

Sastrería Pinaud: Oferta y deseo de la moda masculina en Chile, 1861-1947

Pinaud Tailor's Shop: Men's Fashion Supply and Desire in Chile, 1861-1947

Sara Isabel Acuña Avalos*

RESUMEN: Este artículo indaga en la importancia patrimonial e histórica de la Sastrería Pinaud, existente en Chile entre la década de 1860 y principios del siglo XXI. Mediante la revisión de dos de sus cuadernos de encargos, conservados por el Museo Histórico Nacional, y a través de su puesta en relación con otros documentos, se observa que esta sastrería se convirtió en una marca deseable, asociada a valores como la elegancia y el estatus. Las razones de su longevidad se encuentran en su capacidad para traducir valores estéticos dinámicos y adaptarse a las demandas de sus clientes, pero también en su disposición de aprovechar todo un capital cultural y simbólico construido a su alrededor, tanto por la sastrería misma como por otros agentes culturales.

PALABRAS CLAVE: sastrería - moda masculina - Museo Histórico Nacional - siglo XIX - siglo XX

ABSTRACT: This article explores the heritage and historical significance of the Pinaud Tailor's Shop, which existed in Chile between the 1860s and the early 21st century. By reviewing two of its order books, preserved by the Museo Histórico Nacional (National History Museum), and comparing them with other documents, it can be observed that this tailor's shop became a desirable brand, associated with values such as elegance and status. The reasons for its longevity lie in its ability to translate dynamic aesthetic values and adapt to the demands of its customers, but also in its willingness to take advantage of the cultural and symbolic capital built up around it, both by the tailor's shop itself and by other cultural agents.

KEYWORDS: tailoring - men's fashion - Museo Histórico Nacional (National History Museum) - 19th century - 20th century

* Licenciada en Historia de la Universidad Diego Portales, magíster en Historia por la Universidad de Chile con mención en Historia de Chile y diplomada en Estética por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Sus investigaciones se han centrado en la historia social y cultural chilena del siglo XIX, aplicando un enfoque de género y poniendo énfasis en los discursos y representaciones acerca de las mujeres. En 2024 publicó su primer libro, titulado *Las alas de la mariposa. Representaciones de lo femenino en la literatura chilena decimonónica* (Ediciones Utem).

Cómo citar este artículo (APA)

Acuña, S. (2025). *Sastrería Pinaud: Oferta y deseo de la moda masculina en Chile, 1861-1947*. Bajo la Lupa, Subdirección de Investigación, Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. <https://www.investigacion.patrimoniocultural.gob.cl/publicaciones/sastreria-pinaud-oferta-y-deseo-de-la-moda-masculina-en-chile-1861-1947>

Introducción

La Colección de Libros y Documentos del Museo Histórico Nacional (MHN) conserva dos cuadernos de ventas de la Sastrería Pinaud, establecimiento de moda masculina que funcionó en Santiago aproximadamente entre la década de 1860 y los primeros años de la del 2000¹. Donados en junio de 2015 por Gerardo Polette, descendiente de la familia administradora del local, los cuadernos dan cuenta de dos períodos en la historia de la sastrería: el primero, entre los años 1861 y 1869, y el segundo, entre 1943 y 1947. Las anotaciones en sus páginas –nombres de clientes, encargos y precios– permiten apreciar la diversidad de prendas que esta sastrería era capaz de realizar, así como también la recurrencia de ciertos apellidos que remiten a familias e individuos vinculados a las élites políticas y empresariales nacionales. Su preservación a través del tiempo refleja el valor que les asignaron quienes los atesoraron y guardaron hasta el presente: junto con representar un ejemplo concreto de cómo se manejaba este tipo de negocios en el país durante los siglos XIX y XX, los cuadernos ofrecen un extraordinario registro de los cambios que experimentaron a lo largo de ese período las modas masculinas en Chile.

Si bien resulta destacable que cualquier negocio pueda subsistir por más de 140 años, en el caso de una sastrería tradicional como Pinaud este hecho parece especialmente significativo, puesto que su existencia coincide con un momento en que el mercado de la confección en serie se encontraba en proceso de expansión. El filósofo francés Gilles Lipovetsky (1996), uno de los principales estudiosos del fenómeno de la moda en Occidente, ha observado dos etapas fundamentales en el desarrollo de esta. La primera, iniciada a mediados del siglo XIV, habría correspondido a una época aristocrática, en la que solo grupos restringidos tenían acceso a construir sus apariencias, y la indumentaria permitía mostrar una pertenencia de rango, de clase y de nación (Lipovetsky, 1996). A partir de 1850, aproximadamente, se abrió una segunda etapa, marcada por el surgimiento de la moda en el sentido moderno del término, es decir, vinculada a un sistema de producción y de difusión publicitaria, y apoyada sobre dos piedras angulares contrapuestas en lo que respecta a técnicas, precios y objetivos: la alta costura, de carácter

¹ Hasta el momento no ha sido posible establecer con exactitud los años de funcionamiento de la sastrería. Referencias parciales en fuentes documentales que se detallan más adelante sitúan el inicio de sus actividades en 1865. El cierre, en tanto, se habría producido entre los años 2000 y 2010, según se deduce de lo señalado por amigos de la familia Polette, como el sastre Samuel Ugarte (com. pers., 30 de abril de 2025).

exclusivo, y la confección industrial, asociada a la producción en serie (Lipovetsky, 1996). Para el autor, la moda en las sociedades modernas ya «no es únicamente signo de distinción social, sino también placer de la vista y de la diferencia» (Lipovetsky, 1996, p. 64), y sus permanentes escarceos y cambios tienen que ver con una nueva valoración, conciencia y posición de los individuos respecto del colectivo. Este último aspecto resulta fundamental: la moda existe y se desarrolla cuando hombres y mujeres pueden escoger aquello con lo que quieren cubrir sus cuerpos, pero siempre en relación con los demás y según las posibilidades que brinda el medio.

Desde la sociología, Joanne Entwistle ha propuesto que la moda debe ser problematizada a partir de su relación con el cuerpo y que su estudio debe realizarse siempre considerando el contexto. Para la autora, «el acto individual y muy personal de vestirse es un acto de preparar el cuerpo para el mundo social, hacerlo apropiado, aceptable, de hecho, hasta respetable y posiblemente incluso deseable» (Entwistle, 2002, p. 20). Dicho acto ocurre, sin embargo, dentro de un marco de posibilidades culturalmente definido, como resultado de una serie de prácticas socialmente constituidas. Así, para estudiar el fenómeno de la moda se deben contemplar también las actividades que engloba y las relaciones sociales que se construyen a su alrededor: detrás de una prenda de vestir hay un oficio, una manera de hacer funcionar un negocio y una forma de empleo, además de toda una industria que abarca desde la producción hasta la puesta en circulación y el consumo —en otras palabras, una industria que produce las prendas en sí, pero también los discursos y las ideas estéticas en torno a ellas—. En definitiva, aquello que las personas deciden vestir en distintos momentos históricos se ve afectado por lo que está de moda, pero también por otros factores igualmente influyentes, como son la clase, el género, la edad, la ocupación, el nivel de ingresos y la forma del cuerpo (Entwistle, 2002).

En consecuencia, ¿fue solo «moda» aquello que ofreció durante tantos años la Sastrería Pinaud? ¿Fue esa la garantía de su éxito? Para responder esas preguntas y comprender el real valor cultural de la marca, es necesario analizar una serie de aspectos que los libros de pedidos y encargos de la sastrería nos ayudan a reconstruir y dimensionar. Por una parte, sus páginas permiten conocer quiénes accedían a los estilos vestimentarios que ofrecía Pinaud: los clientes de esta sastrería eran hombres con poder, consumidores que vestían aquello que estaba de moda, pero también lo que su género, sus ingresos, ocupaciones, edades y clase social les permitían obtener y costear, y lo que su posición dentro de un colectivo les hacía desear. En segundo lugar, los

cuadernos permiten reconocer las actividades y capacidades subyacentes a la confección de estas prendas –los conocimientos especializados, la selección de las materias primas, los procesos de producción–, así como la determinación de monetizarla con un alto valor para así garantizar su exclusividad; incluso, gracias a elementos muy específicos y únicos de los cuadernos, es posible identificar la manera como operaba la sastrería con respecto al uso de los materiales y al trato con los clientes.

El presente artículo busca entregar antecedentes acerca del funcionamiento de la Sastrería Pinaud e indagar su relación con el establecimiento y definición de un mercado de moda masculina exclusiva en Chile. Como se dijo anteriormente, la moda solo existe asociada a determinadas condiciones sociales y culturales, por lo que, para estudiar el caso de Pinaud, es necesario observar las prácticas, discursos y representaciones que la rodearon durante el tiempo en que funcionó. Se propone que la Sastrería Pinaud aseguró su permanencia a lo largo de más de un siglo gracias a que supo convertirse en un espacio de exclusividad, combinando capacidad productiva, manejo de las ideas estéticas de los distintos períodos y, sobre todo, disposición para construir todo un capital cultural y simbólico a su alrededor. Su reputación sumada a su adaptabilidad a las necesidades y demandas de sus clientes permitieron que Pinaud se transformara en una marca deseable, asociada a valores como la elegancia y el estatus.

En Chile son escasos los estudios que se han dedicado a analizar el fenómeno de la moda como problema histórico, más aún la moda masculina o su producción en sastrerías. El trabajo pionero de Isabel Cruz de Amenábar (1996), por ejemplo, se refiere al traje, no a la moda, y observa las evoluciones del vestuario femenino y masculino en el contexto tardocolonial hasta las primeras décadas del siglo XIX. Para la autora, el vestuario fue un elemento de distinción, pero también un factor de movilidad, ascenso social y contacto entre clases (Cruz de Amenábar, 1996). Reconoce un cambio importante a principios del 1800, con la introducción del neoclasicismo y el desarrollo de una nueva virilidad alejada del exceso de artificios que había caracterizado al período barroco (Cruz de Amenábar, 1996). Otro trabajo relevante es el de la historiadora Jacqueline Dussillant (2011), quien se concentra en analizar las diversas estrategias de venta desarrolladas a partir de la segunda mitad del siglo XIX por las grandes tiendas en Chile para potenciar el consumo de prendas de vestir confeccionadas en serie. Luego de reseñar las sastrerías que fabricaban prendas personalizadas y a medida durante las primeras décadas del 1800 en el país, la autora da cuenta de cómo se impusieron sobre ellas las

tiendas de ropa hecha (Dussaillant, 2011). Ambos trabajos permiten identificar y comprender las tendencias del mercado en general, pero no explican la trascendencia ni durabilidad de una sastrería como Pinaud.

En vista de lo anterior, el presente texto se articula a partir de una lectura y descripción de los dos libros de ventas de la Sastrería Pinaud que hoy forman parte de la colección del MHN. Considerando los cambios que experimentaron las modas masculinas entre la segunda mitad del siglo XIX y la primera del XX, este artículo se propone mostrar el alto valor comercial, cultural y simbólico que alcanzó Pinaud y comprender cómo llegó a adquirirlo. Para ello, se analizan ambos cuadernos y se sitúan en su contexto, mediante la confrontación con otros objetos culturales —novelas, periódicos, crónicas, entre otras fuentes impresas— del mismo período.

Los cuadernos como fuentes

Grandes, voluminosos y pesados, los libros de cuentas de la Sastrería Pinaud definitivamente no fueron hechos ni pensados para andar cargándolos en el bolsillo. El primer cuaderno abarca el período comprendido entre 1861 y 1869, y tiene 700 páginas numeradas², mientras que el segundo cubre un período que va desde noviembre de 1943 hasta septiembre de 1947, y consta de 402 páginas³. Por las características de cada uno, se comprende el uso que tuvieron y el lugar que ocuparon en la sastrería, uno especial, central, constituyéndose en una especie de documento similar a una plantilla de Excel, pero análogo, cuya perpetuación a través del tiempo cuenta acerca del valor que tuvieron para quienes los atesoraron y guardaron hasta el presente. Libros de registro y de consulta, sin fines pedagógicos ni didácticos: los libros de Sastrería Pinaud no son obras destinadas a la enseñanza para el manejo de una tienda de este tipo, sino uno más de sus materiales, tan útiles y necesarios como lo eran el hilo, la aguja y la tijera; cada uno de estos cuadernos fueron ocupados diariamente durante todos los años contenidos en ellos, intervenidos por diversas plumas, en distintos momentos, con diferentes tintas e intenciones. Anotar pedidos, calcular deudas, incorporar rebajas, acusar cuentas impagas,

² Este primer volumen está registrado bajo el nombre «Libro de ventas Sastrería Pinaud», con el n.º 3-42105. Mide 51 cm de alto, 38,5 cm de ancho y 8,1 cm de profundidad. A lo largo de este artículo, será denominado como «primer cuaderno» o «primer libro».

³ Registrado como «Libro de ventas Sastrería Pinaud», con el n.º 3-42106. Mide 38,5 cm de alto, 30 cm de ancho y 5,3 cm de profundidad. A lo largo de este artículo, será designado como «segundo cuaderno» o «segundo libro».

cada libro alberga en su interior un universo de personas que existieron y que se vincularon unas con otras, aquellos que llevaban la contabilidad con trabajadores dedicados al corte y la confección, además de clientes que tuvieron gustos y deseos particulares, formas específicas de cubrir sus cuerpos y de buscar la manera más adecuada de presentarse ante los demás.

Algunos aspectos son comunes a los dos libros. En primer lugar, ambos tienen tapas duras, forradas con algún tipo de textil (el primero, con un material aparentemente impermeable por su densidad; el segundo, con una especie de sarga, probablemente una gabardina). Además, en ambos casos se trata de cuadernos diseñados e impresos específicamente para asistir en sus funciones a los denominados «tenedores de libros», como se denominaba antiguamente a los encargados de llevar las cuentas de un local comercial. Organizados en columnas, intervenidos a mano y con su número de foja impreso en la esquina superior de cada página, otro aspecto que estos libros comparten es su capacidad de guiarnos por las maneras como fueron manejados los negocios en el pasado. Por último, los dos ejemplares se comunican mediante referencias con otros cuadernos que seguramente almacenaban datos complementarios, actualmente no disponibles.

El primer cuaderno fue elaborado en París por la Papeterie et Imprimerie Lithographique Piqué & Cie⁴, por lo que, probablemente, fue importado y –según se observa– adaptado a las necesidades particulares del negocio. No presenta ningún sello distintivo que indique que perteneció a la Sastrería Pinaud, y una huella en su cubierta nos indica que alguna vez tuvo una suerte de carátula que fue arrancada o bien se perdió con el paso del tiempo. Los datos obtenidos respecto de las fechas de funcionamiento de Pinaud nos llevan a concluir que este libro perteneció originalmente a otra sastrería, cuyas cuentas y clientes fueron traspasadas en algún momento –probablemente en 1865– a Hipólito Pinaud.

En la parte superior de cada página de este libro (fig. 1) se observan las palabras «debe» y «haber» impresas con tinta negra en caracteres de estilo gótico, tal vez mediante la técnica del esténcil, ya que no se encuentran alineadas de manera regular a lo largo del cuaderno. El resto de las intervenciones

⁴ Según el *Dictionnaire des imprimeurs-lithographes du XIX^e siècle*, este taller litográfico perteneció a Louis Piqué, activo desde 1855 en París, donde figura con tres direcciones diferentes (Ecole Nationale des Chartres, s. f., <http://elec.enc.sorbonne.fr/imprimeurs/node/22951>); dos de ellas aparecen en el papel adherido al cuaderno de la sastrería. Este ejemplar pudo ser traído directamente desde Francia por quien lo utilizó o bien pudo ser adquirido en Chile, gracias a algún intermediario que lo importó al país.

fueron hechas a mano. Junto al «debe», se observa el nombre del cliente, primero el apellido y luego el nombre de pila, con algunas especificaciones (por ejemplo, «hijo», cuando el nombre coincidía con el del padre); la ciudad de residencia (ciertos encargos fueron realizados por clientes de Valparaíso y de Coquimbo); y la profesión (hay menciones a doctores y abogados). En esta columna están anotados los pedidos realizados por el cliente respectivo en distintas fechas, con especificaciones de los modelos, colores y terminaciones, además del precio de cada producto; también se incluyen otros ítems como hechuras a medida (cuando el cliente llevaba su propia tela, para que la sastrería elaborase la prenda) y composturas (arreglos varios, como reposición de botones, reemplazo de forros o servicios como planchado).

Figura 1. Sastrería Pinaud. Libro de ventas, 1861-1869, fs. 64-65. Número página correspondiente al cliente Manuel García de la Huerta, con pedidos realizados entre 1861 y 1865. Sus encargos incluyen pantalones de colores, chaquetas de diversos tipos y chalecos bordados. MHN, Colección Libros y Documentos, n.º reg. 3-42105.

En la columna «haber», en tanto, se encuentran registradas las fechas de pago (señaladas como «caja») y, con tinta roja, los pagos pendientes (señalados como «por balance»). Este procedimiento demuestra una modalidad de compra común en el siglo XIX, consistente en el ofrecimiento de «crédito», diferente al concepto que se tiene de él en la actualidad: en ese entonces,

pagar a crédito significaba hacerlo mediante abonos efectuados desde el momento en que se encargaba la pieza, sin que existieran fechas definidas de antemano para la realización del pago, ni siquiera una vez que el producto era entregado. Semejante práctica era posible en esta época de transición de una sociedad tradicional a otra moderna, cuando las ciudades no eran tan grandes y las personas todavía se reconocían mutuamente (Benjamin, 2013); por lo demás, la mayoría de las personas que realizaba estos encargos pertenecía a una misma élite —el único segmento social con la capacidad monetaria de acceder a estos trajes hechos a medida y siguiendo el último dictamen de la moda—. Sobra decir que había clientes que no pagaban (fig. 2), por lo que terminaban perdiendo su página en el cuaderno⁵, mientras que otros eran tan asiduos a las prendas nuevas que terminaban requiriendo de una nueva página dentro del mismo libro para seguir anotando sus encargos⁶.

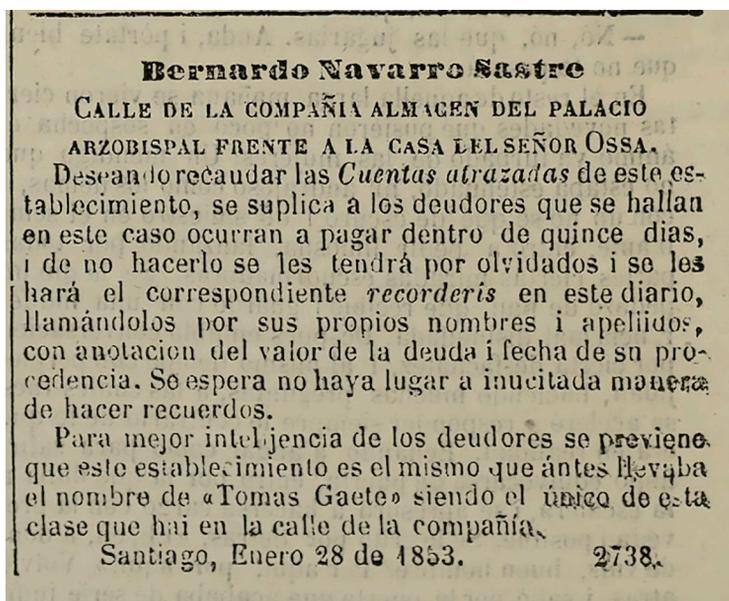


Figura 2. Recordatorio de cuentas atrasadas publicado por el sastre Bernardo Navarro, 1853. En él amenaza con hacer públicas las identidades de los morosos, situación vergonzosa que muchos preferían evitar. Fuente: *El Progreso*, 5 de marzo de 1853, p. 3. Biblioteca Nacional de Chile, n.º sist. 88924.

⁵ Los pagos pendientes terminaban, por lo general, en demandas civiles, como lo demuestra la documentación de este tipo de causas en el Archivo Nacional, e, incluso, con menciones en periódicos que hacían públicas estas deudas.

⁶ Al final de este primer cuaderno, desde la f. 695, se encuentra un índice con la lista completa de los clientes registrados en sus páginas, ordenado alfabéticamente.

El segundo libro fue elaborado en Chile por la Imprenta y Litografía Mackenzie, taller con sedes en Santiago y Valparaíso cuyo logo figura en las hojas de guarda. Presenta notables diferencias con el cuaderno anterior, las que se aprecian a primera vista. Por ejemplo, en el lomo —que luce cierto desgaste en su parte superior— se leen las inscripciones «ventas» y «Sastrería Pinaud» grabadas sobre los tejuelos. La primera página contiene una anotación a mano con el nombre de Alberto Polette, identificado como encargado del local, junto a una boleta de la Tesorería Municipal extendida al mismo nombre. Las fojas, por último —todas numeradas en el extremo superior—, están timbradas por la Tesorería Comunal de Santiago, lo que permite concluir que este segundo cuaderno fue validado para el pago de impuestos. A diferencia del anterior, entonces, este libro no funcionó solamente como registro interno de la sastrería, sino también como un medio de verificación para los inspectores que tuvieron acceso a él.

La organización interna de este libro también es diferente de la del primero (fig. 3): los registros ahora están ordenados cronológicamente, de manera que en cada página, bajo el mes y año correspondientes, aparece anotado el día en que se realizó el pedido, el nombre del cliente, la lista de los trabajos solicitados y su precio. Al costado izquierdo, se observa la fecha designada para la prueba de las prendas y, en algunos casos, la palabra «façon», referida a las hechuras a medida (Balladares, 2012). Al final de cada mes, se incluye el total de las ventas del período, a lo que se agrega la sumatoria de las composturas encargadas —información que se registraba en otro cuaderno, al cual se hace referencia—. Algunos de estos balances mensuales incluyen anotaciones relativas al porcentaje de impuestos que debía descontarse, además del timbre de un inspector externo encargado de cotejar la correspondencia de las ganancias mensuales de la sastrería con el pago efectuado al fisco.

Al final de este segundo libro se encuentran algunas hojas sueltas. Una de ellas lleva impreso el encabezado «Registro de obreros», bajo el cual se lee «Mercedes López, Pantalones 1948» y una lista de nombres masculinos, lo que sugiere la externalización de cierta producción de la sastrería (*cf.* Caffarena, 1924). En la otra se observan rectángulos con partes de diversas prendas trazadas en su interior, lo que informa acerca de la manera más apropiada de ubicar los patrones sobre la tela para aprovecharla al máximo al momento de cortarla. Finalmente, en la contratapa aparece una lista manuscrita titulada «Tarifa de precios», con distintas prendas y sus respectivos valores. Algunos de estos aparecen tachados y modificados, lo que da cuenta de cómo fueron aumentando los precios con el paso del tiempo.

Figura 3. Sastrería Pinaud. Libro de ventas, 1943-1947, fs. 345 y 346. Doble página con pedidos realizados en abril de 1947, organizados por día. Bajo la fecha aparece el nombre de cada cliente, las prendas encargadas y su valor. En la primera columna se observa la fecha para realizar la prueba de calce, y en la esquina superior derecha, el timbre de la Tesorería Comunal de Santiago. MHN, Colección Libros y Documentos, n.º reg. 3-42106.

Los libros de la Sastrería Pinaud constituyen documentos de gran importancia para comprender el funcionamiento de este tipo de negocios en Chile entre los siglos XIX y XX. Además, demuestran que la moda no es solamente un discurso estético, sino también una práctica y una actividad productiva, en torno a la cual se vinculan diferentes personas que establecen entre sí lazos sociales y culturales.

La instalación de nuevas sastrerías a principios del siglo XIX

Durante la segunda mitad del siglo XIX, el escritor nacional Alberto Blest Gana supo capturar en sus ficciones la preocupación por el vestir y la presentación personal de las mujeres y los hombres de su época. En *Martín Rivas*, su novela más reconocida, el protagonista del mismo nombre llega a Santiago desde Copiapó y de inmediato cae en cuenta de lo inadecuado de su traje: su problema no es estar desnudo, sino mal vestido, fuera de lo que dicta la moda para el círculo en el cual pretende ser aceptado (Blest Gana, 2004). Su ropa vieja y gastada no delata pobreza ni humildad, sino un origen alejado de los centros de poder, desvirtuando la atención hacia su valor propio.

Su traje y sus maneras estaban muy distantes de asemejarse a las maneras y al traje de nuestros elegantes de la capital. Todo en aquel joven revelaba al provinciano que viene por primera vez a Santiago. Sus pantalones negros, embotinados por medio de anchas trabillas de becerro, a la usanza de los años 1842 y 1843; su levita de mangas cortas y angostas; su chaleco de raso negro con largos picos abiertos, formando un ángulo agudo, cuya bisectriz era la línea que marca la tapa del pantalón; su sombrero de extraña forma y sus botines abrochados sobre los tobillos por medio de cordones negros componían un traje que recordaba antiguas modas, que solo las provincias hacen ver de tiempo en tiempo por las calles de la capital. (Blest Gana, 2004, p. 7)

Martín no estaba a la moda porque vestía como se estilaba diez años antes (la novela está ambientada en la década de 1850), situación que es expuesta como un problema que lo confunde. Rápidamente, Rafael San Luis, el amigo y cómplice del protagonista, le señala la importancia de contar con una indumentaria adecuada para instalarse en la sociedad santiaguina, donde «las gentes se pagan mucho de las exterioridades» (Blest Gana, 2004, p. 45). En vista de ello, le recomienda un sastre, cuya cuenta mensual ascenderá a casi la mitad de los ingresos del joven provinciano. En el universo de Blest Gana, la moda está en todas partes, al igual que las deudas y la persecución del sastre reclamando los pagos de aquellos clientes que intentan evadirlo⁷. En el universo de Pinaud, el propio autor figura junto a su hermano Joaquín —ambos escritores y profesores, y, en el caso del Alberto, también diplomático— como cliente de la sastrería, claro que sin las incómodas deudas de los protagonistas de sus obras (Libro de ventas Sastrería Pinaud, 1861-1869, pp. 268 y 316).

Los sastres son especialistas que se dedican a la confección de prendas de vestir masculinas, tales como pantalones, chaquetas, sobretodos y chalecos de vestir (Chenoune, 1993). El oficio se desarrolló en Europa, donde se organizó en gremios durante la Edad Media. Los españoles introdujeron esta forma de trabajo a Latinoamérica: aquí, sus miembros debían cumplir con una intensa preparación y obedecer a una serie de ordenanzas que los obligaban a demostrar sus conocimientos ante los municipios o cabildos, organismos que tenían la responsabilidad de velar por el funcionamiento del comercio en las ciudades (Alemparte, 1940; Hoberman y Socolow, 1993).

Con la transición de un régimen imperial a otro republicano, proceso que en Chile se inició en 1810, los gremios fueron perdiendo su protección

⁷ Ver, por ejemplo, sus novelas *El primer amor* (1858) y *El pago de las deudas* (1861).

institucional. Desde fines de la década de 1820, la cantidad de tiendas de sastrería que abrieron en Santiago y Valparaíso —y luego en las distintas ciudades del país— fue aumentando lentamente, en la medida en que arribaban a Chile migrantes europeos, muchos de ellos sastres en sus países de origen. La llegada de artífices extranjeros supuso una competencia directa para los sastres nacionales y, de paso, engrosó el rubro, que según el censo de 1813 estaba representado por poco más de 70 sastres en todo Chile⁸ (*Censo de 1813*, 1953). La publicación de la ley de patentes en 1833 marcó el inicio de un lento proceso de desarticulación de los gremios locales: para instalar una sastrería ahora bastaba con tener la capacidad monetaria para pagar la patente comercial al Estado (Acuña, 2013). De esta manera, para 1865 el número de trabajadores que se identificaban como sastres había aumentado a 702 solo en Santiago (Oficina Central de Estadística, 1866).

En este escenario de cambios y de configuración de un mercado capitalista moderno, los artífices recién llegados representaban la novedad, porque estaban en contacto con las modas extranjeras y traían consigo diversas innovaciones. Los sastres franceses, en particular, eran los más numerosos y reputados; los anuncios comerciales que algunos de ellos publicaron en los periódicos locales a partir de 1840 a menudo incluían los diplomas que acreditaban su prestigio⁹. Hipólito Pinaud fue uno de ellos. Arribado a Chile a principios de la década de 1860, antes que su hermano Julio, mantuvo una tienda de sastrería en Valparaíso al menos entre 1861 y 1862, fecha en que anunció un cambio de dirección dentro de la misma ciudad puerto, a la calle de la Planchada (*El Mercurio de Valparaíso*, 15 enero de 1862). No hay antecedentes concretos respecto del momento en que Hipólito Pinaud se trasladó a Santiago, aunque el *Anuario de la colonia francesa en Chile* data la apertura de su local capitalino en 1865 (Escobar, 1926)¹⁰. Los hermanos Pinaud habrían llevado juntos el negocio en Santiago hasta 1874, cuando

⁸ El censo de 1813 registró un total de 75 sastres en aquellas provincias que efectivamente contabilizaron el dato. Su precisión no es absoluta porque la pregunta no se realizó en todas las zonas del país, pero permite realizar una estimación del número de trabajadores que se reconocían a sí mismos como tales en el área de la confección de prendas de vestir.

⁹ Por ejemplo, el periódico *El Progreso* (Santiago, 1842-1853) incluye en sus páginas varios anuncios de sastres, especialmente de aquellos recién arribados. Uno de ellos publicitaba el trabajo de «Monsieur Perroteau», acerca de quien se señalaba que «posee un *breves d'invention* por un nuevo método de medida, que inventó para trajes de hombre y que es conocido en París y bien luego lo será en Santiago con el nombre de mecanismo *Perroteau*» (*El Progreso*, 7 de septiembre de 1849, p. 3).

¹⁰ De ser cierto este dato, se confirmaría lo planteado anteriormente respecto de que el dueño original del primer cuaderno (fechado entre 1861 y 1869) no fue Pinaud, sino otro sastre.

Julio decidió volver a Valparaíso y continuar con sus esfuerzos de mantener una sastrería propia (*El Mercurio de Valparaíso*, 3 de agosto de 1874).

La sobrevivencia de la Sastrería Pinaud en Chile por casi 140 años no parece haber sido una tarea fácil, según se desprende de la gran cantidad de sociedades que se formaron para darle continuidad. Seguir la pista de estos movimientos tampoco resulta sencillo. El diplomático chileno Ramón Subercaseaux, nacido en 1854, entrega en sus memorias algunos indicios sobre la relación comercial que sostuvo Hipólito Pinaud con su colega Hipólito Caut:

Recuerdo que los caballeros de posición adquirida y los jóvenes de familia usaban vestido elegante, limpio y bien cortado. El sastre de más tono era Mr. Caut, fundador de la casa que después se hizo más conocida con su sucesor Mr. Pinaud. Estos excelentes sastres estaban en relación con la gran casa de París donde se vestía Napoleón III, la misma que tomó más tarde el nombre de Debacker. (Subercaseaux, 1908, p. 73)

Caut había llegado a Chile en 1850 desde París, donde «trabajaba en el establecimiento conocido con el nombre de Petit y Alfred, una de las primeras sastrerías de la capital de la elegancia y buen tono» (*El Progreso*, 20 de abril de 1850, p. 4). No es posible determinar con exactitud cuándo se inició el vínculo entre Pinaud y Caut, pero sí hay registros de que ambos acordaron una sociedad colectiva para girar la Sastrería H. Pinaud en agosto de 1883, con un capital social de 87 000 pesos aportados mayoritariamente por Pinaud en activos de su tienda ya en funcionamiento; dicha unión fue ratificada hasta 1889 (Conservador de Bienes Raíces de Santiago, 1883, 1897¹¹). Ese mismo año se estableció otra sociedad, esta vez con José Polette (Escobar, 1926), lo que dio inicio a una nueva etapa en la sastrería, aunque aparentemente ya no con el mismo Hipólito Pinaud que inauguró el local, sino con su sobrino, Hipólito Pinaud R., hijo de su hermano Julio, quien lo habría sucedido al mando del negocio (fig. 4)¹².

¹¹ Aunque esta inscripción es de 1897, pudo haber correspondido a la formalización de la sociedad y no necesariamente a su inicio.

¹² Esta es solo una posibilidad que se propone considerando la forma en que Hipólito Pinaud aparece en los documentos. A partir de 1897, Pinaud es identificado por los notarios en el Fondo Conservador de Bienes Raíces de Santiago como «Hipólito Pinaud R.», a diferencia de los documentos anteriores donde solo aparece su nombre y primer apellido. Alrededor de 1864, Julio Pinaud tuvo un hijo llamado «Hipólito» junto a Josefina Rodé, lo que se condice con la «R.» inicial del segundo apellido (Registro Civil, 1891). Asimismo, una boleta del negocio señala a «Hipólito Pinaud R. i Polette» como «sucesores», lo que respalda la hipótesis de que no se trataría del mismo Hipólito.

Señor Don Benjamín Vicuña S.

SASTRERIA FRANCESA
DE
H. Pinaud

H. Pinaud R. i Polette sucesores
CALLE DEL ESTADO
SANTIAGO

Jul. 32. - 700.
1896.

Papeleros en uso de 18 d.
ó su equivalente en litina
al cambio del día del pago

Junio - 11.	1.	Chalero de 1/2 m. azul		
		1.	Chalero azul	
		1.	Tantalum azul	150.
Julio - 6	1.	Chalero Cadornin laca		
			Tanto Cuerpo como blanda	100.
	1.	Chalero w.V.		
	1.	Chalero azul		
	1.	Tantalum azul		120.
	1.	Chalero Alt azul		
	1.	Chalero azul		
	1.	Tantalum w.V.		120.
1897.				\$ 590
w.V.	- 19	Q. a Cuenta	\$ 100.	
95 Oct.	- 5	"	150	250
		30 p. Recargo		240
				92
				\$ 312
90 Agosto	- 30	M. a Cuenta	\$ 70.	
20	- 20	"	100	170
		Saldo		\$ 142 -

PAGANDO DESPUES DEL PAGO DE COMISIONAN LOS INTERESES

Figura 4. Boleta emitida por «H. Pinaud R. y Polette, sucesores», al mando de la Sastrería Francesa de H. Pinaud, a nombre de Benjamín Vicuña Subercaseaux, hijo de Benjamín Vicuña Mackenna, 1896. Museo Ciudadano Vicuña Mackenna, Colección Patrimonial, n.º reg. 9-1551.

No se conocen antecedentes respecto de cómo funcionaba la sastrería en esta época, cuántos operarios tenía ni de dónde obtenía sus telas. Lo que sí consta es que el negocio pagaba una patente de primera categoría, que estaba ubicado en la calle Estado¹³, que adquirió prestigio rápidamente y que Hipólito Pinaud era consciente del valor de su marca, la cual supo negociar y monetizar en ciertas instancias judiciales. Por ejemplo, en 1879 vendió la sastrería con todas sus mercaderías, muebles, útiles, créditos por cobrar «y el derecho del uso del nombre H. Pinaud» a Juan Hipólito Tudal por poco más de 93 000 pesos; a cambio, este último se comprometía a pagar a sus

¹³ Sastrería Pinaud aparece señalada en las matrículas de profesiones e industrias del departamento de Santiago desde 1871, cuando se señala el pago de 100 pesos por concepto de patente por parte del establecimiento. En esta fecha no se precisa su ubicación, solo se señala la calle Estado (*Matrícula de profesiones e industrias sujetas por la ley al pago de la contribución de patentes*, 1871).

acreedores «con doscientos sesenta mil francos, que remitirá a Europa para pagar las deudas que ha contraído el vendedor en la forma siguiente: cien mil francos a la señora Magdalena Josefina Paillerck; cincuenta mil francos a don Eduardo Freisk, y ciento diez mil francos a varios comerciantes de París y Londres, según pormenores en los libros de la casa» (Conservador de Bienes Raíces de Santiago, 1879, vol. 53, f. 21). El trato duró solo dos meses, luego de los cuales Pinaud pudo recuperar su local. A partir de este episodio, se puede inferir que sus proveedores principales eran mercaderes europeos con los que negociaba directamente y sin intermediarios en Chile.

Hombres a la moda en la medianía del siglo XIX

De la información contenida en el primer cuaderno se desprende que la oferta de la Sastrería Pinaud durante el siglo XIX fue sumamente amplia, lo que demuestra su capacidad para adaptarse a las tendencias del momento. Entre 1861 y 1869 abundan los pedidos de diversos tipos de chaquetas o sobretodos masculinos, como levitas, macfarlanes, paletós, *jaquettes*, fracs, Lord Chesterfield y capas con esclavina. También se consignan chalecos en telas como lana, brin, cachemira, terciopelo, cotonia, felpa y astracán, con detalles de bordados, aplicaciones de seda y cuero, y botones en cantidad variable. A lo anterior se suman las solicitudes de pantalones en terciopelo blanco, raso negro o brin verde y chalecos en felpa morada o con estampados de cuadros, todos pedidos muy diferentes unos de otros. Estos encargos fueron realizados por los clientes para sí, para algún pariente o amigo, o, incluso, para sus trabajadores, como lo hizo Dionisio Roberts en 1861¹⁴, lo que demuestra la preocupación de los hombres de élite no solo por distinguirse ellos mismos con prendas a la moda, de buen corte y confección, sino por exhibir su estatus también a través de la indumentaria de trabajo de sus empleados. La Sastrería confeccionaba, además, uniformes militares¹⁵ y ofrecía algunos accesorios de vestir como camisas, pañuelos y ropa interior, productos que llegaban en remesas desde Europa y que se vendían por docena. Asimismo, vendía insumos a otras tiendas que representaban su competencia directa, como Luis Puyó y Fernando Schwartz, ambos

¹⁴ El encargo, que indica «para el cochero» (Libro de ventas Sastrería Pinaud, 1861-1869, p. 188), consistió en una levita de paño negro, chaleco de casimir y dos pantalones de terciopelo blanco.

¹⁵ En 1869, por ejemplo, Manuel Bulnes Pinto, hijo de quien fuera presidente de la República entre 1841 y 1851, encargó una casaca militar y presillas de teniente coronel (Libro de ventas Sastrería Pinaud, 1861-1869, pp. 364-365). Por su parte, Manuel Pérez Font solicitó en 1866 una levita y una casaca militares, además de estrellas bordadas doradas (p. 425).

reconocidos sastres de la época a quienes Pinaud proporcionó materias primas como varas de tela, botones de diversos materiales y cuellos de terciopelo¹⁶.

Su amplia oferta de prendas de vestir y su vinculación con las últimas tendencias europeas –presentadas en revistas como la porteña *La Mariposa* (1863-1864) (fig. 5)– asociaron tempranamente a la Sastrería Pinaud con la elegancia, pero también con un particular estilo de vida propio de jóvenes solteros, atractivos y con una intensa vida social, que gastaban su dinero en paseos, en disfrutar del ocio y en estar a la moda. En la obra *Chile ilustrado*, publicada por primera vez en 1872, el editor Recaredo Santos Tornero dibuja un perfil de estos jóvenes que gustaban de dejarse ver en las tiendas:

Sigamos a esa elegante pareja que, si no me equivoco, forman Carmelita y su novio. Ella, muchacha de veintiún abriles, gran tacadora de piano, amiga del lujo, elegante irreprochable, loca por el baile y por todo lo que el buen tono ordena en su inflexible programa [...], como lo requiere también la sociedad en que rola. Él, joven apuesto, vestido a la *derniere* en los talleres de Mr. Pinaud, y un tanto enfatuado de su reciente fortuna; baila con primor, sabe algunas exclamaciones francesas, bebe *Champagne frappé*, fuma *Partagas* exquisitos, y solo sabe trabajar en el campo. (Tornero, 1872, pp. 454 y 455)



Figura 5. Figurines publicados por *La Mariposa*, 1863. La revista porteña importaba y reproducía grabados iluminados a través de los cuales daba a conocer las últimas tendencias en modas para hombres y mujeres. En la imagen se observan distintos tipos de chaquetas masculinas. Fuente: *La Mariposa*, 5 de diciembre de 1863, s. p. Biblioteca Nacional de Chile, n.º sist. 513368.

¹⁶ Las compras de Luis Puyó, por ejemplo, incluyen artículos como varas de casimir, paño azul, raso de China, seda gris y varios metros de huincha negra (Libro de ventas Sastrería Pinaud, 1861-1869, p. 525).

La elegancia de la pareja se acentúa mediante menciones concretas a la capacidad monetaria de quien es presentado como el novio de Carmelita: ha adquirido una reciente fortuna, pero no es necesariamente su trabajo aquello que le otorga sus ingresos. No es solo el hecho de ir a la moda, sino el tener dinero para despreocuparse de cuestiones mundanas y, a la vez, ser un consumidor de placeres, aquello que convierte a este individuo en un sujeto de interés para Santos Tornero. La mención a Pinaud demuestra que el autor no estaba ajeno al hecho de que, para adquirir una pieza en la Sastrería Pinaud, era necesario contar con recursos monetarios considerables. En efecto, una constante de este negocio fueron sus precios elevados, siempre más altos que los del resto de las sastrerías que publicaban sus tarifas en la prensa y, especialmente, que los de las tiendas de ropa hecha, dirigidos a un público de clase media y alta, con tallas estandarizadas para todo tipo de cuerpos (Dussaillant, 2011). Al comparar los precios entre la Sastrería Pinaud y estas tiendas, la diferencia salta a la vista. Por ejemplo, en la década de 1860, la levita, una de las prendas más demandadas de la época, tenía un valor de 51,75 pesos en la Sastrería Pinaud, mientras que en tiendas de ropa hecha como la Casa Francesa, A la Ville de Paris o La Unión Americana¹⁷ podía costar entre 17 y 22 pesos la de mejor calidad (*El Mercurio de Valparaíso*, 30 de mayo de 1855 y 22 de septiembre de 1863). Por lo demás, Pinaud podía realizar otros modelos de abrigo, como capas españolas y *jacquettes*, incorporando detalles personalizados que los locales de prendas estandarizadas no podían ofrecer, tales como acolchados y bolsillos exteriores (denominados en el primer libro como «carteras»).

Las imágenes elaboradas tanto por la literatura como por las crónicas y editoriales de la época se asemejan parcialmente a lo que se conoce de los 465 clientes mencionados en el primer libro de Pinaud. Algunos de ellos habrían quedado en el anonimato de no ser por estos cuadernos; a otros, en cambio, sí ha sido posible identificarlos. En su mayoría, se trata de hombres que superaban la treintena, aunque muchos estaban entre los 20 y 30 años, y recién iniciaban sus carreras políticas, literarias o industriales. José Manuel Balmaceda, quien llegaría a ser presidente de Chile entre 1886 y 1891, aparece a sus 20 años encargando numerosas piezas antes de celebrar su matrimonio en 1865 (Libro de ventas Sastrería Pinaud, 1861-1869, pp. 292 y 533)¹⁸.

¹⁷ Respecto de estas tiendas no hay antecedentes, salvo de Casa Francesa, inaugurada en 1858 (Dussaillant, 2011).

¹⁸ Los pedidos de Balmaceda denotan su especial gusto por los chalecos, que encargó en distintas materialidades y terminaciones (bordados en oro, en lana de cuadros y de astracán con seda), y diversas chaquetas, como un paletó de astracán acolchado y un *chantilly* de invierno sin forro.

Tal vez resulte difícil imaginar a hombres de reconocidas carreras políticas como sujetos interesados por la moda, pero, a juzgar por las características de sus pedidos, existía en ellos un particular sentido del gusto y del «yo» que permite vincularlos con la figura del *dandy*, delineado por Entwistle (2002) como un nuevo tipo de aristócrata preocupado por el vestir.

Varios clientes aparecen señalados con tinta roja por no mantener sus cuentas al día y, aunque pierden su crédito en la tienda, siempre surgen otros para llenar el espacio que queda desocupado. El interés por obtener una pieza de Pinaud se mantiene invariable a lo largo de este libro, sin que el alto precio de sus productos ni la mayor disponibilidad de ropa hecha se traduzcan en una merma durante toda una década de funcionamiento. No se trata solo de vestir, sino de vestir de una determinada manera, en un solo lugar: eso es lo que valoraban los clientes de la Sastrería Pinaud.

Una nueva era: el siglo xx

El aura de deseabilidad que rodeaba a la Sastrería Pinaud parece haberse mantenido intacta con el cambio de siglo. Así lo sugiere un episodio de la novela *La fruta prohibida*, publicada en 1901 por Roberto Alarcón, donde se describe un encuentro entre tres jóvenes amigos. Marcolín, uno de los personajes, se presenta elegantemente ataviado, «pavoneando su pequeña figura envuelta en endomingada *toilette*, chaquet negro, corbata roja, prendida con un caballito de dublé [...] pantalón claro y botas de charol, relucientes» (Alarcón, 1901, p. 35). Entre los asistentes se encuentra Manuel Antonio, quien, sintiéndose «pequeño ante aquel lujo», lo «miraba con cierta ojeriza, porque se permitía ser buen mozo» (Alarcón, 1901, p. 35). Napoleón, otro de los jóvenes, inicia el diálogo que, en definitiva, sirve para delatar a Marcolín frente a los lectores, pero que consolida el engaño de las apariencias entre los amigos.

—¡Pero hombre, Marcolín! Vienes hecho todo un petimetre.

—Es ropa de Pinaud, desde que estoy en la secretaría es mi sastre.

El joven mentía escandalosamente. Su sastre era un modesto industrial de la calle de las Rosas.

—Arma muy bien.

—Es lo mejor que tiene.

Y para probar el hecho se puso de pie y dio majestuosamente una vuelta en redondo.

—Oh —dijo Napoleón—. Yo usé muy ricos trajes. Recuerdo que era todo un modelo. Apenas estrenaba yo algo, todos los elegantes me imitaban.

E hizo una larga relación de sus triunfos como león de la moda en Santiago, ante

un auditorio compuesto de Manuel Antonio, electrizado, Marcolín, que afectaba gran indiferencia, y otros mozos sencillos. (Alarcón, 1901, p. 35)

La escena refleja la ansiedad que provocaba en los jóvenes de la época el presentarse bien vestidos ante sus pares para demostrar su importancia social y económica. La idea de la imitación, de convertirse en referente de los demás, cruza la conversación al igual que el juicio estético que los hombres ejercen entre sí. A través de la *toilette* –el *outfit* del día de hoy– los individuos ponían en escena la forma en la que buscaban posicionarse dentro del colectivo, y vestir un traje de la Sastrería Pinaud –o fingir que lo hacían– significaba diferenciarse, despertar la admiración de los demás y validarse socialmente a través de su mirada.

Entrando al siglo xx, el negocio iniciado en la década de 1860 por el francés Hipólito Pinaud empezó una nueva etapa, marcada por un cambio definitivo de dueño. En el segundo libro –es decir, para la década de 1940–, el único nombre que figura como contribuyente y encargado de la sastrería es Alberto Polette, el hijo de José. Asimismo, las boletas municipales adjuntas permiten situar el local en un nuevo sector comercial: después de décadas ubicada en la calle Estado, la nueva dirección que consigna el segundo cuaderno es Bandera 127, a casi una cuadra del sector de la Bolsa de Comercio de Santiago. Décadas más adelante, el negocio se trasladaría al cuarto piso de un edificio ubicado en el paseo Ahumada, para luego vivir sus últimos años en la calle Tobalaba, en la comuna de Providencia, bajo el liderazgo de Jacques Pollette, hijo de Alberto (Samuel Ugarte, com. pers., 30 de abril de 2025). Pese a haber pasado completamente al control de la familia Polette, la Sastrería Pinaud nunca cambió de nombre y se mantuvo como referente de la exclusividad y la elegancia masculina para sucesivas generaciones de hombres en Chile (fig. 6).

Considerando las diferentes menciones en la literatura y los medios de comunicación que continuaron a principios de este siglo, parece evidente que la principal estrategia de ventas de la Sastrería Pinaud se concentró más en mantener su reputación a través de precios altos y prendas diferenciadoras que en aplicar técnicas para inducir al consumo. De hecho, resulta casi imposible encontrar publicidad pagada por la Sastrería Pinaud para promocionar sus productos, probablemente porque no la necesitaba. Una demostración de su existencia como espacio físico incluida en el *Anuario de la colonia francesa* en Chile publicado en 1926 permite ingresar a sus instalaciones a través de tres fotografías, acompañadas de un breve texto que da cuenta de su importancia

simbólica, señalando que Pinaud fue quien «vistió a la aristocracia masculina chilena de la mitad del siglo pasado [...] siendo el árbitro de la elegancia masculina en esta capital» (Escobar, 1926, p. 89). El local es descrito rodeándolo con un aura de prestigio y excelencia, describiendo a sus cortadores como «eximios» y anunciando que sus telas provienen de importación directa «de los más famosos fabricantes de Inglaterra y Francia, casimires y telas de la más alta calidad, teniendo constantemente a disposición del distinguido público que la favorece un amplio y selecto surtido» (Escobar, 1926, p. 89).



Figura 6. Etiqueta de Sastrería Pinaud de 1935, correspondiente al período en el que estuvo bajo la sucesión de A. Polette. Lleva escrito el nombre del cliente, Carlos Infante, con el mismo tipo de letra del segundo libro aquí estudiado. MHN, Colección Libros y Documentos, n.º reg. 3-27220. Fotografía de Claudio López.

Las fotografías (fig. 7) muestran tres espacios del local de calle Estado esquina pasaje Matte: el recibidor, el área de corte y la zona donde se realizaba la confección. Destinado a atender a los clientes y exhibir las telas, el primer recinto luce amplio y está decorado con figurines enmarcados; al fondo se aprecia la caja donde se recibían los pagos y una escalera que conducía al segundo piso, donde se encontraban los talleres. El de corte estaba dominado por una mesa central de gran tamaño, que en la fotografía aparece rodeada por seis hombres—probablemente los cortadores, uno de ellos con una huincha alrededor del cuello—y cubierta con diversos materiales de trabajo. Una última habitación

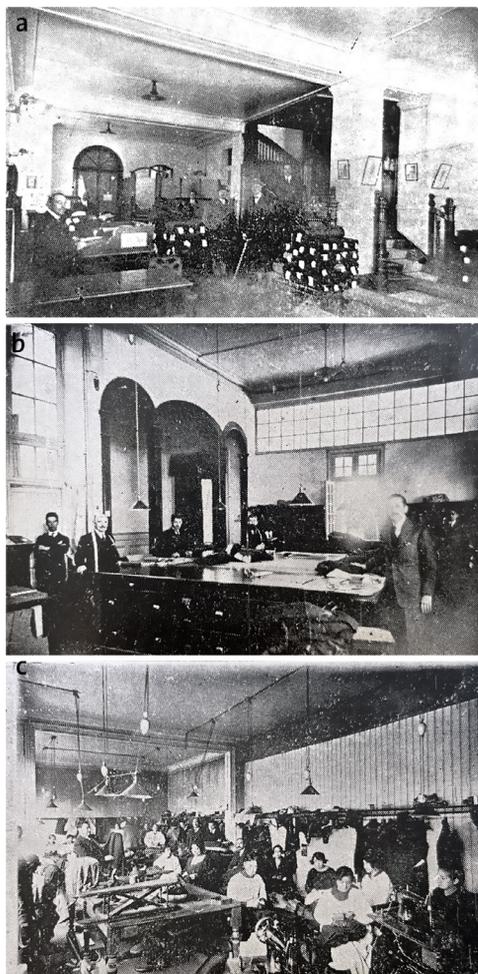


Figura 7. Fotografías del local que Sastrería Pinaud ocupó entre los años 1925 y 1926. Se observan (a) el recibidor, (b) la sala de corte, y (c) los talleres donde trabajaban las y los operarios. Fuente: Escobar, 1926, p. 89. Biblioteca Nacional de Chile, n.º sist. 994678.

anterior. De aquellos que pudieron ser identificados, muchos tenían entre 40 y 50 años, y la gran mayoría se dedicaba a los negocios (comerciantes, empresarios, banqueros, corredores de bolsa). Entre ellos se encuentran, por ejemplo, los hermanos Juan, Saba y Nicolás Yarur¹⁹, empresarios palestinos

—el taller de costura, a juzgar por la presencia de máquinas de coser y tablas de planchado— se aprecia atiborrada de operarios: algunos hombres de pie, pero, sobre todo, mujeres sentadas, vestidas con delantales blancos. Estas imágenes no solo dan cuenta del funcionamiento interno del local, sino también del tipo de relaciones sociales que allí se desarrollaban, marcadas por una diferencia de rango que priorizaba la atención a los clientes al mismo tiempo que reservaba las labores productivas a zonas alejadas de ellos.

Nuevos clientes y la transformación de sus pedidos

Para el período comprendido entre 1943 y 1947 se observa un cambio importante en el perfil de los clientes de la Sastrería Pinaud. Al analizar los nombres que aparecen en el segundo cuaderno, si bien siguen correspondiendo principalmente a miembros de la élite nacional, se aprecia una variación en sus edades y ocupaciones respecto de las registradas para el cuaderno

¹⁹ De los tres hermanos, Juan y Saba fueron los que más pedidos hicieron (Sastrería Pinaud, 1943-1947, pp. 15, 59, 80, 138, 152, 158, 178, 184, 218 y 348; y pp. 96, 109, 219, 344 y 395,

que migraron al país y fundaron en la década de 1930 la Fábrica de Hilados y Tejidos de Algodón Yarur Hermanos, más adelante conocida como «Manufactura Chilena de Algodón» (Machasa), entre otros negocios. También aparecen registrados miembros de las familias Said, Sumar e Hirmas, con negocios en el mismo rubro, y otros nombres como el de Adolfo Ibáñez, empresario dedicado a la elaboración y distribución de alimentos (Sastrería Pinaud, 1943-1947, p. 212). Además, es posible reconocer nombres de miembros de la clase política y militar como Carlos Ibáñez del Campo, presidente de la República entre 1952 y 1958 (Sastrería Pinaud, 1943-1947, p. 310); de influyentes personajes de la élite, como Pedro García de la Huerta Matte, abogado, político liberal y director del Club de la Unión en varios períodos (p. 64); y pedidos esporádicos de diplomáticos con breves temporadas en el país, como el peruano Arturo García Salazar (p. 62) o Donald R. Heath, cónsul de EE. UU. en Chile entre 1941 y 1944 (p. 77).

Otro aspecto que llama la atención es que, pese a la diferencia generacional, los hijos de varios de estos políticos y empresarios siguieron los pasos de sus padres, haciendo sus propios pedidos a la Sastrería –pedidos que, por lo general, eran agregados a las cuentas de sus progenitores–. Así se observa en los casos de Nazri y Alfredo, hijos de Nicolás Yarur; de Amador, hijo de Juan; y de Teófilo, hijo de Saba, quienes rondaban entonces los 20 años de edad. Lo mismo ocurre con Jaime, hijo de Juan Said, y con Carlos Ibáñez Quiroz, hijo de Carlos Ibáñez del Campo, por señalar solo algunos ejemplos²⁰.

Para la década de 1940, el repertorio de prendas producido por la Sastrería Pinaud se redujo notablemente respecto del que ofrecía en los años del primer cuaderno, no porque sus operarios fueran incapaces de realizar diversos tipos de encargos, sino por un redireccionamiento de la demanda. No era una situación descontextualizada: la crisis económica mundial de 1929 provocó cambios significativos en el comercio, particularmente en la industria de la confección y de la moda, tanto en Chile como en otros países de Occidente. Para el periodista francés especializado en moda Farid Chenoune (1993), el colapso bursátil provocó una ralentización en el consumo, al mismo tiempo que generó una toma de conciencia mayor respecto de los tiempos modernos,

respectivamente). Es interesante señalar que, pese a ser dueños de una de las mayores industrias textiles de Latinoamérica, los Yarur siempre realizaron sus encargos completos, es decir, sin llevar ellos la tela para la elaboración de sus pedidos.

²⁰ Ver, por ejemplo, los encargos de Fuad Yarur con cargo a la cuenta de Nicolás Yarur (Sastrería Pinaud, 1943-1947, pp. 136, 155, 159, 181, 214, 218, 239, 263, 313, 314, 328, 327, 373) o los de Jaime Said con cargo a la cuenta de Juan Said (pp. 114, 153, 221, 295, 335).

la fragilidad del sistema económico y la necesidad de asumir nuevas posiciones políticas, algunas de ellas muy radicalizadas. Las restricciones presupuestarias obligaron a los sastres a adecuarse a las circunstancias a través de propuestas más simples, más apegadas a las necesidades de sus clientes y con un nuevo sentido de realismo donde los excesos —como la preocupación por usar diferentes prendas según las distintas horas del día— se tornaron superfluos e irrelevantes.

Una nueva silueta hizo su aparición desde la década de 1930: la elegancia se asociaba ahora a un cuerpo más atlético, lo que se lograba mediante diversos artificios que reforzaban visualmente el torso masculino. La chaqueta o vestón se consolidó como la prenda más importante: de manga larga, con cierre simple o cruzado pero siempre abotonada, elaborada con acolchados, hombreras y diversos tipos de solapas y bolsillos; los pantalones, en tanto, se estructuran con pinzas y una línea de planchado en su zona frontal (de ahí la denominación de «pantalón doblado»); se trata de prendas de apariencia simple, pero de estructura y confección sumamente complejas (Breward, 2016). Adquieren relevancia los trajes completos, de dos piezas —el denominado «ambo»— o de tres —el «terno»— cuando incluye un chaleco sin mangas elaborado en la misma tela que la chaqueta y el pantalón (fig. 8).



Figura 8. Juan Antonio Ríos —presidente de la República entre 1942 y 1946— vistiendo un terno compuesto de vestón, chaleco y pantalón doblado, más un sobretodo, el año 1932. *El Nuevo Sucesos*, 24 de junio de 1932, p. 16. Biblioteca Nacional de Chile, n.º sist. 1955.

En el segundo libro de Pinaud, los pedidos consisten principalmente en ternos, con dos variantes para la chaqueta o vestón: *newmarket* y *chantilly*²¹. Ambos tipos de piezas superiores también figuran en el libro de la década de 1860, aunque solo de manera ocasional y nunca como parte de conjuntos. Lo anterior ejemplifica cómo esta sastrería logró mantener la tradición y, al mismo tiempo, generar una sensación de exclusividad mediante la realización de cortes y terminaciones especiales que se diferenciaban del resto de la oferta nacional (los vestones a la venta en el país se presentaban como «vestones» a secas, sin mencionar características específicas).

La tabla 1 permite observar cómo se concentraban los pedidos durante un año específico, en este caso, 1945. Los clientes solicitaban sus ternos



Figura 9. Frac de Sastrería Pinaud elaborado en 1935. MHN, Colección Textil y Vestuario, n.º reg. 3-27220. Fotografía de Claudio López.

haciendo distinción entre un modelo francés, el *chantilly*, y otro de influencia inglesa, el *newmarket*, de los cuales el primero era el más demandado. Para acompañar los ternos o ambos, se elaboraban sobretodos en diversas materialidades, mientras que para la noche o para situaciones formales, el establecimiento seguía ofreciendo esmóquines, chaqués y fracs (fig. 9) con chalecos de piqué blanco y pantalones con detalles en raso y seda negra.

Como los clientes seguían siendo hombres pertenecientes a una élite, que asistían a múltiples eventos sociales (matrimonios, pero también reuniones con diplomáticos, encuentros en el Club de la Unión y celebraciones diversas), no desaparecieron los pedidos para

²¹ A mediados del siglo XIX, la *newmarket* (también conocida como «morning coat» en los países anglosajones) era una chaqueta de influencia inglesa, de talle largo y concebida para andar a caballo; la *chantilly*, en tanto, consistía en una prenda similar, pero de influencia francesa, con cambios en las sisas, ajuste al cuerpo y detalles en la solapa (Dubois, 1866).

ocasiones especiales, si bien se volvieron menos frecuentes. La consolidación del traje masculino autorizó una cierta uniformización relacionada con una nueva apreciación de la realidad: «aunque industrialista, financiero, ingeniero, arquitecto o editor, el hombre de negocios encarnaba el mundo moderno, y el traje de negocios era su vestidura» (Chenoune, 1993, p. 175).

Tabla 1. Número de encargos mensuales registrados en el segundo cuaderno de la Sastrería Pinaud para el año 1945, por tipo de prenda o conjunto*.

	<i>Chantilly</i>	<i>Newmarket</i>	Sobretodo	Frac	Esmoquin	Chaqué
Enero	22	9	0	0	0	0
Febrero**	5	0	1	0	0	0
Marzo	37	18	8	0	0	1
Abril	31	22	14	0	0	0
Mayo	16	27	9	1	0	0
Junio	26	14	9	0	2	0
Julio	25	18	8	0	1	0
Agosto	40	17	2	0	0	0
Septiembre	43	17	1	0	1	1
Octubre	73	14	2	2	1	1
Noviembre	31	9	1	0	0	1
Diciembre	41	10	1	4	10	0

* Tabla elaborada a partir de los datos del segundo cuaderno.

** En febrero, la Sastrería Pinaud abrió solo los primeros diez días, lo que explica la disminución de pedidos en ese mes.

Los ternos se elaboraban en distintas telas, como casimir, gabardina, *palm beach*, cheviot, brin, tursor, franela y «ecuatorial», algunos tejidos naturales y otros de origen sintético que hicieron su aparición en la industria a consecuencia de las restricciones provocadas por la Segunda Guerra Mundial (Chenoune, 1993). Los colores de preferencia fueron el azul, cáscara (un tipo de *beige*), café, gris y blanco, mientras que las terminaciones (variación en el número de botones, alteraciones en la forma y cantidad de bolsillos, alternativa de cierre cruzado o derecho, entre otras) permitían añadir a las prendas un elemento de diferenciación. El segundo libro menciona además las telas empleadas para confeccionar los forros de las prendas superiores,

especificación que no aparece en los pedidos del primer cuaderno; realizados en sarga, algodón, franela y vicuña, este era otro elemento diferenciador que repercutía en el precio final de la prenda, aumentándolo en cientos de pesos que no dejan de ser significativos para un componente que podría ser considerado como un mero detalle.

En el transcurso de la década de 1940, los valores de las prendas de Pinaud aumentaron notablemente: el precio de los conjuntos escaló desde los 2400 pesos en 1943 hasta los 5500 pesos en septiembre de 1947 (Sastrería Pinaud, 1943-1947), variación que pudo estar asociada con la reanudación de las importaciones de telas europeas tras el fin de la guerra y el consiguiente aumento en el precio de las confecciones. En relación con el mercado nacional, los precios de Pinaud seguían siendo sumamente elevados. A modo de referencia, la tienda de ropa hecha de Raúl Dois ofrecía vestones desde los 180 pesos y pantalones entre 100 y 170 pesos (La Nación, 21 de octubre de 1943, p. 7), mientras que, por confeccionarlos de manera independiente (es decir, fuera de la opción del traje), Pinaud cobraba 800 pesos por un *chantilly* y 1000 pesos por un pantalón doblado. Si bien es cierto que la opción de hechura a medida permitía al cliente llevar su propia tela²² y, así, eventualmente reducir el precio de sus encargos a menos de la mitad, en general, las telas en Chile eran costosas, por lo que es posible que quienes optaban por esta modalidad no lo hicieran para abaratar costos, sino para obtener una prenda más exclusiva a través de la cual diferenciarse del resto de los clientes de la sastrería —en definitiva, sus pares en la vida y en los negocios—. No hay antecedentes ni menciones del uso de telas provenientes de la industria nacional, como Bellavista Oveja Tomé ni otras fábricas similares, y los empresarios textiles que encargaban sus prendas a Sastrería Pinaud siempre realizaban encargos completos, es decir, eligiendo la tela de la oferta importada que ofrecía el establecimiento.

Reflexiones finales

Los dos cuadernos de Sastrería Pinaud que resguarda el Museo Histórico Nacional son fuentes de gran valor patrimonial no solo por los datos que

²² Esta modalidad de hechuras a medida sigue utilizándose actualmente. Samuel Ugarte (com. pers., 30 de abril de 2025), dueño de una de las escasas sastrerías a medida que existen en la actualidad, cuenta que algunos clientes le encargan trajes hechos con telas que traen de sus viajes. Así buscan evitar situaciones que consideran incómodas, como encontrarse en una fiesta o reunión social con otro hombre vestido igual.

contienen, sino también por su capacidad para vincularse con una historia mayor de la sastrería chilena e, incluso, de la industria de la moda masculina en Occidente. A través de sus páginas es posible reconocer cambios en la forma de vestir de los hombres y en el funcionamiento de este tipo de negocio, siempre en relación con un contexto dinámico.

La longevidad de la Sastrería Pinaud se explica por su capacidad para responder a una demanda cambiante, así como a las particulares exigencias de clientes cuyas valoraciones estéticas, labores profesionales y vida privada también estaban en constante transformación. Su representación en medios de comunicación y textos literarios como símbolo de elegancia y deseabilidad da cuenta de las significaciones sociales y culturales que se le asignaban como marca, valor que los responsables del negocio se encargaron de fomentar y sostener en el tiempo.

En la actualidad, el oficio de la sastrería se mantiene vivo gracias a esos mismos dos factores que prolongaron la existencia de Pinaud por alrededor de 140 años: la capacidad de vincular lo tradicional con lo moderno y de adaptarse a los deseos y necesidades de los clientes. A las técnicas de corte y confección, que han sido perfeccionadas en el tiempo, hoy se agregan tecnologías que ayudan a acelerar los procesos productivos, así como nuevos tejidos que mejoran la flexibilidad, estructura y apariencia general de la prenda. Aunque las bases del oficio continúan siendo las mismas, la oferta de las sastrerías es siempre única, limitada y personalizada, para consumidores que buscan elementos diferenciadores en sus apariencias en medio de un contexto de moda rápida y masiva.

Junto a los pedidos de sastrería para novios y padrinos o bien para eventos especiales —como entregas de premios o festivales en el mundo artístico—, las sastrerías chilenas siguen manteniendo la confección para empresarios y, en menor medida, para políticos, que requieren de trajes formales para situaciones específicas. A esto hay que agregar una reciente demanda de vestuario para recreaciones históricas y *costume play* (*cosplay*), cuyos estándares de excelencia y calidad son tan altos como los de las confecciones tradicionales. Sastrería Ugarte, por ejemplo, liderada por Samuel Ugarte, mantiene su tienda en el sector oriente de Santiago, en la comuna de Vitacura, donde atiende principalmente a miembros del sector empresarial chileno, para quienes elabora camisas y trajes a medida con telas importadas. Su historia se remonta al año 1945, cuando el padre de Samuel, Pablo Ugarte, llegó a Chile desde Perú; luego de años trabajando en casas comerciales santiaguinas como Fuster y Labarca, fue aprendiendo el oficio (Samuel Ugarte, com. pers., 30 de abril

de 2025). Por su parte, Francisca Astorga (com. pers., 8 de julio de 2025), quien se define como «aprendiz de sastre», se ha mantenido perfeccionando su técnica sartorial desde el año 2018 y trabaja para diversos tipos de clientes, algunos de ellos provenientes del mundo de las artes (fig. 10). Sus encargos son realizados con telas importadas o saldos de la industria nacional, que, aunque escasos, aún se encuentran disponibles en tiendas como Castro Donoso.



Figura 10. Vestón en proceso de armado, con hilos de hilván en color blanco, listo para la realización de prueba de calce con cliente. Elaborado por Francisca Astorga el año 2020. Fotografía de Francisca Astorga.

Agradecimientos

A Samuel Ugarte y Francisca Astorga. A Isabel Alvarado, Esteban Echagüe y Emilia Müller, del Museo Histórico Nacional. A Rosa Alvarado, de la Biblioteca del Instituto Nacional.

Referencias

- Acuña, S. (2013). *La cotidianeidad del género. Sastres, modistas y costureras en Santiago en la transición al capitalismo (1802-1849)* [tesis para optar al grado de Magíster en Historia de Chile]. Santiago, Universidad de Chile.
- Alarcón, R. (1901). *La fruta prohibida. Novela de costumbres*. Imprenta Blanco y Negro.
- Alemparte, J. (1940). *El cabildo en el Chile colonial. Orígenes municipales de las repúblicas hispanoamericanas*. Ediciones Universidad de Chile.
- Balladares, C. (2012). *El trabajo «a façon» y los ritmos de la vida asociativa en una empresa recuperada del conurbano bonaerense* [presentación en conferencia]. Second ISA Forum of Sociology 2012. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/268093147_EL_trabajo_a_façon_y_los_ritmos_de_la_vida_asociativa_en_una_empresa_recuperada_del_conurbano_Bonaerense
- Benjamin, W. (2013). *El París de Baudelaire*. Eterna Cadencia.
- Blest Gana, A. (2004). *Martín Rivas*. Zig-Zag.
- Breward, C. (2016). *The suit. Form, function and style*. Reaktion Books.
- Caffarena, E. (1924). El trabajo a domicilio. *Boletín de la Oficina del Trabajo. Ministerio de Industria i Obras Públicas*, (22), 97-108.
- Censo de 1813. Levantado por Juan Egaña de orden de la Junta de Gobierno*. (1953). Imprenta Chile.
- Chenoune, F. (1993). *A history of men's fashion*. Flammarion.
- Conservador de Bienes Raíces de Santiago. (1879). *Venta de H. Pinaud a José Hipólito Tudal*. Archivo Nacional de Chile, Fondo Conservador de Bienes Raíces de Santiago. Registro Conservatorio de Comercio, vol. 53, insc. 38, f. 21.
- Conservador de Bienes Raíces de Santiago. *Soc. H.* (1883). *Pinaud y Caut*. Archivo Nacional de Chile, Fondo Conservador de Bienes Raíces de Santiago. Registro Conservatorio de Comercio, vol. 53, insc. 47, f. 15.
- Conservador de Bienes Raíces de Santiago. (1897). *Soc. H. Pinaud y Polette*. Archivo Nacional de Chile, Fondo Conservador de Bienes Raíces de Santiago. Registro Conservatorio de Comercio, vol. 130, insc. 10, f. 7.
- Cruz de Amenábar, I. (1996). *El traje. Transformaciones de una segunda piel*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Dubois, A. (1866). *Le guide du tailleur, nouvelle méthode critique, anecdotique et philosophique: Pour apprendre seul à couper*. Journal Le Progrès.

- Dussailant, J. (2011). *Las reinas de Estado. Consumo, grandes tiendas y mujeres en la modernización del comercio de Santiago (1880-1930)*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- El Mercurio de Valparaíso*. (30 de mayo de 1855).
- El Mercurio de Valparaíso*. (15 enero de 1862).
- El Mercurio de Valparaíso*. (22 de septiembre de 1863).
- El Mercurio de Valparaíso*. (3 de agosto de 1874).
- El Progreso*. (7 de septiembre de 1849).
- El Progreso*. (20 de abril de 1850).
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Paidós.
- Escobar, A. (1926). *Anuario de la colonia francesa en Chile, 1925-1926*. Imprenta y Litografía La Ilustración.
- Hoberman, L. y Socolow, S. (1993). *Ciudades y sociedad en Latinoamérica colonial*. Fondo de Cultura Económica.
- La Nación*. (21 de octubre de 1943).
- Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama.
- Matrícula de profesiones e industrias sujetas por la ley al pago de la contribución de patentes*. (1871). Imprenta de la República.
- Oficina Central de Estadística. (1866). *Censo general de la República de Chile levantado el 19 de abril de 1865*. Imprenta Nacional.
- Parinet, E. (s. f.). DIL: *Dictionnaire des imprimeurs lithographes du XIX^e siècle*. <https://www.chartes.psl.eu/recherche/centre-jean-mabillon/projets-de-recherche/dil-dictionnaire-des-imprimeurs-lithographes-du-xixe-siecle>
- Registro Civil de Chile. (1891). *Registro de matrimonios celebrados en la circunscripción número 2, Portales, de Santiago*. Matrimonios y defunciones, vol. 8, insc. 54, p. 28. Disponible en <https://www.familysearch.org/ark:/61903/3:1:939K-P79M-43?view=explore&action=view&c-c=1630787&lang=es&groupId=M9SC-RXQ>
- Sastrería Pinaud. (1861-1869). [Libro de ventas Sastrería Pinaud]. Museo Histórico Nacional, Colección de Libros y Documentos, n.º reg. 3-42105.
- Sastrería Pinaud. (1943-1947). [Libro de ventas Sastrería Pinaud]. Museo Histórico Nacional, Colección de Libros y Documentos, n.º reg. 3-42106.
- Subercaseaux, R. (1908). *Memorias de 50 años. Recuerdos personales, críticas, reminiscencias históricas, viajes, anécdotas*. Imprenta Barcelona.
- Tornero, R. S. (1872). *Chile ilustrado: guía descriptiva del territorio de Chile, de las capitales de provincia, de los puertos principales*. Imprenta Tornero.