notable del valor de la corbata segons la franja d'edat. Aquesta diferència no permet una visió globalitzada, sinó que reque-

reix ser analitzada per generacions àmplies que hem classificat en joves, adults i vellesa. Cal tenir en compte que les vivències històriques i els interessos de cada període han influït en el valor que ha adquirit la corbata. En aquest sentit, la generació de la vellesa li atribueix els valors tradicionals de poder, autoritat i diferència; la generació dels joves n'aprecien els valors estètics, d'elegància, de moda i de tendència, i la generació adulta es debat entre els valors que li concedeixen les altres dues generacions.

Finalment, els valors que cada generació concedeix a la corbata en reflecteixen l'ús i la percepció: la generació jove usa poc la corbata i en **té una percepció** poc positiva; la generació adulta la utilitza habitualment i la percep de manera poc positiva, i la generació de la vellesa la porta poc i en té una percepció molt positiva.

### **P3: Varia el seu valor si se n'és usuari o no?**

El valor de la corbata varia notablement segons si se n'és usuari o no. Convé assenyalar, però, que un home actualment usa corbata per estètica o per obligació, i l'obligatorietat s'emmarca dins les esferes laboral i social, aquesta darrera en relació a certs esdeveniments. L'ús de la corbata en l'àmbit laboral representa professions socialment vistes com pertanyents a àmbits importants o de rellevància (financer, jurídic i polític) de la mateixa manera que s'usa en esdeveniments considerats socialment importants i actes públics de rellevància com a mostra de respecte, pel seu valor estètic i per exigències normatives de protocol i cerimonial, tal com ho assenyala López-Nieto (2007:113).

Amb tot, convé destacar que al llarg de la nostra investigació hem pogut comprovar que aquests valors varien en funció de l'entorn i el context en què és utilitzada. La seva consideració augmenta positivament si l'usuari du corbata en entorns i contextos que la societat considera que són els més idonis per dur-ne. Per tant, la subjectivitat és inherent a la interpretació que hom fa d'un home encorbatat, i d'aquesta interpretació se'n derivaran diverses formes d'interacció social. En el marc teòric hem treballat l'interaccionisme simbòlic, que posa de manifest que les relacions humanes es basen en la interpretació subjectiva dels signes que ens envolten, i consideren els símbols i el llenguatge com a elements centrals de la interacció humana. Per tant, podem fer una lectura de la corbata com a símbol que determinarà les formes d'interacció.

#### **P4: La corbata transmet informació d'aquell que la du?**

L'home que usa la corbata pel seu component estètic, per garantir la seva elegància, vol aconseguir millorar la percepció que d'ell pugui tenir el seu interlocutor o receptor, al mateix temps que vol transmetre dades de si mateix. En la nostra investigació hem classificat en tres tipus d'informació que l'usuari de la corbata pot transmetre: emotiva, de representativitat i d'estil d'imatge personal. Per tant, quan prenem la decisió de portar corbata, sabem que amb aquesta selecció transmetrem informació. Ja Eco (1978:18) n'assenyalava la seva expressivitat.

#### **P5: Què representa la corbata aquest inici del segle XXI a Espanya?**

La situació actual de la corbata a Espanya ve determinada per la tendència cada cop més habitual a vestir de manera informal. Aquesta forma de vestir més inconvencional és diferent segons la regió geogràfica. Les dues ciutats més poblades del país (Madrid i Barcelona) són una radiografia que marca aquesta diferència en el vestir més formal o informal. Tot i això, els principals motius de la pèrdua d'ús són la relaxació de costums, atès que hi ha menys exigències formals en el vestir; la disconformitat amb els valors tradicionals que s'atorguen a la corbata, i els canvis generacionals, sobretot dels joves. Tanmateix, hem detectat que són diversos els motius pels quals, tot i voler vestir de manera informal, no es perdi el seu ús: la identificació de grup, el llenguatge que se li atorga i l'obligació del seu ús dins els àmbits de protocol, etiqueta i cerimonial. La corbata és un complement de roba identificador que fa que moltes empreses, organitzacions i col·lectius la vulguin utilitzar com a eina de reconeixement i d'identitat. Finalment, el caràcter comunicatiu que té la corbata fa que no es perdi del tot el seu ús a Espanya i que la seva utilització sigui reforçada, com hem vist, pels Reals Decrets i Ordres del Cerimonial i protocol a Espanya, on és considerada com una insígnia, símbol per premiar, reconèixer o condecorar persones o bé organismes. Per altra banda, en tots els vestits d'etiqueta civil per a l'home a Espanya s'utilitza la corbata o bé el corbatí. En aquests moments, doncs, el futur de l'ús de la corbata a Espanya no es percep de manera clara, es tendeix a plantejar un futur incert a remolc de factors volàtils com la moda, les tendències i els ídols.

**P6: La corbata continua comunicant o és un mer complement decoratiu?**

La corbata és considerada més que un mer complement estètic. De la corbata hem destacat que millora la imatge personal, que representa o identifica en un grup, que comunica emocions o sensacions i que atrauen la seva forma, color, teixit i tipus de nusos. Som coneixedors de la seva importància estètica com a complement decoratiu, però a més hem pogut corroborar el gran abast comunicatiu que té. Tot i això, podem concloure que s'està perdent el seu paper tradicional com a element utilitzat per comunicar-se. Hem pogut percebre un canvi en el llenguatge no verbal de comunicació, no estètic, atorgat fins ara a la corbata; per tant, consegüentment, podem concloure que està canviant el seu valor comunicatiu. La força comunicativa favorable de la corbata està directament vinculada a la coherència del context i l'entorn on s'usa. Si la sabem utilitzar en els diferents entorns, la seva força comunicativa serà més gran, i és la societat la que assignarà de quina manera es vol utilitzar la corbata per comunicar.

Un cop contestades les preguntes de recerca, s'exposen algunes altres conclusions a què hem arribat, que no estaven plantejades prèviament:

Per primera vegada s'ha aplicat la teoria Gestalt a l'estudi de la corbata per analitzar-la com a forma pragmàtica. Gràcies al fet que hàgim emmarcat l'estudi de la corbata dins aquesta teoria, podem constatar que la corbata té unes consideracions perceptives que es relacionen amb la seva forma. En funció del nus escollit, per exemple —i, en conseqüència, de les característiques formals que contingui, com ara la simetria, la simplicitat...— s'aconsegueix una forma geomètrica que crearà un estímul o un altre, però el que hem palesat és que es tracta d'un complement amb una gran càrrega visual que influirà en la nostra percepció. L'atracció i l'estimulació que provoca fan que puguem concloure, en termes gestàltics, que és un complement de roba dotat de gran pregnància.

Una altra de les conclusions a què hem arribat ha estat confirmar que en parlar de la corbata, la podem associar a molts qualificatius; concretament, en la nostra investigació hem detectat 233 conceptes utilitzats pels entrevistats per referir-se a la corbata. La major part d'aquests conceptes no són negatius, com podríem pensar tenint en compte la davallada del seu ús i el desinterès de les noves generacions.

## 9.2. Limitacions de l'estudi

Són tres els aspectes que cal comentar en relació a les limitacions d'aquest treball. En primer lloc, el propi objecte d'estudi i la construcció d'un marc conceptual. Tot i que s'ha escrit i parlat molt de la corbata, en ser considerada un complement del vestit masculí, bona part de les obres de referència li han dedicat l'atenció des d'una perspectiva exclusivament estètica, des de la disciplina de la moda. Tot i que aquestes obres ens han ajudat, no ha estat fàcil intentar ampliar-ne la mirada cap a aspectes psicològics, antropològics i socials.

Una segona limitació a tenir en compte ha estat la construcció d'un marc teòric de referència. Finalment, ens hem fixat en quatre perspectives teòriques marc, tot i que som conscients que probablement hauria estat possible cercar alguna altre línia teòrica més concreta. No obstant, la intenció era establir un marc general de l'estudi de la corbata en la seva funció comunicativa, i es va creure més fèrtil establir un marc més generalista.

Finalment, com a qualsevol recerca, ens ha calgut prendre decisions metodològiques. Es va optar per un estudi de caràcter qualitatiu, a partir de les entrevistes en profunditat a experts en temes de moda, assessorament d'imatge personal i protocol. Som conscients de les limitacions que un estudi qualitatiu imposa en quant a l'abast de l'aplicabilitat dels seus resultats, però en canvi, ha estat de gran utilitat per fixar unes línies mestres que, en comptes de tancar el treball l'obren (com veurem al següent apartat, línies de futur). L'aplicació d'altres metodologies, per exemple, quantitatives, amb enquestes a la població, o, fins i tot, experimentals, ens haurien aportat resultats també de gran valor. De fet, com a qualsevol recerca, allò òptim hauria estat la combinació de tots aquests mètodes. Però les qüestions temporals que sempre planen sobre l'elaboració d'una tesi doctoral i la capacitat limitada d'un únic investigador ho fan materialment impossible. De nou, per tant, s'obren expectatives de futur.

### 9.3. Línies de futur

L'estudi de la corbata no s'ha acabat amb aquesta tesi doctoral, sinó que s'han plantejat noves incògnites per continuar-ne la investigació i enriquir més el coneixement sobre aquest complement de roba tan singular i únic.

L'enfocament qualitatiu de la nostra investigació, com diu Hernández- Sampieri *et. al.* (2006: 11), ens pot generar hipòtesis durant el nostre treball de camp. La *Grounded Theory* ens ha permès investigar i diagnosticar com a fenomen social la corbata, sobretot, com proposa Charmaz (2006), des del constructivisme social, és a dir, a través de les tradicions i fonaments pragmàtics. L'estudi de les conclusions ens ha permès plantejar noves hipòtesis:

- 1a La corbata perd el seu paper tradicional com a element usat per l'home per comunicar-se. La corbata no es deixa d'usar però canvia el seu valor comunicatiu.
- 2a Els joves li concedeixen, exclusivament, un valor estètic. El seu ús estarà relacionat amb l'elegància, la moda i les tendències.
- 3a La seva forma pragmàtica és un símbol al qual la societat li ha atorgat uns valors distintius i diferencials que perduren en el record. No succeeix amb altres complements del vestir de l'home.
- 4a Cada territori té els seus costums i tradicions que requereixen vestir amb corbata, però actualment el seu ús i desús s'està globalitzant.

En l'elaboració de la tesi doctoral s'ha pogut constatar que no s'havia traçat cap recorregut teòric sobre la dimensió comunicativa de la corbata, més enllà que haver estat usada com a exemple per alguns autors com ara Eco (1976: 11) quan descriu l'expressivitat de les peces de vestir o bé Barthes (1993: 31) quan exposa el sistema de significació de la roba.

Hem elaborat un estudi de caràcter exploratori, tot i que a la vegada interpretatiu, que ens ha permès conèixer la riquesa d'aquest complement de roba



més enllà de l'estètica. Aquest és l'inici d'un estudi que creiem que pot tenir continuïtat per ampliar l'abast comunicatiu de la corbata. A continuació us exposem algunes línies de futur.

- 1) Com s'ha mencionat anteriorment, només la generació que hem anomenat "vellesa" té una percepció molt positiva d'aquest complement de roba, tot i que la utilitza poc. Una línia d'investigació futura seria esbrinar la percepció i ús de la corbata segons les tres generacions per tal de construir una radiografia actual i, posteriorment, en un estudi de caràcter longitudinal, veure'n l'evolució.
  
- 2) Una segona línia de futur és esbrinar el valor que té la corbata davant la societat. Hem pogut constatar que la corbata és un element de moda, que en molts moments s'ha usat amb un caràcter elitista. Tot i així, és la societat qui li pot canviar el valor, i actualment ha deixat d'apreciar-ne el simbolisme que la corbata contenia. No podem prescindir de les sabates, per exemple, perquè les necessitem per caminar, en canvi, la corbata en molts casos és una opció, i la societat decideix si cal portar-la o no, més o menys en funció del valor que se li concedeixi. A través dels experts hem pogut determinar que actualment no és un complement al qual se li doni un valor rellevant. En aquest sentit, doncs, l'anàlisi del seu ús ens ha permès percebre que la societat està modificant els valors que fins ara li atribuïa, per això s'està deixant d'acceptar: la societat decideix quan cal portar corbata. En aquest sentit, seria molt interessant fer una anàlisi de certs sectors socials per comprovar la percepció actual de la corbata i verificar si en continua davallant l'ús i la percepció positiva. Seria interessant saber si la societat li continua atorgant valor només en ocasions excepcionals, per mostrar respecte a l'esdeveniment, a una persona, o a ambdós alhora. Dins aquesta línia també podríem descobrir si en un futur tots els conceptes que en la nostra investigació hem descobert que englobava, com la confiança, el poder, la diferenciació, l'autoritat, la superioritat..., queden substituïts només pel factor de l'elegància. Si fos així, veuríem que el valor comunicatiu, més enllà de la moda, queda anul·lat, això és,

si es perden els valors que li havia atorgat la mateixa societat i només queda com a complement estètic d'elegància.

- 3) Una última línia futura d'investigació seria l'ús de la corbata segons les ordres i decrets del cerimonial de l'estat espanyol i a Catalunya. En aquesta tesi hem vist que en molts ordres i decrets del cerimonial es continua donant valor a la corbata. L'actual imposició del vestit amb corbata en actes de cerimonial dota de notable importància a la corbata. Seria molt interessant saber si s'han modificat els decrets oficials en què la corbata és obligatòria. La classe política ha iniciat un debat sobre aquest tema? Les persones obligades a vestir amb corbata en actes oficials per decret han posat en dubte el seu ús, han iniciat una pressió per canviar la vestimenta?

# 10

**BIBLIOGRAFIA**



- Alberoni, F., Dorfles, G., Eco, U., Livolsi, M., Lomazzi, G., Sigurta, R. (1976). *Psicología del vestir*. Barcelona: Editorial lumen- Ediciones de bolsillo.
- Álvarez de Arcaya Ajuria, H. (2003). La comunicación no verbal. Interrelaciones entre las expresiones faciales innatas y las aprendidas. *Gazeta de Antropología*, 19 (1), 1-10. Recuperat de [http://www.ugr.es/~pwlac/G19\\_19Helena\\_AlvarezDeArcaya\\_Ajuria.pdf](http://www.ugr.es/~pwlac/G19_19Helena_AlvarezDeArcaya_Ajuria.pdf)
- Álvarez, M.L. (2008). Nociones de protocolo desde la bibliografía de sus autoridades. *Revista latina de comunicación social* 63, 165-173. Recuperat de [http://www.revistalatinacs.org/2008/15\\_08\\_Vigo/ML\\_Alvarez\\_Rodriguez.html](http://www.revistalatinacs.org/2008/15_08_Vigo/ML_Alvarez_Rodriguez.html)
- Ambady, N., Rosenthal, R. (1993). Half minute: predicting teacher evaluations from thin slices of nonverbal behavior and physical attractiveness. *Journal of personality and social psychology*, 64 (3), 431-441.
- Añaños, E., Estaún, S.; Tena, D.; Mas T.; Valli A. (2008). *Psicología y comunicación publicitaria*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Arnheim, R. (1997). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Forma.
- Aumont, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Balbuena, L. (2014). *Teoría de la representación simbólica en la comunicación gráfica*. (Tesi doctoral). Recuperat de <https://www.tdx.cat/handle/10803/285171>
- Baptista-González, H.A., Zamorano-Jiménez, C.A. (2011). Estetoscopio, bata y corbata, y el riesgo de infecciones nosocomiales. *Revista de investigación médica sur*, 18 (4), 195-202.
- Barrio, M. (2005). Protocolo y arte: una mirada creativa. *Revista ICONO14*, 3 (2), 77-98. doi: [10.7195/ri14.v3i2.420](https://doi.org/10.7195/ri14.v3i2.420)
- Baró, T. (2012). *La gran guía del lenguaje no verbal: cómo aplicarlo en nuestras relaciones para lograr el éxito y la felicidad*.
- Barón de l'Empesé, É. (2010). *El arte de ponerse la corbata de mil y una maneras*. Valladolid: Editorial Maxtor, (original publicat el 1832).

- Barón del Pujol de Planes, (1908). *Monitorio Áulico de etiquetas, tratamientos y dignidades*. Madrid: Jaime Rates impresor.
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Batlle, P., Sanjuán J.C.; Sunyé, J. ( 2007). *Protocolo y buenas maneras*. Barcelona: Libros Cúpula.
- Bateson, G., Birdwhistell, R.; Goffman, E.; Hall, E.T., Jackson, D.; Sheflen, A.; Sigman, S.J., Watzlawich, P., Winkin, Y. (1982). *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairós.
- Baubérot, J. (1996). L'Homme et la Société. L'affaire des foulards et la laïcité à la française. *Reveu internationale de recherches et de synthèses en sciences sociales*, 120, 9-16. Recuperat de [https://www.persee.fr/doc/homso\\_00184306\\_1996\\_num\\_120\\_2\\_2836](https://www.persee.fr/doc/homso_00184306_1996_num_120_2_2836)
- Baudrillard, J. (2002). *Crítica de la economía política del signo*. Madrid: Siglo veintiuno editores.
- Becerra, E.C., Rubio, A.F., Rodríguez, L., Ruiz, S. (2013). La corbata como fomite nosocomial en personal de salud. *Medicina interna de México*. 29 (1), 13-19.
- Blackman, C. (2009). *100 años de moda masculina*. Barcelona: Blume.
- Boucher, F. (2009). *Historia del traje en occidente: desde los orígenes hasta la actualidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Bourdieu, P. (2012). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: editorial Taurus.
- Buhmeister, M.D., Kwang, T. Gosling, S.D. (2011). Amazon's mechanical turk: a new source of inexpensive, yet high-quality, data? *Perspectives on psychological science*, 6 (1), 3-5.
- Calefato, P. (2002). *El sentido del vestir*. Valencia: Engloba.
- Cano de la Vega, J. (1961). *Tratado de protocolo*. Valencia: Gráficas Genovés.
- Carlyle, T. (2014). *Sartor Resartus: vida y opiniones del señor Teufelsdröckh*. London; Nova York: Nabu Press; Macmillan and Co. (Original publicat el 1905).
- Chaves, N. (2010). *Los significados de un signo identificador: anotaciones sobre la función semántica de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Infinito.

- Corral, M. (2003). *La ciencia de la comunicación en México: origen desarrollo y situación actual*. México: Trillas.
- Corrales, E. (2011). El lenguaje no verbal: un proceso cognitivo superior indispensable para el ser humano. *Revista Comunicación*. 20 (1), 46-51. Recuperat de <https://www.redalyc.org/pdf/166/16620943007.pdf>
- Darwin, C. (1872). *The expression of the emotions in man and animals*. Londres: John Murray, Albemarle Street:
- Da Vinci, L. (2014). *Notas de cocina de Leonardo da Vinci: la afición desconocida de un genio (17a edición)*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Danesi, M. (2007). *The Quest for Meaning: a guide to semiotic theory and practice. Toronto studies in semiòtics and communication*. Canadà: University of Toronto Press.
- Daymon, C., Holloway, I. (2011). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. Nova York: Routledge.
- Del Río Barredo, M. J. (2000). *Madrid, Urbs Regia: la capital cerimonial de la monarquía católica*. Madrid: Marcial Pons Ediciones de Historia.
- Dember, W. N. (1960). *Psychology of perception*. Estats Units: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Dember, W. N. (1990). *Psicología de la percepción*. Madrid: Alianza Editorial.
- De Rementeria y Fica, M. (2001). *El hombre fino: al gusto del día*. Valladolid: Editorial Maxtor. (Original publicat el 1837).
- Deslandres, Y. (1998). *El traje, imagen del hombre*. Barcelona: Tusquets editores.
- De Tacca, F. (2009). *Pañuelos. Arquivos da Memória*. Centro de estudios de etnología portuguesa, 5-6, 223-224. Recuperat de <http://arquivosdamemoria.fcsh.unl.pt/ArtPDF/FernandoTaccaAM5.pdf>
- Dexter, L. (1970/2006). *Elite and specialized interviewing*. Colcher - Anglaterra: ECPR classics series.
- Ditus, R. (2019). El ojo semiótico. *Ensayos contemporáneos sobre Medios, Imagen y Discurso*.

- Domínguez, R. (1993). *Arte y etiqueta de los Reyes católicos: artistas, residencias, jardines y bosques*. Madrid: Editorial Alpuerto.
- Dondis, D. A. (1988). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Doria, P. M. (2003). *Caos y orden en el sistema de la moda*. XI jornadas de reflexión académica, 4 (43-45). doi: [fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/119\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/119_libro.pdf)
- Eco, U. (1986). *La estructura ausente: introducción a la semiótica*. Barcelona: editorial Lumen.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: editorial Lumen.
- Edmond, M., Dominique, P. (1992). *La interacción social. Cultura, Instituciones y comunicación*. Colección Grupos e Instituciones. Barcelona: Paidós.
- Efron, D. (1970). *Gesto, raza y cultura*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Elías, N. (1982). *La Sociedad cortesana*. México: Fondo de cultura económica.
- Fernández y Vázquez, J. (2012). *Antecedentes históricos del protocolo y su influencia a través de la historia en los Estados, en la Sociedad y en la política en España y Europa*. *Anuario Jurídico y económico escurialense*, 45, 737-754.
- Finol, J.R. (2015). *La corposfera. Antropo-semiótica de la cartógrafas del cuerpo*. Venezuela.
- Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas. Universidad del Zulia Maracaibo-Venezuela.
- Fink, T.M., Mao, Y., (1999). Designing tie knots by random walks. *Nature* 398 (6722), 31-32.
- Fink, T., Mao, Y., (2000): Tie Knots, random walks and topology. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications* 276 (1-2), 109-121.
- Fink, T. Mao, Y. (2000). *Las 85 maneras de anudarse la corbata: ciencia y estética del nudo*. Madrid: Debate.
- Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la comunicación*. Colombia: Editorial Norma.



- Flügel, J. C. (1964). *Psicología del vestido*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Flusser, A. (2010). *Style & the man*. Nova York: HarperCollins Publishers.
- Garat, K. (20 de juliol 2011). Los socialistas se rebelan contra Bono y se quitan las chaquetas. *Libertad digital*. Recuperat de <https://www.libertaddigital.com/nacional/2011-07-20/los-socialistas-se-rebelan-contra-bono-y-se-quitan-las-chaquetas-1276430208/>
- García, D. (2014). *Vestirse por los pies. Los secretos de estilo del auténtico caballero*. Galicia: Hércules Edición.
- García-Mercadal y García-Loygorri, F. (2019). *Código de ceremonial y protocolo*. Recuperat de [https://www.boe.es/biblioteca\\_juridica/codigos/codigo.php?id=116\\_Codigo\\_de\\_Ceremonial\\_y\\_Protocolo&modo=2](https://www.boe.es/biblioteca_juridica/codigos/codigo.php?id=116_Codigo_de_Ceremonial_y_Protocolo&modo=2)
- Germani, S., Fabris, R. (1973). *Fundamentos del proyecto gráfico*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
- Gibbins, S. (1990). *The Tie: trends and traditions*. London, United Kingdom: Studio Editions Ltd.
- Gidlow, B. (1972). Ethnomethodology. A new name for old practices. *The British Journal of Sociology*, 23 (4), 295-406.
- Giorgi, A. (2009). El vestido y la elocuencia del botón: galas y significado en el estético discurso de la aparente distinción cultural masculina. *Congreso Internacional Imagen y Apariencia, Espanya, 1-14*, doi: [dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929170](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929170)
- Giorgi, A. Serrano, E., Pérez, A., Labrador, F., Palomo, F., Atienza, Á., Izquierdo, F., (...) Postigo, J. (2013). *De la tierra al cielo. Líneas recientes de investigación en Historia Moderna. I encuentro de jóvenes investigadores en historia moderna* (pp. 369-382). Zaragoza: Institución Fernando el Católico. Colección Actas.
- Glasser, B., Strauss, S. (1968). *The Discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research*. New Jersey: AldineTransaction.
- Goffman, E. (1979). *Relaciones en publico: microestudios de orden público*. Madrid: Alianza Universidad.

- Goffman, E. (2006). *Estigma: La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Goffman, E. (2017). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Goldstein, E. (2011). *Sensación y percepción*. México: Cengage Learning.
- González, P. (2011). *Manual del estilista*. Córdoba: Almuzara.
- Gorlée, D.L. (1992). *La semiótica triádica de Peirce y su aplicación a los géneros literarios*. *Sigma: revista de la asociación española de semiótica*, 1, 13-51.
- Goulding, C. (2017). Navigating the complexities of grounded theory research in advertising. *Journal of Advertising*, 46 (1), 61-70.
- Guajardo, H. (1994). *Teoría de la comunicación social*. México: Ediciones Gernika.
- Hajo, A., Galinsky, A.D. (2012). Enclothed cognition. *Journal of experimental social psychology*, 48, 918-925.
- Hall, E. T. (1969). *The hidden dimension*. Nova York: Anchor Books: Doubleday.
- Hall Giddens, A. (1976). *New rules of sociological method: a positive critique of interpretative sociologies*. Nova York: Basic Books.
- Herrera, M., Soriano, R.M. (2004). La teoría de la acción social de Erving Goffman. *Papers. Revista de sociologia*, 73. Barcelona: Universitat Autònoma, departament de sociologia, 59-79, doi: [papers.uab.cat/article/view/v73-herrea-soriano](https://papers.uab.cat/article/view/v73-herrea-soriano)
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
- Hirsch, D., Markström, I., Patterson, M.L., Sandberg, A., Vejdemo-Johansson, M. (2015). More ties than we thought. *PeerJ Computer Science*. 1:e 2. Recuperat de <https://peerj.com/articles/cs-2/>
- Jakobson, R. (1981). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.
- James, E.L. (2012). *Cinquanta ombres de Grey*. Barcelona, España: Rosa dels vents.
- Johnson, R.A. (1989). *Ecstasy. Understanding the psychology of joy*. Nova York: HarperCollins.

- Jung, G.C. (1995). *El hombre y sus símbolos*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Katz, D. (1967). *Psicología de la forma: Gestaltpsychologie*. Madrid: Espasa– Calpe SA.
- Keers, P. (1989). *El guardarropa del perfecto Caballero*. Madrid: Ediciones temas de hoy.
- Knapp, M.L. (1982). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós comunicación.
- Koffka, K. (1935). *Principles of Gestalt Psychology*. Nova York: Harcourt, Brace and Company.
- Koffka, K. (1973). *Principios de psicología de la forma*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Köhler, W., Koffka, K., Sander, F. (1973). *Psicología de la forma*. Argentina: Editorial Paidós.
- Landsburg, S.E. (1993). *The Armchair Economist. Economics and every day life*. Nova York: The Free Press.
- Laver, J. (2012). *Costume and fashion. A concise History*. Nova York: Thames & Hudson.
- Laver, J. (2005). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Ediciones Cátedra ensayos arte.
- Le Blanc, H. (2014). *The Art of Tying the Cravat*. London; Nova York: Nabu Press; Macmillan and Co. (Original publicat el 1828).
- Leonardo Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de estudios sociales*, 18, 89-96.
- Lizcano de la Rosa, F.J. (1965). *Soluciones al Protocolo. Etiqueta social, Congresos, Hostelería, Cerimonial público*. Barcelona: Editorial Pentágono.
- López de la Vieja de la Torre, T. (2009). La orientación Verstehen de. Dins *Diccionario crítico de ciencias sociales (Vol. 1-4)*. Madrid i Mèxic: Universidad Complutense de Madrid.
- López-Galiacho, J.M. (2011). *Manual del perfecto caballero: normas básicas del buen vestir*. Madrid: Ediciones Martínez Roca.

- López-Galiacho, J.M. (2019). *Enciclopedia del buen vestir*. Madrid: Ediciones Martínez Roca.
- López-Nieto, F. (1985). *Honores y protocolo*. Madrid: El consultor de los ayuntamientos y de los Juzgados.
- López- Nieto, F. (2006). *Manual de protocolo* (5a edició). Barcelona: Ariel.
- Lotman, Y.M. (1996). *La semiosfera. Semiótica de la cultura y el texto*. Valencia: Ediciones Cátedra.
- Lozano Rendón, J.C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearsons y Alhambra Mexicana.
- Lozano, J.; Martín, M. (2019). *Documentos del presente. Una mirada semiótica*. Madrid: Lengua de Trapo.
- Lurie, A. (2011). *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona: Paidós contextos.
- Magariños, J.A. (1983). *El signo: las fuentes teóricas de la semiología: Saussure, Peirce, Morris*. Buenos Aires: Hachette.
- Mariette, P. (2011). *L'art de la toilette. Méthode nouvelle pour tailler, exécuter ou diriger avec économie: tous les vêtements de dames et d'enfants (Sciences)*. Paris: Libraire Lacroix; Verboeckhoven & C. (Original publicat el 1830).
- Marín Calahorro, F. (1997). *Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Martínez, C. (2008). *El protocolo como herramienta estratégica de comunicación: una constante histórica y estudio de casos actuales* (Tesi doctoral). Recuperat de <https://idus.us.es/handle/11441/24397>
- Matterlart, A., Matterlart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Mcquail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Mcsweeney, B. (1973). Meaning, context and situation. *Archives Européennes de sociologie*, 14, (1), 137-153.

- Mead, G.H. (1982). *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós.
- Morris, T.L., Gorham, J. Cohen, S.H., Huffman, D. (1996). *Fashion in the classroom: effects of attire on student perceptions of instructors in college classes*. *Communication education*, 45 (2), 135-148.
- Morong, C. (2007). *La intersección entre señales económicas y símbolos míticos*. *Revista de economía institucional*, 9, (16), 15-33. Recuperat de [dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2332133](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2332133)
- Mosconi, D., Villarosa, R. (1985). *Getting Knotted*. Nova York: Ratti.
- Mucchielli, A. (1998). *Psicología de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- *Neckclothitania* (2011). London; Nova York: Nabu Press; Macmillan and Co. (Original publicat el 1818).
- Nicholson, H. (1985). *El congreso de Viena*. Madrid: Sarpe.
- O'Brien, G. (2011). *How to be a man. A guide to style and behavior for the modern gentleman*. Nova York: Rizzoli International Publications, Inc.
- Olivé, E., Guals, M. (2010). *Y yo, ¿Qué me pongo?* Barcelona: Libros Cúpula
- Otero, M<sup>a</sup> T. (2000). *Teoría y estructura del ceremonial y el protocolo*. Sevilla: Ediciones Mergablum.
- Otero, M<sup>a</sup> T. (2001). *Relaciones públicas y protocolo cinco años de reflexiones, 1996-2001*. *Revista Laurea: revista internacional de investigación en relaciones públicas, ceremonial y protocolo*, 1, 9-21.
- Otero, M<sup>a</sup> T. (2006). *Relaciones públicas y gestión de públicos en eventos: los principios rectores del ceremonial y el protocolo*. *Revista Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 34, 255-269.
- Otero, M<sup>a</sup> T. (2009). *La història del protocol*. Barcelona: Editorial UOC.
- Park, R.E. (1967). *The city: suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*. Chicago: Univesity of Chicago Press.
- Peirce, C. (1867). *On a new list of categories*. *Proceedings of American Academy of Arts and Sciences*, 7, 287 -298.

- Peirce, C. (1974). *La ciència de la semiòtica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Pena, P. (2002). *Dandismo y juventud*. *Revista espanyola de investigaciones sociològiques*, 98, 107-121.
- Piqué, R. (2008). *Vestimenta y Protocolo*. Madrid: Difusión Arte.
- Pons, A., Pons J. (2017). *Coaching en imagen personal*. Barcelona: Libros Cúpula.
- Prettel, O., Obispo, G.R. (2015). Psicología de la percepción o de la forma. Recuperat de <https://www.slideshare.net/christinaortiz25/psicologia-de-la-percepcion-pdf>
- Puiggarí J. (2008). *Monografía histórica é iconográfica del traje*. Barcelona: Editorial Maxtor. (Original publicat el 1886).
- Pumar, J. (1990). *Ceremonial y Protocolo*. Santiago de Compostela: Fundación Caixa de Galicia,
- Quintanilla, M<sup>a</sup> C. (1996). *Nobleza y caballería en la edad media (17)*. Madrid: Arco Libros.
- Quintas, N., Quintas, E. (2010). *La dimensión comunicativa de la moda: apuntes del caso español*. *Revista ZER. Revista de estudios de la comunicación*. 28, 197-212.
- Racinet, A. (2007). *Historia del vestido*. Madrid: editorial LIBSA. (Original publicat el 1876 i 1888).
- Ress, D., Williams, L., Howard, G. (1974). Dress style and symbolic meaning. *International journal of symbology*, 5 (1), 1.8.
- Rivière, M. (1977). *La moda, ¿comunicación y incomunicación?* Barcelona: Gustavo Gili.
- Rizo, M. (2004). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. *Portal de la comunicació. Incom UAB*. Recuperat de [https://incom.uab.cat/portalcom/wp-content/uploads/2020/01/17\\_esp.pdf](https://incom.uab.cat/portalcom/wp-content/uploads/2020/01/17_esp.pdf)
- Rodríguez, R. (1997). *La semiótica anagramática de Ferdinand de Saussure. Génesis, Crítica y Tipología* (Tesi doctoral). Recuperat de <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/3922>
- Rodríguez, A. (2003). La investigación aplicada: una nueva perspectiva para los estudios de recepción. *Revista Anàlisi, quaderns de comunicació i cultura*, 30, 17-36.

- Roetzel, B. (2005). *El Caballero: manual de moda masculina clásica*. Barcelona: Könemann.
- Rubio, Juana (2007). *El consumo como configurador de identidades juveniles: una perspectiva sociohistórica y psicoanalítica* (Tesi doctoral). Recuperat de <https://eprints.ucm.es/7733/1/T30054.pdf>
- Ruesch, J., Kess, W. (1969). Comunicación no verbal. *Cuadernos summa- Nueva visión*, 31-32, 27-42. Recuperat de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/195777>
- Rudolf, A. (1997). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza forma.
- Sandoval, E. (2011). Roland Barthes, semiología, retórica y artrología: mutabilidad e inmutabilidad del signo. *Indicios 6. Revista de Investigación en Teoría de la Significación*, 0, 1-18. Recuperat de <https://docplayer.es/41041594-Roland-barthes-semiologia-retorica-y-artrologia-mutabilidad-e-inmutabilidad-del-signo.html>
- Santaella, L. (2001) ¿Por qué la semiótica de Peirce es también una teoría de la comunicación? *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Jujuy*, 17, 415-422.
- Santamarina, C. (2000). Nuevos conflictos de las mujeres en la sociedad de consumo: cuatro perspectiva sobre la construcción de la identidad femenina en la España de fin de siglo. (Tesi doctoral). Recuperat de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=167663>
- Saussure, F. (1961). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- Sebeok, A. (2015). El icono en la doctrina de los signos. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 133-136.
- Serrano, S. (2008). *El regal de la comunicació*. Barcelona: Ara llibres
- Shiaffino, M. Malabarba, I. (1986). *Elogio de la corbata*. Madrid: editorial Mondibérica.
- Sierra, J. (2008). Protocolo: herramienta comunicativa persuasiva y simbólica. *Revista de Estudios de Comunicación, ZER*, 13(24), 337-361.
- Soler, P., Fernández, B. (2010). La Grounded Theory y la investigación cualitativa en comunicación y marketing. *Revista de comunicación y tecnologías emergentes Icono14*, 8 (2) 203-213.

- Squicciarino, N. (1990). *El vestido habla*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Sulleiro, P. (1971). *Protocolo, honores y distinciones en las corporaciones locales*. Madrid: Instituto de Estudios de la administración local.
- Sunnafrank, M., Ramírez, A. (2004). At first sight: Persistent relational effects of get-acquainted conversations. *Journal of social and personal relationships*, 21 (3), 361-379
- Thomas M.A., Fink, Y. M. (2000). *Tie knots, random walks and topology*. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. 276 (1-2), 109-121 doi: [doi.org/10.1016/S0378-4371\(99\)00226-5](https://doi.org/10.1016/S0378-4371(99)00226-5)
- Toussaint, F. (1975). *Crítica de la información de masas*. México: Trillas.
- Urbina, J.A. (2005). *El gran libro del protocolo* (12a edició). Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Urbina, J.A. (2009). *El arte de invitar. Su protocolo*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy.
- Valles, M. (2007). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Van der Laan, E., Velthuis, O. (2013). Inconspicuous dressing: a critique of the construction-through-consumption paradigm in the sociology of clothing. *Journal of consumer culture*. 16 (1), 22-42.
- Varela, J. (1990). *La muerte del rey. El ceremonial funerario de la monarquía española* (1500-1885). Madrid: Ediciones Turner.
- Verstehen como método. (s.d.). Dins *Diccionario crítico de ciencias sociales*. Recuperat de <https://webs.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/compression.htm>
- Vidales, C.E. (2006). La semiótica como matriz de estudio de la comunicación. *UNl revista*, 1, (3), 1-12. Recuperat de [https://www.academia.edu/591790/La\\_semi%C3%B3tica\\_como\\_matriz\\_de\\_estudio\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/591790/La_semi%C3%B3tica_como_matriz_de_estudio_de_la_comunicaci%C3%B3n)
- Vidales, G.; Vizer, E. (2016). *Comunicación, campo(s), teorías y problemas: una perspectiva internacional*. Salamanca: comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Vilallonga, A. (2018). *Mírate: mejora tu imagen, renueva tu actitud, trabaja tu expresión*. Barcelona: Aguilar.



- Vilallonga, A. (2020). *Enamórate*. Barcelona: Aguilar.
- Villafañe, J. (2009). *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide.
- Villarrubias, F.A. (1976). *Introducción al protocolo y ceremonial en las corporaciones locales*. Madrid: Instituto de Estudios de la administración local.
- Villarubias, F.A. (2004). *Tratado de protocolo. Reino de España, organismos Internacionales, corporaciones e Instituciones públicas y privadas*. Madrid: Ediciones Nobel.
- Visokolskis, S. (2006). *Metáfora, icona y abducción en C.S. Peirce*. Recuperat de <https://www.unav.es/gep/IIPeirceArgentinaVisokolskis.html>
- Warley, J. (2011). *¿Qué es la semiología? Didáctica de los signos y los discursos sociales*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- William, P., Howerd, G. (1973). *Reactions to a stranger as a function of dress syle: the tie. Perceptual and motor skills*, 37(2), 676-676.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Buenos Aires: Paidós.
- Xalina, la (2011). Dins *Diccionari de la llengua Catalana*. Institut d'Estudis Catalans (pàg.1746). Barcelona: edicions 62.

## WEBGRAFIA I ALTRES RECURSOS EN LÍNIA:

- App- TieSight (2014). Recuperat de [http://tiesight.com/EN/TieSight\\_EN/Welcome.html](http://tiesight.com/EN/TieSight_EN/Welcome.html)
- Bloc Elitista (2014). Recuperat de <http://ropa.elitista.info/2006/10/brooks-brothers.html>
- Cortina Riu, C. "Vint-i-cinc anys de la prelatió del poder". Article publicat al diari *Regió 7* el dijous 22 de gener i també publicat a la pàgina web de l'Associació Catalana de Protocol i Relacions Institucionals de Catalunya. Recuperat de: [http://acpri.cat/web/index.php?secc=int\\_comentarios&id=11](http://acpri.cat/web/index.php?secc=int_comentarios&id=11)

- DMI, Deutsches mode institut (2015). Recuperat de <https://www.deutschesmodeinstitut.de/>
- Efe, agencia (7 de novembre 2013). Evo Morales dice que la corbata "divide el pensamiento del sentimiento". *Diario ABC*. Recuperat de <https://www.abc.es/internacional/20131107/abci-morales-corbata-201311072207.html>
- Hirsch, D; Markström, I.; Patterson, M.L.; Sandbert, A.; Vejdemo-Johansson, M. (2015). *More ties than we thought*. Recuperat de [http://tieknots.johanssons.org/known\\_ties.html](http://tieknots.johanssons.org/known_ties.html)
- Hirsch, D., Patterson, M.L., Sandberg, A., Vejdemo M.J. (2014). *More ties than we thought*. Recuperat de arXiv:1401.8242, 2014
- Katy Werlin (2010-2017). The fashion historian.com 2010/05/cravat. htm [www.katywerlin.com/](http://www.katywerlin.com/) New York University Recuperat de <http://www.thefashionhistorian.com/>
- La guía del varón. Grupo Reban (2016). Recuperat de <https://www.laguiadelvaron.com/30-maneras-diferentes-nudos-corbata>
- Leander Club (2015). Recuperat de <http://www.leander.co.uk/>
- Lindo, E. (7 febrer 2015). Iannis Varufakis, l'home sense corbata. *Diari El País*. Recuperat de [https://cat.elpais.com/cat/2015/02/06/estilo/1423228370\\_683854.html](https://cat.elpais.com/cat/2015/02/06/estilo/1423228370_683854.html)
- Marinella, E. (2015). Recuperat de <http://www.marinellanapoli.it/en/decalogue.php>
- Piña, R. (12 de juny 2009). Lorenzo Mila deja el telediario de TVE. *Diario el Mundo*. Recuperat de <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/06/10/television/1244631681.html>
- Sidera, A. (4 febrer 2015). Renzi veu possible un acord de Tsipras amb Brussel·les. *ElpuntAvui*. Recuperat de <http://www.elpuntavui.cat/politica/article/819461-renzi-veu-possible-un-acord-de-tsipras-amb-brusselmles.html>

**ANNEXOS**

Annex 1

**Entrevista a Lorenzo Milà**

Annex 2

**Selecció i ordenació del Codi de  
Ceremonial y protocolo publicat pel BOE  
(Boletín Oficial del Estado)**

Annex 3

**Model del qüestionari**

Annex 4

**Entrevista a experts d'elit**

# Annex 1

## ENTREVISTA A LORENZO MILÀ

**Data:** 22 de noviembre de 2018

**Canal de comunicació:** correu electrònic

### 1. ¿Quién decidió que hiciera los informativos de la 2 sin corbata?

Nadie. Yo creía ( y creo) que para presentar un informativo de TV no hace falta vestirse de boda. Sólo hay que mantener el respeto hacia el espectador. Creo que fue decisión mía porque además yo no tenía adjudicado ningún vestuario especial, al menos al principio. De modo que presentaba como venía vestido a trabajar.

### 2. ¿Cuáles fueron los motivos para tomar la decisión de hacer un informativo en la 2 sin corbata?

Yo simplemente presentaba como salía de casa. Y luego nos dimos cuenta que tenía sentido que el presentador tuviera un aspecto más cercano en general y al perfil de espectadores de La2 en particular.

### 3. ¿Cuándo llega a los informativos de la 1 porque también decide presentar sin corbata?

Por seguir con esa idea, prolongar la complicidad con los espectadores de La2 y romper convencionalismos previsibles que no tienen por qué ser intocables. Me pareció que podíamos empujar un poco los límites estéticos del presentador del Telediario.

### 4. ¿Qué argumentos le justificaron en TVE por tener que presentar los informativos de La 1 con corbata?

Nadie me obligó a ponerme la corbata. Simplemente los estudios de audiencia indicaban que no llevarla confundía a una parte de los espectadores que no reconocían el Telediario de La1 o no le atribuían la misma credibilidad.

Decidí ponérmela para frenar ese efecto y no distraer con debates o dudas sobre el aspecto del presentador.

**5. ¿Me puede confirmar si la audiencia mejoró cuando se puso la corbata?**

No, no fue una causa-efecto. La audiencia mejoró por una suma de motivos.

**6. En el caso que mejoraran las audiencias, ¿desde TVE se pudo certificar que fue el hecho de que usted llevara corbata?**

No. Es habitual que las audiencias bajen en los telediarios cada vez que hay un cambio de gobierno porque muchos espectadores asumen automáticamente que el nuevo equipo directivo "es del otro partido" y recelan de los telediarios que hasta entonces veían. No llevar corbata seguramente contribuyó a esa sensación. Pero nuestro objetivo era hacer buenos Telediarios, más allá de la corbata. Convencer de que vale la pena ver tu Telediario no es algo que se consiga en dos semanas. Requiere un lento y esforzado día a día de periodismo en vez de partidismo.

**7. Después de unos años de haber vivido la experiencia, ¿qué opinión tiene de lo que sucedió? Me refiero al hecho de empezar las noticias sin llevar corbata y después llevando corbata.**

Confirmé que hay hábitos y convenciones que son muy difíciles cambiar rápido. Pero valoro a quien propone cambiar lo establecido. Es como las zapatillas de deporte. Ahora las lleva todo el mundo en casi cualquier circunstancia. La gente ha descubierto que no era necesario sufrir con zapatos elegantes pero incómodos. La estética cambia.

**8. En una entrevista publicada en el diario El Mundo (viernes 16 de junio de 2009), usted declaró que:**

**«Llevar corbata me ha hecho perder parte de mi personalidad televisiva»**

[Recuperado en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/06/10/television/1244631681.html>]

**¿Llevar corbata le hizo perder personalidad televisiva? ¿Por qué?**

No he podido abrir ese link. Pero seguramente me refería a que ponerme la corbata suponía romper con la imagen del Lorenzo milá de La2 Noticias, que era muy parecido a quien soy de verdad. Me guste o no, mi forma de vestir

en La2 acabó formando parte del personaje. Pero no tengo ningún problema con las corbatas. Si es bonita y se combina bien, es una prenda muy elegante. La llevo muchas veces.

### **¿Cree que llevar corbata puede hacer perder más que ganar?**

Lo importante es que el informativo sea riguroso y creíble. Uno de los informativos estrella de la TV francesa lo presenta un periodista sin corbata. Muy elegante con sus americanas combinadas con polos y camisas impecables. Pero sin corbata. Y no pasa nada

### **9. ¿Qué le hace pensar que en muchos de los informativos de las cadenas de televisión de nuestro país el presentador lleve corbata y en cambio el presentador de deportes o el presentador del espacio del tiempo no?**

Es un convencionalismo como cualquier otro, como los presentadores sentados. Son cosas que forman parte del imaginario colectivo y por tanto cuesta cambiarlas. Para cambiarlas tienes que ofrecer una alternativa mejor, lo cual no es fácil. Y perseverar, que es lo que yo no hice en el Telediario. Si hubiera seguido presentando sin corbata durante años probablemente la gente se hubiera acabado acostumbrando. Siempre que el Telediario estuviera bien hecho, que es lo importante.

Hasta hace poco todos los presentadores llevaban corbata, incluso los de deportes o el tiempo. Eso se ha ido relajando y, como es obvio, no ha pasado nada.

### **10. ¿Qué percepción tiene cuando habla con un hombre que lleva corbata?**

Ninguna en especial. Como le digo, yo mismo la llevo sin problemas.

### **11. En la introducción de mi tesis doctoral explico que, escuchando y mirando sus informativos, se me ocurrió estudiar la corbata como símbolo de comunicación.**

**¿Me puede confirmar que la secuencia de su trabajo, primero en La 2 y después en La 1, que expongo a continuación es la correcta?**

#### **Cronología:**

- Presentó noticias de La 2 desde noviembre del año 1994 hasta el año 2002 llevando americana pero sin corbata.

- Dejó las noticias de La 2, y en los años 2003 y 2004 trabajó como corresponsal de TVE en Washington.
- El 13 de septiembre de 2004 vuelve para presentar las noticias de la noche de TVE1 y lo continúa haciendo con americana y sin corbata.
- Bajan las audiencias por diferentes motivos y uno de los cambios que le proponen es que se ponga la corbata para seguir presentando los informativos.

Presenté La2Noticias hasta julio de 2003. Entonces llevaba americanas, pero también polos, jerséis o chalecos. Insisto en que nadie me propuso ponerme la corbata en el Td2.

**Muchas gracias por dedicarme su tiempo**



## Annex 2

### **Selecció i ordenació del Codi de Ceremonial y protocolo publicat pel BOE (Boletín Oficial del Estado). Edició actualitzada a 22 de juliol de 2019. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado.**

Ley 39/1981, de 28 de octubre, por la que se regula el uso de la bandera de España y el de otras banderas y enseñas.

Real Decreto 441/1981, de 27 de febrero, por el que se especifican técnicamente los colores de la Bandera de España.

Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos.

Real Decreto 2335/1980, de 10 de octubre, por el que se regula el uso de la Bandera de España y otras banderas y enseñas a bordo de los buques nacionales.

Orden DEF/144/2004, de 16 de mayo, por la que se establece el procedimiento para que los españoles puedan solicitar y realizar el juramento o promesa ante la Bandera de España.

Ley 33/1981, de 5 de octubre, del Escudo de España

Real Decreto 2964/1981, de 18 de diciembre, por el que se hace público el modelo oficial del Escudo de España.

Real Decreto 2267/1982, de 3 de septiembre, por el que se especifican técnicamente los colores del Escudo de España.

Real Decreto 1560/1997, de 10 de octubre, por el que se regula el Himno Nacional.

Real Decreto 1543/1997, de 3 de octubre, sobre adquisición por el Estado de los derechos de explotación de determinadas obras musicales y encomienda de su administración al Ministerio de Educación y Cultura.

Ley 18/1987, de 7 de octubre, que establece el día de la Fiesta Nacional de España en el 12 de octubre.

Real Decreto 2964/1983, de 30 de noviembre, por el que se establece el «Día de la Constitución».

Real Decreto 862/1997, de 6 de junio, por el que se regulan los actos conmemorativos del Día de la Fiesta Nacional de España, en el ámbito del Ministerio de Defensa.

Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.

Orden de 27 de septiembre de 1999 por la que se aprueba el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y se dictan normas de desarrollo del Real Decreto 1465/1999, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.

Real Decreto 1368/1987, de 6 de noviembre, sobre régimen de títulos, tratamientos y honores de la Familia Real y de los Regentes.

Ley 39/2007, de 19 de noviembre, de la carrera militar. [inclusión parcial]

Decreto –ley 17/1975, de 20 de noviembre, sobre restablecimiento del Registro del Estado Civil de la Familia Real de España.

Real Decreto 2917/1981, de 27 de noviembre, sobre Registro Civil de la Familia Real.

Real Decreto 527/2014, de 20 de junio, por el que se crea el Guión y el Estandarte de Su Majestad el Rey Felipe VI y se modifica el Reglamento de

Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos, aprobado por Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero.

Real Decreto 54/1977, de 21 de enero, sobre Títulos y Denominaciones que corresponden al Heredero de la Corona.

Real Decreto 434/1988, de 6 de mayo, sobre reestructuración de la Casa de S.M. el Rey.

Real Decreto 2157/1977, de 23 de julio, por el que se crea el distintivo de la Casa de su Majestad el Rey.

Real Decreto 2099/1983, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.

Real Decreto 595/2018, de 22 de junio, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales.

Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno. [Inclusión parcial].

Real Decreto 405/1992, de 24 de abril, por el que se regula el Estatuto de los Ex Presidentes del Gobierno.

Real Decreto 707/1979, de 5 de abril, por el que se establece la fórmula de juramento en cargos y funciones públicas.

Real Decreto 684/2010, de 20 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Honores Militares

Real Decreto 707/1979, de 5 de abril, por el que se establece la fórmula de juramento en cargos y funciones públicas.

Real Decreto 684/2010, de 20 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Honores Militares.

Real Decreto 530/1987, de 10 de abril, por el que se regula la celebración anual del Día de las Fuerzas Armadas.

Real Decreto 913/2002, de 6 de septiembre, sobre representación institucional de las Fuerzas Armadas.

Real Decreto 2945/1983, de 9 de noviembre, por el que se aprueban las Reales Ordenanzas del Ejército de Tierra. [Inclusión parcial].

Real Decreto 1024/1984, de 23 de mayo, por el que se aprueban las Reales Ordenanzas de la Armada. [Inclusión parcial]

Real Decreto 494/1984, de 22 de febrero, por el que se aprueban las Reales Ordenanzas del Ejército del Aire. [Inclusión parcial].

Orden DEF/1756/2016, de 28 de octubre, por la que se aprueban las normas de uniformidad de las Fuerzas Armadas.

Acuerdo de 23 de noviembre de 2005, del Pleno del Consejo General del Poder Judicial, por el que se aprueba el Reglamento 2/2005, de honores, tratamientos y protocolo en los actos judiciales solemnes.

Real Decreto 1051/2002, de 11 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Distinguida Orden Española de Carlos III.

Real Decreto 2395/1998, de 6 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Orden de Isabel la Católica.

Real Decreto 954/1988, de 2 de septiembre, por el que se regula la Orden Civil de Alfonso X el Sabio.

Real Decreto 421/1987, de 27 de febrero, por el que se crea la Orden del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario.

Orden de 15 de abril de 1987 por la que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario.

Real Decreto 2396/1998, de 6 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Civil.

Real Decreto 1270/1983, de 30 de marzo, por el que se regula la Orden Civil de Sanidad.

Decreto de 2 de marzo de 1945 por el que se aprueba el texto refundido de las normas estatutarias de la Orden de la Cruz de San Raimundo de Peñafort.

Real Decreto 1523/1982, de 18 de junio, por el que se crea la Real Orden del Mérito Deportivo.

Orden de 24 de septiembre de 1982 por la que se aprueba el Reglamento que establece las Ordenanzas de la Real Orden del Mérito Deportivo.

Real Decreto 407/1988, de 22 de abril, por el que se regula la Orden Civil de la Solidaridad Social.

Orden de 17 de abril de 1989 por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil de la Solidaridad Social.

Real Decreto 711/1982, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de la Medalla al Mérito en el Trabajo.

Ley 5/1964, de 29 de abril, sobre condecoraciones policiales.

Orden FOM/2862/2004, de 30 de julio, por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico.

Real Decreto 1269/2012, de 31 de agosto, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito Turístico.

Orden IET/2149/2012, de 4 de octubre, por la que se aprueba el reglamento para la concesión de la Medalla y Placa al Mérito Turístico.

Orden de 29 de septiembre de 1969 por la que se crea la Medalla de Honor de la Emigración.

Orden de 27 de abril de 1970 por la que se aprueba el Reglamento para la concesión de la Medalla de Honor de la Emigración.

Orden de 25 de enero de 1972 por la que se fijan las características y dimensiones de la «Medalla al Mérito en las Bellas Artes».

Real Decreto 3379/ 1978, de 29 de diciembre, por el que se regula la concesión de la «Medalla al Mérito en las Bellas Artes».

Real Decreto 484/2009, de 3 de abril, por el que se regula el régimen jurídico de las condecoraciones en el ámbito de las telecomunicaciones y el desarrollo de la sociedad de la información, así como su adecuación a la estructura organizativa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Decreto 2464/1974, de 9 de agosto, por el que se crea la Medalla al Mérito de la Seguridad Vial.

Orden de 6 de noviembre de 1974 por la que se desarrolla el Decreto 2464/1974, de 9 de agosto, que crea la Medalla « Al Mérito de la Seguridad Vial»

Ley 19/1976, de 29 de mayo, sobre creación de la Orden del Mérito del Cuerpo de la Guardia Civil

Orden INT/2008/2012, de 21 de septiembre, por la que se regula la Orden del Mérito de la Guardia Civil.

Real Decreto 1025/1980, de 19 de mayo, por el que se crea la Medalla al Mérito en la Investigación y en la Educación Universitaria.

Orden de 15 de julio de 1980 por la que se fijan las características y dimensiones de la Medalla al Mérito en la Investigación y en la Educación Universitaria.

Orden de 13 de abril de 1982 por la que se crea la Medalla al Mérito de la Protección Civil.

Orden de 30 de noviembre de 1983 por la que se regulan los derechos honoríficos de los funcionarios de la Seguridad Social.

Real Decreto 1385/1988, de 18 de noviembre, por el que se crea la Orden del Mérito Constitucional.

Orden de 22 de noviembre de 1988 por la que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Constitucional.

Real Decreto 2023/1995, de 22 de diciembre, de creación de la Orden al Mérito del Plan Nacional sobre Drogas.

Orden de 24 de enero de 1996 por la que se completa la regulación de la Orden al Mérito del Plan Nacional de Drogas.

Real Decreto 1425/1997, de 15 de septiembre, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito del Transporte Terrestre.

Orden de 29 de septiembre de 1997 por la que se regulan la concesión, las características y el uso de la Medalla y la Placa al Mérito del Transporte Terrestre.

Ley 29/2011, de 22 de septiembre, de Reconocimiento y Protección Integral a las Víctimas del Terrorismo. [Inclusión parcial].

Real Decreto 671/2013, de 6 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 29/2011, de 22 de septiembre, de Reconocimiento y Protección Integral a las Víctimas del Terrorismo. [Inclusión parcial].

Real Decreto 283/2002, de 22 de marzo, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito de la Marina Marcante.

Real Decreto 1320/2008, de 24 de julio, por el que se crea la Orden de las Artes y las Letras de España.

Real Decreto 300/2009, de 6 de marzo, por el que se crean la Medalla y la Placa a la Promoción de los Valores de Igualdad.

Orden IGD/1661/2009, de 17 de junio, por la que se regulan las características y las condiciones de otorgamiento y empleo de la Medalla y la Placa a la Promoción de los Valores de Igualdad.

Real Decreto 1036/2009, de 29 de junio, por el que se crea la Orden Civil del Mérito Medioambiental.

Orden ARM/3085/2009, de 13 de noviembre, por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil del Mérito Medioambiental.

Real Decreto 561/2010, de 7 de mayo, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito en el Comercio.

Orden ITC/441/2011, de 22 de febrero, por la que regulan las características de la Medalla y la Placa al Mérito en el Comercio y se desarrolla el Real Decreto 561/2010, de 7 de mayo, en lo relativo al registro de las condecoraciones concedidas.

Orden INT/1409/2011, de 10 de mayo, por la que se crea la Condecoración a la Dedicación al Servicio Policial, en sus diferentes categorías, en el Cuerpo Nacional de Policía.

Real Decreto 1040/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento general de recompensas militares.

Orden DEF/3594/2003, de 10 de diciembre, por la que se aprueban las normas para la tramitación y concesión ordinaria de las Cruces del Mérito Militar, Naval y Aeronáutico, con distintivo blanco, y de las menciones honoríficas, la delegación de competencias en esta materia, y el uso de las condecoraciones representativas de las recompensas.

Real Decreto 899/2001, de 27 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Militar Orden de San Fernando.

Real Decreto 1189/2000, de 23 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Militar Orden de San Hermenegildo.

Real Decreto 682/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Cruz a la Constancia en el Servicio.

Real Decreto 336/2018, de 25 de mayo, por el que se crea la medalla de campaña para reconocer la participación en determinadas operaciones militares y campañas en el exterior y se establecen los criterios generales para su concesión.



Real Decreto de 27 de mayo de 1912 sobre concesión y rehabilitación de Títulos y Grandezas de España.

Real Decreto de 8 de julio de 1922 relativo a la rehabilitación de Grandezas de España y Títulos del Reino.

Ley de 4 de mayo de 1948 por la que se restablece la legalidad vigente con anterioridad al 14 de abril de 1931 en las Grandezas y Títulos del Reino.

Decreto de 4 de junio de 1948 por el que se desarrolla la Ley de 4 de mayo de 1948 sobre Grandezas y Títulos nobiliarios.

Orden de 27 de octubre de 1948 por la que se dictan normas complementarias a la disposición transitoria primera del Decreto de 4 de junio de 1948.

Ley 33/2006, de 30 de octubre, sobre igualdad del hombre y la mujer en el orden de sucesión de los títulos nobiliarios.

Orden de 8 de octubre de 1999 por la que se dispone la publicación de los Estatutos de la Diputación Permanente y Consejo de la Grandeza de España.

Decreto de 13 de abril de 1951 por el que se regulan las funciones de los Cronistas de Armas.



## Annex 3

### MODEL DEL QÜESTIONARI

- Data:
- Nom i cognoms:
- Edat:
- Empresa:
- Càrrec:

1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?
2. Creu que se segueixen comprant moltes corbates?
3. Creu que la tendència a portar corbata varia segons la franja d'edat?
4. Les generacions jove, adult i vellesa, quin creu que seria actualment l'ús que fa la corbata?

Joves: \_\_\_\_\_

Adults: \_\_\_\_\_

Vellesa: \_\_\_\_\_

#### Valors per la resposta:

- **Gens** usada (valor de **1**)
- **Poc** usada (valor de **2**)
- **Normal** d'ús (valor de **3**)
- **Molt** usada (valor de **4**)
- **Moltíssim** usada (valor de **5**)

#### Franja d'edat:

- **Joves** De 15 a 24 anys
- **Adults** De 25 a 59 anys
- **Vellesa** De 60 a 90 anys

5. Les generacions jove, adult i vellesa, quin creu que seria actualment la percepció que tenen de l'ús de la corbata?

Joves: \_\_\_\_\_

Adults: \_\_\_\_\_

Vellesa: \_\_\_\_\_

**Valors per la resposta:**

- **Gens** positiva (valor de **1**)
- **Poc** positiva (valor de **2**)
- **Normal** positiva (valor de **3**)
- **Molt** positiva (valor de **4**)
- **Moltíssim** positiva (valor de **5**)

6. Quin valor creu que té actualment la corbata?
7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en portés?
8. Per què creu que un home usa la corbata?
9. Pensa que quan un home porta corbata pretén transmetre alguna dada de si mateix?
10. Si vol mostrar alguna dada de si mateix, què creu que vol mostrar?
11. Creu que la corbata és només un complement estètic?
12. Creu que la corbata comunica?
13. Què creu que la corbata comunica?

## Annex 4

### Entrevista 1:

---

- **Nom: Beth Borés**
- **Data: 02/06/2019**
- **Hora: 12:27**

#### Notes d'inici:

**Beth, abans de començar amb l'entrevista si que m'agradaria que m'expliquessis que ets presidenta, des de quan ets presidenta de l'Associació a nivell d'Espanya, i com va anar que ho fossis, una mica per després descriure-ho a la tesi doctoral i fer-ho correctament.**

Molt bé, doncs mira, l'Associació Internacional de Consultors d'Imatge, és una associació que va néixer els anys 70 als Estats Units degut a que allà, en realitat va néixer la professió de consultoria d'imatge. I bé, és una associació, és la més gran que hi ha a nivell de consultors d'imatge que engloba més de 50 països i té més de 1.500 membre a reu del món. Jo la vaig conèixer perquè quan jo em vaig certificar com a consultora d'imatge me'n vaig anar a viure als Estats Units i allà vaig formar part del port directiu d'Atlanta, que era on jo vivia, i a l'any 2014 quan me'n vaig tornar cap aquí, doncs vam portar l'Associació a Espanya, per tant, som la branca a Espanya de l'Associació, i sóc presidenta, o sigui vaig començar perquè hi havia una ambaixadora aquí abans, i vam muntar primer un cercle, que és com l'organisme abans de poder muntar un capítol, i llavors, i quan ja vam aconseguir els mínims membres necessaris per ser capítol, doncs ens vam constituir com a capítol,

va ser presidenta la que era fins llavors ambaixadora aquí, i des de l'any 2016 no, 2017 perdó, són termes de dos anys, o sigui que cada dos anys canviem de presidència, per tant, des de l'any passat, no no no, des de 2018, des del juny de 2018, vaig agafar jo la presidència.

### **Et tutejo Beth, perquè ahir m'ho vas demanar molt, eh?**

I tant, i tant!

### **Quina empresa tens? Ets consultora? Puc dir-ho? A part de presidenta ets consultora?**

Sí, sí, sí soc consultora d'imatge.

### **Com es diu la teva empresa?**

La meva empresa es diu ACC Imagen Personal y Corporativa S.L., però bueno, la veritat és que és coneguda com a ACC Imagen. O sigui, el nom llarg en realitat és afectes de registre, però comercialment és ACC Imagen, que respon a aparença, comportament i comunicació.

#### **1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, és evident que s'està perdent l'ús de la corbata perquè bueno, perquè fa uns anys quan jo era petita veies quasi tots els pares i quasi tots els professionals que portaven *traje* i corbata, eren molts més els àmbits professionals on es feia ús de la corbata del què es fa avui en dia. El que passa que, el que s'està perdent, no sé si per quedar-se, o no sé si com a moda del moment.

#### **I què diries?**

Jo diria que anem..., jo diria que en principi sembla que la tendència és que l'ús de la corbata morirà, perquè cada dia el codi de vestimenta és més casual, i a més la gent jove que puja doncs tendeixen més a la comoditat, però també és cert que hi ha moment en què a la corbata... o sigui cada... al final cada estètica i cada accessori, cada element de la nostra imatge té el poder que la societat li atorga. Avui en dia, el no portar corbata també s'associa com a un estatus. Si fins fa un anys, la corbata volia dir poder i autoritat, avui més aviat els professionals que no fan ús de la corbata, és com que ells

tenen la posició suficient com per no portar-la i tot i així, ser considerats bons professionals. M'explico el què vull dir? Això no vol dir que d'aquí a un temps l'estètica entre els homes torni a agafar la corbata com a element decoratiu i element que projecte una personalitat, perquè penso que dintre de l'estètica dels homes, la corbata precisament és un element que us ajuda moltíssim a poder dir qui sou, i definir una miqueta el vostre estil, perquè no és el mateix pues, una corbata llisa, que una corbata de ratlles, que una corbata de mil colors, que una corbata estreta, que una corbata de teixit o una corbata de seda. Per tant, home, a mi em sembla que com element decoratiu ajuda molt a l'home a posar aquella nota de color i aquella nota de personalitat pròpia a dintre de l'*outside*, i és en aquest sentit, dic que no sé un dia els homes recuperareu aquest element precisament per dir, com faig jo per deixar d'anar simplement amb una americana, una camisa i un pantaló, i quedar-me sense poder expressar massa.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Jo crec que avui en dia no es compren moltes corbates, i només s'ha de veure a les botigues de moda d'home com la corbata ha baixat de qualitat moltíssim, i també ha baixat el nombre d'oferta, vagis allà on vagis, és molt difícil avui en dia trobar bones corbates i corbates maques. El qual vol dir que és una indústria en la que avui en dia no s'està invertint, ni s'està treballant, ni s'està fent innovacions, ni propostes massa noves perquè no és rentable, com passa amb el món de les mitges, igual eh.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Jo diria que potser la generació dels que avui tenen 45 anys cap amunt són més usuaris de corbata que els més joves, o els nanos més o menys joves, o sigui sobre els 30 anys, que encara tenen que demostrar, i que a més pertanyen a àmbits professionals molt tradicionals, com puguin ser l'advocacia, o pugui ser la banca, o pugui ser el món financer... Bueno doncs, aquests perfils de poder usen més la corbata, tot i que, si bé és veritat que s'esperaria que la gent de la meva generació, de que avui té 50 anys, en nombre potser, són els que més usen corbata, però també et diré que són els que si poden, ja tendeixen a treure-se-la precisament per aquesta declaració de

poder que et deia abans, els que han obtingut un determinat estatus o un determinat èxit professional, es treuen la corbata com dient jo ja he arribat allà on volia ser i avui ningú m'imposa l'ús de la corbata, i per tant, com element d'autoritat la corbata té tant per qui l'usa, com per qui gosa no usar-la.

#### 4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?

**Joves: 1**

**Adults: 3**

Depèn molt dels països, però a nivell d'Espanya, bé potser et diria entre un 3 i un 4 perquè és cert que a Catalunya som molt més casuals, però tu te'n vas al sud, o te'n vas a Madrid, o te'n vas al Nord i esta ven bé entre el 3, inclús un 4.

**A Madrid està baixant això.**

Sí, sí és veritat que està baixant, però per exemple jo fa molt poc donava moltes voltes per Espanya perquè era conferenciant per La Caixa, i t'asseguro que es notava una diferència abismal quan dones xerrades per dintre de Catalunya i quan comences a sortir, a Saragossa per exemple, (**ja notava la diferència allà**), completament. I a pesar de que bé, es puguin casar o de que hi hagi..., però l'ús de la corbata encara està bastant *arraigat (arrelat)*.

**Vellesa: 1**

I entre la gent gran diria que entre un 0 i un 1.

#### 5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?

**Joves: 1 i 2**

Et diria que entre la gent jove potser seria... la percepció referent a algú que se li presenta un home amb corbata, quina percepció té aquest jovent de... (**la percepció del seu ús, d'ells utilitzar-la**). Mira, et diria que la gent jove un 0, però perquè encara no han descobert el seu ni el seu llenguatge, ni el seu codi de comunicació, ni tampoc el seu atractiu estilístic a més perquè la gent jove generalment l'estilisme ha estat..., i a l'estil personal, ja no només l'estilisme, l'estil personal, encara s'està, ni desenvolupant, moltes vegades naixent. Entre la gent jove jo faria dos grups de gent, hi ha gent que sí ha pogut



captar. Tu veus a gent jove fent servir corbates de teixit o corbates amb textures, molt poca, la veritat molt poca, però, és veritat que com element formal diria que la seva percepció també pot ser entre 1 i 2, però 1 i 2 perquè penso que hi ha gent jove o gent adulta dins les primeres franges d'edat que ha descobert un cert poder decoratiu a la corbata, i que sí la percep, no només com a element professional, no de dir ai és que tinc que portar *traje* i corbata, perquè avui la veritat és que hi ha molt poques empreses i molt pocs àmbits professionals que requereixin la corbata, eh. Jo faig moltes formacions, inclús a despatxos d'advocats, i per exemple, lo dels "*viernes casuales*" (**s'ha convertit en "semanas casuales"**) exacte, completament. Però et dic, *por haí* (per allà) veus qui l'escolleix voluntàriament, i a demés qui la fa servir pues com a element decoratiu més que com a algú que professionalment se'ls hi exigeixi. Per tant la meva valoració seria entre 1 i 2.

#### **Adults: Entre 1 i 2**

Als adults tornaria a posar entre 0 i 1 perquè generalment els homes quan, i les dones també, quan ens fem grans el coll se'n eixampla i la papada generalment sol ser més grossa i cau, doncs un coll tancat i una corbata que escanya no sol ser massa còmode. I més també la gent tendeix a vestir molt més casual, per tant diria que la seva percepció o les seves ganas de fer servir corbata tornarien a baixar a 0. (**I la vellesa també, per tant?**) A la vellesa, a la vellesa deia jo, perdó. (**Jo preguntava els adults**). Els adults, bueno pues això, entre 1 i 2 segurament. (**Entre 1 i 2 i la vellesa?**)

#### **Vellesa: 1**

### **6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Valor en quin sentit?

El valor de la corbata avui és 1, això, perquè realment s'associa com a anacronisme avui en dia la corbata jo crec. (**Per què?**) Bueno pues perquè avui el que està de moda és les *startups* als joves de la informalitat, la informalitat a amés a tots els nivells, no només en el vestir, sinó en el tracte, i llavors, clar, la veritat sembla una mica xocant un jove amb un *traje* i una corbata i tractant de tu al cambrer o al seu *jefe*, "oye que mañana no vengo porque tengo un tema personal pero no te preocupes que ya...". Inclús el llenguatge verbal i l'etiqueta entesa simplement com a regles d'interacció entre les

persones, eh, pues estan molt més relaxades, per tant la vestimenta també. Jo penso que en el fons tot és un conjunt de tendència.

És el valor que li donaries ara a la corbata?

Bueno doncs ara el valor que li donaria seria, no sé et dic entre 1 i 2 simplement perquè encara està al mercat.

### **Estàs dient que desapareix?**

Bueno, et dic que desapareix, però com totes les tendències. La corbata sempre s'ha associat a una... sempre ha sigut una declaració de, no sé o de moda, o de pertinència a un grup o a una classe, o sigui, des de la història, i tu la sabràs millor que ningú la història de la corbata, no?, per tant avui jo no m'atreveixo a dir si una cosa desapareixerà del tot perquè també tenien que desaparèixer els tartans (les tartanes) i en canvi de tant en tant surten els dissenyadors i els reviuem, per tant jo no m'atreveixo dir que dintre d'aquí a quinze anys tornem a dir, bueno ja ens hem avorrit els homes. També és veritat que tu mires la moda masculina cada dia és, i la femenina, cada dia és com més homogènia, els homes estan més efeminats i les dones més masculinitzades. O les modes que de *prendes* intercanviables sembla que avui cada vegada forma més part de les passarel·les. Per tant, la corbata en els pròxims anys està cridada a desaparèixer, jo penso que és un fet. Ara, es sabrà que la corbata desapareixerà de la moda masculina, no m'atreveixo perquè et dic, perquè el millor d'aquí a quinze anys la reviuem i té un bom espectacular.

### **7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Penso que depèn moltíssim, tan de les expectatives que tinguem d'aquella persona, com del missatge d'aquella persona, com de l'àmbit professional, com del seu propi estil, o sigui, una persona... al final la imatge no és més que la percepció que tenim d'aquella persona, d'un producte o d'aquella institució, si tu esperes que d'aquella persona uns valors molt conservadors i molt tradicionals, i una determinada actitud, una determinada *pose* i un determinat missatge, que poden ser representats per l'ús d'un *traje* i una corbata, penso que la percepció serà molt positiva, en canvi, si et ve un nano

venent-te del món tecnològic o del món creatiu, o venent-e un *startup*\* i el veus amb *traje* i corbata, com que hi haurà una contradicció entre la imatge i el missatge, penso que la corbata serà un element negatiu dintre d'aquell missatge. A la vida jo penso que la clau és la coherència i és l'autenticitat, per tant, cada cosa ha dir-se en el seu *contexte* i amb la persona qui el porta, i també el mateix et dic, si tu veus un noi amb *traje* i corbata i el cabell amb una cresta pintada de lila, doncs la veritat que diràs no sé qui menteix la cresta o la corbata, però aquí hi ha algú que està mentint.

#### 8. Per què creieu que un home usa la corbata?

Jo penso que és... hi ha dos raons principals: una perquè el *dress code*\* l'obliga, amb la qual cosa ho notaràs perquè la corbata que escollirà generalment no dirà res d'ell, més aviat serà o neutre o negativa, perquè no s'esmenarà ni amb els colors, ni en els estampats, ni en què lligui la corbata amb el *traje* i la camisa. I també tindràs aquell qui l'esculli com a declaració d'estil personal, i llavors, també ho notaràs de seguida, perquè inclús en el nus de la corbata, notaràs que aquella persona sap usar la corbata i l'escull perquè li dona la gana, perquè forma part de la seva projecció de personalitat, i dirà *vale*, un nus per cada coll i un estampat per cada *traje* i un color per cada camisa.

**Per tant ¿estàs dient que hi ha dos factors: un que l'utilitza perquè la seva professió li demana, que això es nota fins i tot en el tipus de corbata, el teixit de la corbata i el nus de la corbata, i en canvi, si ho fa perquè forma part de la seva personalitat que també ho notaríem amb el nus, amb el teixit, amb la forma que ha escollit la corbata, estàs dient això oi?**

Exactament això.

#### 9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?

Avui en dia no. Excepte aquell grup de gent que he dit que l'esculli per portar, però generalment avui en dia qui porta corbata, és simplement perquè se sent obligat. El nombre de gent que l'escull portar és molt inferior al nombre de gent que l'ha de portar.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Bueno penso que és gent que té... que està començant a desenvolupar el seu estil personal, la seva individualitat dintre de... el final la imatge ha de ser això, ha de ser l'expressió de la teva individualitat, de qui ets, dels teus valors, del què vols dir, perquè quan un pren consciència de que a través de la nostra imatge nosaltres projectem moltes coses, doncs... Jo penso que això, la seva personalitat. Aquells qui els hi agrada jugar amb el seu estil personal, penso que ho troben en la corbata... És molt difícil projectar un estil o una singularitat pròpia a través de una camisa blanca i un *traje* blau marí. Llavors és cert que en determinats àmbits el millor podries fer servir *pues trajes* de colors molt més diversos, però hi ha vegades que trobem advocats molt creatius, o financeres molt creatius, o gent de la banca que siguin més dramàtics, i aquesta gent no pot jugar amb el color del seu *traje*, no pot portar un *traje* rosa, o un *traje* de quadres blau marí i groc, doncs perquè en el seu àmbit professional això encara no se admetria, i en canvi, tota aquesta creativitat l'expressen doncs això, a través de les seves corbates, les seves camises, dels mocadors de l'americana que a la vegada també veus més gent que el comença a fer servir, i jo penso que és gent que *recorre* a aquests elements, a aquests accessoris precisament per donar-li el toc de personalitat que ells saben que fa personalitzar la seva imatge, que la seva imatge no sigui un senyor més de *traje* blau marí, camisa blanca i corbata vermella.

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

Avui en dia crec que la corbata és només un complement estètic.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Això, això que t'he estat dient tot el *rato*, la corbata comunica moltíssim perquè comunica el que et deia abans, no és el mateix una corbata de seda i amb color llis conjuntada amb una camisa blanca i un *traje* gris o blau marí, que és un projecte d'autoritat, però també una ambient molt conservador, però projecte molt poder perquè els contrastos són alts, perquè la

qualitat de la corbata és bona, segurament el *traje* també serà bo, i a més, es té molta consciència d'això, d'un alt contrast i d'un color vermell doncs que es vol transmetre autoritat i lideratge, no; i en canvi, qui fa servir una corbata de punt, pues també té molt clar que el que projecte és modernitat, un estil molt més casual, però a la vegada molt com un tradicional-modern podríem dir, o qui fes servir una corbata estreta, o una corbata més ample, la corbata estreta sempre és... és veritat que ens hem de fixar moltíssim si la persona sap fer servir la corbata sabrà que la corbata ha d'anar sempre la seva amplada en relació amb l'amplada de la solapa de l'americana. Hi ha moltes coses que ens diu, o sigui, la corbata ens diu moltes coses de la persona que la usa, moltes. Per tant és una eina de comunicació molt potent, sí.

### **Comentaris finals:**

És un plaer escoltar-te Beth, de veritat. Ha estat com un descobriment per a mi. Coneixia molt poquet l'associació i ara me la miraré amb més bona cara. Ho he trobat molt interessant.

- ✓ A Madrid i al sud són corbaters.
- ✓ Cada vegada els homes vesteixen més igual. Això va molt en deteriorament de la imatge de la persona. Al final, moltes vegades no tenim la oportunitat de parlar i d'explicar qui som i què fem i d'on venim i els èxits que hem tingut a la vida, o quins són els nostres valors o els nostres objectius, i només és la nostra imatge lo que parla de nosaltres. Hi ha molta gent que pensa que la imatge és algú molt frívol, però perquè estem en una cultura... Jo per exemple, en els Estats Units era tot el contrari, la gent era molt conscient de la importància de la imatge en qualsevol missatge, i en canvi aquí sempre pensem que els americans són uns horteres que no en tenen ni idea de vestir-se, i en canvi et dic que és gent molt més conscient del poder de la imatge, i aquí sembla que ens fa vergonya com dir-li algú com sembla que haig de vestir-me, quan penso que és una equivocació total i completa, perquè jo he anat a fer formacions a despatxos d'advocats, i despatxos grans, i despatxos internacionals, i baixa el soci fet un desastre, i dius, no sé si la decla-

ració que hi ha aquí és, com que jo sóc soci ja no hi ha ningú que em faci vestir de determinada manera, però en aquesta imatge només et pots quedar a Barcelona perquè quan arribis a Madrid et sentiràs petit i desubicat. I el dia que te'n vagis a Londres et sentiràs petit i desubicat, perquè una cosa és que tu ho facis servir una imatge dintre del teu context perquè saps que aquella és l'adequada, però al final la imatge ha de ser l'apropiada al context, a l'edat, a *l'advent*, al clima, a tot. El poder està en el coneixement, no està en el mal ús del poder. Allò de dir "yo porque soy así", no, no, "porque sou así no vale". Si tu te'n vas... a mi em va passar, l'altre dia em varen convidar a una entrega de premis de no sé què a Madrid, la veritat que vaig pensar, *bé* no sé... i vaig veure que la gent anava molt més arreglada del que anava jo. Això et treu les ganes de passejar i saludar, me'n van quedar ben poques. És veritat, quan un veu que no està apropiat per l'ocasió s'empetiteix i llavors la teva imatge, que en un principi hauria de ser una eina de comunicació i una eina de conquesta del terreny, resulta que acaba essent la barrera que et fa amagar.

- ✓ Jo venia dels d'Estats Units, jo era l'assessora d'imatge de CNN, la cadena de televisió, i vaig venir pensant, ara que serà el meu idioma, la meua gent, i buenooooo, piques pedra!
- ✓ Jo penso que cada vegada s'obra més el camp (del consultor d'imatge), crec que s'anirà obrint. També compta la imatge no verbal. No hi ha manca de mercat perquè el producte no interessi, sinó desconeixement del producte i de l'aplicació del producte.

## Entrevista 2:

---

- **Nom: Bere Casillas**
- **Data: 02/06/2019**
- **Hora: 11:36**

### Notes d'inici:

**Actualment la seva empresa es diu Bere Casillas, veritat?**

Efectivament.

### **I vostè és el director?**

Jo soc el director de la empresa, efectivament.

### **L'empresa fa molt anys que existeix?**

L'empresa, el concepte sí, l'empesa va evolucionant, van canviant de nom en funció de l'estratègia, una el van aparcant i altres, per exemple el projecte que estic ara *Trajés* a medida SL, jo vaig començar amb ell el 2016, però va arrencar el 2012, després he tingut alguna altra empresa, però en concret ara mateix sincerament la meua *trajectòria* professional és des de 1983.

### **1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, indiscutiblement la corbata està en declivi, en caiguda tremenda, això ho hem parlat amb algun proveïdor de corbates. Jo estic residint a Madrid fa quasi quatre anys ja, i Madrid que és una ciutat bastant clàssica, sobretot en varis elements de l'empresa, com pot ser determinats despatxos d'advocats i grans consultores, que aquí a Madrid les anomenen les *be fore*, es veu una tendència que les persones segueixen vestint de *traje*, però la corbata cada

vegada s'utilitza exclusivament per esdeveniments molt formals o esdeveniments familiars, o sigui casaments, batejos, etc. I si és veritat que està en declivi increïble.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí, sí indiscutiblement com ja li he comentat en esdeveniments familiars, i bé, quan arriba un gran moment, un gran esdeveniment sí que la corbata és aquell estàndard masculí de formalitat, anem a dir com de respecte.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, varia segons la franja d'edat moltíssim. Mentre que els nois joves no utilitzen corbata i per a ells la corbata, anem a dir fins i tot pels negocis, no és la millor eina d'estil, sí que és veritat que quan arriba un esdeveniment familiar és el primer que utilitzen. Li puc posar l'exemple del meu fill de disset anys que fa no molt em comentava "no però jo vull anar amb corbata". Per a ells la corbata sí és aquell element de "escolta, vaig a posar-me full, vaig a vestir-me molt molt elegant" i estiren de la corbata. I en persones, sobretot a partir dels 50, 55 anys, diguem que són els més ídols de la corbata i persones com jo que seguim vestint pràcticament tots els dies de corbata.

**Potser pels joves seria allò que es senten, és una frase vulgar, però per entendre'ns els dos, "vaig a ser més home".**

Exacte. Diguem que la corbata és aquell element perquè es sentin, bé perquè ja estan deixant l'edat del nen i volen començar a ser més adults, efectivament.

## 4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

Indiscutiblement la vellesa.

### **Joves: (1) / 2**

Es pot posar el valor 2 pels esdeveniments que estem comentant. De fet inclús, quan aquests nois quan acaben la seva carrera i s'incorporen a l'empresa gran, diguem que en aquests primers moments en aquestes grans consultores, despatxos, després de sortir de la facultat, sí que tenen una mica de tendència de ja entro al món adult del treball, em poso corbata



però quan arriben a l'ambient de treball, pràcticament la descarten. O sigui, anem a prendre-ho com a valor 2.

**Adults: 2**

**Vellesa: 3**

Jo penso que ens quedàriem en el valor 3, no m'atreveixo al 4, perquè inclús entre les persones ja molt grans, en general estan optant per la roba còmode pel dia a dia, i precisament la corbata en molts pocs homes es vesteixen al matí pensant amb la corbata, com es feia antigament. O sigui, el meu pare pràcticament vestia cada dia de corbata inclús amb 60 i tants anys.

##### 5. **De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

Em quedo també amb el valor 2. Actualment si parlem del tram de del segle XXI, valor 2, o sigui no... molts homes estan començant a pensar que la corbata no li aporta res.

**Que trist, veritat?**

Honestament sí, perquè a més és un element que recolza molt l'estil de l'home, o sigui, ens serveix per combinar mitjons espanyols de butxaca,, fons de camisa, i lamentablement, Mateu t'ho dic amb el cor a la mà, de veritat, o sigui, un senyor que vesteixi tots els dies de *traje* per treballar, moltíssims aquí a Madrid que com li comentava són milers i milers d'homes, el no portar corbata, les camises de quadres s'han de descartar, en moltes ocasions s'han de descartar les camises de ratlles, i òbviament es queden amb camises blanques i blaves, i res més, o sigui, no tenen més elements que utilitzar que aquests dos colors de camises i aquests patrons concrets de teixit per poder tenir un impacte visual bo i agradable, i abans la corbata et permetia utilitzar moltíssims més patrons i poder inclús combinar-los amb les corbates.

**Ens estem limitant amb el crom blau, blanc... no sortim d'aquí, veritat?**

Sí, sí, sí, monocromo total, blau marí, blanc i camisa *celeste*, i no es surt d'aquesta tonalitat.

**I al final, si em permet senyor Bere, vestim casi tots iguals, eh?**

Sí, sí, és una de les meves grans lluites en el canal de YouTube en impulsar a l'home que assumeixi una mica de risc i incorpori elements que no són

elements ni femenins, que és una mica la por que té molt l'home a feminitzar una mica el seu estil, i el que provoquem és precisament el contrari, que assumeixin un color i determinats elements que enriqueixen molt l'estètica masculina.

**Joves: 2**

**Adults: --**

**Vellesa: --**

## 6. **Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

A veure... jo crec que per a la corbata ha quedat com un element solemne per a grans ocasions, seria el gran resum que jo faria de tot aquest tema. O sigui quan un professional s'enfronta a una reunió molt important per la seva feina, o té un judici important, o té qualsevol tipus d'esdeveniment important, usa la corbata. Quan un professional que no utilitza mai el *traje* perquè el seu treball, sobretot ara mateix quan hi ha aquesta quantitat de treballs tant creatius en què els nois o les persones, treballen tot el dia amb l'ordinador, no tenen contacte visual amb el client, perquè el seu client pràcticament el gestionen cent per cent en línia, i ha d'anar a un esdeveniment important, familiar o professional, també utilitza la corbata. S'ha quedat com aquell element de, diguem com aquell element per a gran ocasions.

## 7. **Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

És una de les grans preguntes, jo també tinc dubtes Mateu, i és una de les grans preguntes que moltes vegades em faig. I la naturalesa m'ha dotat d'un escàner increïble, o sigui, jo tinc un escàner impressionant per els petits detalls, i a més, jo connecto molt ràpid amb el món exterior, o sigui, et matiso millor el que et vull dir amb això: jo quan estic assegut a una terrassa prenent un cafè, òbviament totes les gents que van passant per les terrasses la vaig escanejant en un segon, analitzo com va, com porta les sabates, si els porta netes, brutes, el color, el llarg de les peces..., i la veritat és que quan jo veig un home ben vestit de corbata, la perspectiva que tinc d'ell és de molt professional, o sigui, és un senyor que em transmet seguretat, és un senyor que es cuida molt, per tant si aquest senyor es cuida molt la seva

estètica és perquè a l'hora de realitzar un treball també cuida molt dels seus detalls. Aquest és el pensament ràpid que em ve a la meua ment quan veig a un home que realment m'agrada la seva estètica, i la veritat és que és algú que és una mica el que sempre he arribat a transmetre, d'acord?, però no sé potser la percepció que hi ha ara mateix no sigui aquesta, sinó que com que hem tingut tots aquests moments política tant complexos, tant durs, de corrupcions, etc., etc., potser sigui el moment d'eliminar la corbata com aquest element d'elitista, dit d'alguna manera, "escolta jo vull ser més normal", "vull ser més proper", i no utilitzaré la corbata precisament per això. És una mica la impressió que tinc sobre la impressió, o el que percep molta gent quan veu un senyor vestit amb corbata.

### **Costa veure gent ben vestida.**

I permetem que li faci un matís, fins el segle passat pels professionals de la moda, Barcelona en concret, era un absolut referent, o sigui, era un absolut referent d'estil, jo admirava Barcelona d'una forma increïble pel seu estil personal del seu professional. Jo recordo a Granada quan venia els representants de les cases de tèxtil, i aquells milers de cases de teixits de Barcelona i la zona de Sabadell i Terrassa, i recordo quan arribava el representant jo em quedava embovat literalment de veure com venien vestits, l'estil que transmetien. Després per determinades circumstàncies vaig decidir anar a Barcelona, i fa un parell de mesos vaig tornar després a Barcelona, i va ser una decepció tremenda com han caigut brutalment l'estil a la ciutat i en general entre inclús els professionals, o sigui, era una caiguda tremenda d'estil i em vaig quedar com perplex, o sigui, és com algú tan especial per a tu, com una espècia de, no mite, però si aquesta percepció de "hòstia vaig jo de nou a Barcelona, vaig a gaudir de l'estil" i em vaig quedar... saps quan vaig arribar a Sants i vaig anar cap a Barcelona, em vaig quedar amb una decepció i una tristesa interior increïble.

En general no, jo tinc bons amics que sempre han vestit un estil terrible, i ara els veus i dic com han desmillorat, veritat? Sí, sí.

### **8. Per què creieu que un home usa la corbata?**

L'home quan usa corbata és que... a veure, la corbata determinats ocasions, a veure,... és una pregunta complicada per a mi perquè com que jo adoro

la corbata per a mi és com un element que reforça molt la meva seguretat com a persona, o sigui, jo quan vesteixo de corbata no em poso una corbata, o sigui jo sóc incapaç de posar-me una corbata amb cinturó sempre l'uso amb tirants; sóc incapaç de posar-me una corbata sense els bessons, per tant, sempre l'uso amb bessons, i per a mi és un ritual vestir corbata, de fet, quan no vesteixo amb corbata desapareixen els tirants i desapareixen els bessons, saps com algú molt..., tot va unit a aquest ritual. Llavors jo crec que quan un home es posa corbata és perquè el que està, el que pretén, el que busca, és reforçar aquesta seguretat interior, aquesta profunda psicologia que tenim els ésser humans en què una dona quan va arreglada no hi ha qui la pari, o sigui, una dona quan porta una roba interior i no la veu ningú, però quan ella es sap que té una roba interior bonica, està súper contenta, i es posa un vestit, un *traje*, una faldilla, o qualsevol peça, i a més s'arregla i passa inclús per la perruqueria, aquella dona no hi ha qui la pari, o sigui, ella sap que va increïble, amb una seguretat interior tremenda. I el mateix passa amb els homes, o sigui, amb els homes quan ens arreglem guanyem una confiança i una seguretat en la que et sents capaç d'enfrontar-te a qualsevol situació, encara que sigui complicada, em refereixo inclús ja en el món del treball, i jo per exemple, si entra un client molt molt especial a la meva sastreria i aquell dia potser no m'he afaitat al matí, potser vaig una miqueta més *casual* i tal, aquell dia no estic amb aquella força interior i amb aquella seguretat que a mi m'agrada que em vaig enfrontar amb un client que desconeixia completament l'estil que té, o pot ser un nou client molt bo per a mi, i en canvi els dies que vaig vestit amb corbata, doncs són dies que pot venir el rei d'Espanya que tinc aquell *aplomo*, aquella seguretat interior perquè ho acompanyo de tots aquells elements que et comentava de complements que em donen una seguretat increïble. Són detalls psicològics, que bé, afortunadament o desgraciadament l'home necessitem aquests impulsos psicològics per a desenvolupar com a persona, vaja.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Indiscutiblement sí. Indiscutiblement el missatge que vol transmetre és "avui m'he vestit per a tu", sigui per l'esdeveniment, si ha de veure un client

important, "escolta, m'he arreglat per venir per respecte". Si va a un casament "m'he arreglat per venir al teu casament i mostrar-te respecte". I un bateig, una comunió, una entrega de premis, o sigui, aquest és el missatge que transmet la corbata: m'he arreglat per a tu.

#### 10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Indiscutiblement jo la uso perquè estèticament m'agrada, però a mi personalment m'aporta una seguretat.

#### 11. **Creu que la corbata és només un complement estètic?**

No, de fet al llarg de la conversa que portem és evident que jo dic que no és només un element estètic. Això és un missatge, o sigui tot un llenguatge, qui sap entendre la corbata com un element de transmetre impressions, emocions, o transmetre respecte, sap que la corbata és l'element perfecte o el complement perfecte per a transmetre aquesta informació.

#### 12. **Creieu que la corbata comunica?**

##### 13. **Què creu que comunica?**

El primer, comunica serietat, per a mi comunica professionalitat, comunica estil, i el més important per a mi, comunica la nostra capacitat d'arriscar a la vida. O sigui, el que un home porti com a corbata sabem el que aquest home és capaç d'arriscar en un projecte, arriscar en una redacció, perquè un home extremadament tranquil, sobri és incapaç de risc a la seva vida, porta les corbates series, *sòbries* i sense cap risc de cap tipus. Un home creatiu, arriscat, òbviament sempre portarà una corbata molt potent de color amb un estampat fort, amb color vius intensos, com amb el meu cas, o sigui, jo sóc una persona que visc la vida molt passionalment, per a mi la vida està plena de passions i òbviament aquest tipus de passions la transmeto amb la meua corbata.

#### **Comentaris finals:**

- ✓ Mateu, sap el que li vaig a demanar de forma personal? Quan acabi la seva tesi, m'encantaria veure-la, m'encantaria veure el procés d'investigació perquèestic absolutament convençut, que una vegada llegida

aquesta tesi, vaig a aprendre coses que desconeixia completament, absolutament convençut. Tot això enriquirà la meva vida, sobretot amb elements com la corbata i poder-ho transmetre a través de YouTube i les xarxes socials, i m'encantaria.

### Entrevista 3:

---

- **Nom: Antònia Gambau**
- **Data: 31/05/2019**
- **Hora: 10:40**

#### Notes d'inici:

Càrrec:

- 5 anys presidenta de l'Associació Catalana d'Assessors d'Imatge (2010-2015)
- Actualment secretària de l'Associación Internacional de Consultores de la Imagen (AICI Spain); està a tots als països del món.
- Assessora.
- Professora del Mòdul de Grau Superior d'assessoria.
- Actualment "mig retirada".

Notes:

- "Ser assessor és molt difícil."
- "La gent no té el concepte que necessita un assessor".
- "Té la sensació com una figura inaccessible".

#### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

No, depèn del sector. Però encara hi ha sectors que la corbata encara dóna estatus.

#### 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Es compren per ocasions. A veure, si un té una feina que la corbata forma part important del seu vestuari, evidentment sí, encara en n'hi ha de feines

d'aquestes que la gent la fa servir com un complement més, llavors sí, però en alguns no.

**3. Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, és que només és la franja d'edat, és la professió, el sector en el que estiguis implicat.

**4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

**Joves: 1**

Poc utilitzada i en ocasions molt concretes.

**Adults: 3**

**Velles: 2**

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

**Joves: 2, poc positiva.**

**Adults: 4, positiva.**

**Vellesa: 3**

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Estatus

Professionalitat

Diferència

Poder

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Depèn del sector...

Sí millora.

Depèn amb qui es compari. (comparació entre dos homes un amb i l'altre sense)

Si veus algú amb corbata potser la percepció és de més credibilitat i més professionalitat.

No vol dir que a mi m'agradi molt, però sí és la percepció.



### 8. **Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per moltes coses, primer perquè, depèn d'on treballis et dona tots aquests valors que hem estat parlant, per marcar poder, per marcar diferència, per marcar estatus.

I també depèn del tipus de corbata, la corbata és potser dels pocs o l'únic element en que l'home pot demostrar o pot fer percebre la seva personalitat. Doncs aquí, diguéssim que no és que hi hagi carta blanca per portar-la com vulgui, però sí que pots transmetre certes coses que amb un *traje* doncs no es pot perquè són bastant uniformats.

### 9. **Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Sí, per suposat, el que passa és que no tots els homes en són conscients d'això. Quan fas un assessorament, els hi expliques què pots transmetre a través d'una corbata, molts es queden parats, perquè no saben el poder que té, el que transmet una corbata. I la quantitat de coses que es poden llegir a través d'una corbata d'un mateix.

I un dels problemes també que hi ha és que els homes no saben que tenen, aquest entre cometes, poder amb la corbata de transmetre el que volen, les corbates moltes vegades les compren les dones, i ells es posen qualsevol cosa. I llavors estan transmetent, no saben el què, i a lo millor estan transmetent conceptes contraris el que realment volen transmetre.

I no només s'hauria d'ensenyar als homes el que transmeten, sinó a les dones també.

### 10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Tornem a estar allà mateix, depèn del seu paper a l'hora que porti la corbata:

Autoritat

Superioritat

Diferència

Seriositat

Professionalitat

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

Sí, en principi sí.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Sí, comunica tot el que estem dient, tots aquestes conceptes que hem repetit.

Comunica depèn de si la nostra personalitat és més seriosa o més oberta, o més tranquil·la, o més divertida... aquests aspectes de la personalitat de cadascú, o més infantil inclús, els que porten les corbates del Piolin, del de Dinsey, aquestes coses, tot transmet. Llavors podem transmetre la personalitat de cadascú o, forçar-ho i transmetre el que un vol transmetre, no com és. Aquí podem canviar-ho. No és que manipulem, però una mica podem fer-ho.

**Entrevista 4:**

---

- **Nom: David García Bragado**
- **Data: 24/05/2019**
- **Hora: 16:34**

**Notes d'inici:**

- Nom de l'empresa: Vestirse por los pies.es (igual que el llibre i el bloc)
- Nom llibre: Vestirse por los pies
- És sastre
- És assessor. Vesteix a moltes persones.
- Escriu un dels blogs més visitat d'Espanya.
- Botiga durant catorze mesos.

**1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, indubtablement s'està perdent l'ús de la corbata, això és indubtablement. La part positiva és que quan es fa servir para més l'atenció precisament pel fet del seu desús el qual està caient aquest complement.

La corbata és un complement inútil, no serveix per a res, no abrigo, no protegeix... Però per l'elegància és el símbol per excel·lència. Una corbata és distintiva, distingeix el que la porta. Parla de com és la personalitat del que la porta també, per com ha realitzat, amb quin esmena ha realitzat el nus, per com deixa equilibrats els pics i les pales, per si descompensa més estret o ample... defineix, defineix molt, és algú molt definitori per l'elegància d'un home.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí, sí jo he tingut una botiga durant un any, catorze mesos, i sí, sí es vénen corbates i es compren corbates. I a més, es compren a parells, o per tres o per quatre, no només una per canviar o dos. Sí es venen corbates. L'home que utilitza corbata li agrada variar corbata, les actualitza, sí, sí.

La corbata és atemporal, però s'actualitza, sí senyor, un home que usa corbata, les varia.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, sí, sense dubte, segons la personalitat, com et deia abans, però anem a entrar amb més detall com et deia abans, segons edat, càrrec professional o professió, varien moltes coses.

És molt rica la corbata. Ens cenyim simplement a la clàssica de seda de 8 cm d'altura, 8,5; però hi ha molta varietat, a mi m'agrada molt la de llana que són per l'hivern. La de lli, les que no tenen entretela són per l'estiu. La de croche és preciosa, la de punt...

Cada edat té la seva corbata determinada.

L'amplada i el grossor jo ho faria més per la utilització, el moment d'utilització, per la lògica i formalitat. Si anem a un casament no et pots posar una de punt o una de llana, sinó una de seda, etc, etc. Més que un edat, és més ampli, és una edat, una ocupació laboral, no pots anar amb una cridanera diguem, anem a posar el cas, a un jutjat, posem el cas, serà una més discreta, més sòbria... En un comerç, un dependent pot ser una mica més rica amb colors.

## 4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

### **Joves: 2**

Molt poc, encara s'utilitza en les graduacions. És el pas a homes. Els hi agrada i busquen la oportunitat per tornar-la a portar. Els hi agrada. A la menor oportunitat la utilitzen.

### **Adults: 3, un mig.**

Està cansat i per obligació. En aquest tram mig ha perdut el gust. És pesat. A mi em sap greu.

**Vellesa: 4**

Està més usual per la corbata. Li atorga un prestigi, per plaer. És un símbol de distinció de *senyorio*, inclús el *traje*. Es muden per anar a fer un cafè. Un senyor gran que no es posi corbata i vestit d'home queda antiquat.

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

**Joves: 5**

La valoren moltíssim. És molt prestigiós.

Poden rebutjar-la els que els hi obliguen a l'escola d'uniforme. És una joventut minoritària.

**Adults: 2 (3)**

Ho veuen com una pesadesa, per treure-ho del davant.

**Vellesa: 4**

Ho veuen bé, el seu senyal. Per exemple és una manera per trencar la diferència entre categories socials (albanyil i capataz).

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Avui el valor és molt formal. Abans era normal, ara és el treballador de banca o es advocat.

Se li dona un valor residual.

Segueix agradant. A la població normal veure un home amb *traje* i corbata, segueix agradant, la impressió és bona.

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Sense cap dubte, sense cap dubte. Jo quan vaig a l'administració, a la Junta, a qualsevol organisme administratiu, a qualsevol, sempre, sempre procuro anar-hi amb *traje* i corbata. Et tracten diferent: a una finestra, a un aeroport, a la policia local, la policia local...

S'observa, una topada, o un problema... És serietat. Et tracten d'una altra manera, et faciliten més les coses. Som classistes.

### 8. **Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per dos motius: per obligació o una altra per plaer.

Per a mi és un plaer. Hi ha vegades recordo quan estic a la botiga, i estic assegut al sofà, i avorrit, o esperant, en un moment monòton, jo soc de jugar molt amb la corbata, com qui juga amb la barba. Per a mi és un plaer, la corbat és distintiva, m'encanten les corbates, tenen un valor suprem, donen elegància al vestit.

### 9. **Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Sí, sense cap dubte. Transmet i molt.

Et vaig a comentar un cas particular. Jo sempre transmeto amb la corbata. Per exemple jo tinc la corbata de dia del meu casament, aquesta corbata l'utilitzo en moments *premium*, és una corbata Cambàs, de seda natura, vermella, bordeus... i està la pobre ja molt molt gastada, però per exemple a la comunió de la meva filla la vaig fer servir, jo estic transmetent.

Jo després cada dia estic transmetent, com et deia, si tinc una reunió important sempre en porto una de blau marí de microtopos, si estic alegre en tinc una de més florejada que és grana. Sí transmet, sí. Com et dic, si és hivern i fa un dia lleig, doncs el millor escullo una escocesa verda i gris, que és molt molt bonic. Vull expressar aquell dia o com em sento.

### 10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Jo sempre procuro transmetre rigor, formalitat, serietat, enteresa, integritat. M'agrada.

### 11. **Creu que la corbata és només un complement estètic?**

És com una medalla. És alguna cosa més. És com la medalla dels militars o com la placa de la policia. És alguna cosa molt més. Estàs transmetent valors. Perquè és un element inútil, absolutament inútil, no serveix per a res, i precisament val per a tot, la qüestió és que val per a tot.

12. **Creieu que la corbata comunica?**

13. **Què creu que comunica?**

Comunica, sí, i comunica molt. Comunica la personalitat, el que un porta a dins. Aflora amb la corbata, la personalitat interior d'un cavaller, del cavaller que la porta. Però aporta des de l'elecció i més enllà:

com se l'ha nuat

com la porta

com la llueix

com la combina

Transmet moltíssim. Jo crec que és un llenguatge no verbal imprescindible, que qui el sap llegir, aporta molta informació del que la porta, moltíssima:

grau de *cuidado*

higiene

l'educació

el coneixement, si sap posar-se bé l'arrugeta al centre,

si la porta la porta de manera natural,

si no va caiguda

si recolza bé al coll de camisa

si no tira

si no apreta

si no molesta...

Aporta moltíssim, aporta moltíssim, sí, sí, sí.

**Comentaris finals:**

**Avui, per acabar ja David, vostè porta corbata avui?** Avui no, avui no, avui és divendres casual no, ahir sí. Avui és divendres casual, a més ja és la tarda estic al despatx particular, avui ja no.

## Entrevista 5:

---

- **Nom: Montse Guals**
- **Data: 05/06/2019**
- **Hora: 18:35**

### Notes d'inici:

- Que me pongo" vam ser els primers aquí a nivell d'Espanya.
- Vam ser els primer aquí a nivell d'Espanya. La meva socia i jo, totes dues venim del món del disseny. Jo sóc dissenyadora i ella era patronista. Llavors hi va haver un bon dia que jo tenia una firma, però vaig pensar que aquí a Espanya, aquest linxol d'aquelles persones de voler-les assessorar fora interessant, i llavors un bon dia se'ns va ocórrer l'idea de muntar una empresa que es deia Personal Shopper, perquè nosaltres viatjàvem molt i vam pensar mira el personal shopper ho sona tot. Què va passar? Que clar, amb aquesta empresa de Personal Shopper ningú no ens entenia res, la gent deia "què feu?" i "la gent va tan mal vestida?", tot, total que l'any 2000... i érem sols a Espanya, eh?, ho vem iniciar, per ser més exactes, a l'any 2003. Llavors vàrem dir, a veure no pot ser Personal Shopper ningú ens coneix llavors va ser quan vam dir "mira, jo sóc dissenyadora tu patronista, i què fem amb les nostres clientes: posa't això, posa't allò, què em poso...", i llavors vam dir, "escolta una cosa, i si posem Què em poso". Llavors vam sortir al mercat amb Què em poso?. Llavors què va passar? Català, tot català. Llavors clar vam ser, inclús vam *tonejar* un cotxe que va ser dels primers cotxes *tunejats* a Barcelona que no hi havia ni la zona blava, posant a llocs estratègics. Llavors què va passar?



Que *bueno*, vull dir que vam començar els *medis* de comunicació, El què em poso? li va cridar l'atenció, i la primera vegada que vam sortir, *vale?*, va ser perquè jo tenia una veïna que un dia pujant per l'ascensor, et va bé que t'expliqui tot això? **I tant, i tant que em va bé! Em situes molt més, sí, sí, sí.** Un dia pujant per l'ascensor em diu: escolta Montse que no dissenyes? Ho has deixat tot? Dic no, doncs mira, ho he deixat tot i ara vull tindre un tercer fill, això és un altre tema, *vale?*, i a més a més l'he tingut i a més ara em vull dedicar al món de la imatge, val. "Ostres, dóna'm un prospecte". Li donc un prospecte, i quina va ser la nostra sorpresa, un dia 30 de maig, o 31 no me *n'enrecordo* exacte, si 30 o 31, no 30 o 31 d'abril, jo m'enrecordo que era el dia abans del *compleanys* del meu fill, em diu la meva sòcia: escolta que sortim a les pàgines roses, la Margarita Puig, i jo dic no m'ho crec. I llavors la Margarita Puig va ser la primera, la de la Vanguardia, la de les pàgines salmó. Llavors a partir d'aquí va ser curiós perquè després ens van trucar de l'agència EFE, i clar!, una cosa que dius, ostres, aquí Espanya vam sortir als teletotals, vam sortir per tot arreu!, *vale*, que inclús si vols que t'expliqui una anècdota: clar en aquella època hi havia la ETA, no? I clar l'agència només donava notícies molt sèries, i m'enrecordo que *bueno* ens van fer tot el reportatge i jo li dic a l'Elisabet, "mira jo vaig a trucar a l'agència EFE que *almenys* que ens deixi llegir perquè clar això és una cosa molt nova... i m'enrecordaré sempre, que encara ara, aquesta periodista quan em troba em diu "Me acuerdo de tí Montse comi si fuesé hoy". Els hi dic "escolteu-me: ho puc llegir?", I em diuen: "Ni el rei ens demana permís". I em vaig enfadar. És una anècdota.

- Llavors esclar, ens ho van divulgar per tot Espanya, *medis* de comunicació, Sud Amèrica... Llavors què va passar? Que clar, vull dir la gent vem començar de sortir al telenotals. I llavors així va ser com vam començar nosaltres a pujar. Què va passar? Que llavors a través d'un client madrileny que buscava, estava aquí treballant i deia que no lligava, val?, ens va venir a veure, *vale*, i li vam fer un assessorament i li vam dir. I ens va diu: "Y esto en Madrid?", i vam dir, "sí nosaltres viatgem a Madrid", i diu, "Per què no lo franquizais?". I llavors va ser ell qui ens va iniciar al món de la

franquícia i per aquesta raó, gràcies amb ell, vale?, amb aquests client ara la tenim franquiciada i estem a Madrid, estem a València, estem a Màlaga, estem al Maresme, hem obert Mèxic, m'entens? I una mica és aquesta història, piano-piano, hem anat fent, llavors esclar, a nivell d'Espanya vam haver de canviar el "Què em poso" per "Que me pongo". Una mica te l'he explicat.

### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Volen que es perdi una miqueta, però jo penso que no es pot pedrera mai. Primer per una cosa, perquè la corbata té un punt masculí, segona que l'ús de la corbata fa que la persona es vegi amb més linealitat, tercera que amb un *traje* ben estructurat amb una camisa amb un coll rígid hi fa falta la corbata. Sí que és cert que cada cop les empreses intenten no portar corbata per donar una imatge més propera, però malauradament encara hi ha persones que tenen una imatge molt propera i per donar serietat es tenen que posar la corbata. Jo penso que és un complement amb els homes que mai deixarà d'existir.

### 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Siiii, i tant, i tant! A veure el saber vestir de l'home és el *traje*, armilla i la corbata, vull dir és "sota, caballo, rey". Vull dir és una cosa, de les coses que no es poden prescindir. És l'agulla de la corbata que *bueno*, aquí és una cosa que forma part d'un complement, però la corbata és algú que forma part del vestir del senyor i forma part del *traje*. Llavors, vull dir evidentment, avui en dia que trobem corbates de punt, trobem corbates de tot tipus. Però vull dir protocol·làriament, pensa que protocol·làriament és lo que va bé amb tots, a partir del protocol, llavors el protocol mai a la vida hem vist res sense llacet o corbata. A partir d'aquí ja t'ho dic tot.

### 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí varia, varia perquè segons la franja d'edat també ens porta la tendència. Llavors què passa? Que la persona jove com que busca molt tendència, llavors no es vol assemblar amb el pare i el no assemblar-se amb el pare, llavors la corbata la podem veure amb diferents colors, diferents amplades.

Per aquesta raó hi ha molts senyors que avui en dia que diuen: es porta la corbata estreta. No, la corbata estreta és per aquest *traje* amb la solapa estrateta que ho porta el jovent, però la persona que porta la solapa més ampla d'un àmbit més clàssic de t'he de portar la corbata de tota la vida. Llavors sí que es diferencia amb aquestes petites coses, val?, per exemple vull dir, vé uns colors doncs el jovent s'atreveix a posar-s'ho cosa que el senyor no, llavors sí que depèn de la franja d'edat, evidentment, però això és tendència pura, és claríssim. I el jovent queda tendència. La persona ja d'una certa edat ja va amb un imatge més conservadora, i fixis-se que el senyor amb una certa edat que vol anar de tendència va com el nen jove.

#### 4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?

##### Joves: 3

Amb els joves?... ostres.... doncs clar... és que es porta la corbata primeta i tot i... corbata o llacet? **No, corbata.** Corbata?... a veure torna'm a dir les valoracions.

3, el jovent 3, normal, perquè vull dir trobem jovent que per anar a treballar se la posa perquè diu doncs hi tinc d'anar. Normal, normal.

\*El jovent, saps el que passa? El jovent clar com que comença a treballar ja amb el *traje* i la corbata, té festes, tornen haver-hi totes les festes de *puestas de largo*... vull dir la corbata encara s'utilitza per això en trobem de punt, en trobem de moltes maneres. Ara la gent adulta és la que en porta més.

##### Adults: 4

Més, una miqueta més, perquè els adults en n'hi ha molts que no saben anar a treballar encara sense corbata. 4, sí, sí, els adults sí. Jo trobo que molts senyors que diuen "però clar si no porto corbata dona la sensació que vagi... No, no la corbata costarà de treure's.

##### Vellesa: 1

Poc, poc, poquíssim, aquest se la treu. L'1, completament. Aquest se la treu. Només se la posa per les BBC, *bautizos, bodas y comuniones*. És així.

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

**Joves: 0**

El jovent? El valor de la corbata no li donen. Ells li donen més valor a la tendència i si la tendència diu portar corbata, doncs van amb corbata.

Si la tendència diu corbata, doncs el valor el màxim.

Clar és que el jovent va amb l'ona de la tendència.

**Adults: Normal (3)**

Els adults la percepció la tenen ja normal, m'entens? Ja la porten com a assumida, no és allò "oooooooo és que la corbaaata", no, ja forma part d'una cosa habitual, llavors el valor ja no li dones tant, ha baixat, vale? Molta gent que avui en dia és adulta de joves li donaven molt més valor a la corbata, l'únic que el valor que li podien donar de joves se li ha convertit com algú molt, molt, saps molt planer ara. I llavors un valor normal.

I llavors l'adult és un valor normal perquè ja ho ha assumit dins la seva imatge.

**Vellesa: 0**

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

En general ha baixat, ha baixat completament, l'únic que també és cert... mira jo faig l'exemple de la corbata la faig exemple com les ombreres, les ombreres, una americana sense ombreres no existirà mai de la vida, vale?, un *traje* sense corbata no existirà mai de la vida, però com que les tendències ens diuen que no es té de portar ombrera, llavors esclar aquesta ombrera no ens la posem a tot arreu, doncs és el que passa, com que la tendència és anar a aquest pas suau. Llavors què passa? Inclús ens trobem gent a La Caixa que els hi diuen "res de corbata", llavors clar la percepció de la gent diu "ui no la corbata està en desuso", però són els primers que quan tenen d'anar amb una festa i es tenen d'arreglar es posen la corbata. Llavors ens contraiem nosaltres mateixos.

**Per tant és un valor contradictori?**

Completament. Sí perquè hi ha molta gent que diu "la corbata passo", a la que té un casament què es posa? La corbata. A la que ve el dia del pare què es posa? La corbata. A la que ve Reis, un regal que és fàcil, la corbata, tenim un bateig, la corbata. Ostres és que tinc una reunió molt important, ostres la corbata, *jolin* si no fos tan important no te la posaries.

Jo faig aquesta reflexió perquè tindria de dir que el valor ara ha baixat completament, però per a mi és contradictori, perquè si hagués baixat completament llavors assumiríem que en tots els àmbits podríem anar sense corbata. I ara amb un casament veiem algú sense corbata i ja som nosaltres mateixos que diem "on va aquest?". Llavors penso que està d'aquesta manera.

### 7. **Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

No, ens dona una imatge més seria. Estem parlant d'imatge, llavors tots comuniquem. Quan algú el veiem sense corbata, automàticament ens ve una imatge molt propera molt més *casual*, quan algú el veiem amb una corbata, com que el veiem ben estructurat i la línia horitzontal, i tot posat dóna seguretat, el veiem amb una imatge molt més seria i segura.

### **Per tant, no li podríem definir que li millora la percepció quan el veiem amb corbata?**

Ni li millora ni no, tot depèn de l'ocasió, del moment i del lloc. La corbata forma part d'un complement. És com per exemple, dius la gent, anar a buscar feina em poso un *traje* i una corbata, *altanto*, si vas a una empresa creativa no vagis amb una corbat perquè a la que et vegin ja no et voldran. Llavors clar, la corbata ajuda a comunicar millor sempre hi quan la corbata la portis en el lloc i moment adient per donar la imatge adequada, sinó resta.

### 8. **Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per aportar més seguretat i més serietat. Ho tinc claríssim. Com l'americana hi ha homes a la que es treuen... mira la masculinitat està als *ombros*, *vale?* i la feminitat està a la *cadere*, i llavors hi ha molts homes que tenen els *ombros* bastant caigudets, llavors es posen una americana i automàticament li estructura els *ombros* i es veu més segur. Què els hi fa la corbata? Els hi dona l'acabament del punt de *caballero y del saber vestir del caballero*.

T'ho he contestat? T'ho he contestat? **I tant, sí molt bé, si ho trobo molt interessant.**

9. **Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**
10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

No, no, se la posa inconscientment. Se la posa perquè forma part d'algú seu, no? És com per exemple les dones que no sabem marxar sense *bolso* perquè ens trobem com despullades. Doncs la persona que habitualment porten, la corbata, no es posen la corbata perquè volen que el vegin sinó perquè la societat està establerta de depèn de quines situacions es té que posar corbata. M'he explicat bé? I a més a més, jo com a assessora d'imatge afegiria algú més, i encara no saben els senyors la força que poden tindre amb els colors de la corbata, i amb això ho podem dir amb Obama, Obama, et va bé que et faci aquesta reflexió? **I tant, molt**, Obama sempre va amb *traje* fosc, camisa blanca, vale?, i corbata blava, grisa o vermella, llavors perquè ho fa això? Perquè clar la masculinitat està amb la mandíbula, que ell no té massa mandíbula, llavors li posen el *traje* blau marí amb línies horitzontals ben estructurat, li dona més amplada, i a més a més un color fred que és serietat, vale? Va amb una camisa blanca que mai l'hem vist amb un altre color de camisa, per què? Perquè li dona el punt de llum, el punt de llum dona, és un *rellenador* del punt de línia d'expressió i d'aquesta manera fa més bona cara. Per què va amb les corbates d'aquests colors? Perquè ell és un càlid, un càlid intens. Si ell anés amb corbates càlides se li empetzaria completament el to de pell amb la corbata, se li desdibuixaria les línies del rostre i es veuria apàtic. **Clar, i ell fa servir colors freds?** Fa servir colors completament contraris a la seva harmonia, això fa que se li defineixin bé les línies i se li vegi una mirada profunda i intensa. És simplement això. Llavors seria molt important que tots els homes que portessin corbata es fessin la teoria del color, el test de color, com influeix el color en les línies del rostre, i sabrien cada moment, amb cada color de corbata quina imatge els hi projecte al seu rostre. Molt important això. Jo tinc clients que tenen diferents corbates al calaix per depèn de la situació.

Pensa que Obama una vegada portava color beix i la Vanguardia em va trucar i em va dir: Montse hi ha uns títols que, un d'allò que posa que va cansat, i és el que li vaig dir, no és que vagi cansat, a veure, és que porta un color

beix se li empetitza amb la pell i se li *emmarrona*, és això, cansat estava ahir, abans d'ahir i l'altre, i és això. Neutralitzava, no dissimulem res perquè tot ho tenim bonic.

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

No, no, no és un complement estètic, forma part, un complement necessari.

No, és un complement estètic i una eina de comunicació.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Sí i tant, comunica qualitats d'imatge amb el color i amb el nus perquè depèn si portes el nus, és que això és un altre món, tot depenen del coll de la camisa que els homes no saben quin coll porta, **si l'Italià, l'Anglès, el Francès**, o el Bottondaw, que el Bottondaw mai de la vida amb corbata, llavors què passa? Que clar tot depèn de li porta més o menys mandíbula i forma part d'una comunicació. I la corbata per a mi és comunicació. Depèn del color i de la forma comunica una cosa o una altra.

## Entrevista 6:

---

- **Nom: José María López-Galiacho**
- **Data: 31/05/2019**
- **Hora: 10:22**

### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, clarament sí, s'està perdent en tots els àmbits. A l'àmbit de l'oficina, a l'àmbit de la vestimenta d'esport del cap de setmana, a tots els nivells, a tots els estrats socials i a tots els esdeveniments més o menys formals, cada vegada l'ús de la corbata és més reduïda.

### **Vostè en la seva feina es fixa si la gent du corbata?**

Sí m'hi fixo perquè la corbata no és cap complement que vulgui demostrar estatus. La corbata és una ajuda també per demostrar educació, com pot ser no portar una camisa oberta que et sents més còmode, el fet de tancar-te una camisa i portar una corbata, no és un acte de novisme, ni un acte de grandesa, és una mostra d'educació cap a la persona que vas a veure.

### 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí, es van comprant. És rara la botiga d'homes que no tingui una petita selecció de corbates.

### 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, els coneguts els que ara es denominen Guenyas, fa uns anys eren Haps i tots aquests termes anglosaxons que utilitzem, amb ells molt poc. Hi ha gent amb divuit anys queestic convençut que no sap fer-se un nus de la corbata. Amb edat ja madura, a l'edat de 30 a 50, aquesta franja la gent vesteix en corbata sobretot en casaments, amb algun àpat especial.



La gent gran, sobretot a partir del cinquanta, com que tota aquesta revolució informàtica i internet, l'han viscut menys intensament doncs encara tenen en certa forma encara tenen present certes tradicions, va a missa el diumenge i la gent gran es posa la corbata, en un sopar de Nadal o Nit Vella es posa la corbata. Però això sí, és sobretot la gent gran.

**4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

**Joves:** 2

**Adults:** 3

**La vellesa:** 4

**¿Creu que els joves busquen qualsevol excusa que sigui un ritual major per utilitzar-la, per exemple en graduacions, comunions, casaments...?**

Això és cert, però és una qüestió més social.

En la nostra època, jo ara tinc 44 anys, jo m'encordo que la corbata era pràcticament obligada els diumenges, moltes ocasions, així que la rebel·lia de la joventut, en fer el contrari del que t'imposaven, si t'imposaven amb sabates, doncs nosaltres les zapatillas, les Paredes, les Kelme, les que fossin! I ara estem en una situació contrària, ara el normal, el més estès, és anar amb baqueros, amb una camiseta... Doncs ara la gent en aquests moments de rebel·lia, i en aquests moments de, escolta com que no hi ha l'ocasió de posar-se-la, busquen justificar l'ús de la corbata i posar-se-la.

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

**Joves:** 2

**Adults:** 3

**Vellesa:** 4

Per això uns l'usen més i els altres menys.

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Per a mi fonamental. Al final, no té de sentit anar a una piscina amb esmòquing, però també no té sentit en una recepció oficial un *traje* sense corbata. Un *traje* sense corbata és com anar a jugar al tennis i deixar-te la raqueta a casa. Falta alguna cosa, hi ha alguna cosa aquí que falta. I la corbata doncs

té un significat que va molt més enllà d'un tros de tela sobre el tors. Al final, per què no ens posem jaqueta i no ens posem jersei? Doncs perquè la jaqueta és més vestida. Per què no ens posem uns pantalons de pinces i no un *xino* pera a una reunió important, per una comunió o per un bateig? Perquè és més vestit. La corbata... si tu veus un *traje*, t'agradi la corbata o no t'agradi la corbata, tu veus un *traje* blau marí, amb corbata o sense corbata, i tu dius: ¿quin dels dos t'enganxa més, té més lògica, té més sentit, i quin és més bell? Al final, el que li agradi la corbata, o el que no li agrada la corbata, escull el de la corbata. Perquè és una peça que sempre ha anat amb la corbata. És com no sé, anar amb *zapatillas* i no portar el cordó.

El problema és el de sempre, que la societat espanyola, com amb molts altres objectes, és molt influenciable. Sempre pensem que les coses de fora són millors que les que tenim dins. Doncs tots hem tingut ídols, doncs ara els d'internet, el de Facebook, el de Google, el de Amazon... Gent que no porta corbata. Poc a poc ha anat arribant a Europa, i es va traduir en casos de Friday, el divendres sense corbata, i això poc a poc no només és el divendres, és el dilluns, és el dimarts, és el dimecres, és tota la setmana. I significa que volen prescindir de la corbata? Doncs en certs ambients sí, però no té sentit, però en altres no, i molt menys com succeeix quan se t'exigeix una vestimenta formal i ja gent que t'apareix sense corbata.

Un dels temes d'Oviedo del Príncep d'Astúries, no es pot rebre sense corbata com s'ha rebut.

Ni es pot anar el Títol Cervantes que el presideix la reina, i actors nostres de primer nivell, sense corbata. Quan allà, el que ho dóna, està passant calor perquè porten una levita pesada, perquè les *peces* fan suar, els focos... La pròpia reina, el propi rei. Caram, que a sobre ets un convidat, apareixes descamisat. No hi vagis i ja està! No passa res. No estàs d'acord amb el protocol, doncs no hi vagis i no passa res. Però si hi vas, ves-hi com exigeix la invitació.

## 7. **Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Sempre, sempre.

Hi ha un exercici que jo sempre faig: jo he vist quan faig una xerrada a dues persones, a una totalment d'esport, amb un Levis d'aquests que porten trencats, usats, amb unes zapatillas, molt d'esport, una samarreta juvenil, o sigui camiseta de cotó; i després a l'altre costat, una altra persona amb el seu *traje*, amb la seva corbata, amb el seu mocador de butxaca... i jo sempre dic, a veure, si tens 50€, i vols que una d'aquestes persones l'inverteixi, a qui els dones? El 90% sempre, li donen el del *traje*, sempre. Per què?, perquè la imatge és fonamental. Veus a l'altre desarrapat, i penses, caram aquest no sembla un gran inversor. Veus a l'altre, i carai, si s'ha pogut pagar aquest *traje*, aquesta corbata i té aquest aspecte, és perquè li deuen anar bé les coses. O sinó a una discoteca de moda que només hi anaven jovenets, tu ets el mateix, el divendres vas mal vestit, el de la porta segur que no et deixa passar. El dia següent, passades 24hores, essent la mateixa persona, vas ben vestit, et deixen passar. Si és que la imatge és fonamental. El que avui el món de les relacions són tant efímeres, tant ràpides, que no et dona temps de conèixer la persona i es jutja moltes vegades, per l'aspecte físic. Els *hanways* que tenen moltes frases, una de mítica és que no tens una segona oportunitat per una primera impressió. I desgraciadament és així. Jo no dic ni que sigui bo, ni que sigui dolent, però és una evidència que la gent jutgi segons vesteixi el que està parlant, és una evidència.

#### 8. Per què creieu que un home usa la corbata?

Primer, els que usem corbata ens sentim més elegants quan usem la corbata, es un complement obligat en el *traje*, si e posen un *traje* doncs et posen corbata, es igual que si em poso una camisa, em cordo els botons. Es lògic.

**Diria que l'ús de la corbata en aquest casa, és perquè l'exigeix el mateix *traje*?**

La mateixa persona que el vesteix, una persona que tingui un mínim sentit de l'estètica, que no digui que sigui un boig de la vestimenta, mínim, mínim sap que la corbata queda estrany un conjunt queda pitjor sense corbata que amb ella.

És una qüestió d'estètica, de sentir-se segur, de que pots anar a qualsevol lloc ben vestit, i d'alguna manera també és seguretat.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

No obligatòriament. Només aquelles corbates que amb motius definits, una corbata amb una bandera d'Espanya, en un moment donat de la història, doncs en el moment del procés català, o algú amb topitos de guatlles, o de caça, que defensa la caça, o motius nàutics.

Jo crec que no es busca enviar un missatge. Dit això, és cert que veient la corbata d'una persona al llarg d'una sèrie de dies, és molt fàcil endevinar la personalitat d'aquella persona, immensament fàcil. Perquè al final és un reflex de la teva personalitat.

Els colors que esculls.

La pròpia forma que te la nues.

Si són més o menys cridaneres (de color).

Com ho barreges amb tal.

El que sí pots endevinar amb una corbata és si una persona és d'idees més tradicionals, d'idees més revolucionàries, si és un cap boig, si s'enriu de la vida... Probablement sí, això és senzill.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Amb una corbata si tu esculls colors sòlids, i sense cap dibuix, per norma general és una personal més introvertida, és una persona més pulcre, menys oberta, que no signifiquen actius negatius, eh?, ni molt menys! Però bé, que defineixen d'alguna manera una personalitat, més cap a dins, més seria, menys donat a la broma, donat potser a uns anàlisis més exhaustius que una persona que porti una corbata vermella sang, el dia següent verda, el dia següent amb una Mafalda, pensaria més amb una persona més creativa, més del món del disseny, molt més extravertida, li serà igual què digui la gent, vol provocar...

Sí, sí, vol donar missatges sobre sí.

### 11. **Creu que la corbata és només un complement estètic?**

No, no, no, és un complement estètic per suposat, és un complement estètic, però és una complement social. Estètic sempre ho serà, igual que tot el que vestim és estètic, però és un complement social.

La corbata no és que va sorgir a Croàcia i tota aquesta història, la història més recent de la corbata és de fa dos segles, són les pròpies universitats elegeixen la seva corbata per diferenciar-se de club nàutic, per diferenciar de Cambridge, i bé, era un símbol de pertinença, de pertinença a un grup. I la corbata ara segueix essent estètica, tot el món quan elegeix una corbata escull la que li agrada més, la que li agrada menys, però el que parlàvem al principi, no, per mostrar una educació, un respecte amb qui estaràs.

A una junta d'accionistes tothom se la posa, i diàriament no se la posen. La presidència d'una junta d'accionistes de l'Ibex, rarament hi ha la persona que no porta corbata i potser no en porta mai. Però per què se la posa en aquell moment? Perquè l'acte és formal i perquè estàs davant les càmeres, i perquè hi ha molta gent a l'auditori i sempre mostren més respecte amb ella que sense ella. Però bé, en el propi *telediari*. Al *telediari* avui surten amb corbata, demà sense corbata. Tu veus algú, doncs algú desplaçat a New York, amb la seva corbata i els seu *traje*, et transmet una cosa totaaaalment diferent que a l'altre canal, el que sigui, que connecten des de New York també, hi ha un noi allà amb mànigues de camisa, arremangat i amb les ulleres de sol posades a la butxaca. El missatge, la recepció del missatge, és diferent.

### 12. **Creieu que la corbata comunica?**

#### 13. **Què creu que comunica?**

Sí, és una mica el que hem estat parlant durant les preguntes. La corbata comunica la personalitat del que la porta, i també en molts casos de l'organització a la que representa, siguin bancs o una empresa. De fet, Iberdrola la porta verda, Vodafone i la gent de Santander la porta vermella, i bé doncs, i altres l'escullen verda perquè volen demostrar que estan a favor del medi ambient, altres amb infinitat de colors, però, traiem aquests casos concrets, al final si tu veus una persona, parles amb ella i saps quin tipus de corbata hi ha al seu *corbater*, perquè és un reflex de la seva personalitat. Però no és

que un esculli una corbata per dir, escolta, sóc tradicional, sóc conservador, o sóc un revolucionari, o sóc un gran creatiu, no, però la teva forma de ser i la teva pròpia forma de les característiques sintètiques de cada un, quan escullis aquesta corbata, ja l'has escollit a la seva personalitat. No és que escullis aquella corbata i sortís amb ella per demostrar al món que ets una persona més revolucionària, no, simplement com que ets revolucionari, ja l'has escollit d'aquest color i acompanya la teva personalitat. Sí transmet facetes de la teva personalitat.

### **Comentaris finals:**

**Em reitero a la cita que vostè mateix obre en el seu capítol del llibre quan parla de la corbata “que la corbata és l’home que la porta”, veritat?**

I és veritat, és veritat. Agafes dos corbaters, i dius, si tu agafes les corbates d'una persona i les poses a un altre corbater dius, aquí falla alguna cosa. Dels *trajes*, de les sabates, aquesta corbata no *va*! Però no perquè no vagi el color, no perquè no combinin les línies o les ratlles, simplement perquè bé, l'estil d'un i l'estil de l'altre doncs no lliguen i saps que algú les ha posat allà, però que no són d'aquell armari. I és veritat, o sigui, jo als meus amics podria perfectament a tots ells, comprar-los-hi les seves corbates i no m'equivocaria. I és fàcil comprar-se una corbata. Però coneixent la personalitat de cadascun, saps què li agradarà i què no li agradarà. Com les sabates, si és molt similar a les sabates, si les sabates en aquest aspecte són cosins germans.

## Entrevista 7:

---

- **Nom: Josep Pons**
- **Data: 01/07/2019**
- **Hora: 09:52**

### Notes d'inici:

**Josep Pons:** A la teva disposició. Podem començar quan vulguis.

**Mateu Batallé :** T'ho agraeixo molt.

**Josep, per situar-nos a la tesi doctoral. Josep quan fa que la seva empresa existeix? Quan fa que vostè es dedica això?**

Ui mira, jo em dic Josep Pons, el meu pare es deia Josep Pons. Aleshores jo vaig continuar en principi la tasca del meu pare. Però es clar, el meu pare era barber a llavors si sumo el Josep Pons d'ell, amb el meu son vuitanta sis. Però jo l'any 73 perquè on tenia la botiga el meu pare van fer obres i va tindre de deixar-la, em vaig establir pel meu compte. Ho sigui a l'any 73 començo jo la cingladura, en principi de perruqueria home-dona i després creo el concepte d'assessoria d'imatge. El vaig crear jo. Està a cinc llibres. Tinc el certificat del Ministeri i de la Generalitat, que ho vaig aportar, per aconseguir que els estudis fossin homologats.

**Sí en grau superior i en grau mitjà, oi que em sembla que fa?**

Efectivament. No l'assessoria d'imatge és el grau superior, Mateu.

**D'acord. D'acord.**

El grau mitjà que fem nosaltres és de perruqueria i estètica.

**D'acord. D'acord.**

**I llavors, Sr. Pons. Jo puc dir que va ser el pioner, per tant, el primer?**

Sí si. Soc el pioner, hi està escrit i reconegut. Inclús el llibre que em van fer que em van fer un llibre biogràfic, que mira està a la teva disposició si

el vols. Només hauries de passar per Loreto i el recolliries sense cost. Allà la que fa el pròleg del llibre, és la directora d'homologacions el Ministeri d'Educació i Cultura de Madrid. Que era la meva jefa quan jo vaig aportar el concepte i tot el contingut que jo tenia. Jo a partir de la perruqueria veia que feia falta argumentació l'estudi antropomètric, parlar de la proporció, l'harmonia, les formes, les línies, el color, ho sigui desglossar verbalment, fer la descripció verbal d'una persona, cada persona és un món, hi a partir d'aquí poder treballar amb un contingut i amb un llenguatge. No allò de dir, mira et faré això perquè et queda bé, perquè ara es porta. Què és l'habitual que es fa. Eh, que no? Eh que m'entens?

**Sí sí**

Aquesta és la diferència. Jo vaig. Diguéssim. Des del primer moment, la necessitat com tinc sempre amb tot. Ara estic donant conferències a set universitats. Que per cert, la vaig donar a la Pompeu quan vaig començar diguéssim amb aquest apartat, amb un curs, que es feia per polítics, concretament. T'estic parlant de fa, lo millor dotze anys, aproximadament.

**Ostres no hi era jo encara.**

No hi eres eh? Entre altres. La d'econòmiques estic cada any. Hi vaig una vegada o dues. Ho sigui sempre intento, adquirir coneixements, progressar, millorar en tot sentit tinc aquesta il·lusió.

**Sí que m'ho anoto això per anar-li a buscar el llibre Sr. Pons?**

Sí mira Loreto 46 o 42 millor dit.

**Vale**

Vas allà. Et presentes dius que ets tu. I que has parlat amb mi i que et donin el llibre. Jo ja deixaré el recado. Vale.

**Molt bé, d'acord. Li agraeixo molt.**

Veuràs que a la contra hi ha la Cruz Sánchez és aquesta senyora que et dic. A demés, ella ho deixa ben clar. Però a part els certificats estan el consulting de consultoria d'imatge que tenim a part, els certificats del Ministeris i de la Generalitat estan tots emmarcats, saps, i allà consta.

**Està molt bé, està molt bé.**

El que passa que no m'agrada anar tampoc d'inventor. Perquè a veure Mateu jo no vaig inventar cap apartat. Jo no vaig inventar ni el màrqueting ni la comunicació ni el protocol ni la perruqueria, ni el maquillatge, ni el vestuari



... el que vaig crear és el concepte d' unificar tots aquests apartats amb funció de la professió del món de la imatge. Per tindre un contingut diguéssim de desenvolupament professional i saber argumentar-lo adequadament.

**Està molt bé, està molt bé. Doncs començo amb l'entrevista si li sembla amb la primera pregunta.**

Molt bé Mateu quan vulguis, quan vulguis.

### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Fa anys que l'ús de la corbata ha disminuït. D'això no hi ha dubte.

Vols que m'ampliï Mateu amb la resposta?

**Com vostè vulgui.**

En principi seré escuet i concret i després si vols ho ampliï perquè sinó estic segur que em reiteraré perquè amb les preguntes que jo he vist amb reiteraria.

**D'acord. D'acord. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata? Diu que sí.**

Sí. Sense dubte, ja fa anys que s'està perdent. Jo et diria que a partir del maig del 68, la corbata ja estava vista una mica com una qüestió de dretes, no obstant, van haver-hi polítics com el Santiago Carrillo i altres que venien, diguéssim de la part del comunisme, de l'existencialisme etc. etc. que la van utilitzar i d'alguna no va desaparèixer però sí que va disminuir eh. A partir d'aquests anys, que tu saps que tiraven pedres a la gent que s'arreglava molt, que anava al Liceu, li tiràvem tomàquets. Tot el que era anar ben vestit estava mal vist. O sigui, es manifestava, diguéssim la reveldia d'aquells temps amb la imatge: les noies no portaven sostenidors, no anaven a la perruqueria, els homes es deixaven barba i malena eh, que aquí va arribar, això va arribar, aquí molt més tard eh. A París, a Califòrnia devia ser el 65, a París el 68 la col·lúsió i aquí a principis dels 70 eh. Hi bé, pensa que van tancar una quantitat de perruqueries impressionant. Perruqueries d'homes van tancar, pues jo et diria un 60% i de dones un 30% o un 40% eh. Llavors, es clar, la corbata també va ser víctima d'aquesta moda. Després sembla que la cosa, ja et dic, degut a que el Santiago Carrillo, Felipe González i demés, la portaven ja es va començar atenuar.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí si la indústria de la corbata té un potencial enorme. Perquè a nivell mundial quan es vol donar una imatge de serietat, per exemple el món financer, el món de l'empresa, executius i demés, sembla que la corbata sigui imprescindible amb uns colors determinats, sempre molt similars etc. etc. I també es pot utilitzar amb un apartat de tindre un element més de diferenciació. Hi ha persones, hi ha un segment, diguéssim de lo que és el client, el públic que sempre vol anar, tu saps, diferent dels demés. Però anar diferent no vol dir anar amb el cabell blau o vermell, no. Sinó anar molt elegant i diferent. Llavors aquí entra molt l'element diferencial i també he vist molts casos d'utilitzar corbates amples o molt estretes eh o sigui és un món que encara té molt de mercat, Mateu.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí sense dubte. No veuràs a ningú jove amb corbata. No veuràs a ningú jove. La corbata es comença a portar a partir de que et cases. Corbata o un altre element de coll a partir de que vas a treballar a la banca, que treballes amb una feina amb una botiga que t'exigeixen la corbata o amb empreses que te'l exigeixen o bé inclús el sector comercial eh. Sector comercial perquè doni més rigor, serietat i imatge es demana molt encara la corbata.

## 4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

**Per part dels joves:**

**El Valor 1 – gens utilitzada, el valor 2 – poc utilitzada, el valor 3 – un ús normal, el valor 4 – molt utilitzada i el valor 5 – moltíssim**

El número 1 sense dubte. La joventut no vol corbata. La rebutja. Això t'ho asseguro perquè ho constato. En família inclús, joves i demés son elegants, els hi agrada vestir bé, no volen saber res de la corbata eh. La joventut és excepcional eh molt excepcional

**I adults?**

Perdó?

**Els adults?**

Ah, els adults! No l'adult ja sí. L'adult ja quan vol donar una imatge determinada per un esdeveniment determinat aquí sí.

**I quin valor li donaria Sr. Pons?**

De l'1 al 5 em dius?

**Sí!**

Doncs de l'1 al 5 et diria un 2,5 o un 3 eh.

**D'acord. D'acord. I la vellesa?**

La vellesa ja és allò de dir amb una línia clàssica però també més aviat, utilitzada ja de forma excepcional, perquè la feina ja no ho requereix, la persona està jubilada i ja juga més la carta de la funcionalitat i la comoditat. A demés està arxi demostrat que quan sobretot els homes ens jubilem, l'aspecte del cuidado estètic amb un percentatge molt alt disminueix de forma bastant accentuada eh.

**I quin valor li donaria?**

Doncs aquí li donaria, el valor sent generosos 2 però diria 1,5 – 2.

**Ha ha ha, sent generós diu.**

**Ara el mateix Sr. Pons, de les generacions joves, adults i vellesa. Abans li he preguntat quin seria actualment el seu ús i ara li pregunto quin seria la percepció del seu ús de la corbata. És a dir, els valors que li donc: Pels joves gens positiva, valor 1, poc positiva un valor 2, un valor normal valor 3, molt positiva un valor 4 o moltíssim un valor 5.**

A veure, perdona que estava fent, ha vingut algú aquí ha fet molt de soroll i t'he entès a mitges Mateu, perdona.

**Val, hi torno no es preocupi.**

Sí, diguem digui'm.

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

Valor jo et diria joves entre 1 i el 2 . Entra la indiferència i el que no toca portar corbata perquè no la porten els líders del grup, saps eh, et diria això.

Els adults ja qui anem a un 3 un 3 i mig, et diria aproximadament.

I les persones grans, te la utilitzaran ja et dic excepcionalment en moments, excepcionals eh no amb el dia a dia. Llavors aquí aniríem a parar al 2 no més 2 o 2 i mig.

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

El valor de l'ús de la corbata. De l'1 al 5 també no ?

**No, no aquí li dic en general. Quin valor creu?**

El valor de la corbata? Home la corbata Mateu es segueix portant es segueix fabricant jo tinc un grup inversor que munta empreses que jo soc el seu partner i *bueno* es guanya la vida molt bé amb això.

**Amb les corbates?** Inclús fabriquen a la Índia i vénen a tot el món la *brixcels* té un potencial bestial. En fi de la corbata encara és negoci. Hi ha moltíssima gent que la porta. Jo et diria que quan una persona vol donar una imatge excepcional, allò de dir cuidada, elegant casi sempre recorre a la corbata.

**Mmmm era aquí on volia anar jo. El valor i ara no vull, no el vull, no vull que digui el que no vol dir eh, però el valor, què seria en el seu, en la seva opinió, el valor actual de l'ús de la corbata és un valor d'elegància, un valor de poder, un valor de... com seria, com ho definiria sr. Pons?**

Jo diria que la corbata el que vol representar és un estatus, una experiència, una credibilitat i una elegància eh.

**Vale, vale molt interessant. Creu que quant veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que sinó la portés?**

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Sí, li dona una sensació d'una persona cuidada, meticulosa, que s'ha esforçat en projectar una imatge elegant i de credibilitat. Sí.

**8. Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per donar una imatge de serietat, de solvència, de cuidado, de domini de l'estètica eh. Perquè en realitat encara que no ens donem compte amb la percepció de la imatge externa tenim molta informació de l'equilibri que té la persona. Per exemple: si té un sobre pes, si vesteix adientment, si porta un tallat de cabell adequat o no, si porta barba, si la porta ben arreglada o no. Inclús a l'agafar els gots, el tema de les ungles que poca gent s'hi fixa i és molt important.

**Sí i tant això!** Exacte, hi fins hi tot el calçat. Eh, vull dir, es percep això. Ho sigui, clar que això no vol dir Mateu que no hi hagin persones que utilitzin la corbata i en canvi, vesteixin adientment que també n'hi ha.

**No, sí si si**

Hi ha de tot eh, però la corbata dona projecte imatge i solvència. Jo mira, si em permets t'explicaré una qüestió personal.

**Sí i tant,**

És que jo tinc, no et pots imaginar la quantitat de corbates que tinc perquè a més m'envien, me'n regalen quant es presenten col·leccions i demés, i la Rosa la meua dona me les guarda amb estoigs i tal. Tinc corbates per donar i vendre. Pues ara em seria difícil recordar i mira que tenim festes i trobades i demés i clar quan vaig amb un lloc determinat, així a la nit, o tinc que presentar un acte i tal m'ho poso. Però sinó és per això, mai. En canvi abans, jo et diré fa vint anys aproximadament, quant anava a la ràdio, quan anava a la televisió, quan anava a donar una conferència, la corbata sempre anava amb mi eh. Fixa-t'hi la evolució que ha fet el tema.

**Sí sí molt curiós,**

I l'evolució aquesta no és personal eh, ho sigui és una evolució, una tendència que ha vingut donada amb mi i no solsament amb mi, sinó amb les persones també del meu entorn, que son confidents, etc. etc. eh.

**Molt curiós. Molt interessant això. Ho sigui que ja vostè mateix ni la utilitza. Només per actes o qüestions excepcionals, d'acord.**

Excepcionalment. Exacte, sí.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Eh, sí, sí. La dada d'un estatus, de la imatge que projecta és cuidada, és solvent. La dada d'una credibilitat en el seu conjunt i de que bueno pues, projecta la imatge que ell considera que bueno que amb aquell moment correspon per estar a l'alçada de les circumstàncies, inclús de vegades per estar per sobre de les circumstàncies perquè per exemple un comercial de perruqueria, quan va a vendre productes amb una perruqueria no té perquè anar amb *traje* i corbata pues molts hi van, m'entens, volen donar una bona imatge.

**Li venen a vendre el seu producte.**

Efectivament, sí.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mos-**

**trar?**

**Perquè ara he barrejat les dues preguntes eh. Pensa si un home quan porta corbata pretén transmetre una dada i si deia que sí li anava a demanar si volia mostrar una dada quina creu que seria i vostè ja m'ha respost.**

**Tot i així, aquesta no forma part de l'enquesta però vostè s'hi fixa quan el venen a vendre productes, evidentment es fixa si porten corbata o no?**

No

**D'acord.**

No, no no. Avui en dia ha canviat eh. Venen persones que no porten corbata eh, abans sí que era obligat eh, o ja estaves fora de to. Ara actualment no. Actualment la corbata es porta excepcionalment eh. Excepcionalment.

#### **11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

Eh, sí és un complement estètic i que reflecteix, com t'he dit abans, un domini de l'estètica que vol aportar una credibilitat, una solvència, un estatus, un saber estar, eh que m'entens? Pensa que fins fa molt poc, tot lo que és el protocol si no hi havia corbata teníem un problema. Actualment no és així ja. No és imprescindible a menys que sigui de nit. Però Bueno, tindràs que portar alguna altra cosa al coll no podràs anar descamisadet, eh. Lògicament no estem parlant d'una berbena familiar, eh.

**No clar. I anem a les dues últimes Sr. Pons. Creu que la corbata comunica? I si em diu que sí què creu que comunica?**

Bueno, Ja et deia abans que potser reiterariem.

**Sí no passa res.**

Solvència, rigor, credibilitat, estatus. Domini de l'estètica perquè la corbata Mateu, sinó porta un bon nus i està ben centradeta i el coll i la camisa corresponent aleshores per comptes de sumar resta. Eh que m'entens? Aquesta és una altra qüestió. Avui en dia la joventut quan el veus en corbata, la majoria porten un nus que no toca. Eh que m'entens?

**No no exacte. Exacte. Sí perquè van, si em permet, no sé si coincidirà amb mi, però van amb el nus que els hi han ensenyat. És a dir, no miren el nus apropiat el seu rostre i el coll sinó que li han ensenyat aquell nus senzill, doncs porten el nus senzill.**

Exacte, exacte. Abans la corbata feien el doble nus i quedava perfecta.

**Home i tant.**

Jo me'n recordo el meu pare, jo me l'he fet sempre simple eh, però ell feia el doble nus i quedava perfecte. Ja saps que hi ha varis estils de corbata, varis nusos, etc. etc. el clàssic en fin n'hi ha molts.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Credibilitat, solvència, estatus, domini de l'estètica que permet estar al nivell o per sobre repeteixo per factor diferencial d'estatus fixa- t'hi que si tu vas al pont aeri Madrid o tornes o ara a l'AVE potser no tant, ja es treuen la corbata i tal, però el pont aeri vull dir veus corbates allà per boquier tots van allà amb el *traje* blau, blavós, gris i la corbata i la camisa clara no? Van d'uniforme eh. Ho sigui, majoritàriament no, majoritàriament eh, sinó vas en *traje* i corbata sembla que ja no tinguis la solvència i la credibilitat i l'estatus que creuen que requereixen les circumstàncies.

***Sr. Pons li agraeixo moltíssim que hagi dedicat aquests minuts amb mi.***

Ha sigut un plaer Mateu.

**Per mi és molt interessant que comparteixi aquest espai de la meva tesi perquè jo ho trobava interessant.**

Ha sigut un plaer Mateu.

**Deixant de banda això. Jo recordo que els meus inicis el mirava a vostè.**

**Fixi's que per mi que formi part de la meva tesi també és un orgull.**

Home, pues això és un honor Mateu. Per això treballem perquè el reconeixement de la nostra tasca a tots ens agrada oi? I no per a creure'ns superiors sinó pel que dèiem abans per seguir estudiant, llegint, aprenent dels que saben.

**Entrevista 8:**

---

- **Nom: Andrea Vilallonga**

- **Data: 03/06/2019**

- **Hora: 12:57**

1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, crec que s'està perdent l'ús de la corbata bàsicament perquè les persones més joves consideren que la corbata és una imposició laboral i no la usen com un element, com un complement masculí o femení pot ser, per a millorar la imatge ho senten com una imposició de protocol de vestir.

2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí crec que encara es compren moltes corbates perquè sí que hi ha un sector professional en què l'ús de la corbata és obligatori, sectors com banca, dret, empresa una mica més gran que tenen tot d'executius etc. es compren moltes corbates. Sí que és veritat que jo crec que depèn molt de les regions d'Espanya. Crec que hi ha zones com a Andalusia, o inclús Castella la Manxa, Centre, que les corbates són més divertides, s'usen més i és algú que no es considera tant com una obligació, i si es considera una obligació, ho assumeixen perfectament. Després tenim altres llocs com Catalunya per exemple, el País Basc, en el que la corbata és considerat alguna cosa més un símbol de... un signe de obligació de dreescoat.

3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**



Adults: Crec que de les generacions els adults són els que més usen les corbates.

Vellesa: La gent gran l'ha deixat d'usar perquè ja no l'interessa, ja no té cap obligació professional.

Joves: I els joves intenten evitar-la. De fet, hi ha moltes empreses multinacionals que treballa els joves s'han revelat en contra de l'ús de la corbata.

**Joves: 2**

**Adults: Entre 3 i 4**

**Velles: 2**

### 5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?

La percepció de l'ús de la corbata crec que

Els joves: poc positiva

Els adults: normal

Però depèn de quin sector, insisteixo molt, hi ha sectors més executius en el que la veuen com a positiva i sectors més creatius o que no tenen aquesta sensació de formalitat a l'activitat que efectua l'empresa en la que inclús està vista com a poc positiva, per exemple si et fixes amb tota la gent adulta que treballa en sectors més de funcionariat, allà no hi veuràs una corbata en molts anys, la veritat.

I després hi ha la gent gran que la veuen com a positiva, jo crec que sí perquè per a ells és un signe de formalitat i de d'estatus econòmic.

### 6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?

Jo crec que actualment l'ús de la corbata té una connotació pejorativa, només la porten persones conservadores o que volen mantenir-se en un estatus social mig-alt, i si et fixes inclús, hi ha molts polítics, que per no semblar polítics, deixen d'utilitzar la corbata per donar aquella sensació de que no formar part d'aquest tipus d'entorns perquè la gent de peu se la senti com més a gust o més propera.

Per a moltes persones la corbata és un signe de separació, justament, entre classes socials i entre professions.

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Jo crec que si algú porta una corbata no és que millori la percepció del receptor, això depèn de l'entorn i em repeteixo, ho sé: si tu estàs en un entorn executiu i si portes una corbata segurament el teu interlocutor et prendrà per una persona més seria o més professional, però si estàs en un entorn més proper, això justament marca distàncies, de fet, hi ha alguna empresa de banca que ha decidit que de cara al públic els senyors no portin corbata per donar una sensació de més de proximitat al seu client.

**8. Per què creieu que un home usa la corbata?**

Jo crec que un home usa la corbata actualment per obligació, realment, i això fa pena perquè aquesta obligació, aquesta imposició de certs sectors fa que la corbata no es pugui usar com un element o un complement més, sinó que té una imatge pejorativa. És una pena perquè la corbata és meravellosa i estilitza molt la part superior i aporta un caire més elegant a la imatge de l'home.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

L'home que porta corbata pretén transmetre formalitat, serietat, no diria elegància, que l'elegància no depèn d'un complement sinó d'un conjunt, però sí d'aquest punt de professionalitat, professionalitat entesa com un terme genèric que a mi personalment no m'agrada perquè cada professió pot ser professional tenint qualitats diferents a transmetre en cada una d'elles.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Respecte a la pregunta número deu és massa genèrica, no et puc respondre, és que tu pots transmetre moltíssimes qualitats, pot ser seguretat, apropament, positivitat, jovialitat, pot ser qualsevol cosa i no sé... la veritat, és que no ho sé, ho sento.

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

La corbata no, no només és una complement estètic, m'encantaria que ho fos només, però en aquest cas estem amb el mateix és l'estatus d'una classe social diferent, o d'un entorn professional molt marcat i per això crea tanta reticència inclús rebuig en altres sectors.

**12. Creieu que la corbata comunica?****13. Què creu que comunica?**

La corbata comunica però també depèn de com poses la corbata perquè hi ha mil maneres de posar-se una corbata, depèn de la combinació i espero que es pugui recuperar la corbata com a element estètic per tenir un aire més divertit, desenfadat a la part elegant.

## RESUM

Aquesta tesi doctoral se centra en l'anàlisi de la dimensió comunicativa de la corbata. Fins avui aquest complement de roba s'ha estudiat sobretot en l'àmbit de l'estètica, i aquesta investigació es proposa per primera vegada examinar-la des de l'òptica comunicativa. A partir de l'anàlisi de l'ús de la corbata en els àmbits del protocol, el cerimonial i l'etiqueta, s'han plantejat línies teòriques pròpies de la comunicació, com la semiòtica, per entendre'n la seva magnitud com a símbol; s'ha indagat l'interaccionisme simbòlic per explicar com pot determinar les relacions socials; s'ha analitzat com un fenomen propi de la comunicació no verbal i, finalment, s'ha revisat la teoria Gestalt per valorar-ne els aspectes perceptius formals.

La tesi, a través de la prospecció qualitativa basada en unes entrevistes en profunditat a experts d'elit, posa de manifest la situació actual de la corbata a Espanya aquest inici del segle XXI. Apunta a una certa disminució de l'ús de la corbata entre els homes de gairebé totes les edats, però al mateix temps n'augura la continuïtat, especialment pels valors que s'atribueixen a aquells que la porten.



### Mateu Batallé Canal

Llicenciat en Publicitat i Relacions Públiques  
per la Universitat de Girona,  
Màster Universitari en Publicitat i Relacions públiques  
a la Universitat Autònoma de Barcelona



**Universitat Autònoma de Barcelona**  
Departament de publicitat, relacions  
públiques i comunicació audiovisual

**ANNEXOS**

Annex 1

**Entrevista a Lorenzo Milà**

Annex 2

**Selecció i ordenació del Codi de  
Ceremonial y protocolo publicat pel BOE  
(Boletín Oficial del Estado)**

Annex 3

**Model del qüestionari**

Annex 4

**Entrevista a experts d'elit**

# Annex 1

## ENTREVISTA A LORENZO MILÀ

**Data:** 22 de noviembre de 2018

**Canal de comunicació:** correu electrònic

### 1. ¿Quién decidió que hiciera los informativos de la 2 sin corbata?

Nadie. Yo creía ( y creo) que para presentar un informativo de TV no hace falta vestirse de boda. Sólo hay que mantener el respeto hacia el espectador. Creo que fue decisión mía porque además yo no tenía adjudicado ningún vestuario especial, al menos al principio. De modo que presentaba como venía vestido a trabajar.

### 2. ¿Cuáles fueron los motivos para tomar la decisión de hacer un informativo en la 2 sin corbata?

Yo simplemente presentaba como salía de casa. Y luego nos dimos cuenta que tenía sentido que el presentador tuviera un aspecto más cercano en general y al perfil de espectadores de La2 en particular.

### 3. ¿Cuándo llega a los informativos de la 1 porque también decide presentar sin corbata?

Por seguir con esa idea, prolongar la complicidad con los espectadores de La2 y romper convencionalismos previsibles que no tienen por qué ser intocables. Me pareció que podíamos empujar un poco los límites estéticos del presentador del Telediario.

### 4. ¿Qué argumentos le justificaron en TVE por tener que presentar los informativos de La 1 con corbata?

Nadie me obligó a ponerme la corbata. Simplemente los estudios de audiencia indicaban que no llevarla confundía a una parte de los espectadores que no reconocían el Telediario de La1 o no le atribuían la misma credibilidad.

Decidí ponérmela para frenar ese efecto y no distraer con debates o dudas sobre el aspecto del presentador.

**5. ¿Me puede confirmar si la audiencia mejoró cuando se puso la corbata?**

No, no fue una causa-efecto. La audiencia mejoró por una suma de motivos.

**6. En el caso que mejoraran las audiencias, ¿desde TVE se pudo certificar que fue el hecho de que usted llevara corbata?**

No. Es habitual que las audiencias bajen en los telediarios cada vez que hay un cambio de gobierno porque muchos espectadores asumen automáticamente que el nuevo equipo directivo "es del otro partido" y recelan de los telediarios que hasta entonces veían. No llevar corbata seguramente contribuyó a esa sensación. Pero nuestro objetivo era hacer buenos Telediarios, más allá de la corbata. Convencer de que vale la pena ver tu Telediario no es algo que se consiga en dos semanas. Requiere un lento y esforzado día a día de periodismo en vez de partidismo.

**7. Después de unos años de haber vivido la experiencia, ¿qué opinión tiene de lo que sucedió? Me refiero al hecho de empezar las noticias sin llevar corbata y después llevando corbata.**

Confirmé que hay hábitos y convenciones que son muy difíciles cambiar rápido. Pero valoro a quien propone cambiar lo establecido. Es como las zapatillas de deporte. Ahora las lleva todo el mundo en casi cualquier circunstancia. La gente ha descubierto que no era necesario sufrir con zapatos elegantes pero incómodos. La estética cambia.

**8. En una entrevista publicada en el diario El Mundo (viernes 16 de junio de 2009), usted declaró que:**

**«Llevar corbata me ha hecho perder parte de mi personalidad televisiva»**

[Recuperado en: <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/06/10/television/1244631681.html>]

**¿Llevar corbata le hizo perder personalidad televisiva? ¿Por qué?**

No he podido abrir ese link. Pero seguramente me refería a que ponerme la corbata suponía romper con la imagen del Lorenzo milá de La2 Noticias, que era muy parecido a quien soy de verdad. Me guste o no, mi forma de vestir



en La2 acabó formando parte del personaje. Pero no tengo ningún problema con las corbatas. Si es bonita y se combina bien, es una prenda muy elegante. La llevo muchas veces.

### **¿Cree que llevar corbata puede hacer perder más que ganar?**

Lo importante es que el informativo sea riguroso y creíble. Uno de los informativos estrella de la TV francesa lo presenta un periodista sin corbata. Muy elegante con sus americanas combinadas con polos y camisas impecables. Pero sin corbata. Y no pasa nada

### **9. ¿Qué le hace pensar que en muchos de los informativos de las cadenas de televisión de nuestro país el presentador lleve corbata y en cambio el presentador de deportes o el presentador del espacio del tiempo no?**

Es un convencionalismo como cualquier otro, como los presentadores sentados. Son cosas que forman parte del imaginario colectivo y por tanto cuesta cambiarlas. Para cambiarlas tienes que ofrecer una alternativa mejor, lo cual no es fácil. Y perseverar, que es lo que yo no hice en el Telediario. Si hubiera seguido presentando sin corbata durante años probablemente la gente se hubiera acabado acostumbrando. Siempre que el Telediario estuviera bien hecho, que es lo importante.

Hasta hace poco todos los presentadores llevaban corbata, incluso los de deportes o el tiempo. Eso se ha ido relajando y, como es obvio, no ha pasado nada.

### **10. ¿Qué percepción tiene cuando habla con un hombre que lleva corbata?**

Ninguna en especial. Como le digo, yo mismo la llevo sin problemas.

### **11. En la introducción de mi tesis doctoral explico que, escuchando y mirando sus informativos, se me ocurrió estudiar la corbata como símbolo de comunicación.**

**¿Me puede confirmar que la secuencia de su trabajo, primero en La 2 y después en La 1, que expongo a continuación es la correcta?**

#### **Cronología:**

- Presentó noticias de La 2 desde noviembre del año 1994 hasta el año 2002 llevando americana pero sin corbata.

- Dejó las noticias de La 2, y en los años 2003 y 2004 trabajó como corresponsal de TVE en Washington.
- El 13 de septiembre de 2004 vuelve para presentar las noticias de la noche de TVE1 y lo continúa haciendo con americana y sin corbata.
- Bajan las audiencias por diferentes motivos y uno de los cambios que le proponen es que se ponga la corbata para seguir presentando los informativos.

Presenté La2Noticias hasta julio de 2003. Entonces llevaba americanas, pero también polos, jerséis o chalecos. Insisto en que nadie me propuso ponerme la corbata en el Td2.

**Muchas gracias por dedicarme su tiempo**

## Annex 2

### **Selecció i ordenació del Codi de Ceremonial y protocolo publicat pel BOE (Boletín Oficial del Estado). Edició actualitzada a 22 de juliol de 2019. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado.**

Ley 39/1981, de 28 de octubre, por la que se regula el uso de la bandera de España y el de otras banderas y enseñas.

Real Decreto 441/1981, de 27 de febrero, por el que se especifican técnicamente los colores de la Bandera de España.

Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos.

Real Decreto 2335/1980, de 10 de octubre, por el que se regula el uso de la Bandera de España y otras banderas y enseñas a bordo de los buques nacionales.

Orden DEF/144/2004, de 16 de mayo, por la que se establece el procedimiento para que los españoles puedan solicitar y realizar el juramento o promesa ante la Bandera de España.

Ley 33/1981, de 5 de octubre, del Escudo de España

Real Decreto 2964/1981, de 18 de diciembre, por el que se hace público el modelo oficial del Escudo de España.

Real Decreto 2267/1982, de 3 de septiembre, por el que se especifican técnicamente los colores del Escudo de España.

Real Decreto 1560/1997, de 10 de octubre, por el que se regula el Himno Nacional.

Real Decreto 1543/1997, de 3 de octubre, sobre adquisición por el Estado de los derechos de explotación de determinadas obras musicales y encomienda de su administración al Ministerio de Educación y Cultura.

Ley 18/1987, de 7 de octubre, que establece el día de la Fiesta Nacional de España en el 12 de octubre.

Real Decreto 2964/1983, de 30 de noviembre, por el que se establece el «Día de la Constitución».

Real Decreto 862/1997, de 6 de junio, por el que se regulan los actos conmemorativos del Día de la Fiesta Nacional de España, en el ámbito del Ministerio de Defensa.

Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.

Orden de 27 de septiembre de 1999 por la que se aprueba el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y se dictan normas de desarrollo del Real Decreto 1465/1999, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.

Real Decreto 1368/1987, de 6 de noviembre, sobre régimen de títulos, tratamientos y honores de la Familia Real y de los Regentes.

Ley 39/2007, de 19 de noviembre, de la carrera militar. [inclusión parcial]

Decreto –ley 17/1975, de 20 de noviembre, sobre restablecimiento del Registro del Estado Civil de la Familia Real de España.

Real Decreto 2917/1981, de 27 de noviembre, sobre Registro Civil de la Familia Real.

Real Decreto 527/2014, de 20 de junio, por el que se crea el Guión y el Estandarte de Su Majestad el Rey Felipe VI y se modifica el Reglamento de

Banderas y Estandartes, Guiones, Insignias y Distintivos, aprobado por Real Decreto 1511/1977, de 21 de enero.

Real Decreto 54/1977, de 21 de enero, sobre Títulos y Denominaciones que corresponden al Heredero de la Corona.

Real Decreto 434/1988, de 6 de mayo, sobre reestructuración de la Casa de S.M. el Rey.

Real Decreto 2157/1977, de 23 de julio, por el que se crea el distintivo de la Casa de su Majestad el Rey.

Real Decreto 2099/1983, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.

Real Decreto 595/2018, de 22 de junio, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales.

Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno. [Inclusión parcial].

Real Decreto 405/1992, de 24 de abril, por el que se regula el Estatuto de los Ex Presidentes del Gobierno.

Real Decreto 707/1979, de 5 de abril, por el que se establece la fórmula de juramento en cargos y funciones públicas.

Real Decreto 684/2010, de 20 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Honores Militares

Real Decreto 707/1979, de 5 de abril, por el que se establece la fórmula de juramento en cargos y funciones públicas.

Real Decreto 684/2010, de 20 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Honores Militares.

Real Decreto 530/1987, de 10 de abril, por el que se regula la celebración anual del Día de las Fuerzas Armadas.

Real Decreto 913/2002, de 6 de septiembre, sobre representación institucional de las Fuerzas Armadas.

Real Decreto 2945/1983, de 9 de noviembre, por el que se aprueban las Reales Ordenanzas del Ejército de Tierra. [Inclusión parcial].

Real Decreto 1024/1984, de 23 de mayo, por el que se aprueban las Reales Ordenanzas de la Armada. [Inclusión parcial]

Real Decreto 494/1984, de 22 de febrero, por el que se aprueban las Reales Ordenanzas del Ejército del Aire. [Inclusión parcial].

Orden DEF/1756/2016, de 28 de octubre, por la que se aprueban las normas de uniformidad de las Fuerzas Armadas.

Acuerdo de 23 de noviembre de 2005, del Pleno del Consejo General del Poder Judicial, por el que se aprueba el Reglamento 2/2005, de honores, tratamientos y protocolo en los actos judiciales solemnes.

Real Decreto 1051/2002, de 11 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Distinguida Orden Española de Carlos III.

Real Decreto 2395/1998, de 6 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Orden de Isabel la Católica.

Real Decreto 954/1988, de 2 de septiembre, por el que se regula la Orden Civil de Alfonso X el Sabio.

Real Decreto 421/1987, de 27 de febrero, por el que se crea la Orden del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario.

Orden de 15 de abril de 1987 por la que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Agrario, Pesquero y Alimentario.

Real Decreto 2396/1998, de 6 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Civil.

Real Decreto 1270/1983, de 30 de marzo, por el que se regula la Orden Civil de Sanidad.

Decreto de 2 de marzo de 1945 por el que se aprueba el texto refundido de las normas estatutarias de la Orden de la Cruz de San Raimundo de Peñafort.

Real Decreto 1523/1982, de 18 de junio, por el que se crea la Real Orden del Mérito Deportivo.

Orden de 24 de septiembre de 1982 por la que se aprueba el Reglamento que establece las Ordenanzas de la Real Orden del Mérito Deportivo.

Real Decreto 407/1988, de 22 de abril, por el que se regula la Orden Civil de la Solidaridad Social.

Orden de 17 de abril de 1989 por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil de la Solidaridad Social.

Real Decreto 711/1982, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de la Medalla al Mérito en el Trabajo.

Ley 5/1964, de 29 de abril, sobre condecoraciones policiales.

Orden FOM/2862/2004, de 30 de julio, por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico.

Real Decreto 1269/2012, de 31 de agosto, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito Turístico.

Orden IET/2149/2012, de 4 de octubre, por la que se aprueba el reglamento para la concesión de la Medalla y Placa al Mérito Turístico.

Orden de 29 de septiembre de 1969 por la que se crea la Medalla de Honor de la Emigración.

Orden de 27 de abril de 1970 por la que se aprueba el Reglamento para la concesión de la Medalla de Honor de la Emigración.

Orden de 25 de enero de 1972 por la que se fijan las características y dimensiones de la «Medalla al Mérito en las Bellas Artes».

Real Decreto 3379/ 1978, de 29 de diciembre, por el que se regula la concesión de la «Medalla al Mérito en las Bellas Artes».

Real Decreto 484/2009, de 3 de abril, por el que se regula el régimen jurídico de las condecoraciones en el ámbito de las telecomunicaciones y el desarrollo de la sociedad de la información, así como su adecuación a la estructura organizativa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Decreto 2464/1974, de 9 de agosto, por el que se crea la Medalla al Mérito de la Seguridad Vial.

Orden de 6 de noviembre de 1974 por la que se desarrolla el Decreto 2464/1974, de 9 de agosto, que crea la Medalla « Al Mérito de la Seguridad Vial»

Ley 19/1976, de 29 de mayo, sobre creación de la Orden del Mérito del Cuerpo de la Guardia Civil

Orden INT/2008/2012, de 21 de septiembre, por la que se regula la Orden del Mérito de la Guardia Civil.

Real Decreto 1025/1980, de 19 de mayo, por el que se crea la Medalla al Mérito en la Investigación y en la Educación Universitaria.

Orden de 15 de julio de 1980 por la que se fijan las características y dimensiones de la Medalla al Mérito en la Investigación y en la Educación Universitaria.

Orden de 13 de abril de 1982 por la que se crea la Medalla al Mérito de la Protección Civil.

Orden de 30 de noviembre de 1983 por la que se regulan los derechos honoríficos de los funcionarios de la Seguridad Social.

Real Decreto 1385/1988, de 18 de noviembre, por el que se crea la Orden del Mérito Constitucional.



Orden de 22 de noviembre de 1988 por la que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Constitucional.

Real Decreto 2023/1995, de 22 de diciembre, de creación de la Orden al Mérito del Plan Nacional sobre Drogas.

Orden de 24 de enero de 1996 por la que se completa la regulación de la Orden al Mérito del Plan Nacional de Drogas.

Real Decreto 1425/1997, de 15 de septiembre, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito del Transporte Terrestre.

Orden de 29 de septiembre de 1997 por la que se regulan la concesión, las características y el uso de la Medalla y la Placa al Mérito del Transporte Terrestre.

Ley 29/2011, de 22 de septiembre, de Reconocimiento y Protección Integral a las Víctimas del Terrorismo. [Inclusión parcial].

Real Decreto 671/2013, de 6 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 29/2011, de 22 de septiembre, de Reconocimiento y Protección Integral a las Víctimas del Terrorismo. [Inclusión parcial].

Real Decreto 283/2002, de 22 de marzo, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito de la Marina Marcante.

Real Decreto 1320/2008, de 24 de julio, por el que se crea la Orden de las Artes y las Letras de España.

Real Decreto 300/2009, de 6 de marzo, por el que se crean la Medalla y la Placa a la Promoción de los Valores de Igualdad.

Orden IGD/1661/2009, de 17 de junio, por la que se regulan las características y las condiciones de otorgamiento y empleo de la Medalla y la Placa a la Promoción de los Valores de Igualdad.

Real Decreto 1036/2009, de 29 de junio, por el que se crea la Orden Civil del Mérito Medioambiental.

Orden ARM/3085/2009, de 13 de noviembre, por la que se aprueba el Reglamento de la Orden Civil del Mérito Medioambiental.

Real Decreto 561/2010, de 7 de mayo, por el que se crean la Medalla y la Placa al Mérito en el Comercio.

Orden ITC/441/2011, de 22 de febrero, por la que regulan las características de la Medalla y la Placa al Mérito en el Comercio y se desarrolla el Real Decreto 561/2010, de 7 de mayo, en lo relativo al registro de las condecoraciones concedidas.

Orden INT/1409/2011, de 10 de mayo, por la que se crea la Condecoración a la Dedicación al Servicio Policial, en sus diferentes categorías, en el Cuerpo Nacional de Policía.

Real Decreto 1040/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento general de recompensas militares.

Orden DEF/3594/2003, de 10 de diciembre, por la que se aprueban las normas para la tramitación y concesión ordinaria de las Cruces del Mérito Militar, Naval y Aeronáutico, con distintivo blanco, y de las menciones honoríficas, la delegación de competencias en esta materia, y el uso de las condecoraciones representativas de las recompensas.

Real Decreto 899/2001, de 27 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Militar Orden de San Fernando.

Real Decreto 1189/2000, de 23 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de la Real y Militar Orden de San Hermenegildo.

Real Decreto 682/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Cruz a la Constancia en el Servicio.

Real Decreto 336/2018, de 25 de mayo, por el que se crea la medalla de campaña para reconocer la participación en determinadas operaciones militares y campañas en el exterior y se establecen los criterios generales para su concesión.

Real Decreto de 27 de mayo de 1912 sobre concesión y rehabilitación de Títulos y Grandezas de España.

Real Decreto de 8 de julio de 1922 relativo a la rehabilitación de Grandezas de España y Títulos del Reino.

Ley de 4 de mayo de 1948 por la que se restablece la legalidad vigente con anterioridad al 14 de abril de 1931 en las Grandezas y Títulos del Reino.

Decreto de 4 de junio de 1948 por el que se desarrolla la Ley de 4 de mayo de 1948 sobre Grandezas y Títulos nobiliarios.

Orden de 27 de octubre de 1948 por la que se dictan normas complementarias a la disposición transitoria primera del Decreto de 4 de junio de 1948.

Ley 33/2006, de 30 de octubre, sobre igualdad del hombre y la mujer en el orden de sucesión de los títulos nobiliarios.

Orden de 8 de octubre de 1999 por la que se dispone la publicación de los Estatutos de la Diputación Permanente y Consejo de la Grandeza de España.

Decreto de 13 de abril de 1951 por el que se regulan las funciones de los Cronistas de Armas.



## Annex 3

### MODEL DEL QÜESTIONARI

- Data:
- Nom i cognoms:
- Edat:
- Empresa:
- Càrrec:

1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?
2. Creu que se segueixen comprant moltes corbates?
3. Creu que la tendència a portar corbata varia segons la franja d'edat?
4. Les generacions jove, adult i vellesa, quin creu que seria actualment l'ús que fa la corbata?

Joves: \_\_\_\_\_

Adults: \_\_\_\_\_

Vellesa: \_\_\_\_\_

#### Valors per la resposta:

- **Gens** usada (valor de **1**)
- **Poc** usada (valor de **2**)
- **Normal** d'ús (valor de **3**)
- **Molt** usada (valor de **4**)
- **Moltíssim** usada (valor de **5**)

#### Franja d'edat:

- **Joves** De 15 a 24 anys
- **Adults** De 25 a 59 anys
- **Vellesa** De 60 a 90 anys

5. Les generacions jove, adult i vellesa, quin creu que seria actualment la percepció que tenen de l'ús de la corbata?

Joves: \_\_\_\_\_

Adults: \_\_\_\_\_

Vellesa: \_\_\_\_\_

**Valors per la resposta:**

- **Gens** positiva (valor de **1**)
- **Poc** positiva (valor de **2**)
- **Normal** positiva (valor de **3**)
- **Molt** positiva (valor de **4**)
- **Moltíssim** positiva (valor de **5**)

6. Quin valor creu que té actualment la corbata?
7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en portés?
8. Per què creu que un home usa la corbata?
9. Pensa que quan un home porta corbata pretén transmetre alguna dada de si mateix?
10. Si vol mostrar alguna dada de si mateix, què creu que vol mostrar?
11. Creu que la corbata és només un complement estètic?
12. Creu que la corbata comunica?
13. Què creu que la corbata comunica?

## Annex 4

### Entrevista 1:

---

- **Nom: Beth Borés**
- **Data: 02/06/2019**
- **Hora: 12:27**

#### Notes d'inici:

**Beth, abans de començar amb l'entrevista si que m'agradaria que m'expliquessis que ets presidenta, des de quan ets presidenta de l'Associació a nivell d'Espanya, i com va anar que ho fossis, una mica per després descriure-ho a la tesi doctoral i fer-ho correctament.**

Molt bé, doncs mira, l'Associació Internacional de Consultors d'Imatge, és una associació que va néixer els anys 70 als Estats Units degut a que allà, en realitat va néixer la professió de consultoria d'imatge. I bé, és una associació, és la més gran que hi ha a nivell de consultors d'imatge que engloba més de 50 països i té més de 1.500 membre a reu del món. Jo la vaig conèixer perquè quan jo em vaig certificar com a consultora d'imatge me'n vaig anar a viure als Estats Units i allà vaig formar part del port directiu d'Atlanta, que era on jo vivia, i a l'any 2014 quan me'n vaig tornar cap aquí, doncs vam portar l'Associació a Espanya, per tant, som la branca a Espanya de l'Associació, i sóc presidenta, o sigui vaig començar perquè hi havia una ambaixadora aquí abans, i vam muntar primer un cercle, que és com l'organisme abans de poder muntar un capítol, i llavors, i quan ja vam aconseguir els mínims membres necessaris per ser capítol, doncs ens vam constituir com a capítol,

va ser presidenta la que era fins llavors ambaixadora aquí, i des de l'any 2016 no, 2017 perdó, són termes de dos anys, o sigui que cada dos anys canviem de presidència, per tant, des de l'any passat, no no no, des de 2018, des del juny de 2018, vaig agafar jo la presidència.

### **Et tutejo Beth, perquè ahir m'ho vas demanar molt, eh?**

I tant, i tant!

### **Quina empresa tens? Ets consultora? Puc dir-ho? A part de presidenta ets consultora?**

Sí, sí, sí soc consultora d'imatge.

### **Com es diu la teva empresa?**

La meva empresa es diu ACC Imagen Personal y Corporativa S.L., però bueno, la veritat és que és coneguda com a ACC Imagen. O sigui, el nom llarg en realitat és afectes de registre, però comercialment és ACC Imagen, que respon a aparença, comportament i comunicació.

### **1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, és evident que s'està perdent l'ús de la corbata perquè bueno, perquè fa uns anys quan jo era petita veies quasi tots els pares i quasi tots els professionals que portaven *traje* i corbata, eren molts més els àmbits professionals on es feia ús de la corbata del què es fa avui en dia. El que passa que, el que s'està perdent, no sé si per quedar-se, o no sé si com a moda del moment.

### **I què diries?**

Jo diria que anem..., jo diria que en principi sembla que la tendència és que l'ús de la corbata morirà, perquè cada dia el codi de vestimenta és més casual, i a més la gent jove que puja doncs tendeixen més a la comoditat, però també és cert que hi ha moment en què a la corbata... o sigui cada... al final cada estètica i cada accessori, cada element de la nostra imatge té el poder que la societat li atorga. Avui en dia, el no portar corbata també s'associa com a un estatus. Si fins fa un anys, la corbata volia dir poder i autoritat, avui més aviat els professionals que no fan ús de la corbata, és com que ells



tenen la posició suficient com per no portar-la i tot i així, ser considerats bons professionals. M'explico el què vull dir? Això no vol dir que d'aquí a un temps l'estètica entre els homes torni a agafar la corbata com a element decoratiu i element que projecte una personalitat, perquè penso que dintre de l'estètica dels homes, la corbata precisament és un element que us ajuda moltíssim a poder dir qui sou, i definir una miqueta el vostre estil, perquè no és el mateix pues, una corbata llisa, que una corbata de ratlles, que una corbata de mil colors, que una corbata estreta, que una corbata de teixit o una corbata de seda. Per tant, home, a mi em sembla que com element decoratiu ajuda molt a l'home a posar aquella nota de color i aquella nota de personalitat pròpia a dintre de l'*outside*, i és en aquest sentit, dic que no sé un dia els homes recuperareu aquest element precisament per dir, com faig jo per deixar d'anar simplement amb una americana, una camisa i un pantaló, i quedar-me sense poder expressar massa.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Jo crec que avui en dia no es compren moltes corbates, i només s'ha de veure a les botigues de moda d'home com la corbata ha baixat de qualitat moltíssim, i també ha baixat el nombre d'oferta, vagis allà on vagis, és molt difícil avui en dia trobar bones corbates i corbates maques. El qual vol dir que és una indústria en la que avui en dia no s'està invertint, ni s'està treballant, ni s'està fent innovacions, ni propostes massa noves perquè no és rentable, com passa amb el món de les mitges, igual eh.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Jo diria que potser la generació dels que avui tenen 45 anys cap amunt són més usuaris de corbata que els més joves, o els nanos més o menys joves, o sigui sobre els 30 anys, que encara tenen que demostrar, i que a més pertanyen a àmbits professionals molt tradicionals, com puguin ser l'advocacia, o pugui ser la banca, o pugui ser el món financer... Bueno doncs, aquests perfils de poder usen més la corbata, tot i que, si bé és veritat que s'esperaria que la gent de la meva generació, de que avui té 50 anys, en nombre potser, són els que més usen corbata, però també et diré que són els que si poden, ja tendeixen a treure-se-la precisament per aquesta declaració de

poder que et deia abans, els que han obtingut un determinat estatus o un determinat èxit professional, es treuen la corbata com dient jo ja he arribat allà on volia ser i avui ningú m'imposa l'ús de la corbata, i per tant, com element d'autoritat la corbata té tant per qui l'usa, com per qui gosa no usar-la.

#### 4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?

**Joves: 1**

**Adults: 3**

Depèn molt dels països, però a nivell d'Espanya, bé potser et diria entre un 3 i un 4 perquè és cert que a Catalunya som molt més casuals, però tu te'n vas al sud, o te'n vas a Madrid, o te'n vas al Nord i esta ven bé entre el 3, inclús un 4.

**A Madrid està baixant això.**

Sí, sí és veritat que està baixant, però per exemple jo fa molt poc donava moltes voltes per Espanya perquè era conferenciant per La Caixa, i t'asseguro que es notava una diferència abismal quan dones xerrades per dintre de Catalunya i quan comences a sortir, a Saragossa per exemple, **(ja notava la diferència allà)**, completament. I a pesar de que bé, es puguin casar o de que hi hagi..., però l'ús de la corbata encara està bastant *arraigat (arrelat)*.

**Vellesa: 1**

I entre la gent gran diria que entre un 0 i un 1.

#### 5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?

**Joves: 1 i 2**

Et diria que entre la gent jove potser seria... la percepció referent a algú que se li presenta un home amb corbata, quina percepció té aquest jovent de... **(la percepció del seu ús, d'ells utilitzar-la)**. Mira, et diria que la gent jove un 0, però perquè encara no han descobert el seu ni el seu llenguatge, ni el seu codi de comunicació, ni tampoc el seu atractiu estilístic a més perquè la gent jove generalment l'estilisme ha estat..., i a l'estil personal, ja no només l'estilisme, l'estil personal, encara s'està, ni desenvolupant, moltes vegades naixent. Entre la gent jove jo faria dos grups de gent, hi ha gent que sí ha pogut

captar. Tu veus a gent jove fent servir corbates de teixit o corbates amb textures, molt poca, la veritat molt poca, però, és veritat que com element formal diria que la seva percepció també pot ser entre 1 i 2, però 1 i 2 perquè penso que hi ha gent jove o gent adulta dins les primeres franges d'edat que ha descobert un cert poder decoratiu a la corbata, i que sí la percep, no només com a element professional, no de dir ai és que tinc que portar *traje* i corbata, perquè avui la veritat és que hi ha molt poques empreses i molt pocs àmbits professionals que requereixin la corbata, eh. Jo faig moltes formacions, inclús a despatxos d'advocats, i per exemple, lo dels "*viernes casuales*" (**s'ha convertit en "semanas casuales"**) exacte, completament. Però et dic, *por haí* (per allà) veus qui l'escolleix voluntàriament, i a demés qui la fa servir pues com a element decoratiu més que com a algú que professionalment se'ls hi exigeixi. Per tant la meva valoració seria entre 1 i 2.

#### **Adults: Entre 1 i 2**

Als adults tornaria a posar entre 0 i 1 perquè generalment els homes quan, i les dones també, quan ens fem grans el coll se'n eixampla i la papada generalment sol ser més grossa i cau, doncs un coll tancat i una corbata que escanya no sol ser massa còmode. I més també la gent tendeix a vestir molt més casual, per tant diria que la seva percepció o les seves ganas de fer servir corbata tornarien a baixar a 0. (**I la vellesa també, per tant?**) A la vellesa, a la vellesa deia jo, perdó. (**Jo preguntava els adults**). Els adults, bueno pues això, entre 1 i 2 segurament. (**Entre 1 i 2 i la vellesa?**)

#### **Vellesa: 1**

### **6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Valor en quin sentit?

El valor de la corbata avui és 1, això, perquè realment s'associa com a anacronisme avui en dia la corbata jo crec. (**Per què?**) Bueno pues perquè avui el que està de moda és les *startups* als joves de la informalitat, la informalitat a amés a tots els nivells, no només en el vestir, sinó en el tracte, i llavors, clar, la veritat sembla una mica xocant un jove amb un *traje* i una corbata i tractant de tu al cambrer o al seu *jefe*, "oye que mañana no vengo porque tengo un tema personal pero no te preocupes que ya...". Inclús el llenguatge verbal i l'etiqueta entesa simplement com a regles d'interacció entre les

persones, eh, pues estan molt més relaxades, per tant la vestimenta també. Jo penso que en el fons tot és un conjunt de tendència.

És el valor que li donaries ara a la corbata?

Bueno doncs ara el valor que li donaria seria, no sé et dic entre 1 i 2 simplement perquè encara està al mercat.

### **Estàs dient que desapareix?**

Bueno, et dic que desapareix, però com totes les tendències. La corbata sempre s'ha associat a una... sempre ha sigut una declaració de, no sé o de moda, o de pertinença a un grup o a una classe, o sigui, des de la història, i tu la sabràs millor que ningú la història de la corbata, no?, per tant avui jo no m'atreveixo a dir si una cosa desapareixerà del tot perquè també tenien que desaparèixer els tartans (les tartanes) i en canvi de tant en tant surten els dissenyadors i els reviuem, per tant jo no m'atreveixo dir que dintre d'aquí a quinze anys tornem a dir, bueno ja ens hem avorrit els homes. També és veritat que tu mires la moda masculina cada dia és, i la femenina, cada dia és com més homogènia, els homes estan més efeminats i les dones més masculinitzades. O les modes que de *prendes* intercanviables sembla que avui cada vegada forma més part de les passarel·les. Per tant, la corbata en els pròxims anys està cridada a desaparèixer, jo penso que és un fet. Ara, es sabrà que la corbata desapareixerà de la moda masculina, no m'atreveixo perquè et dic, perquè el millor d'aquí a quinze anys la reviuem i té un bom espectacular.

### **7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Penso que depèn moltíssim, tan de les expectatives que tinguem d'aquella persona, com del missatge d'aquella persona, com de l'àmbit professional, com del seu propi estil, o sigui, una persona... al final la imatge no és més que la percepció que tenim d'aquella persona, d'un producte o d'aquella institució, si tu esperes que d'aquella persona uns valors molt conservadors i molt tradicionals, i una determinada actitud, una determinada *pose* i un determinat missatge, que poden ser representats per l'ús d'un *traje* i una corbata, penso que la percepció serà molt positiva, en canvi, si et ve un nano

venent-te del món tecnològic o del món creatiu, o venent-e un *startup*\* i el veus amb *traje* i corbata, com que hi haurà una contradicció entre la imatge i el missatge, penso que la corbata serà un element negatiu dintre d'aquell missatge. A la vida jo penso que la clau és la coherència i és l'autenticitat, per tant, cada cosa ha dir-se en el seu *contexte* i amb la persona qui el porta, i també el mateix et dic, si tu veus un noi amb *traje* i corbata i el cabell amb una cresta pintada de lila, doncs la veritat que diràs no sé qui menteix la cresta o la corbata, però aquí hi ha algú que està mentint.

#### 8. **Per què creieu que un home usa la corbata?**

Jo penso que és... hi ha dos raons principals: una perquè el *dress code*\* l'obliga, amb la qual cosa ho notaràs perquè la corbata que escollirà generalment no dirà res d'ell, més aviat serà o neutre o negativa, perquè no s'esmenarà ni amb els colors, ni en els estampats, ni en què lligui la corbata amb el *traje* i la camisa. I també tindràs aquell qui l'esculli com a declaració d'estil personal, i llavors, també ho notaràs de seguida, perquè inclús en el nus de la corbata, notaràs que aquella persona sap usar la corbata i l'escull perquè li dona la gana, perquè forma part de la seva projecció de personalitat, i dirà *vale*, un nus per cada coll i un estampat per cada *traje* i un color per cada camisa.

**Per tant ¿estàs dient que hi ha dos factors: un que l'utilitza perquè la seva professió li demana, que això es nota fins i tot en el tipus de corbata, el teixit de la corbata i el nus de la corbata, i en canvi, si ho fa perquè forma part de la seva personalitat que també ho notaríem amb el nus, amb el teixit, amb la forma que ha escollit la corbata, estàs dient això oi?**

Exactament això.

#### 9. **Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Avui en dia no. Excepte aquell grup de gent que he dit que l'esculli per portar, però generalment avui en dia qui porta corbata, és simplement perquè se sent obligat. El nombre de gent que l'escull portar és molt inferior al nombre de gent que l'ha de portar.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Bueno penso que és gent que té... que està començant a desenvolupar el seu estil personal, la seva individualitat dintre de... el final la imatge ha de ser això, ha de ser l'expressió de la teva individualitat, de qui ets, dels teus valors, del què vols dir, perquè quan un pren consciència de que a través de la nostra imatge nosaltres projectem moltes coses, doncs... Jo penso que això, la seva personalitat. Aquells qui els hi agrada jugar amb el seu estil personal, penso que ho troben en la corbata... És molt difícil projectar un estil o una singularitat pròpia a través de una camisa blanca i un *traje* blau marí. Llavors és cert que en determinats àmbits el millor podries fer servir *pues trajes* de colors molt més diversos, però hi ha vegades que trobem advocats molt creatius, o financeres molt creatius, o gent de la banca que siguin més dramàtics, i aquesta gent no pot jugar amb el color del seu *traje*, no pot portar un *traje* rosa, o un *traje* de quadres blau marí i groc, doncs perquè en el seu àmbit professional això encara no se admetria, i en canvi, tota aquesta creativitat l'expressen doncs això, a través de les seves corbates, les seves camises, dels mocadors de l'americana que a la vegada també veus més gent que el comença a fer servir, i jo penso que és gent que *recorre* a aquests elements, a aquests accessoris precisament per donar-li el toc de personalitat que ells saben que fa personalitzar la seva imatge, que la seva imatge no sigui un senyor més de *traje* blau marí, camisa blanca i corbata vermella.

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

Avui en dia crec que la corbata és només un complement estètic.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Això, això que t'he estat dient tot el *rato*, la corbata comunica moltíssim perquè comunica el que et deia abans, no és el mateix una corbata de seda i amb color llis conjuntada amb una camisa blanca i un *traje* gris o blau marí, que és un projecte d'autoritat, però també una ambient molt conservador, però projecte molt poder perquè els contrastos són alts, perquè la

qualitat de la corbata és bona, segurament el *traje* també serà bo, i a més, es té molta consciència d'això, d'un alt contrast i d'un color vermell doncs que es vol transmetre autoritat i lideratge, no; i en canvi, qui fa servir una corbata de punt, pues també té molt clar que el que projecte és modernitat, un estil molt més casual, però a la vegada molt com un tradicional-modern podríem dir, o qui fes servir una corbata estreta, o una corbata més ample, la corbata estreta sempre és... és veritat que ens hem de fixar moltíssim si la persona sap fer servir la corbata sabrà que la corbata ha d'anar sempre la seva amplada en relació amb l'amplada de la solapa de l'americana. Hi ha moltes coses que ens diu, o sigui, la corbata ens diu moltes coses de la persona que la usa, moltes. Per tant és una eina de comunicació molt potent, sí.

### **Comentaris finals:**

És un plaer escoltar-te Beth, de veritat. Ha estat com un descobriment per a mi. Coneixia molt poquet l'associació i ara me la miraré amb més bona cara. Ho he trobat molt interessant.

- ✓ A Madrid i al sud són corbaters.
- ✓ Cada vegada els homes vesteixen més igual. Això va molt en deteriorament de la imatge de la persona. Al final, moltes vegades no tenim la oportunitat de parlar i d'explicar qui som i què fem i d'on venim i els èxits que hem tingut a la vida, o quins són els nostres valors o els nostres objectius, i només és la nostra imatge lo que parla de nosaltres. Hi ha molta gent que pensa que la imatge és algú molt frívol, però perquè estem en una cultura... Jo per exemple, en els Estats Units era tot el contrari, la gent era molt conscient de la importància de la imatge en qualsevol missatge, i en canvi aquí sempre pensem que els americans són uns horteres que no en tenen ni idea de vestir-se, i en canvi et dic que és gent molt més conscient del poder de la imatge, i aquí sembla que ens fa vergonya com dir-li algú com sembla que haig de vestir-me, quan penso que és una equivocació total i completa, perquè jo he anat a fer formacions a despatxos d'advocats, i despatxos grans, i despatxos internacionals, i baixa el soci fet un desastre, i dius, no sé si la decla-

ració que hi ha aquí és, com que jo sóc soci ja no hi ha ningú que em faci vestir de determinada manera, però en aquesta imatge només et pots quedar a Barcelona perquè quan arribis a Madrid et sentiràs petit i desubicat. I el dia que te'n vagis a Londres et sentiràs petit i desubicat, perquè una cosa és que tu ho facis servir una imatge dintre del teu context perquè saps que aquella és l'adequada, però al final la imatge ha de ser l'apropiada al context, a l'edat, a *l'advent*, al clima, a tot. El poder està en el coneixement, no està en el mal ús del poder. Allò de dir "yo porque soy así", no, no, "porque sou así no vale". Si tu te'n vas... a mi em va passar, l'altre dia em varen convidar a una entrega de premis de no sé què a Madrid, la veritat que vaig pensar, *bé* no sé... i vaig veure que la gent anava molt més arreglada del que anava jo. Això et treu les ganes de passejar i saludar, me'n van quedar ben poques. És veritat, quan un veu que no està apropiat per l'ocasió s'empetiteix i llavors la teva imatge, que en un principi hauria de ser una eina de comunicació i una eina de conquesta del terreny, resulta que acaba essent la barrera que et fa amagar.

- ✓ Jo venia dels d'Estats Units, jo era l'assessora d'imatge de CNN, la cadena de televisió, i vaig venir pensant, ara que serà el meu idioma, la meua gent, i buenooooo, piques pedra!
- ✓ Jo penso que cada vegada s'obra més el camp (del consultor d'imatge), crec que s'anirà obrint. També compta la imatge no verbal. No hi ha manca de mercat perquè el producte no interessi, sinó desconeixement del producte i de l'aplicació del producte.



## Entrevista 2:

---

- **Nom: Bere Casillas**
- **Data: 02/06/2019**
- **Hora: 11:36**

### Notes d'inici:

**Actualment la seva empresa es diu Bere Casillas, veritat?**

Efectivament.

### **I vostè és el director?**

Jo soc el director de la empresa, efectivament.

### **L'empresa fa molt anys que existeix?**

L'empresa, el concepte sí, l'empesa va evolucionant, van canviant de nom en funció de l'estratègia, una el van aparcant i altres, per exemple el projecte que estic ara *Trajés* a medida SL, jo vaig començar amb ell el 2016, però va arrencar el 2012, després he tingut alguna altra empresa, però en concret ara mateix sincerament la meua *trajectòria* professional és des de 1983.

### **1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, indiscutiblement la corbata està en declivi, en caiguda tremenda, això ho hem parlat amb algun proveïdor de corbates. Jo estic residint a Madrid fa quasi quatre anys ja, i Madrid que és una ciutat bastant clàssica, sobretot en varis elements de l'empresa, com pot ser determinats despatxos d'advocats i grans consultores, que aquí a Madrid les anomenen les *be fore*, es veu una tendència que les persones segueixen vestint de *traje*, però la corbata cada

vegada s'utilitza exclusivament per esdeveniments molt formals o esdeveniments familiars, o sigui casaments, batejos, etc. I si és veritat que està en declivi increïble.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí, sí indiscutiblement com ja li he comentat en esdeveniments familiars, i bé, quan arriba un gran moment, un gran esdeveniment sí que la corbata és aquell estàndard masculí de formalitat, anem a dir com de respecte.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, varia segons la franja d'edat moltíssim. Mentre que els nois joves no utilitzen corbata i per a ells la corbata, anem a dir fins i tot pels negocis, no és la millor eina d'estil, sí que és veritat que quan arriba un esdeveniment familiar és el primer que utilitzen. Li puc posar l'exemple del meu fill de disset anys que fa no molt em comentava "no però jo vull anar amb corbata". Per a ells la corbata sí és aquell element de "escolta, vaig a posar-me full, vaig a vestir-me molt molt elegant" i estiren de la corbata. I en persones, sobretot a partir dels 50, 55 anys, diguem que són els més ídols de la corbata i persones com jo que seguim vestint pràcticament tots els dies de corbata.

**Potser pels joves seria allò que es senten, és una frase vulgar, però per entendre'ns els dos, "vaig a ser més home".**

Exacte. Diguem que la corbata és aquell element perquè es sentin, bé perquè ja estan deixant l'edat del nen i volen començar a ser més adults, efectivament.

## 4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

Indiscutiblement la vellesa.

### **Joves: (1) / 2**

Es pot posar el valor 2 pels esdeveniments que estem comentant. De fet inclús, quan aquests nois quan acaben la seva carrera i s'incorporen a l'empresa gran, diguem que en aquests primers moments en aquestes grans consultores, despatxos, després de sortir de la facultat, sí que tenen una mica de tendència de ja entro al món adult del treball, em poso corbata

però quan arriben a l'ambient de treball, pràcticament la descarten. O sigui, anem a prendre-ho com a valor 2.

**Adults: 2**

**Vellesa: 3**

Jo penso que ens quedariem en el valor 3, no m'atreveixo al 4, perquè inclús entre les persones ja molt grans, en general estan optant per la roba còmode pel dia a dia, i precisament la corbata en molts pocs homes es vesteixen al matí pensant amb la corbata, com es feia antigament. O sigui, el meu pare pràcticament vestia cada dia de corbata inclús amb 60 i tants anys.

##### 5. **De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

Em quedo també amb el valor 2. Actualment si parlem del tram de del segle XXI, valor 2, o sigui no... molts homes estan començant a pensar que la corbata no li aporta res.

**Que trist, veritat?**

Honestament sí, perquè a més és un element que recolza molt l'estil de l'home, o sigui, ens serveix per combinar mitjons espanyols de butxaca,, fons de camisa, i lamentablement, Mateu t'ho dic amb el cor a la mà, de veritat, o sigui, un senyor que vesteixi tots els dies de *traje* per treballar, moltíssims aquí a Madrid que com li comentava són milers i milers d'homes, el no portar corbata, les camises de quadres s'han de descartar, en moltes ocasions s'han de descartar les camises de ratlles, i òbviament es queden amb camises blanques i blaves, i res més, o sigui, no tenen més elements que utilitzar que aquests dos colors de camises i aquests patrons concrets de teixit per poder tenir un impacte visual bo i agradable, i abans la corbata et permetia utilitzar moltíssims més patrons i poder inclús combinar-los amb les corbates.

**Ens estem limitant amb el crom blau, blanc... no sortim d'aquí, veritat?**

Sí, sí, sí, monocromo total, blau marí, blanc i camisa *celeste*, i no es surt d'aquesta tonalitat.

**I al final, si em permet senyor Bere, vestim casi tots iguals, eh?**

Sí, sí, és una de les meves grans lluites en el canal de YouTube en impulsar a l'home que assumeixi una mica de risc i incorpori elements que no són

elements ni femenins, que és una mica la por que té molt l'home a feminitzar una mica el seu estil, i el que provoquem és precisament el contrari, que assumeixin un color i determinats elements que enriqueixen molt l'estètica masculina.

**Joves: 2**

**Adults: --**

**Vellesa: --**

#### 6. **Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

A veure... jo crec que per a la corbata ha quedat com un element solemne per a grans ocasions, seria el gran resum que jo faria de tot aquest tema. O sigui quan un professional s'enfronta a una reunió molt important per la seva feina, o té un judici important, o té qualsevol tipus d'esdeveniment important, usa la corbata. Quan un professional que no utilitza mai el *traje* perquè el seu treball, sobretot ara mateix quan hi ha aquesta quantitat de treballs tant creatius en què els nois o les persones, treballen tot el dia amb l'ordinador, no tenen contacte visual amb el client, perquè el seu client pràcticament el gestionen cent per cent en línia, i ha d'anar a un esdeveniment important, familiar o professional, també utilitza la corbata. S'ha quedat com aquell element de, diguem com aquell element per a grans ocasions.

#### 7. **Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

És una de les grans preguntes, jo també tinc dubtes Mateu, i és una de les grans preguntes que moltes vegades em faig. I la naturalesa m'ha dotat d'un escàner increïble, o sigui, jo tinc un escàner impressionant per els petits detalls, i a més, jo connecto molt ràpid amb el món exterior, o sigui, et matiso millor el que et vull dir amb això: jo quan estic assegut a una terrassa prenent un cafè, òbviament totes les gents que van passant per les terrasses la vaig escanejant en un segon, analitzo com va, com porta les sabates, si els porta netes, brutes, el color, el llarg de les peces..., i la veritat és que quan jo veig un home ben vestit de corbata, la perspectiva que tinc d'ell és de molt professional, o sigui, és un senyor que em transmet seguretat, és un senyor que es cuida molt, per tant si aquest senyor es cuida molt la seva

estètica és perquè a l'hora de realitzar un treball també cuida molt dels seus detalls. Aquest és el pensament ràpid que em ve a la meua ment quan veig a un home que realment m'agrada la seva estètica, i la veritat és que és algú que és una mica el que sempre he arribat a transmetre, d'acord?, però no sé potser la percepció que hi ha ara mateix no sigui aquesta, sinó que com que hem tingut tots aquests moments política tant complexos, tant durs, de corrupcions, etc., etc., potser sigui el moment d'eliminar la corbata com aquest element d'elitista, dit d'alguna manera, "escolta jo vull ser més normal", "vull ser més proper", i no utilitzaré la corbata precisament per això. És una mica la impressió que tinc sobre la impressió, o el que percep molta gent quan veu un senyor vestit amb corbata.

### **Costa veure gent ben vestida.**

I permetem que li faci un matís, fins el segle passat pels professionals de la moda, Barcelona en concret, era un absolut referent, o sigui, era un absolut referent d'estil, jo admirava Barcelona d'una forma increïble pel seu estil personal del seu professional. Jo recordo a Granada quan venia els representants de les cases de tèxtil, i aquells milers de cases de teixits de Barcelona i la zona de Sabadell i Terrassa, i recordo quan arribava el representant jo em quedava embovat literalment de veure com venien vestits, l'estil que transmetien. Després per determinades circumstàncies vaig decidir anar a Barcelona, i fa un parell de mesos vaig tornar després a Barcelona, i va ser una decepció tremenda com han caigut brutalment l'estil a la ciutat i en general entre inclús els professionals, o sigui, era una caiguda tremenda d'estil i em vaig quedar com perplex, o sigui, és com algú tan especial per a tu, com una espècia de, no mite, però si aquesta percepció de "hòstia vaig jo de nou a Barcelona, vaig a gaudir de l'estil" i em vaig quedar... saps quan vaig arribar a Sants i vaig anar cap a Barcelona, em vaig quedar amb una decepció i una tristesa interior increïble.

En general no, jo tinc bons amics que sempre han vestit un estil terrible, i ara els veus i dic com han desmillorat, veritat? Sí, sí.

### **8. Per què creieu que un home usa la corbata?**

L'home quan usa corbata és que... a veure, la corbata determinats ocasions, a veure,... és una pregunta complicada per a mi perquè com que jo adoro

la corbata per a mi és com un element que reforça molt la meva seguretat com a persona, o sigui, jo quan vesteixo de corbata no em poso una corbata, o sigui jo sóc incapaç de posar-me una corbata amb cinturó sempre l'uso amb tirants; sóc incapaç de posar-me una corbata sense els bessons, per tant, sempre l'uso amb bessons, i per a mi és un ritual vestir corbata, de fet, quan no vesteixo amb corbata desapareixen els tirants i desapareixen els bessons, saps com algú molt..., tot va unit a aquest ritual. Llavors jo crec que quan un home es posa corbata és perquè el que està, el que pretén, el que busca, és reforçar aquesta seguretat interior, aquesta profunda psicologia que tenim els ésser humans en què una dona quan va arreglada no hi ha qui la pari, o sigui, una dona quan porta una roba interior i no la veu ningú, però quan ella es sap que té una roba interior bonica, està súper contenta, i es posa un vestit, un *traje*, una faldilla, o qualsevol peça, i a més s'arregla i passa inclús per la perruqueria, aquella dona no hi ha qui la pari, o sigui, ella sap que va increïble, amb una seguretat interior tremenda. I el mateix passa amb els homes, o sigui, amb els homes quan ens arreglem guanyem una confiança i una seguretat en la que et sents capaç d'enfrontar-te a qualsevol situació, encara que sigui complicada, em refereixo inclús ja en el món del treball, i jo per exemple, si entra un client molt molt especial a la meva sastreria i aquell dia potser no m'he afaitat al matí, potser vaig una miqueta més *casual* i tal, aquell dia no estic amb aquella força interior i amb aquella seguretat que a mi m'agrada que em vaig enfrontar amb un client que desconeixia completament l'estil que té, o pot ser un nou client molt bo per a mi, i en canvi els dies que vaig vestit amb corbata, doncs són dies que pot venir el rei d'Espanya que tinc aquell *aplomo*, aquella seguretat interior perquè ho acompanyo de tots aquells elements que et comentava de complements que em donen una seguretat increïble. Són detalls psicològics, que bé, afortunadament o desgraciadament l'home necessitem aquests impulsos psicològics per a desenvolupar com a persona, vaja.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Indiscutiblement sí. Indiscutiblement el missatge que vol transmetre és "avui m'he vestit per a tu", sigui per l'esdeveniment, si ha de veure un client

important, "escolta, m'he arreglat per venir per respecte". Si va a un casament "m'he arreglat per venir al teu casament i mostrar-te respecte". I un bateig, una comunió, una entrega de premis, o sigui, aquest és el missatge que transmet la corbata: m'he arreglat per a tu.

#### 10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Indiscutiblement jo la uso perquè estèticament m'agrada, però a mi personalment m'aporta una seguretat.

#### 11. **Creu que la corbata és només un complement estètic?**

No, de fet al llarg de la conversa que portem és evident que jo dic que no és només un element estètic. Això és un missatge, o sigui tot un llenguatge, qui sap entendre la corbata com un element de transmetre impressions, emocions, o transmetre respecte, sap que la corbata és l'element perfecte o el complement perfecte per a transmetre aquesta informació.

#### 12. **Creieu que la corbata comunica?**

##### 13. **Què creu que comunica?**

El primer, comunica serietat, per a mi comunica professionalitat, comunica estil, i el més important per a mi, comunica la nostra capacitat d'arriscar a la vida. O sigui, el que un home porti com a corbata sabem el que aquest home és capaç d'arriscar en un projecte, arriscar en una redacció, perquè un home extremadament tranquil, sobri és incapaç de risc a la seva vida, porta les corbates series, *sòbries* i sense cap risc de cap tipus. Un home creatiu, arriscat, òbviament sempre portarà una corbata molt potent de color amb un estampat fort, amb color vius intensos, com amb el meu cas, o sigui, jo sóc una persona que visc la vida molt passionalment, per a mi la vida està plena de passions i òbviament aquest tipus de passions la transmeto amb la meua corbata.

#### **Comentaris finals:**

- ✓ Mateu, sap el que li vaig a demanar de forma personal? Quan acabi la seva tesi, m'encantaria veure-la, m'encantaria veure el procés d'investigació perquè estic absolutament convençut, que una vegada llegida

aquesta tesi, vaig a aprendre coses que desconeixia completament, absolutament convençut. Tot això enriquirà la meva vida, sobretot amb elements com la corbata i poder-ho transmetre a través de YouTube i les xarxes socials, i m'encantaria.



### Entrevista 3:

---

- **Nom: Antònia Gambau**
- **Data: 31/05/2019**
- **Hora: 10:40**

#### Notes d'inici:

Càrrec:

- 5 anys presidenta de l'Associació Catalana d'Assessors d'Imatge (2010-2015)
- Actualment secretària de l'Associación Internacional de Consultores de la Imagen (AICI Spain); està a tots als països del món.
- Assessora.
- Professora del Mòdul de Grau Superior d'assessoria.
- Actualment "mig retirada".

Notes:

- "Ser assessor és molt difícil."
- "La gent no té el concepte que necessita un assessor".
- "Té la sensació com una figura inaccessible".

#### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

No, depèn del sector. Però encara hi ha sectors que la corbata encara dóna estatus.

#### 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Es compren per ocasions. A veure, si un té una feina que la corbata forma part important del seu vestuari, evidentment sí, encara en n'hi ha de feines

d'aquestes que la gent la fa servir com un complement més, llavors sí, però en alguns no.

**3. Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, és que només és la franja d'edat, és la professió, el sector en el que estiguis implicat.

**4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

**Joves: 1**

Poc utilitzada i en ocasions molt concretes.

**Adults: 3**

**Velles: 2**

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

**Joves: 2, poc positiva.**

**Adults: 4, positiva.**

**Vellesa: 3**

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Estatus

Professionalitat

Diferència

Poder

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Depèn del sector...

Sí millora.

Depèn amb qui es compari. (comparació entre dos homes un amb i l'altre sense)

Si veus algú amb corbata potser la percepció és de més credibilitat i més professionalitat.

No vol dir que a mi m'agradi molt, però sí és la percepció.

### 8. **Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per moltes coses, primer perquè, depèn d'on treballis et dona tots aquests valors que hem estat parlant, per marcar poder, per marcar diferència, per marcar estatus.

I també depèn del tipus de corbata, la corbata és potser dels pocs o l'únic element en que l'home pot demostrar o pot fer percebre la seva personalitat. Doncs aquí, diguéssim que no és que hi hagi carta blanca per portar-la com vulgui, però sí que pots transmetre certes coses que amb un *traje* doncs no es pot perquè són bastant uniformats.

### 9. **Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Sí, per suposat, el que passa és que no tots els homes en són conscients d'això. Quan fas un assessorament, els hi expliques què pots transmetre a través d'una corbata, molts es queden parats, perquè no saben el poder que té, el que transmet una corbata. I la quantitat de coses que es poden llegir a través d'una corbata d'un mateix.

I un dels problemes també que hi ha és que els homes no saben que tenen, aquest entre cometes, poder amb la corbata de transmetre el que volen, les corbates moltes vegades les compren les dones, i ells es posen qualsevol cosa. I llavors estan transmetent, no saben el què, i a lo millor estan transmetent conceptes contraris el que realment volen transmetre.

I no només s'hauria d'ensenyar als homes el que transmeten, sinó a les dones també.

### 10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Tornem a estar allà mateix, depèn del seu paper a l'hora que porti la corbata:

Autoritat

Superioritat

Diferència

Seriositat

Professionalitat

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

Sí, en principi sí.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Sí, comunica tot el que estem dient, tots aquestes conceptes que hem repetit.

Comunica depèn de si la nostra personalitat és més seriosa o més oberta, o més tranquil·la, o més divertida... aquests aspectes de la personalitat de cadascú, o més infantil inclús, els que porten les corbates del Piolin, del de Dinsey, aquestes coses, tot transmet. Llavors podem transmetre la personalitat de cadascú o, forçar-ho i transmetre el que un vol transmetre, no com és. Aquí podem canviar-ho. No és que manipulem, però una mica podem fer-ho.

**Entrevista 4:**

---

- **Nom: David García Bragado**
- **Data: 24/05/2019**
- **Hora: 16:34**

**Notes d'inici:**

- Nom de l'empresa: Vestirse por los pies.es (igual que el llibre i el bloc)
- Nom llibre: Vestirse por los pies
- És sastre
- És assessor. Vesteix a moltes persones.
- Escriu un dels blogs més visitat d'Espanya.
- Botiga durant catorze mesos.

**1. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, indubtablement s'està perdent l'ús de la corbata, això és indubtablement. La part positiva és que quan es fa servir para més l'atenció precisament pel fet del seu desús el qual està caient aquest complement.

La corbata és un complement inútil, no serveix per a res, no abriga, no protegeix... Però per l'elegància és el símbol per excel·lència. Una corbata és distintiva, distingeix el que la porta. Parla de com és la personalitat del que la porta també, per com ha realitzat, amb quin esmena ha realitzat el nus, per com deixa equilibrats els pics i les pales, per si descompensa més estret o ample... defineix, defineix molt, és algú molt definitori per l'elegància d'un home.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí, sí jo he tingut una botiga durant un any, catorze mesos, i sí, sí es vénen corbates i es compren corbates. I a més, es compren a parells, o per tres o per quatre, no només una per canviar o dos. Sí es venen corbates. L'home que utilitza corbata li agrada variar corbata, les actualitza, sí, sí.

La corbata és atemporal, però s'actualitza, sí senyor, un home que usa corbata, les varia.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, sí, sense dubte, segons la personalitat, com et deia abans, però anem a entrar amb més detall com et deia abans, segons edat, càrrec professional o professió, varien moltes coses.

És molt rica la corbata. Ens cenyim simplement a la clàssica de seda de 8 cm d'altura, 8,5; però hi ha molta varietat, a mi m'agrada molt la de llana que són per l'hivern. La de lli, les que no tenen entretela són per l'estiu. La de croche és preciosa, la de punt...

Cada edat té la seva corbata determinada.

L'amplada i el grossor jo ho faria més per la utilització, el moment d'utilització, per la lògica i formalitat. Si anem a un casament no et pots posar una de punt o una de llana, sinó una de seda, etc, etc. Més que un edat, és més ampli, és una edat, una ocupació laboral, no pots anar amb una cridanera diguem, anem a posar el cas, a un jutjat, posem el cas, serà una més discreta, més sòbria... En un comerç, un dependent pot ser una mica més rica amb colors.

## 4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

### **Joves: 2**

Molt poc, encara s'utilitza en les graduacions. És el pas a homes. Els hi agrada i busquen la oportunitat per tornar-la a portar. Els hi agrada. A la menor oportunitat la utilitzen.

### **Adults: 3, un mig.**

Està cansat i per obligació. En aquest tram mig ha perdut el gust. És pesat. A mi em sap greu.

**Vellesa: 4**

Està més usual per la corbata. Li atorga un prestigi, per plaer. És un símbol de distinció de *senyorio*, inclús el *traje*. Es muden per anar a fer un cafè. Un senyor gran que no es posi corbata i vestit d'home queda antiquat.

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

**Joves: 5**

La valoren moltíssim. És molt prestigiós.

Poden rebutjar-la els que els hi obliguen a l'escola d'uniforme. És una joventut minoritària.

**Adults: 2 (3)**

Ho veuen com una pesadesa, per treure-ho del davant.

**Vellesa: 4**

Ho veuen bé, el seu senyal. Per exemple és una manera per trencar la diferència entre categories socials (albanyil i capataz).

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Avui el valor és molt formal. Abans era normal, ara és el treballador de banca o es advocat.

Se li dona un valor residual.

Segueix agradant. A la població normal veure un home amb *traje* i corbata, segueix agradant, la impressió és bona.

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Sense cap dubte, sense cap dubte. Jo quan vaig a l'administració, a la Junta, a qualsevol organisme administratiu, a qualsevol, sempre, sempre procuro anar-hi amb *traje* i corbata. Et tracten diferent: a una finestra, a un aeroport, a la policia local, la policia local...

S'observa, una topada, o un problema... És serietat. Et tracten d'una altra manera, et faciliten més les coses. Som classistes.

### 8. **Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per dos motius: per obligació o una altra per plaer.

Per a mi és un plaer. Hi ha vegades recordo quan estic a la botiga, i estic assegut al sofà, i avorrit, o esperant, en un moment monòton, jo soc de jugar molt amb la corbata, com qui juga amb la barba. Per a mi és un plaer, la corbat és distintiva, m'encanten les corbates, tenen un valor suprem, donen elegància al vestit.

### 9. **Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Sí, sense cap dubte. Transmet i molt.

Et vaig a comentar un cas particular. Jo sempre transmeto amb la corbata. Per exemple jo tinc la corbata de dia del meu casament, aquesta corbata l'utilitzo en moments *premium*, és una corbata Cambàs, de seda natura, vermella, bordeus... i està la pobre ja molt molt gastada, però per exemple a la comunió de la meva filla la vaig fer servir, jo estic transmetent.

Jo després cada dia estic transmetent, com et deia, si tinc una reunió important sempre en porto una de blau marí de microtopos, si estic alegre en tinc una de més florejada que és grana. Sí transmet, sí. Com et dic, si és hivern i fa un dia lleig, doncs el millor escullo una escocesa verda i gris, que és molt molt bonic. Vull expressar aquell dia o com em sento.

### 10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Jo sempre procuro transmetre rigor, formalitat, serietat, enteresa, integritat. M'agrada.

### 11. **Creu que la corbata és només un complement estètic?**

És com una medalla. És alguna cosa més. És com la medalla dels militars o com la placa de la policia. És alguna cosa molt més. Estàs transmetent valors. Perquè és un element inútil, absolutament inútil, no serveix per a res, i precisament val per a tot, la qüestió és que val per a tot.



12. **Creieu que la corbata comunica?**

13. **Què creu que comunica?**

Comunica, sí, i comunica molt. Comunica la personalitat, el que un porta a dins. Aflora amb la corbata, la personalitat interior d'un cavaller, del cavaller que la porta. Però aporta des de l'elecció i més enllà:

com se l'ha nuat

com la porta

com la llueix

com la combina

Transmet moltíssim. Jo crec que és un llenguatge no verbal imprescindible, que qui el sap llegir, aporta molta informació del que la porta, moltíssima:

grau de *cuidado*

higiene

l'educació

el coneixement, si sap posar-se bé l'arrugeta al centre,

si la porta la porta de manera natural,

si no va caiguda

si recolza bé al coll de camisa

si no tira

si no apreta

si no molesta...

Aporta moltíssim, aporta moltíssim, sí, sí, sí.

**Comentaris finals:**

**Avui, per acabar ja David, vostè porta corbata avui?** Avui no, avui no, avui és divendres casual no, ahir sí. Avui és divendres casual, a més ja és la tarda estic al despatx particular, avui ja no.

## Entrevista 5:

---

- **Nom: Montse Guals**
- **Data: 05/06/2019**
- **Hora: 18:35**

### Notes d'inici:

- Que me pongo" vam ser els primers aquí a nivell d'Espanya.
- Vam ser els primer aquí a nivell d'Espanya. La meva socia i jo, totes dues venim del món del disseny. Jo sóc dissenyadora i ella era patronista. Llavors hi va haver un bon dia que jo tenia una firma, però vaig pensar que aquí a Espanya, aquest linxol d'aquelles persones de voler-les assessorar fora interessant, i llavors un bon dia se'ns va ocórrer l'idea de muntar una empresa que es deia Personal Shopper, perquè nosaltres viatjàvem molt i vam pensar mira el personal shopper ho sona tot. Què va passar? Que clar, amb aquesta empresa de Personal Shopper ningú no ens entenia res, la gent deia "què feu?" i "la gent va tan mal vestida?", tot, total que l'any 2000... i érem sols a Espanya, eh?, ho vem iniciar, per ser més exactes, a l'any 2003. Llavors vàrem dir, a veure no pot ser Personal Shopper ningú ens coneix llavors va ser quan vam dir "mira, jo sóc dissenyadora tu patronista, i què fem amb les nostres clientes: posa't això, posa't allò, què em poso...", i llavors vam dir, "escolta una cosa, i si posem Què em poso". Llavors vam sortir al mercat amb Què em poso?. Llavors què va passar? Català, tot català. Llavors clar vam ser, inclús vam *tonejar* un cotxe que va ser dels primers cotxes *tunejats* a Barcelona que no hi havia ni la zona blava, posant a llocs estratègics. Llavors què va passar?

Que *bueno*, vull dir que vam començar els *medis* de comunicació, El què em poso? li va cridar l'atenció, i la primera vegada que vam sortir, *vale?*, va ser perquè jo tenia una veïna que un dia pujant per l'ascensor, et va bé que t'expliqui tot això? **I tant, i tant que em va bé! Em situes molt més, sí, sí, sí.** Un dia pujant per l'ascensor em diu: escolta Montse que no dissenyes? Ho has deixat tot? Dic no, doncs mira, ho he deixat tot i ara vull tindre un tercer fill, això és un altre tema, *vale?*, i a més a més l'he tingut i a més ara em vull dedicar al món de la imatge, val. "Ostres, dóna'm un prospecte". Li donc un prospecte, i quina va ser la nostra sorpresa, un dia 30 de maig, o 31 no me *n'enrecordo* exacte, si 30 o 31, no 30 o 31 d'abril, jo m'enrecordo que era el dia abans del *compleanys* del meu fill, em diu la meva sòcia: escolta que sortim a les pàgines roses, la Margarita Puig, i jo dic no m'ho crec. I llavors la Margarita Puig va ser la primera, la de la Vanguardia, la de les pàgines salmó. Llavors a partir d'aquí va ser curiós perquè després ens van trucar de l'agència EFE, i clar!, una cosa que dius, ostres, aquí Espanya vam sortir als teletotals, vam sortir per tot arreu!, *vale*, que inclús si vols que t'expliqui una anècdota: clar en aquella època hi havia la ETA, no? I clar l'agència només donava notícies molt sèries, i m'enrecordo que *bueno* ens van fer tot el reportatge i jo li dic a l'Elisabet, "mira jo vaig a trucar a l'agència EFE que *almenys* que ens deixi llegir perquè clar això és una cosa molt nova... i m'enrecordaré sempre, que encara ara, aquesta periodista quan em troba em diu "Me acuerdo de tí Montse comi si fuesé hoy". Els hi dic "escolteu-me: ho puc llegir?", I em diuen: "Ni el rei ens demana permís". I em vaig enfadar. És una anècdota.

- Llavors esclar, ens ho van divulgar per tot Espanya, *medis* de comunicació, Sud Amèrica... Llavors què va passar? Que clar, vull dir la gent vem començar de sortir al telenotals. I llavors així va ser com vam començar nosaltres a pujar. Què va passar? Que llavors a través d'un client madrileny que buscava, estava aquí treballant i deia que no lligava, val?, ens va venir a veure, *vale*, i li vam fer un assessorament i li vam dir. I ens va diu: "Y esto en Madrid?", i vam dir, "sí nosaltres viatgem a Madrid", i diu, "Per què no lo franquizais?". I llavors va ser ell qui ens va iniciar al món de la

franquícia i per aquesta raó, gràcies amb ell, vale?, amb aquests client ara la tenim franquiciada i estem a Madrid, estem a València, estem a Màlaga, estem al Maresme, hem obert Mèxic, m'entens? I una mica és aquesta història, piano-piano, hem anat fent, llavors esclar, a nivell d'Espanya vam haver de canviar el "Què em poso" per "Que me pongo". Una mica te l'he explicat.

### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Volen que es perdi una miqueta, però jo penso que no es pot pedrera mai. Primer per una cosa, perquè la corbata té un punt masculí, segona que l'ús de la corbata fa que la persona es vegi amb més linealitat, tercera que amb un *traje* ben estructurat amb una camisa amb un coll rígid hi fa falta la corbata. Sí que és cert que cada cop les empreses intenten no portar corbata per donar una imatge més propera, però malauradament encara hi ha persones que tenen una imatge molt propera i per donar serietat es tenen que posar la corbata. Jo penso que és un complement amb els homes que mai deixarà d'existir.

### 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Siiii, i tant, i tant! A veure el saber vestir de l'home és el *traje*, armilla i la corbata, vull dir és "sota, caballo, rey". Vull dir és una cosa, de les coses que no es poden prescindir. És l'agulla de la corbata que *bueno*, aquí és una cosa que forma part d'un complement, però la corbata és algú que forma part del vestir del senyor i forma part del *traje*. Llavors, vull dir evidentment, avui en dia que trobem corbates de punt, trobem corbates de tot tipus. Però vull dir protocol·làriament, pensa que protocol·làriament és lo que va bé amb tots, a partir del protocol, llavors el protocol mai a la vida hem vist res sense llacet o corbata. A partir d'aquí ja t'ho dic tot.

### 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí varia, varia perquè segons la franja d'edat també ens porta la tendència. Llavors què passa? Que la persona jove com que busca molt tendència, llavors no es vol assemblar amb el pare i el no assemblar-se amb el pare, llavors la corbata la podem veure amb diferents colors, diferents amplades.

Per aquesta raó hi ha molts senyors que avui en dia que diuen: es porta la corbata estreta. No, la corbata estreta és per aquest *traje* amb la solapa estrateta que ho porta el jovent, però la persona que porta la solapa més ampla d'un àmbit més clàssic de t'he de portar la corbata de tota la vida. Llavors sí que es diferencia amb aquestes petites coses, val?, per exemple vull dir, vé uns colors doncs el jovent s'atreveix a posar-s'ho cosa que el senyor no, llavors sí que depèn de la franja d'edat, evidentment, però això és tendència pura, és claríssim. I el jovent queda tendència. La persona ja d'una certa edat ja va amb un imatge més conservadora, i fixis-se que el senyor amb una certa edat que vol anar de tendència va com el nen jove.

#### 4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?

##### Joves: 3

Amb els joves?... ostres.... doncs clar... és que es porta la corbata primeta i tot i... corbata o llacet? **No, corbata.** Corbata?... a veure torna'm a dir les valoracions.

3, el jovent 3, normal, perquè vull dir trobem jovent que per anar a treballar se la posa perquè diu doncs hi tinc d'anar. Normal, normal.

\*El jovent, saps el que passa? El jovent clar com que comença a treballar ja amb el *traje* i la corbata, té festes, tornen haver-hi totes les festes de *puestas de largo*... vull dir la corbata encara s'utilitza per això en trobem de punt, en trobem de moltes maneres. Ara la gent adulta és la que en porta més.

##### Adults: 4

Més, una miqueta més, perquè els adults en n'hi ha molts que no saben anar a treballar encara sense corbata. 4, sí, sí, els adults sí. Jo trobo que molts senyors que diuen "però clar si no porto corbata dona la sensació que vagi... No, no la corbata costarà de treure's.

##### Vellesa: 1

Poc, poc, poquíssim, aquest se la treu. L'1, completament. Aquest se la treu. Només se la posa per les BBC, *bautizos, bodas y comuniones*. És així.

### 5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?

#### **Joves: 0**

El jovent? El valor de la corbata no li donen. Ells li donen més valor a la tendència i si la tendència diu portar corbata, doncs van amb corbata.

Si la tendència diu corbata, doncs el valor el màxim.

Clar és que el jovent va amb l'ona de la tendència.

#### **Adults: Normal (3)**

Els adults la percepció la tenen ja normal, m'entens? Ja la porten com a assumida, no és allò "oooooooo és que la corbaaata", no, ja forma part d'una cosa habitual, llavors el valor ja no li dones tant, ha baixat, vale? Molta gent que avui en dia és adulta de joves li donaven molt més valor a la corbata, l'únic que el valor que li podien donar de joves se li ha convertit com algú molt, molt, saps molt planer ara. I llavors un valor normal.

I llavors l'adult és un valor normal perquè ja ho ha assumit dins la seva imatge.

#### **Vellesa: 0**

### 6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?

En general ha baixat, ha baixat completament, l'únic que també és cert... mira jo faig l'exemple de la corbata la faig exemple com les ombreres, les ombreres, una americana sense ombreres no existirà mai de la vida, vale?, un *traje* sense corbata no existirà mai de la vida, però com que les tendències ens diuen que no es té de portar ombrera, llavors esclar aquesta ombrera no ens la posem a tot arreu, doncs és el que passa, com que la tendència és anar a aquest pas suau. Llavors què passa? Inclús ens trobem gent a La Caixa que els hi diuen "res de corbata", llavors clar la percepció de la gent diu "ui no la corbata està en desuso", però són els primers que quan tenen d'anar amb una festa i es tenen d'arreglar es posen la corbata. Llavors ens contraïem nosaltres mateixos.

#### **Per tant és un valor contradictori?**

Completament. Sí perquè hi ha molta gent que diu "la corbata passo", a la que té un casament què es posa? La corbata. A la que ve el dia del pare què es posa? La corbata. A la que ve Reis, un regal que és fàcil, la corbata, tenim un bateig, la corbata. Ostres és que tinc una reunió molt important, ostres la corbata, *jolin* si no fos tan important no te la posaries.

Jo faig aquesta reflexió perquè tindria de dir que el valor ara ha baixat completament, però per a mi és contradictori, perquè si hagués baixat completament llavors assumiríem que en tots els àmbits podríem anar sense corbata. I ara amb un casament veiem algú sense corbata i ja som nosaltres mateixos que diem "on va aquest?". Llavors penso que està d'aquesta manera.

### 7. **Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

No, ens dona una imatge més seria. Estem parlant d'imatge, llavors tots comuniquem. Quan algú el veiem sense corbata, automàticament ens ve una imatge molt propera molt més *casual*, quan algú el veiem amb una corbata, com que el veiem ben estructurat i la línia horitzontal, i tot posat dóna seguretat, el veiem amb una imatge molt més seria i segura.

### **Per tant, no li podríem definir que li millora la percepció quan el veiem amb corbata?**

Ni li millora ni no, tot depèn de l'ocasió, del moment i del lloc. La corbata forma part d'un complement. És com per exemple, dius la gent, anar a buscar feina em poso un *traje* i una corbata, *altanto*, si vas a una empresa creativa no vagis amb una corbat perquè a la que et vegin ja no et voldran. Llavors clar, la corbata ajuda a comunicar millor sempre hi quan la corbata la portis en el lloc i moment adient per donar la imatge adequada, sinó resta.

### 8. **Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per aportar més seguretat i més serietat. Ho tinc claríssim. Com l'americana hi ha homes a la que es treuen... mira la masculinitat està als *ombros*, *vale?* i la feminitat està a la *cadere*, i llavors hi ha molts homes que tenen els *ombros* bastant caigudets, llavors es posen una americana i automàticament li estructura els *ombros* i es veu més segur. Què els hi fa la corbata? Els hi dona l'acabament del punt de *caballero y del saber vestir del caballero*.

T'ho he contestat? T'ho he contestat? **I tant, sí molt bé, si ho trobo molt interessant.**

9. **Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**
10. **Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

No, no, se la posa inconscientment. Se la posa perquè forma part d'algú seu, no? És com per exemple les dones que no sabem marxar sense *bolso* perquè ens trobem com despullades. Doncs la persona que habitualment porten, la corbata, no es posen la corbata perquè volen que el vegin sinó perquè la societat està establerta de depèn de quines situacions es té que posar corbata. M'he explicat bé? I a més a més, jo com a assessora d'imatge afegiria algú més, i encara no saben els senyors la força que poden tindre amb els colors de la corbata, i amb això ho podem dir amb Obama, Obama, et va bé que et faci aquesta reflexió? **I tant, molt**, Obama sempre va amb *traje* fosc, camisa blanca, vale?, i corbata blava, grisa o vermella, llavors perquè ho fa això? Perquè clar la masculinitat està amb la mandíbula, que ell no té massa mandíbula, llavors li posen el *traje* blau marí amb línies horitzontals ben estructurat, li dona més amplada, i a més a més un color fred que és serietat, vale? Va amb una camisa blanca que mai l'hem vist amb un altre color de camisa, per què? Perquè li dona el punt de llum, el punt de llum dona, és un *rellenador* del punt de línia d'expressió i d'aquesta manera fa més bona cara. Per què va amb les corbates d'aquests colors? Perquè ell és un càlid, un càlid intens. Si ell anés amb corbates càlides se li empetzaria completament el to de pell amb la corbata, se li desdibuixaria les línies del rostre i es veuria apàtic. **Clar, i ell fa servir colors freds?** Fa servir colors completament contraris a la seva harmonia, això fa que se li defineixin bé les línies i se li vegi una mirada profunda i intensa. És simplement això. Llavors seria molt important que tots els homes que portessin corbata es fessin la teoria del color, el test de color, com influeix el color en les línies del rostre, i sabrien cada moment, amb cada color de corbata quina imatge els hi projecte al seu rostre. Molt important això. Jo tinc clients que tenen diferents corbates al calaix per depèn de la situació.

Pensa que Obama una vegada portava color beix i la Vanguardia em va trucar i em va dir: Montse hi ha uns títols que, un d'allò que posa que va cansat, i és el que li vaig dir, no és que vagi cansat, a veure, és que porta un color



beix se li empetitza amb la pell i se li *emmarrona*, és això, cansat estava ahir, abans d'ahir i l'altre, i és això. Neutralitzava, no dissimulem res perquè tot ho tenim bonic.

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

No, no, no és un complement estètic, forma part, un complement necessari.

No, és un complement estètic i una eina de comunicació.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Sí i tant, comunica qualitats d'imatge amb el color i amb el nus perquè depèn si portes el nus, és que això és un altre món, tot depenen del coll de la camisa que els homes no saben quin coll porta, **si l'Italià, l'Anglès, el Francès**, o el Bottondaw, que el Bottondaw mai de la vida amb corbata, llavors què passa? Que clar tot depèn de li porta més o menys mandíbula i forma part d'una comunicació. I la corbata per a mi és comunicació. Depèn del color i de la forma comunica una cosa o una altra.

## Entrevista 6:

---

- **Nom: José María López-Galiacho**

- **Data: 31/05/2019**

- **Hora: 10:22**

### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, clarament sí, s'està perdent en tots els àmbits. A l'àmbit de l'oficina, a l'àmbit de la vestimenta d'esport del cap de setmana, a tots els nivells, a tots els estrats socials i a tots els esdeveniments més o menys formals, cada vegada l'ús de la corbata és més reduïda.

### **Vostè en la seva feina es fixa si la gent du corbata?**

Sí m'hi fixo perquè la corbata no és cap complement que vulgui demostrar estatus. La corbata és una ajuda també per demostrar educació, com pot ser no portar una camisa oberta que et sents més còmode, el fet de tancar-te una camisa i portar una corbata, no és un acte de novisme, ni un acte de grandesa, és una mostra d'educació cap a la persona que vas a veure.

### 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí, es van comprant. És rara la botiga d'homes que no tingui una petita selecció de corbates.

### 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí, els coneguts els que ara es denominen Guenyas, fa uns anys eren Haps i tots aquests termes anglosaxons que utilitzem, amb ells molt poc. Hi ha gent amb divuit anys que estic convençut que no sap fer-se un nus de la corbata. Amb edat ja madura, a l'edat de 30 a 50, aquesta franja la gent vesteix en corbata sobretot en casaments, amb algun àpat especial.

La gent gran, sobretot a partir del cinquanta, com que tota aquesta revolució informàtica i internet, l'han viscut menys intensament doncs encara tenen en certa forma encara tenen present certes tradicions, va a missa el diumenge i la gent gran es posa la corbata, en un sopar de Nadal o Nit Vella es posa la corbata. Però això sí, és sobretot la gent gran.

**4. De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

**Joves:** 2

**Adults:** 3

**La vellesa:** 4

**¿Creu que els joves busquen qualsevol excusa que sigui un ritual major per utilitzar-la, per exemple en graduacions, comunions, casaments...?**

Això és cert, però és una qüestió més social.

En la nostra època, jo ara tinc 44 anys, jo m'encordo que la corbata era pràcticament obligada els diumenges, moltes ocasions, així que la rebel·lia de la joventut, en fer el contrari del que t'imposaven, si t'imposaven amb sabates, doncs nosaltres les zapatillas, les Paredes, les Kelme, les que fossin! I ara estem en una situació contrària, ara el normal, el més estès, és anar amb baqueros, amb una camiseta... Doncs ara la gent en aquests moments de rebel·lia, i en aquests moments de, escolta com que no hi ha l'ocasió de posar-se-la, busquen justificar l'ús de la corbata i posar-se-la.

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

**Joves:** 2

**Adults:** 3

**Vellesa:** 4

Per això uns l'usen més i els altres menys.

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

Per a mi fonamental. Al final, no té de sentit anar a una piscina amb esmòquing, però també no té sentit en una recepció oficial un *traje* sense corbata. Un *traje* sense corbata és com anar a jugar al tennis i deixar-te la raqueta a casa. Falta alguna cosa, hi ha alguna cosa aquí que falta. I la corbata doncs

té un significat que va molt més enllà d'un tros de tela sobre el tors. Al final, per què no ens posem jaqueta i no ens posem jersei? Doncs perquè la jaqueta és més vestida. Per què no ens posem uns pantalons de pinces i no un *xino* pera a una reunió important, per una comunió o per un bateig? Perquè és més vestit. La corbata... si tu veus un *traje*, t'agradi la corbata o no t'agradi la corbata, tu veus un *traje* blau marí, amb corbata o sense corbata, i tu dius: ¿quin dels dos t'enganxa més, té més lògica, té més sentit, i quin és més bell? Al final, el que li agradi la corbata, o el que no li agrada la corbata, escull el de la corbata. Perquè és una peça que sempre ha anat amb la corbata. És com no sé, anar amb *zapatillas* i no portar el cordó.

El problema és el de sempre, que la societat espanyola, com amb molts altres objectes, és molt influenciable. Sempre pensem que les coses de fora són millors que les que tenim dins. Doncs tots hem tingut ídols, doncs ara els d'internet, el de Facebook, el de Google, el de Amazon... Gent que no porta corbata. Poc a poc ha anat arribant a Europa, i es va traduir en casos de Friday, el divendres sense corbata, i això poc a poc no només és el divendres, és el dilluns, és el dimarts, és el dimecres, és tota la setmana. I significa que volen prescindir de la corbata? Doncs en certs ambients sí, però no té sentit, però en altres no, i molt menys com succeeix quan se t'exigeix una vestimenta formal i ja gent que t'apareix sense corbata.

Un dels temes d'Oviedo del Príncep d'Astúries, no es pot rebre sense corbata com s'ha rebut.

Ni es pot anar el Títol Cervantes que el presideix la reina, i actors nostres de primer nivell, sense corbata. Quan allà, el que ho dóna, està passant calor perquè porten una levita pesada, perquè les *peces* fan suar, els focos... La pròpia reina, el propi rei. Caram, que a sobre ets un convidat, apareixes descamisat. No hi vagis i ja està! No passa res. No estàs d'acord amb el protocol, doncs no hi vagis i no passa res. Però si hi vas, ves-hi com exigeix la invitació.

## 7. **Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Sempre, sempre.

Hi ha un exercici que jo sempre faig: jo he vist quan faig una xerrada a dues persones, a una totalment d'esport, amb un Levis d'aquests que porten trencats, usats, amb unes zapatillas, molt d'esport, una samarreta juvenil, o sigui camiseta de cotó; i després a l'altre costat, una altra persona amb el seu *traje*, amb la seva corbata, amb el seu mocador de butxaca... i jo sempre dic, a veure, si tens 50€, i vols que una d'aquestes persones l'inverteixi, a qui els dones? El 90% sempre, li donen el del *traje*, sempre. Per què?, perquè la imatge és fonamental. Veus a l'altre desarrapat, i penses, caram aquest no sembla un gran inversor. Veus a l'altre, i carai, si s'ha pogut pagar aquest *traje*, aquesta corbata i té aquest aspecte, és perquè li deuen anar bé les coses. O sinó a una discoteca de moda que només hi anaven jovenets, tu ets el mateix, el divendres vas mal vestit, el de la porta segur que no et deixa passar. El dia següent, passades 24hores, essent la mateixa persona, vas ben vestit, et deixen passar. Si és que la imatge és fonamental. El que avui el món de les relacions són tant efímeres, tant ràpides, que no et dona temps de conèixer la persona i es jutja moltes vegades, per l'aspecte físic. Els *hanways* que tenen moltes frases, una de mítica és que no tens una segona oportunitat per una primera impressió. I desgraciadament és així. Jo no dic ni que sigui bo, ni que sigui dolent, però és una evidència que la gent jutgi segons vesteixi el que està parlant, és una evidència.

#### 8. Per què creieu que un home usa la corbata?

Primer, els que usem corbata ens sentim més elegants quan usem la corbata, es un complement obligat en el *traje*, si e posen un *traje* doncs et posen corbata, es igual que si em poso una camisa, em cordo els botons. Es lògic.

**Diria que l'ús de la corbata en aquest casa, és perquè l'exigeix el mateix *traje*?**

La mateixa persona que el vesteix, una persona que tingui un mínim sentit de l'estètica, que no digui que sigui un boig de la vestimenta, mínim, mínim sap que la corbata queda estrany un conjunt queda pitjor sense corbata que amb ella.

És una qüestió d'estètica, de sentir-se segur, de que pots anar a qualsevol lloc ben vestit, i d'alguna manera també és seguretat.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

No obligatòriament. Només aquelles corbates que amb motius definits, una corbata amb una bandera d'Espanya, en un moment donat de la història, doncs en el moment del procés català, o algú amb topitos de guatlles, o de caça, que defensa la caça, o motius nàutics.

Jo crec que no es busca enviar un missatge. Dit això, és cert que veient la corbata d'una persona al llarg d'una sèrie de dies, és molt fàcil endevinar la personalitat d'aquella persona, immensament fàcil. Perquè al final és un reflex de la teva personalitat.

Els colors que esculls.

La pròpia forma que te la nues.

Si són més o menys cridaneres (de color).

Com ho barreges amb tal.

El que sí pots endevinar amb una corbata és si una persona és d'idees més tradicionals, d'idees més revolucionàries, si és un cap boig, si s'enriu de la vida... Probablement sí, això és senzill.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Amb una corbata si tu esculls colors sòlids, i sense cap dibuix, per norma general és una persona més introvertida, és una persona més pulcre, menys oberta, que no signifiquen actius negatius, eh?, ni molt menys! Però bé, que defineixen d'alguna manera una personalitat, més cap a dins, més seria, menys donat a la broma, donat potser a uns anàlisis més exhaustius que una persona que porti una corbata vermella sang, el dia següent verda, el dia següent amb una Mafalda, pensaria més amb una persona més creativa, més del món del disseny, molt més extravertida, li serà igual què digui la gent, vol provocar...

Sí, sí, vol donar missatges sobre sí.

### 11. **Creu que la corbata és només un complement estètic?**

No, no, no, és un complement estètic per suposat, és un complement estètic, però és una complement social. Estètic sempre ho serà, igual que tot el que vestim és estètic, però és un complement social.

La corbata no és que va sorgir a Croàcia i tota aquesta història, la història més recent de la corbata és de fa dos segles, són les pròpies universitats elegeixen la seva corbata per diferenciar-se de club nàutic, per diferenciar de Cambridge, i bé, era un símbol de pertinença, de pertinença a un grup. I la corbata ara segueix essent estètica, tot el món quan elegeix una corbata escull la que li agrada més, la que li agrada menys, però el que parlàvem al principi, no, per mostrar una educació, un respecte amb qui estaràs.

A una junta d'accionistes tothom se la posa, i diàriament no se la posen. La presidència d'una junta d'accionistes de l'Ibex, rarament hi ha la persona que no porta corbata i potser no en porta mai. Però per què se la posa en aquell moment? Perquè l'acte és formal i perquè estàs davant les càmeres, i perquè hi ha molta gent a l'auditori i sempre mostren més respecte amb ella que sense ella. Però bé, en el propi *telediari*. Al *telediari* avui surten amb corbata, demà sense corbata. Tu veus algú, doncs algú desplaçat a New York, amb la seva corbata i els seu *traje*, et transmet una cosa totaaalment diferent que a l'altre canal, el que sigui, que connecten des de New York també, hi ha un noi allà amb mànigues de camisa, arremangat i amb les ulleres de sol posades a la butxaca. El missatge, la recepció del missatge, és diferent.

### 12. **Creieu que la corbata comunica?**

#### 13. **Què creu que comunica?**

Sí, és una mica el que hem estat parlant durant les preguntes. La corbata comunica la personalitat del que la porta, i també en molts casos de l'organització a la que representa, siguin bancs o una empresa. De fet, Iberdrola la porta verda, Vodafone i la gent de Santander la porta vermella, i bé doncs, i altres l'escullen verda perquè volen demostrar que estan a favor del medi ambient, altres amb infinitat de colors, però, traiem aquests casos concrets, al final si tu veus una persona, parles amb ella i saps quin tipus de corbata hi ha al seu *corbater*, perquè és un reflex de la seva personalitat. Però no és

que un esculli una corbata per dir, escolta, sóc tradicional, sóc conservador, o sóc un revolucionari, o sóc un gran creatiu, no, però la teva forma de ser i la teva pròpia forma de les característiques sintètiques de cada un, quan escullis aquesta corbata, ja l'has escollit a la seva personalitat. No és que escullis aquella corbata i sortís amb ella per demostrar al món que ets una persona més revolucionària, no, simplement com que ets revolucionari, ja l'has escollit d'aquest color i acompanya la teva personalitat. Sí transmet facetes de la teva personalitat.

### **Comentaris finals:**

**Em reitero a la cita que vostè mateix obre en el seu capítol del llibre quan parla de la corbata “que la corbata és l’home que la porta”, veritat?**

I és veritat, és veritat. Agafes dos corbaters, i dius, si tu agafes les corbates d'una persona i les poses a un altre corbater dius, aquí falla alguna cosa. Dels *trajes*, de les sabates, aquesta corbata no *va*! Però no perquè no vagi el color, no perquè no combinin les línies o les ratlles, simplement perquè bé, l'estil d'un i l'estil de l'altre doncs no lliguen i saps que algú les ha posat allà, però que no són d'aquell armari. I és veritat, o sigui, jo als meus amics podria perfectament a tots ells, comprar-los-hi les seves corbates i no m'equivocaria. I és fàcil comprar-se una corbata. Però coneixent la personalitat de cadascun, saps què li agradarà i què no li agradarà. Com les sabates, si és molt similar a les sabates, si les sabates en aquest aspecte són cosins germans.



## Entrevista 7:

---

- **Nom: Josep Pons**
- **Data: 01/07/2019**
- **Hora: 09:52**

### Notes d'inici:

**Josep Pons:** A la teva disposició. Podem començar quan vulguis.

**Mateu Batallé :** T'ho agraeixo molt.

**Josep, per situar-nos a la tesi doctoral. Josep quan fa que la seva empresa existeix? Quan fa que vostè es dedica això?**

Ui mira, jo em dic Josep Pons, el meu pare es deia Josep Pons. Aleshores jo vaig continuar en principi la tasca del meu pare. Però es clar, el meu pare era barber a llavors si sumo el Josep Pons d'ell, amb el meu son vuitanta sis. Però jo l'any 73 perquè on tenia la botiga el meu pare van fer obres i va tindre de deixar-la, em vaig establir pel meu compte. Ho sigui a l'any 73 començo jo la cingladura, en principi de perruqueria home-dona i després creo el concepte d'assessoria d'imatge. El vaig crear jo. Està a cinc llibres. Tinc el certificat del Ministeri i de la Generalitat, que ho vaig aportar, per aconseguir que els estudis fossin homologats.

**Sí en grau superior i en grau mitjà, oi que em sembla que fa?**

Efectivament. No l'assessoria d'imatge és el grau superior, Mateu.

**D'acord. D'acord.**

El grau mitjà que fem nosaltres és de perruqueria i estètica.

**D'acord. D'acord.**

**I llavors, Sr. Pons. Jo puc dir que va ser el pioner, per tant, el primer?**

Sí si. Soc el pioner, hi està escrit i reconegut. Inclús el llibre que em van fer que em van fer un llibre biogràfic, que mira està a la teva disposició si

el vols. Només hauries de passar per Loreto i el recolliries sense cost. Allà la que fa el pròleg del llibre, és la directora d'homologacions el Ministeri d'Educació i Cultura de Madrid. Que era la meva jefa quan jo vaig aportar el concepte i tot el contingut que jo tenia. Jo a partir de la perruqueria veia que feia falta argumentació l'estudi antropomètric, parlar de la proporció, l'harmonia, les formes, les línies, el color, ho sigui desglossar verbalment, fer la descripció verbal d'una persona, cada persona és un món, hi a partir d'aquí poder treballar amb un contingut i amb un llenguatge. No allò de dir, mira et faré això perquè et queda bé, perquè ara es porta. Què és l'habitual que es fa. Eh, que no? Eh que m'entens?

**Sí sí**

Aquesta és la diferència. Jo vaig. Diguéssim. Des del primer moment, la necessitat com tinc sempre amb tot. Ara estic donant conferències a set universitats. Que per cert, la vaig donar a la Pompeu quan vaig començar diguéssim amb aquest apartat, amb un curs, que es feia per polítics, concretament. T'estic parlant de fa, lo millor dotze anys, aproximadament.

**Ostres no hi era jo encara.**

No hi eres eh? Entre altres. La d'econòmiques estic cada any. Hi vaig una vegada o dues. Ho sigui sempre intento, adquirir coneixements, progressar, millorar en tot sentit tinc aquesta il·lusió.

**Sí que m'ho anoto això per anar-li a buscar el llibre Sr. Pons?**

Sí mira Loreto 46 o 42 millor dit.

**Vale**

Vas allà. Et presentes dius que ets tu. I que has parlat amb mi i que et donin el llibre. Jo ja deixaré el recado. Vale.

**Molt bé, d'acord. Li agraeixo molt.**

Veuràs que a la contra hi ha la Cruz Sánchez és aquesta senyora que et dic. A demés, ella ho deixa ben clar. Però a part els certificats estan el consulting de consultoria d'imatge que tenim a part, els certificats del Ministeris i de la Generalitat estan tots emmarcats, saps, i allà consta.

**Està molt bé, està molt bé.**

El que passa que no m'agrada anar tampoc d'inventor. Perquè a veure Mateu jo no vaig inventar cap apartat. Jo no vaig inventar ni el màrqueting ni la comunicació ni el protocol ni la perruqueria, ni el maquillatge, ni el vestuari

... el que vaig crear és el concepte d' unificar tots aquests apartats amb funció de la professió del món de la imatge. Per tindre un contingut diguéssim de desenvolupament professional i saber argumentar-lo adequadament.

**Està molt bé, està molt bé. Doncs començo amb l'entrevista si li sembla amb la primera pregunta.**

Molt bé Mateu quan vulguis, quan vulguis.

### 1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Fa anys que l'ús de la corbata ha disminuït. D'això no hi ha dubte.

Vols que m'ampliï Mateu amb la resposta?

**Com vostè vulgui.**

En principi seré escuet i concret i després si vols ho ampliï perquè sinó estic segur que em reiteraré perquè amb les preguntes que jo he vist amb reiteraria.

**D'acord. D'acord. Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata? Diu que sí.**

Sí. Sense dubte, ja fa anys que s'està perdent. Jo et diria que a partir del maig del 68, la corbata ja estava vista una mica com una qüestió de dretes, no obstant, van haver-hi polítics com el Santiago Carrillo i altres que venien, diguéssim de la part del comunisme, de l'existencialisme etc. etc. que la van utilitzar i d'alguna no va desaparèixer però si que va disminuir eh. A partir d'aquests anys, que tu saps que tiraven pedres a la gent que s'arreglava molt, que anava al Liceu, li tiràvem tomàquets. Tot el que era anar ben vestit estava mal vist. O sigui, es manifestava, diguéssim la reveldia d'aquells temps amb la imatge: les noies no portaven sostenidors, no anaven a la perruqueria, els homes es deixaven barba i malena eh, que aquí va arribar, això va arribar, aquí molt més tard eh. A París, a Califòrnia devia ser el 65, a París el 68 la col·lúsió i aquí a principis dels 70 eh. Hi bé, pensa que van tancar una quantitat de perruqueries impressionant. Perruqueries d'homes van tancar, pues jo et diria un 60% i de dones un 30% o un 40% eh. Llavors, es clar, la corbata també va ser víctima d'aquesta moda. Després sembla que la cosa, ja et dic, degut a que el Santiago Carrillo, Felipe González i demés, la portaven ja es va començar atenuar.

## 2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí si la indústria de la corbata té un potencial enorme. Perquè a nivell mundial quan es vol donar una imatge de serietat, per exemple el món financer, el món de l'empresa, executius i demés, sembla que la corbata sigui imprescindible amb uns colors determinats, sempre molt similars etc. etc. I també es pot utilitzar amb un apartat de tindre un element més de diferenciació. Hi ha persones, hi ha un segment, diguéssim de lo que és el client, el públic que sempre vol anar, tu saps, diferent dels demés. Però anar diferent no vol dir anar amb el cabell blau o vermell, no. Sinó anar molt elegant i diferent. Llavors aquí entra molt l'element diferencial i també he vist molts casos d'utilitzar corbates amples o molt estretes eh o sigui és un món que encara té molt de mercat, Mateu.

## 3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

Sí sense dubte. No veuràs a ningú jove amb corbata. No veuràs a ningú jove. La corbata es comença a portar a partir de que et cases. Corbata o un altre element de coll a partir de que vas a treballar a la banca, que treballes amb una feina amb una botiga que t'exigeixen la corbata o amb empreses que te'l exigeixen o bé inclús el sector comercial eh. Sector comercial perquè doni més rigor, serietat i imatge es demana molt encara la corbata.

## 4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

**Per part dels joves:**

**El Valor 1 – gens utilitzada, el valor 2 – poc utilitzada, el valor 3 – un ús normal, el valor 4 – molt utilitzada i el valor 5 – moltíssim**

El número 1 sense dubte. La joventut no vol corbata. La rebutja. Això t'ho asseguro perquè ho constato. En família inclús, joves i demés son elegants, els hi agrada vestir bé, no volen saber res de la corbata eh. La joventut és excepcional eh molt excepcional

**I adults?**

Perdó?

**Els adults?**

Ah, els adults! No l'adult ja sí. L'adult ja quan vol donar una imatge determinada per un esdeveniment determinat aquí sí.

**I quin valor li donaria Sr. Pons?**

De l'1 al 5 em dius?

**Sí!**

Doncs de l'1 al 5 et diria un 2,5 o un 3 eh.

**D'acord. D'acord. I la vellesa?**

La vellesa ja és allò de dir amb una línia clàssica però també més aviat, utilitzada ja de forma excepcional, perquè la feina ja no ho requereix, la persona està jubilada i ja juga més la carta de la funcionalitat i la comoditat. A demés està arxi demostrat que quan sobretot els homes ens jubilem, l'aspecte del cuidado estètic amb un percentatge molt alt disminueix de forma bastant accentuada eh.

**I quin valor li donaria?**

Doncs aquí li donaria, el valor sent generosos 2 però diria 1,5 – 2.

**Ha ha ha, sent generós diu.**

**Ara el mateix Sr. Pons, de les generacions joves, adults i vellesa. Abans li he preguntat quin seria actualment el seu ús i ara li pregunto quin seria la percepció del seu ús de la corbata. És a dir, els valors que li donc: Pels joves gens positiva, valor 1, poc positiva un valor 2, un valor normal valor 3, molt positiva un valor 4 o moltíssim un valor 5.**

A veure, perdona que estava fent, ha vingut algú aquí ha fet molt de soroll i t'he entès a mitges Mateu, perdona.

**Val, hi torno no es preocupi.**

Sí, diguem digui'm.

**5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?**

Valor jo et diria joves entre 1 i el 2 . Entra la indiferència i el que no toca portar corbata perquè no la porten els líders del grup, saps eh, et diria això.

Els adults ja qui anem a un 3 un 3 i mig, et diria aproximadament.

I les persones grans, te la utilitzaran ja et dic excepcionalment en moments, excepcionals eh no amb el dia a dia. Llavors aquí aniríem a parar al 2 no més 2 o 2 i mig.

**6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?**

El valor de l'ús de la corbata. De l'1 al 5 també no ?

**No, no aquí li dic en general. Quin valor creu?**

El valor de la corbata? Home la corbata Mateu es segueix portant es segueix fabricant jo tinc un grup inversor que munta empreses que jo soc el seu partner i *bueno* es guanya la vida molt bé amb això.

**Amb les corbates?** Inclús fabriquen a la Índia i vénen a tot el món la *brixcels* té un potencial bestial. En fi de la corbata encara és negoci. Hi ha moltíssima gent que la porta. Jo et diria que quan una persona vol donar una imatge excepcional, allò de dir cuidada, elegant casi sempre recorre a la corbata.

**Mmmm era aquí on volia anar jo. El valor i ara no vull, no el vull, no vull que digui el que no vol dir eh, però el valor, què seria en el seu, en la seva opinió, el valor actual de l'ús de la corbata és un valor d'elegància, un valor de poder, un valor de... com seria, com ho definiria sr. Pons?**

Jo diria que la corbata el que vol representar és un estatus, una experiència, una credibilitat i una elegància eh.

**Vale, vale molt interessant. Creu que quant veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que sinó la portés?**

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Sí, li dona una sensació d'una persona cuidada, meticulosa, que s'ha esforçat en projectar una imatge elegant i de credibilitat. Sí.

**8. Per què creieu que un home usa la corbata?**

Per donar una imatge de serietat, de solvència, de cuidado, de domini de l'estètica eh. Perquè en realitat encara que no ens donem compte amb la percepció de la imatge externa tenim molta informació de l'equilibri que té la persona. Per exemple: si té un sobre pes, si vesteix adientment, si porta un tallat de cabell adequat o no, si porta barba, si la porta ben arreglada o no. Inclús a l'agafar els gots, el tema de les ungles que poca gent s'hi fixa i és molt important.

**Sí i tant això!** Exacte, hi fins hi tot el calçat. Eh, vull dir, es percep això. Ho sigui, clar que això no vol dir Mateu que no hi hagin persones que utilitzin la corbata i en canvi, vesteixin adientment que també n'hi ha.

**No, sí si si**

Hi ha de tot eh, però la corbata dona projecte imatge i solvència. Jo mira, si em permets t'explicaré una qüestió personal.

**Sí i tant,**

És que jo tinc, no et pots imaginar la quantitat de corbates que tinc perquè a més m'envien, me'n regalen quant es presenten col·leccions i demés, i la Rosa la meua dona me les guarda amb estoigs i tal. Tinc corbates per donar i vendre. Pues ara em seria difícil recordar i mira que tenim festes i trobades i demés i clar quan vaig amb un lloc determinat, així a la nit, o tinc que presentar un acte i tal m'ho poso. Però sinó és per això, mai. En canvi abans, jo et diré fa vint anys aproximadament, quant anava a la ràdio, quan anava a la televisió, quan anava a donar una conferència, la corbata sempre anava amb mi eh. Fixa-t'hi la evolució que ha fet el tema.

**Sí sí molt curiós,**

I l'evolució aquesta no és personal eh, ho sigui és una evolució, una tendència que ha vingut donada amb mi i no solsament amb mi, sinó amb les persones també del meu entorn, que son confidents, etc. etc. eh.

**Molt curiós. Molt interessant això. Ho sigui que ja vostè mateix ni la utilitza. Només per actes o qüestions excepcionals, d'acord.**

Excepcionalment. Exacte, sí.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

Eh, sí, sí. La dada d'un estatus, de la imatge que projecta és cuidada, és solvent. La dada d'una credibilitat en el seu conjunt i de que bueno pues, projecta la imatge que ell considera que bueno que amb aquell moment correspon per estar a l'alçada de les circumstàncies, inclús de vegades per estar per sobre de les circumstàncies perquè per exemple un comercial de perruqueria, quan va a vendre productes amb una perruqueria no té perquè anar amb *traje* i corbata pues molts hi van, m'entens, volen donar una bona imatge.

**Li venen a vendre el seu producte.**

Efectivament, sí.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mos-**

**trar?**

**Perquè ara he barrejat les dues preguntes eh. Pensa si un home quan porta corbata pretén transmetre una dada i si deia que sí li anava a demanar si volia mostrar una dada quina creu que seria i vostè ja m'ha respost.**

**Tot i així, aquesta no forma part de l'enquesta però vostè s'hi fixa quan el venen a vendre productes, evidentment es fixa si porten corbata o no?**

No

**D'acord.**

No, no no. Avui en dia ha canviat eh. Venen persones que no porten corbata eh, abans sí que era obligat eh, o ja estaves fora de to. Ara actualment no. Actualment la corbata es porta excepcionalment eh. Excepcionalment.

#### **11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

Eh, sí és un complement estètic i que reflecteix, com t'he dit abans, un domini de l'estètica que vol aportar una credibilitat, una solvència, un estatus, un saber estar, eh que m'entens? Pensa que fins fa molt poc, tot lo que és el protocol si no hi havia corbata teníem un problema. Actualment no és així ja. No és imprescindible a menys que sigui de nit. Però Bueno, tindràs que portar alguna altra cosa al coll no podràs anar descamisadet, eh. Lògicament no estem parlant d'una berbena familiar, eh.

**No clar. I anem a les dues últimes Sr. Pons. Creu que la corbata comunica? I si em diu que sí què creu que comunica?**

Bueno, Ja et deia abans que potser reiterariem.

**Sí no passa res.**

Solvència, rigor, credibilitat, estatus. Domini de l'estètica perquè la corbata Mateu, sinó porta un bon nus i està ben centradeta i el coll i la camisa corresponent aleshores per comptes de sumar resta. Eh que m'entens? Aquesta és una altra qüestió. Avui en dia la joventut quan el veus en corbata, la majoria porten un nus que no toca. Eh que m'entens?

**No no exacte. Exacte. Sí perquè van, si em permet, no sé si coincidirà amb mi, però van amb el nus que els hi han ensenyat. És a dir, no miren el nus apropiat el seu rostre i el coll sinó que li han ensenyat aquell nus senzill, doncs porten el nus senzill.**



Exacte, exacte. Abans la corbata feien el doble nus i quedava perfecta.

**Home i tant.**

Jo me'n recordo el meu pare, jo me l'he fet sempre simple eh, però ell feia el doble nus i quedava perfecte. Ja saps que hi ha varis estils de corbata, varis nusos, etc. etc. el clàssic en fin n'hi ha molts.

**12. Creieu que la corbata comunica?**

**13. Què creu que comunica?**

Credibilitat, solvència, estatus, domini de l'estètica que permet estar al nivell o per sobre repeteixo per factor diferencial d'estatus fixa- t'hi que si tu vas al pont aeri Madrid o tornes o ara a l'AVE potser no tant, ja es treuen la corbata i tal, però el pont aeri vull dir veus corbates allà per boquier tots van allà amb el *traje* blau, blavós, gris i la corbata i la camisa clara no? Van d'uniforme eh. Ho sigui, majoritàriament no, majoritàriament eh, sinó vas en *traje* i corbata sembla que ja no tinguis la solvència i la credibilitat i l'estatus que creuen que requereixen les circumstàncies.

***Sr. Pons li agraeixo moltíssim que hagi dedicat aquests minuts amb mi.***

Ha sigut un plaer Mateu.

**Per mi és molt interessant que comparteixi aquest espai de la meva tesi perquè jo ho trobava interessant.**

Ha sigut un plaer Mateu.

**Deixant de banda això. Jo recordo que els meus inicis el mirava a vostè.**

**Fixi's que per mi que formi part de la meva tesi també és un orgull.**

Home, pues això és un honor Mateu. Per això treballem perquè el reconeixement de la nostra tasca a tots ens agrada oi? I no per a creure'ns superiors sinó pel que dèiem abans per seguir estudiant, llegint, aprenent dels que saben.

**Entrevista 8:**

---

- **Nom: Andrea Vilallonga**

- **Data: 03/06/2019**

- **Hora: 12:57**

1. **Creu que actualment s'està perdent l'ús de la corbata?**

Sí, crec que s'està perdent l'ús de la corbata bàsicament perquè les persones més joves consideren que la corbata és una imposició laboral i no la usen com un element, com un complement masculí o femení pot ser, per a millorar la imatge ho senten com una imposició de protocol de vestir.

2. **Creieu que es continuen comprant moltes corbates?**

Sí crec que encara es compren moltes corbates perquè sí que hi ha un sector professional en què l'ús de la corbata és obligatori, sectors com banca, dret, empresa una mica més gran que tenen tot d'executius etc. es compren moltes corbates. Sí que és veritat que jo crec que depèn molt de les regions d'Espanya. Crec que hi ha zones com a Andalusia, o inclús Castella la Manxa, Centre, que les corbates són més divertides, s'usen més i és algú que no es considera tant com una obligació, i si es considera una obligació, ho assumeixen perfectament. Després tenim altres llocs com Catalunya per exemple, el País Basc, en el que la corbata és considerat alguna cosa més un símbol de... un signe de obligació de dreescoat.

3. **Creieu que la tendència a dur corbata varia segons la franja d'edat?**

4. **De les generacions joves/adult/vellesa, quina creu que seria actualment l'ús de la corbata?**

Adults: Crec que de les generacions els adults són els que més usen les corbates.

Vellesa: La gent gran l'ha deixat d'usar perquè ja no l'interessa, ja no té cap obligació professional.

Joves: I els joves intenten evitar-la. De fet, hi ha moltes empreses multinacionals que treballa els joves s'han revelat en contra de l'ús de la corbata.

**Joves: 2**

**Adults: Entre 3 i 4**

**Velles: 2**

### 5. De les generacions joves/adults/vellesa, quina creu que seria la percepció de l'ús de la corbata?

La percepció de l'ús de la corbata crec que

Els joves: poc positiva

Els adults: normal

Però depèn de quin sector, insisteixo molt, hi ha sectors més executius en el que la veuen com a positiva i sectors més creatius o que no tenen aquesta sensació de formalitat a l'activitat que efectua l'empresa en la que inclús està vista com a poc positiva, per exemple si et fixes amb tota la gent adulta que treballa en sectors més de funcionariat, allà no hi veuràs una corbata en molts anys, la veritat.

I després hi ha la gent gran que la veuen com a positiva, jo crec que sí perquè per a ells és un signe de formalitat i de d'estatus econòmic.

### 6. Quin valor creu que té actualment l'ús de la corbata?

Jo crec que actualment l'ús de la corbata té una connotació pejorativa, només la porten persones conservadores o que volen mantenir-se en un estatus social mig-alt, i si et fixes inclús, hi ha molts polítics, que per no semblar polítics, deixen d'utilitzar la corbata per donar aquella sensació de que no formar part d'aquest tipus d'entorns perquè la gent de peu se la senti com més a gust o més propera.

Per a moltes persones la corbata és un signe de separació, justament, entre classes socials i entre professions.

**7. Creu que quan veiem algú que porta corbata millora la percepció del receptor que si no en dugués?**

Jo crec que si algú porta una corbata no és que millori la percepció del receptor, això depèn de l'entorn i em repeteixo, ho sé: si tu estàs en un entorn executiu i si portes una corbata segurament el teu interlocutor et prendrà per una persona més seria o més professional, però si estàs en un entorn més proper, això justament marca distàncies, de fet, hi ha alguna empresa de banca que ha decidit que de cara al públic els senyors no portin corbata per donar una sensació de més de proximitat al seu client.

**8. Per què creieu que un home usa la corbata?**

Jo crec que un home usa la corbata actualment per obligació, realment, i això fa pena perquè aquesta obligació, aquesta imposició de certs sectors fa que la corbata no es pugui usar com un element o un complement més, sinó que té una imatge pejorativa. És una pena perquè la corbata és meravellosa i estilitza molt la part superior i aporta un caire més elegant a la imatge de l'home.

**9. Penseu que quan un home duu corbata pretén transmetre alguna dada sobre si mateix?**

L'home que porta corbata pretén transmetre formalitat, serietat, no diria elegància, que l'elegància no depèn d'un complement sinó d'un conjunt, però sí d'aquest punt de professionalitat, professionalitat entesa com un terme genèric que a mi personalment no m'agrada perquè cada professió pot ser professional tenint qualitats diferents a transmetre en cada una d'elles.

**10. Si vol mostrar alguna dada de sí mateix, què creu que voldria mostrar?**

Respecte a la pregunta número deu és massa genèrica, no et puc respondre, és que tu pots transmetre moltíssimes qualitats, pot ser seguretat, apropament, positivitat, jovialitat, pot ser qualsevol cosa i no sé... la veritat, és que no ho sé, ho sento.

**11. Creu que la corbata és només un complement estètic?**

La corbata no, no només és una complement estètic, m'encantaria que ho fos només, però en aquest cas estem amb el mateix és l'estatus d'una classe social diferent, o d'un entorn professional molt marcat i per això crea tanta reticència inclús rebuig en altres sectors.

**12. Creieu que la corbata comunica?****13. Què creu que comunica?**

La corbata comunica però també depèn de com poses la corbata perquè hi ha mil maneres de posar-se una corbata, depèn de la combinació i espero que es pugui recuperar la corbata com a element estètic per tenir un aire més divertit, desenfadat a la part elegant.