

Fecha de recepción: septiembre 2023

Fecha de aprobación: octubre 2023

Fecha publicación: noviembre 2023

Evolución Social de la Moda desde la Perspectiva de Género

Silvia Ventosa Muñoz⁽¹⁾

Resumen: Los estudios de género y los movimientos feministas cuestionan la condición de género, teniendo en cuenta que las diferencias de género no son naturales sino que están construidas socialmente, especialmente la desigualdad entre identidades femeninas y masculinas en la sociedad heteropatriarcal.

Las identidades son creencias y sistemas de pensamiento individuales y colectivos que se manifiestan a través de signos, marcadores visibles o invisibles. Uno de los más importantes es el ornamento, que es el conjunto de vestido y complementos, maquillaje, peinado, tatuaje o *piercing*. Cada persona utiliza el vestido para mostrarse y comunicarse con otros individuos. Desde la teoría *queer* se plantea el tema de las identidades y su relación con el vestido y la moda.

Partiendo de esta base teórica y de la realidad social, el presente escrito quiere ofrecer una respuesta al debate actual sobre desigualdad de géneros y nuevas identidades desde el Museo del Diseño de Barcelona; construyendo una reinterpretación de la historia de la moda desde la perspectiva de género, para plantear una nueva exposición permanente en el Museo.

El escrito revisa una nueva historia social de la moda hasta la actualidad, en la cual un número creciente de diseñadores y de empresas de moda plantean temas de género como esencia de la marca o estrategia de *marketing*. En estos casos, se adoptan nuevos métodos para invisibilizar la forma del cuerpo con modelos *oversize* sin la necesidad de recurrir a un patronaje tradicional. Así es como se logran fomentar y optimizar nuevos patronajes, sobre prendas masculinas y femeninas indistintamente.

Palabras clave: Museo - moda - género - identidad - historia - colección - *márketing* - vestuario - cuerpo - sociedad.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 34-35]

⁽¹⁾ Dra. Silvia Ventosa, conservadora del Museo del Diseño de Barcelona. Doctora en Antropología Urbana, Licenciada en Filosofía.

Introducción

Orlando se había transformado en una mujer - inútil negarlo. Pero, en todo lo demás, Orlando era el mismo. El cambio de sexo modificaba su porvenir, no su identidad. Su cara, como lo pueden demostrar sus retratos, era la misma. El cambio se había operado sin dolor y minuciosamente y de manera tan perfecta que la misma Orlando no se extrañó. Muchas personas, en vista de lo anterior, y de que tales cambios de sexo son anormales, se han esforzado en demostrar (a) que Orlando había sido siempre una mujer (b) que Orlando es ahora un hombre. Biólogos y psicólogos resolverán. Bástenos formular el hecho directo: Orlando fue varón hasta los treinta años; entonces se volvió mujer y ha seguido siéndolo (Virginia Woolf, 1928, *Orlando*, p. 126).

Al inicio del siglo XXI nos encontramos ante un cambio de paradigma: la sociedad se plantea los temas de género, no ya como fruto de movimientos radicales y aislados sino como cuestiones fundamentales de la sociedad actual. Como afirma Paul B. Preciado,

Tanto las representaciones biológicas como los códigos culturales que permiten el reconocimiento del cuerpo humano como femenino o masculino pertenecen a un régimen de verdad social e históricamente arbitrario, cuyo carácter normativo debe cuestionarse. Nuestra concepción del cuerpo y la diferencia sexual depende de lo que podríamos llamar, con Thomas Kuhn, un paradigma científico-cultural. Pero, como cualquier paradigma, es probable (digamos mejor deseable) que sea reemplazado por otro. El paradigma de la diferencia sexual que ha estado operando en la medicina y el derecho occidentales desde el siglo XVI entró en crisis a partir de la segunda mitad del siglo XX, con el desarrollo del análisis cromosómico y del mapeo genético (Preciado, 2019, p. 107).

Desde la Academia, los museos o los movimientos sociales alternativos algunas personas nos hacemos preguntas sobre la condición de género, y las desigualdades de todo tipo por motivos de género. Las clasificaciones que aplicamos constantemente a los fenómenos y a las personas según el género, la edad, la clase, la religión o la pertenencia étnica no son naturales sino que son construidas socialmente, y, por lo tanto, las diferencias de género son artificiales e históricas. En mi opinión, debemos utilizar todos los instrumentos a nuestro alcance para superar las distinciones arbitrarias que nos conducen a desigualdades e injusticias respecto al género.

Marco Teórico: Identidades de Género y Vestido

Ante diversos pensadores que abogan por defender que el sexo es natural y el género artificial, Judith Butler da una vuelta de tuerca al asunto. Afirma que

Aunque los sexos parezcan ser claramente binarios en su morfología y constitución (lo que tendrá que ponerse en duda), no hay motivo para creer que también los géneros seguirán siendo sólo dos. Cuando la condición construida del género se teoriza como algo completamente independiente del sexo, el género mismo pasa a ser un artificio ambiguo, con el resultado de que hombre y masculino pueden significar tanto un cuerpo de mujer como uno de hombre, y mujer y femenino tanto uno de hombre como uno de mujer (Butler, 2017B, p. 54).

Butler cuestiona las identidades y las categorías de género y de sexo, y reivindica que tanto cuerpo, sexo como género son construcciones sociales. Propone superar la idea de identidad para toda la vida, la misma en todos los actos de una persona. Más bien habría que hablar de relaciones cambiantes, de identidades fluidas y de género neutro o no género. Las personas que no se encasillan en ninguna de las categorías “normales” deben poder identificarse con la feminidad o la masculinidad y otros, según las vivencias que experimenten. Butler introduce el concepto de *performativity*, como explica Jo Paoletti, “Performativity as conceived by Judith Butler, refers not to the way that a dress expresses our social role -which she would call simply ‘performance-- - but to the process by which our interactions with societal norms produce our gender as we experience it”¹ (Paoletti, 2010, p. 2).

En este sentido Paul B. Preciado afirma que,

La masculinidad y la feminidad, la heterosexualidad y la homosexualidad no son entidades ontológicas, no existen en la naturaleza con independencia de relaciones sociales y redes discursivas, y por tanto no pueden ser objeto de observación empírica. Son el efecto de relaciones de poder, sistemas de signos, mapas cognitivos y regímenes políticos de producción de la vida y la muerte. La anatomía no puede ser el fundamento sobre el que se apoyen las agendas políticas y los juicios morales, puesto que la anatomía (un sistema de representación históricamente fabricado) es en sí mismo el resultado de convenciones políticas y sociales cambiantes (Preciado, 2019, p. 72).

Aunque Butler y Preciado no hablan explícitamente del tema central de este artículo, qué es cómo la apariencia, el vestido y la moda crean o modifican categorías de género, sí plantean el tema de la transformación y los cambios en personas que no tienen una identidad definida y fija desde el nacimiento hasta la muerte. En el contexto de una sociedad líquida tal como la define Bauman, no solo el trabajo, la pareja, la casa varían constantemente, a imitación de la moda (Bauman, 2011), sino que los antiguos géneros femenino y masculino tienden a superar el binarismo de dos categorías opuestas y a aceptar otras modalidades de géneros, con expresiones diferentes según la ocasión o según el periodo de la vida de una persona.

La Teoría *Queer*, el Vestido como Marcador de Género

Ya en 1933 John Carl Flügel afirma que,

el deseo de vestirse como personas de otro género puede tener o no relación con la homosexualidad y depende de las diferentes culturas. Predice que las motivaciones y efectos del intercambio de vestido promete ser uno de los temas más fecundos de investigación antropológica y psicológica (Bard, 2010B, p. 158).

La actual teoría *queer* define y defiende lo que no es aparentemente normal, entendiendo normal: como heterosexual, convencional, de clase media, cristiano, blanco y occidental. Quiere superar los sistemas binarios, tanto el hetero/homosexual como hombre/mujer, que corresponden a una visión del mundo patriarcal y de desigualdad de géneros, para conseguir que las personas vivan de una manera libre y sin etiquetas. Para superar las categorías en relación a las maneras de vestir, la teoría *queer* es un espacio de negociación y de superación de estereotipos, tal como explican Adam Geczy y Vicky Karaminas en *Queer Style* (2013), cuando afirman que el estudio de la moda, el vestido y el estilo son muy importantes para la identidad *queer*, como elementos básicos en la construcción de la identidad material y la formación de un espacio social y personal, ya que el vestido es un marcador visible y consciente de un género construido o representado, “What makes the study of fashion, dress and style so important to queer identity is the role of clothing in constructing material identity and its shaping of personal and social space”... “dress is therefore a visible and conscious marker of a constructed or performer gender (Geczy, Karaminas, 2013, pp. 3-7)².

Los estudios *queer* introducen el concepto de *intersectionality* para subrayar cómo las categorías de género, clase, aptitud, etnia, y sexualidad se complementan y se encuentran en puntos de unión y de intersección, con el objetivo de producir sistemas de opresión y de desventajas, y cómo estos sistemas impactan en la construcción del cuerpo y del estilo.

Las identidades son sistemas de pensamiento y creencias, y a la vez individuales y colectivos. Actualmente las identidades no son conceptos cerrados y no son determinantes para definir a una persona, como lo han venido siendo hasta ahora, ya que son constructos sociales variables a lo largo de la vida de una persona y a lo largo de la historia. Estas identidades se manifiestan a través de marcadores visibles o invisibles. Uno de los marcadores más importantes es el ornamento, definido como un conjunto de vestido y complementos, maquillaje, peinado, tatuaje o *piercing*, que cada individuo compone en su cuerpo para definirse, mostrarse a otros individuos y comunicarse con ellos, tal como lo definen Ruth Barnes y Joanne B. Eicher (Barnes, Eicher, 1993).

Diversas autoras como Joanne Entwistle en *El cuerpo y la moda, una visión sociológica* (2002), Ann Hollander en *Sex and Suits, The Evolution of Modern Dress* (2006), y Valerie Steele en *A Queer History of Fashion: from the Closet to the Catwalk* (2013) analizan cómo la separación y caracterización de géneros afecta a la manera de vestir, de vivir, y de relacionarse de las personas a lo largo de la historia, y la construcción del género a través de la moda.

En este sentido, Entwistle afirma que,

La indumentaria es uno de los ejemplos más inmediatos y eficaces del modo en que se les da género a los cuerpos, femenino y masculino, de modo que cualquier disertación sobre moda ha de explicar de qué modo se diferencia entre los sexos, hombres o mujeres, y cómo llegan a significar masculinidad y feminidad (Entwistle, 2002, p. 175).

Esta idea, basada en el sistema binario de género, se ve en parte superada por pensadores como Preciado cuando dicen que “El cuerpo no es propiedad, sino relación. La identidad sexual (de género, nacional o racial) no es esencial, sino una relación” (Preciado, 2019, p. 171). El estudio del vestido en relación con los géneros tiene diferentes lecturas ideológicas, desde la sumisión de un género a otro, la exhibición de poder, empoderamiento, hasta la resistencia o la revolución. Jo B. Paoletti (2010, s/p) afirma que hay que estudiar el vestido, compararlos y estudiar las disidencias para descubrir los patrones invisibles de las distinciones de género.

Dress study offers a powerful means for exposing the underlying patterns of gender distinctions. Research projects may be structured one of three ways: to focus on male or female dress alone, to compare them, or to consider instances where gender norms are transgressed or challenged³.

Partiendo de esta base teórica y de la realidad social, el presente proyecto quiere dar respuesta al debate actual sobre desigualdad de género y nuevas identidades, para eliminar las desigualdades y violencias causadas por la orientación sexual y la diversidad de género, en sintonía con la política del Ayuntamiento de Barcelona, organismo al cual pertenece el Museo.

Aunque autores contemporáneos como Preciado afirman que “el museo ha dejado de ser un instrumento transformador de la sociedad y el público un agente crítico, a causa de la presión de la crisis económica” (Preciado, 2019, p. 145), creemos en el potencial del museo para educar y provocar que las personas visitantes se planteen preguntas vitales sobre ellas mismas y la sociedad en la que habitan. No se trata únicamente de mostrar vestidos sino de plantear preguntas de cómo nos posicionamos frente a problemas sociales de género, clases sociales o, diferentes culturas, y qué se puede hacer individualmente y socialmente para cambiar conductas de violencia y desigualdad. El museo ha de propiciar la reflexión sobre la norma, que se presenta como natural, y la exclusión, lo extraño, lo único o diverso. La actual exposición permanente del Museo, “*El cuerpo vestido, siluetas y moda, 1550-2015*”, comisariada por Teresa Bastardes y esta autora (Bastardes y Ventosa, 2014), plantea la relación entre cuerpo, vestido y moda según los cánones sociales, culturales y morales de cada época, para evidenciar cómo somos esclavos y esclavas de nuestro cuerpo y de la moda. El actual proyecto va más allá, queremos crear una nueva exposición, para detectar y poner en evidencia los puntos neurálgicos en qué los sistemas de vestir femeninos y masculinos se separan o se unen a lo largo de la historia de la moda, así como los fenómenos, personajes y periodos clave que marcan los puntos de cambio.

En el Museo, el género es un elemento clave que vertebra el estudio y la conservación de vestidos. Es la primera categorización para describirlos que, aunque no sea explícita, está presente en todos los documentos y procesos de trabajo. Exposiciones y catálogos de vestidos y moda ayudan a hacer comprensible la complejidad de las relaciones sociales y las expresiones de género. Algunas de las primeras investigaciones importantes en el campo de moda y género se divulgan en forma de exposiciones y catálogos de museo, como *Jocks and Nerds* en Nueva York y *Men and Women, a History of Costume, Gender and Power* en Washington, ambas de 1989. Como afirma Paoletti, “*As sometimes happens, the first major works took the form of museum exhibitions, accompanied by catalogs or companion publications*” (Paoletti, 2015, p. 2)⁴.

Es necesario reinterpretar la historia y el sistema de la moda desde la perspectiva de género. Se trata de re-leerla y analizarla tal como se ha construido, para deconstruirla. El objetivo es mostrar la arbitrariedad de la moda y de la asignación de géneros, para reflexionar conjuntamente con los usuarios del Museo sobre nuestras identidades. Se trata de incrementar la colección de piezas de vestir creadas para cuestionar el sistema binario, especialmente en el siglo XXI y entrevistar a los diseñadores comprometidos, así como reunir a especialistas en este tema en jornadas de intercambio de ideas, para poder conocer mejor el nuevo paradigma de empoderamiento de los géneros.

Método utilizado para la Nueva Presentación de Moda y Géneros en el Museo del Diseño de Barcelona

El método de trabajo realizado abarca una serie de etapas, que se explican brevemente a continuación. A partir de la exposición permanente mencionada, se ha analizado cómo los temas de cuerpo, identidad, vestido y moda han evolucionado en los últimos diez años. Después de una lectura detallada de los últimos estudios sobre moda, se ha detectado que la perspectiva de género es un instrumento muy adecuado y actual para enfocar la historia social de la moda. A partir de estas lecturas, se ha construido un nuevo concepto y guión para modificar la actual exposición y darle un contenido más crítico y comprometido, que hable de las desigualdades de género y sociales, para explicar que la moda se inicia y evoluciona teniendo el género, junto a la diferencia de clases con ejes vertebradores de las desigualdades en la sociedad heteropatriarcal. Seguidamente, se ha estudiado la colección del Museo para ver qué piezas explican mejor las diferencias de género, y cuáles las similitudes. Se ha realizado una investigación para completar la colección con prendas tanto *agender* como binarias del siglo XXI. Y se ha escrito de nuevo los textos de la exposición para reflejar el tema principal. Finalmente se ha encargado el rediseño de la exposición bajo el nuevo prisma.

Resultados

El resultado principal del escrito es una nueva lectura y ampliación de la exposición inicial “El cuerpo vestido, siluetas y moda 1550-2015” de 2014, tanto en la selección de piezas, como en los textos, para poner en relieve que la historia social de la moda puede y debe leerse desde la perspectiva de género.

Historia social de la moda desde la perspectiva de género

En la Europa occidental, desde la antigua Grecia todas las personas se visten con telas drapeadas sin costuras. Estas se combinan con túnicas en forma de T, que son similares, aunque se distinguen pequeñas diferencias según el género, como el largo de la prenda o ciertos elementos ornamentales. Hasta el siglo XII todas las personas se visten con túnicas que cubren el cuerpo, con capas y telas drapeadas como prendas exteriores. Para la guerra, los hombres llevan túnicas cortas y una pieza que separa las dos piernas –una especie de pantalones interiores–, y una túnica larga para ceremonias. Las mujeres no llevan pantalones, únicamente medias debajo de las faldas. Hacia el año 1300 hombres y mujeres empiezan a verse diferentes. Las *perneras* de los hombres se unen y se tensan para convertirse en medias. El vestido del hombre de los siglos XIV, XV y XVI es rígido como una armadura, con formas geométricas casi abstractas, como las mujeres, que llevan una falda y un sobrestido. La falda, que cubre las piernas como una campana, se convertirá, junto con prendas para tapar la cabeza, en los símbolos de las virtudes morales femeninas hasta entrado el siglo XX. Como podemos ver en la Figura 1, el vestir de las mujeres se basa en la falda y el torso rígido, mientras que los hombres gozan de mayor libertad de movimientos llevando pantalones que envuelven por separado cada pierna.



Figura 1. Primeras representaciones del sistema binario, 1550-1600. © Museo de Diseño de Barcelona. Foto Xavi Padrós. *Nota.* El hombre con piernas separadas y silueteadas, la mujer bajo un vestido que cubre todo el cuerpo.

Desde el siglo XVI, anatomistas como Andrés Vesalio observan las diferencias en los cuerpos, y sientan la base para el binarismo de género. Del siglo XVI hasta mediados del siglo XVIII las diferencias en el vestir de mujeres y hombres son morfológicas, pero la concepción de la moda es la misma, como se observa en la (Figura 2). La cantidad y calidad del ornamento no se basa en el género sino en la diferencia de clases sociales. Todas las personas de la aristocracia usan cosmética, grandes pelucas, joyas o blanqueadores de piel. En esta época, se considera tan masculino como femenino un conjunto rosa, con flores bordadas y encajes.



Figura 2. Conjunto para hombre, 1740-1760 (MTIB 47.397-47.400), y vestido para mujer, 1755-1760 (MTIB 88.016), donación Manuel Rocamora. © Museo de Diseño de Barcelona. Foto: La Fotográfica.

Nota. La diferencia no radica en el ornamento, sino en las siluetas de piernas bifurcadas a la izquierda, y juntas y ocultas a la derecha, que muestran el dimorfismo sexual.

Aunque los cambios en el vestido masculino se inician a finales del siglo XVII en Inglaterra, a finales del siglo XVIII la sociedad burguesa mira con sospecha el color, la decoración o las formas extravagantes como muestras del antiguo Régimen. Las mujeres que siguen la moda revolucionaria visten sin miriñaque ni *corsé*, y algunas llevan vestido de amazona con *jaquetillas* masculinizadas.

En una cita de la época, curiosamente se igualan los trajes de hombre y de mujer:

“Aujourd’hui, à l’exception des habits qui ne remplacent point encore les robes, et des culottes qui ne remplacent point encore les jupons, les habillements des femmes sont les mêmes que ceux des hommes, tant pour la coupe que pour la couleur”. *Le Magasin des Modes*, 1787 (citado por Bard, 2010A)⁵.

En 1793 un decreto promulga en Francia que ninguna persona de uno u otro sexo podrá obligar a un ciudadano o ciudadana a vestirse de una manera particular, y que cualquiera es libre para llevar el vestido de su sexo que le convenga. En realidad significa que cada género debe llevar los vestidos que le han sido asignados socialmente (Figura 3).



Figura 3. Conjunto para hombre, 1795-1800 (MTIB 88.211, 103.962 y 4.233/14 donación Manuel Rocamora), y vestido chemise para mujer, 1789-1800 (MTIB 144.495 donación Colette Bergés). © Museo de Diseño de Barcelona. Foto La Fotográfica. Nota. El hombre lleva chaleco de flores y la mujer una imperceptible ornamentación bordada.

Desde principios del siglo XIX, la sociedad quiere enfrentar dos géneros a través de la indumentaria. El hombre presenta en su atuendo una uniformidad funcional que es un reflejo de su eficiencia en el trabajo. Los trajes de hombres varían poco a lo largo de la historia, son sobrios, invisibles, y por eso son modernos. La ornamentación pasa de moda, y se considera signo de frivolidad y de ociosidad: la moda se convierte en un asunto de mujeres (Hollander, 2002). Es, como indica Flügel, *la gran renuncia masculina*. En cambio las mujeres muestran vestidos ornamentados y superfluos para representar un papel social de objeto decorativo, y ponen en evidencia su falta de independencia personal y económica. Según esta pensadora, aunque el cuerpo de los hombres esté cubierto por prendas de vestir, siempre se ve la estructura del tronco y las articulaciones, por lo que es más realista que el de las mujeres, que se cubren de cabeza a pies con elementos fantasiosos y grandes volúmenes, creando un juego entre modestia y erotismo. Aunque, afirma, también que hay rasgos comunes, ya que los mismos sastres elaboran trajes para hombres y mujeres con las mismas telas y patrones. Veblen lo describe desde el punto de vista que el vestido de las mujeres llega aún más lejos que el de los hombres, en lo que se refiere a demostrar que quién lo usa se abstiene de toda tarea productiva. (Veblen, 1899).

La llamada *gran renuncia masculina* tiene su origen en una declaración de Carlos II de Inglaterra, que en 1666 afirma que la moda de vestir masculina se basará en una chaqueta sobria y sin ornamentos. La chaqueta se convierte en la pieza clave del uniforme de los hombres de las clases medias, en relación directa con el concepto de masculinidad, siendo un símbolo de poder político, económico y de género (Kutchka, 2002). Dice Flügel en *Le Rêveur nu. De la parure vestimentaire*:

Les hommes renoncèrent à leur droit d'employer les diverses formes de parures brillantes, gaies, raffinées, s'en dessaisissant entièrement au profit des femmes. C'est pourquoi on peut le considérer comme la "Grande Renonciation masculine" sur le plan vestimentaire. L'homme cédait ses prétensions à la beauté. Il prenait l'utilitaire como seule et unique fin (citado en Bard, 2010A: 11)⁶.

En los años 1830, a esta corriente general se opone un pequeño pero significativo grupo de personajes masculinos, los *dandis*, preocupados y ocupados por obtener una imagen perfecta de sí mismos actividad que en este periodo ya se atribuye al universo femenino, usando cosmética y prendas sobrias de excelente confección a medida, y un estudio detallado de la postura, el tono de voz, el tema de la conversación, el vestido y el cuidado de la piel con un aire elitista del Antiguo Régimen. Son extravagantes pero no subversivos, están dentro de lo que el sistema burgués admite.

A principios del siglo XIX se generalizan los pantalones largos para hombres que formaban parte del mundo cotidiano de los marineros y de los campesinos. El origen del nombre proviene del apodo dado a los venecianos, que ofrecían culto a San Pantaleone, y se difundió gracias a la *Commedia dell'arte*.

En cuanto a los pantalones llevados por mujeres, en el siglo XIX las mineras, pescadoras y agricultoras llevaban a diario pantalones, imprescindibles para su trabajo. Desde 1850 las mujeres de la ciudad llevan pantalones interiores. Según Hoskins en *Manual anticapitalista de la moda*, cuando las mujeres llevan pantalones están realizando actos de resistencia para poner en evidencia desigualdades, o para intentar cambiar las posiciones de poder y privilegio. Vestirlos es una táctica para salir de una posición social y equiparse con una posición de más poder, en resumen, la de los hombres (Hoskins, 2017, p. 251).



Figura 4. Conjunto para hombre (MTIB 144.462 donación Assumpció Portabella). Vestido de C. F. Worth, 1874 (MTIB 88.094 donación Manuel Rocamora). © Museo del Diseño de Barcelona. Foto La Fotogràfica. Nota. El vestido femenino *tapissier* recuerda las tapicerías y los cortinajes de las casas, donde la mujer burguesa “es” un objeto más. En cambio el hombre burgués de la segunda mitad del siglo XIX viste un conjunto oscuro, sin ornamentación, símbolo del trabajo y del poder económico.

Para cuestionar la sociedad heteropatriarcal basada en las desigualdades de género, que muestra una manera de vestir diferente para hombres y mujeres (Figura 4), en los años 1860 la periodista americana Amelia Bloomer critica la extravagancia y lo primitivo de los vestidos de las mujeres, que las reduce a niñas, y aboga por un *reform dress*. El conjunto de *Bloomer* combina una especie de pantalones bombachos orientales con una túnica corta. Sus críticos dicen que el modelo no es estético, pero en realidad no es aceptado socialmente porque al llevar pantalones quiere equipararse al hombre. Bloomer afirma que el traje de las mujeres debería servir a su salud, comodidad y utilidad; y, aunque no debería dejar

tampoco de controlar su adorno personal, esto debería ser de importancia secundaria. En los años 1870 aparece el vestido racional en círculos artísticos, en un momento en que la sociedad está más preparada para entenderlo y aceptarlo. Desde finales de los años 1880, John Redfern y Charles Creed crean vestidos sastre para mujeres de chaqueta y falda a juego en tela y color, inspirados en la idea del terno masculino, aunque sin pantalones. En 1890 empiezan algunas mujeres a llevar pantalones exteriores y sombreros masculinos, y trajes de paño de lana. La escritora Georges Sand cuenta que se vestía de hombre para defender la igualdad y su propia comodidad. En su círculo otras artistas y escritoras llevan pantalones con las mismas ideas.

A principios del siglo XX, algunas mujeres de las clases populares llevaban pantalones, calzones para trabajar la tierra, jerséis de punto, monos, *trenchcoats*, o cazadoras de piel. En la Primera Guerra Mundial, las mujeres llevaban vestidos sastre de falda de sarga de lana. Algunas mujeres de clases altas visten prendas del armario de los hombres, como el *smoking*, pajarita y camisa blanca con pechera almidonada, y sombrero de copa. Sus motivos son diversos: reivindicación feminista, deporte, ir a la moda, incluso convivir con hombres sin ser discriminadas en el ejército, pero la sociedad las suele etiquetar como homosexuales. En cualquier caso se trata de conquistar el empoderamiento y de dar visibilidad a las desigualdades.

En los años 1920-1930, las mujeres se visten con túnicas rectas, liberan su cuerpo del corsé, y tienen un nuevo aire de modernidad con ropa deportiva o de viajes en automóvil o en moto. En 1922 Victor Margueritte escribió la novela *La garçonne*, que trata de una joven que huye de casa para tener una vida independiente. La protagonista tiene una silueta preadolescente, delgada y atlética. Esta novela da nombre a la moda *à la garçonne*: pecho liso, faldas cortas que enseñan las piernas, pelo corto. Escuchan jazz y bailan, se maquillan exageradamente, beben licores fuertes, o conducen automóviles, como desafío a las normas convencionales de la época. En los vestidos, la cintura estrecha, que ha sido durante siglos el máximo símbolo de feminidad, se libera, baja hasta las caderas o incluso desaparece. El elemento destacable de *la garçonne* no es sólo que la mujer adopte prendas de hombre sino que quiere mostrar un nuevo cuerpo liberado en movimiento.

Se recupera el concepto del vestido-camisa de la Revolución Francesa, ahora en forma de una túnica recta de dos paneles de tela que cuelgan de los hombros, sin apenas patronaje. Esta moda es adoptada masivamente, llega a todas las clases sociales ya que es relativamente barata y sencilla de confeccionar en el ámbito doméstico o en la confección industrial. Dura unos diez años, hasta 1932, pero representa una revolución en la manera de vestirse y de comportarse de mujeres que buscan su independencia. Este fenómeno de democratización del vestido está ligado a la incorporación masiva de las mujeres al mundo del trabajo industrial y de servicios a causa de la I Guerra Mundial. Las mujeres se ven obligadas a hacer trabajos asignados a hombres, y por ello adoptan su indumentaria. Los cuerpos de las mujeres se vuelven más reales, con prendas de punto que se ajustan al cuerpo. La llamada moda andrógina de esta época se refiere a vestidos, apariencia y gestualidad con indefinición de género. En los 1920 y 1930 los creadores de moda exploran nuevos códigos de vestuario, a veces con simples elementos asignados a otro género, a veces con un *look* completo, como se observa en la (Figura 5). A partir de 1929 las mujeres llevan pantalones para deportes o cenas en casas particulares, actitud que la Iglesia Católica prohíbe.



Figura 5. Foto de Ramón Batlles, 1934 (MDB 4.195/14). Museo de Diseño de Barcelona. *Nota.* La protagonista lleva un conjunto de El Dique Flotante, realizado con paño de lana con el que se hacen los trajes de hombre, jersey negro sobrio, zapatos pesados y pelo corto. Su imagen anuncia nuevos aires de modernidad.

Marlene Dietrich es la primera actriz en probar el poder erotizador del pantalón. Desde *Marruecos* (1930) utiliza el traje masculino en cada una de sus películas como un símbolo del poder que se alía con el dinero y la masculinidad. Pero también lleva pantalones en su día a día.

En otro contexto, en los años 1930 los *zoots*, *grups* latinos y afroamericanos de los Estados Unidos llevan pantalones anchos con pinza y americanas muy largas para bailar y como protesta contra la desigualdad social. Las mujeres *zoot* llevan también pantalones muy anchos y chaquetas largas, o faldas cortas y plisadas con zapatos masculinizados. Estos atuendos fueron prohibidos y reprimidos por el *stablishment*.

En los años 1940 es necesario racionalizar el uso de tejidos y vestidos, debido a la escasez de recursos de la II Guerra Mundial. Los trajes femeninos imitan formas rectas y elementos de los uniformes militares, como grandes hombreras, bolsillos aplicados, y pantalones amplios y chaquetas americanas. Desde finales de los 1940 a finales de los 1950, la moda sufre una exaltación historicista de regreso al sistema binario de vestir. El objetivo es resaltar los atributos de género femenino y especialmente grandes caderas, símbolo de la fertilidad, en un momento histórico de descenso de demografía a causa de la guerra. Christian Dior refuerza el estilo conservador e historicista de vestir con el *New Look*, que recupera la imagen de mujer seductora y a la vez de esposa y madre.

En la España franquista, la represión moral contra la libertad vestimentaria de las mujeres es superlativa, siguiendo cánones de la religión cristiana predicada por la jerarquía eclesiástica. La Sección Femenina, y la revista femenina *Consigna* se ocupan de difundir los valores ultraconservadores sobre el comportamiento y los valores morales de las mujeres, y en especial la necesidad de subordinación a los hombres.

Carmen Martín Gaité en *Usos amorosos de la postguerra española* (1987) cita a la falangista Pilar Primo de Rivera:

Y el peligro que pudiera haber para las mujeres de que se aficionen a presentarse delante del público con unos trajes que no se acomoden quizás a las normas de la moral cristiana, o la cosa un poco pagana que tiene en sí de darle demasiada importancia a la belleza del cuerpo, está salvada con una vigilancia constante sobre la indumentaria (Martín Gaité, 1987, p. 63).

Pero al mismo tiempo, en los años 1950 se gesta la revolución de los jóvenes, que tiene su momento álgido en 1968 y los años 1970. La moda reinventa modelos de los años 1910 y 1920: faldas cortas, pantalones anchos, o túnicas, como las de los *hippies*. Si en los años 1920 el pelo de las mujeres se corta para emular chicos jóvenes, en los 1960 y 1970 hombres y mujeres lo llevan largo. La imagen corporal denominada *unisex*, como la anterior andrógina, pretende crear una confusión a simple vista sobre qué género tiene la persona. Este es un nuevo paso hacia la ambigüedad de los géneros y la moda, realizado por unos jóvenes que muestran así su rebeldía contra los patrones conservadores de sus padres. Los préstamos de vestidos entre hombre y mujer son cada vez más corrientes. Los hombres quieren imitar la manera de vestirse de las mujeres, con faldas y túnicas largas y amplias, influenciadas por culturas orientales. Ambos géneros llevan camisas estrechas floreadas, pantalones anchos de pata de elefante o *shorts*. Este deseo de parecerse proviene de la necesidad social de igualdad no sólo de apariencia sino también de derechos, y se relaciona con los movimientos feministas. En estos años los pantalones para todos los géneros se hacen cotidianos.

La polémica sobre el pantalón femenino, como la del uso del tabaco, tuvo un peculiar matiz que rebasaba los límites de la moralidad para incidir en otro campo tanto o más digno de defensa: el de las esencias mismas de una feminidad que había de ser cuidadosamente delimitada (Martín Gaité, 1987, p. 137).

Los tejanos tienen un aire provocador y revolucionario, y son el signo de rebelión contra las desigualdades de género, sociales, guerras, etc. En la alta costura y el *prêt-à-porter* los pantalones para mujer se introducen gracias a Courrèges en 1964, Dior en 1965 y Yves Saint-Laurent que crea el *smoking* para mujer en 1966 (Figura 6).



Figura 6. Traje sastre para mujer de Josep Ferrer, 1959 (MTIB 143.042 donación Josep Ferrer), y conjunto de blusa de encaje y pantalones ajustados para hombres de Esteve Pila, 1968 (MTIB 143.144 donación Esteve Pila, ambos a través del Círculo de Escritores de la Moda). © Museo del Diseño de Barcelona. Foto La Fotográfica.

Hasta mediados de los años 1970 la antimoda muestra nuevas preocupaciones por los roles sociales atribuidos al género. Desaparece el *look* de niña pequeña de los vestidos *babydoll* de los 1960. Grupos juveniles como los *punk* utilizan prendas militares para rebelarse contra la sociedad. Adoptan un *look* sin género, con prendas desgarradas, imperdibles y peinados altos y puntiagudos, que ponen en cuestión los estereotipos de género. La moda inspirada en el estilo militar refuerza la imagen andrógina de mujeres que quieren romper con los roles tradicionales y están luchando por una igualdad de derechos.

La década de 1980 es una época compleja en relación al género y al vestido. Las tendencias son contradictorias: vestidos extra grandes tapan los cuerpos, o monos de *lycra* y ropa interior ajustada resaltan las curvas en una ola de hipersexualidad. Se populariza la idea que la mujer ha de vestirse con traje sastre para tener éxito y triunfar en el mundo empresarial: *dress for success*. La chaqueta, imitando a la americana masculina, es entallada y cortada con patrón para mujer, y se combina con una falda *píncel* ajustada a juego y zapatos de tacón de aguja, que le dan un aire a la vez sexy y agresivo. Las profesiones de mujeres con uniforme como las azafatas incorporan tarde trajes cómodos y apenas pantalones. Los movimientos feministas abogan por otras maneras de vestirse, fuera de los cánones de la moda. Rechazan el maquillaje, los tacones altos, los peinados de peluquería, el culto a la juventud y a la extrema delgadez, y todo el tiempo y dedicación que se necesita para arreglarse antes de salir a la calle.

Al mismo tiempo, creadores como Jean-Paul Gaultier desdibujan las fronteras entre masculino y femenino o bien hipersexualizan las prendas. En este periodo la moda japonesa que llega a Europa aporta prendas geométricas y sueltas inspiradas en su tradición que envuelven el cuerpo. A finales de los 1980 y principios de los 1990 los *club kids* neo románticos llevan vestidos andróginos, y se pintan los ojos y los labios exageradamente.

Desde los años 1990 algunas personas utilizan una imagen andrógina para diluir visualmente las fronteras de género. Con el cambio de siglo, diferentes identidades de género empiezan a ser aceptadas socialmente gracias a activismos a favor de la diversidad sexual. Y como consecuencia de este cambio radical, la defensa de las diversas identidades de género son incorporadas por algunos partidos políticos y por algunos departamentos de la Administración Pública. La estética *agender* se ha convertido en una tendencia de moda. En la (Figura 7) vemos un modelo que se hizo para todos los géneros. Se manifiesta no sólo en los vestidos sino en la imagen de las y los modelos en las pasarelas, y en los jóvenes en la calle. Los pantalones de mujeres aún están mal vistos en el mundo político, con algunas excepciones.



Figura 7. Colección “Alegoría” de Carlotaoms, primavera verano 2016 de Carlotaoms (MDB 425 donación Elisabet Carlota i Elisenda Oms). Museo del Diseño de Barcelona. Foto Estudio Vargas. *Nota.* Carlotaoms ha creado el mismo modelo con patronaje diferente para dos géneros.

Discusión

El sistema de pensamiento que consiste en clasificar personas y hechos, y crear dualidades, está en un cambio de paradigma para superar el desfasado binarismo de los géneros. El género fluido se está convirtiendo en una tendencia tanto social como de moda cada vez más visible. Creemos por lo tanto que nuestra manía clasificatoria cartesiana también tendrá que cambiar en el futuro.

En esta investigación se reinterpreta la historia de la moda desde la perspectiva de género, con una primera visión panorámica de diferentes periodos históricos, de los que se describen actores, fenómenos y sobre todo cambios en la relación géneros-vestido-moda. El estudio de los próximos años se concentrará en analizar en profundidad las tendencias de moda del siglo XXI bajo el prisma del género. Actualmente un número creciente de diseñadores y de empresas plantean la cuestión del género bien como esencia de la marca o estrategia de marketing, creando colecciones *agender* o *unisex*. Para conseguirlo, adoptan diferentes vías: borrar la forma del cuerpo con modelos amplios sin patronaje, mostrar el mismo modelo con patronajes diferentes como vemos en la (Figura 7), utilizar prendas masculinas como el chaleco o femeninas como las faldas indistintamente con normalidad, o crear vestuario más propio del mundo ficticio: cine, teatro o carnaval, que el de la moda. El Museo del Diseño de Barcelona quiere hacer visible el papel y el poder de la moda y de los vestidos para diferenciar géneros o hacerlos indistintos. Hay que analizar e interpretar cuidadosamente estos marcadores sociales y culturales del pasado para superar diferencias en el presente y en el futuro. En el Museo, a imagen de los estudios sobre moda, las colecciones de indumentaria se han clasificado tradicionalmente de manera binaria como vestidos de mujer y vestidos de hombre. Debe pensarse un nuevo sistema que supere el

tratamiento binario de clasificación. En la actualidad nos encontramos ante cuerpos no definidos que visten ropas también indefinidas, y este fenómeno está cada día más presente, hasta ser un *leit motiv* de la moda desde 2015.

Si creemos que los museos no son sólo almacenes de objetos para la posteridad, sino espacios de acción social y cultural de acuerdo con la nueva definición de Museo del ICOM (International Council of Museums) de 2022⁷, la representación de la moda en el museo ha de cambiar y mostrar cómo la sociedad se transforma. Los museos han de ayudar a las personas a entender nuevas realidades sociales, ser voces críticas, y pasar de una posición de autoridad a ser una voz entre otras, y, en este caso, un altavoz de nuevas identidades y diversidades. Los museos, en definitiva, no deben ser solo un espejo del pasado sino un instrumento de comprensión y comunicación de la historia, y de realidades presentes y futuras, para activar el pensamiento crítico de los ciudadanos que de alguna manera sirva para transformar el mundo.

Notas

1. “La performatividad tal como la concibe Judith Butler se refiere no sólo a la manera en qué el vestido expresa nuestro rol social, que podríamos llamar simplemente ‘performance’ o actuación, sino al proceso en el que nuestras interacciones con las normas de la sociedad producen nuestro género tal como lo experimentamos” (Traducción de la autora).
2. “Lo que hace que el estudio de la moda, el vestido y el estilo sean tan importantes para la identidad *queer* es el rol del vestido en la construcción de la identidad material y la formación de un espacio social y personal” ... “El vestido es pues un marcador visible y consciente de un género construido o representado” (Traducción de la autora).
3. El estudio del vestido ofrece un modo poderoso de exponer los patrones invisibles de las distinciones de género. Los proyectos de investigación deben ser estructurados en uno de los tres sentidos; enfocarse solo al vestido de hombre o de mujer, compararlos, o considerar ejemplos en qué las normas de género se transgreden o se desafían (Traducción de la autora).
4. “Como pasa a veces, los primeros grandes trabajos tuvieron forma de exposiciones de museo, acompañadas de catálogos o de publicaciones simultáneas” (Traducción de la autora).
5. “Hoy, a excepción de los trajes de hombre que no reemplazan aún los vestidos de mujer, y de los calzones que no reemplazan aún las faldas, la indumentaria de las mujeres son las mismas que la de los hombres, tanto por el corte como por el color”.
6. Los hombres renunciaron a su derecho de emplear sus diversas formas de ornamentos brillantes, alegres, refinados, se deshicieron de ellos complementamente en provecho de las mujeres. Es por eso que se le puede considerar como la “Gran Renuncia Masculina” en el plano del vestido. El hombre cedió sus pretensiones a la belleza. Tomó lo utilitario como solo y único fin” (Traducción de la autora).
7. “Un museo es una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e in-

material. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos.” 24 de agosto de 2022, 26ª Conferencia General del ICOM.

Bibliografía

- Bastardes, T., Ventosa, S. (2014). *El cuerpo vestido. Siluetas y moda. 1550-2015*, catálogo de la exposición. Barcelona, España: Ayuntamiento de Barcelona.
- Bastardes, T., Ventosa, S. (2017). *Heritage Collections in Support of a Narrative Dressing the Body: Silhouettes and Fashion 1550-2015*. Londres: ICOM Costume Proceedings.
- Bard, C. (2010-2014). *Une histoire politique du pantalon*. Paris: Éditions du Seuil.
- Bard, C. (2010). *Ce que soulève la jupe*. Paris: Editions Autrement.
- Barnes, R., Eicher, J. B. (1993). *Dress and Gender*. Oxford: Berg.
- Bauman, Z. (2011) *Culture in a Liquid Modern World*. Cambridge: Polity Press.
- Beward, C. (2016). *The Suit, Form, Functions & Style*. Londres: Reaktion Books.
- Butler, J. (2017). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós.
- Butler, J. (2017). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Clark Smith, B., Peiss, K. (1989). *Men and Women, a History of Costume, Gender and Power*. Washington: National Museum of American History, Smithsonian Institution.
- Davis, F. (1992). *Fashion, Culture and Identity*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.
- Flügel, John Carl. (1982) *Le rêveur nu: De la parure vestimentaire*. Paris: Aubier Montaigne.
- Geczy, Adam, y Karaminas, Vicky (2013). *Queer Style*. Londres: Bloomsbury.
- Hollander, Anne. (1994). *Sex and Suits. The Evolution of Modern Dress*. Londres: Bloomsbury.
- Hoskins, Tansy E. (2017). *Manual anticapitalista de la moda*. Tafalla: Txalaparta S.L.L..
- Kutcha, D. (2002). *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity. England 1550-1850*. Berkeley: The University of California Press
- Martín Gaité, C. (1987). *Usos amorosos de la postguerra española*. Barcelona: Anagrama.
- McKever, R., Wilcox, C. (2022). *Fashioning Masculinities*, catálogo de la exposición. Londres: V & A Publishing.
- Paoletti, Jo B. (2010). *Fashion, Dress, and Gender: In Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion and reference resource*. Oxford: Berg.
- Plan para la Justicia de Género: Recuperado de: https://ajuntament.barcelona.cat/lgtbi/sites/default/files/documentacio/p_4.2_pla_per_la_justicia_de_genere_penjat.pdf
- Plan municipal para la diversidad sexual y de género Medidas para la igualdad LGTBI Recuperado de file:///F:/001%20MODA%20I%20G%C3%88NERE/p_4.2_pla_lgtbi_cast.pdf.
- Preciado, P. B. (2019). *Un apartamento en Urano*. Barcelona: Anagrama.
- Rabaza, T. Ramos, S. (2006) *La construcción del género en el franquismo y los discursos educativos de la Sección Femenina*, Encounters on Education, Volume 7, Fall.

- Steele, Valerie. (2013) *A Queer History of Fashion: from the Closet to the Catwalk*. New York: Yale University Press, Fashion Institute of Technology.
- Veblen, T. (2017). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Routledge.
- Ventosa, S. (2008). *Spain*. In *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion and reference resource*. Oxford: Berg.
- Ventosa, S. (2018). *Liquifying Gender Through Fashion*. New York: Campus Verlag.
- Woolf, Virginia (2002) *Orlando*. Madrid: El País, Clásicos del siglo XX.

Abstract: Gender studies and feminist movements question the gender condition, taking into account that gender differences are not natural but are socially constructed, especially the inequality between female and male identities in heteropatriarchal society.

Identities are individual and collective beliefs and thought systems that are manifested through signs, visible or invisible markers. One of the most important is the ornament, which is the set of clothing and accessories, makeup, hairstyle, tattoo or piercing. Each person uses the dress to show themselves and communicate with other individuals. From queer theory, the issue of identities and their relationship with clothing and fashion is raised.

Starting from this theoretical basis and social reality, this paper wants to offer a response to the current debate on gender inequality and new identities from the Barcelona Design Museum; building a reinterpretation of the history of fashion from a gender perspective, to propose a new permanent exhibition at the Museum.

The writing reviews a new social history of fashion up to the present, in which a growing number of designers and fashion companies raise gender issues as the essence of the brand or marketing strategy. In these cases, new methods are adopted to make the body shape invisible with oversize models without the need to resort to traditional pattern making. This is how it is possible to promote and optimize new patterns, on men's and women's garments indistinctly.

Keywords: Museum - fashion - gender - identity - history - collection - marketing - clothing - body - society.

Resumo: Os estudos de gênero e os movimentos feministas questionam a condição de gênero, levando em consideração que as diferenças de gênero não são naturais, mas construídas socialmente, especialmente a desigualdade entre as identidades feminina e masculina na sociedade heteropatriarcal.

Identidades são crenças e sistemas de pensamento individuais e coletivos que se manifestam por meio de signos, marcadores visíveis ou invisíveis. Um dos mais importantes é o enfeite, que é o conjunto de roupas e acessórios, maquiagem, penteado, tatuagem ou piercing. Cada pessoa usa o vestido para se mostrar e se comunicar com outras pessoas. A partir da teoria queer, levanta-se a questão das identidades e sua relação com o vestuário e a moda.

A partir desta base teórica e realidade social, este artigo pretende oferecer uma resposta ao atual debate sobre desigualdade de gênero e novas identidades do Barcelona Design Museum; construindo uma reinterpretação da história da moda a partir de uma perspectiva de gênero, para propor uma nova exposição permanente no Museu.

A escrita analisa uma nova história social da moda até o presente, na qual um número crescente de estilistas e empresas de moda colocam as questões de gênero como essência da marca ou estratégia de marketing. Nesses casos, novos métodos são adotados para tornar as formas do corpo invisíveis com modelos oversize sem a necessidade de recorrer à modelagem tradicional. Assim é possível promover e otimizar novos padrões, em peças masculinas e femininas indistintamente.

Palavras-chave: Museu - moda - gênero - identidade - história - coleção - marketing - vestuário - corpo - sociedade.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
