

La moda femenina en el espectador con respecto al rol de la mujer entre los años 70 y 80

Alejandra Castañeda Cardona ⁽¹⁾

Daniela González García ⁽²⁾

Resumen: La moda como forma de expresión no verbal, ha ganado importancia en las investigaciones recientes sobre los sentidos y significados asociados a la vestimenta. A lo largo de la historia, la moda ha sido un medio para comunicar identidades y significados, adaptándose a diferentes contextos culturales y de época. Durante las décadas de los años 70 y 80, período marcado por la liberación femenina y la adquisición de derechos, la moda también reflejó cambios con relacionados con los roles que las mujeres iban asumiendo socialmente. En consecuencia, se pretende determinar cuáles fueron los roles más relevantes de la mujer en la sociedad y su representación en las formas de vestir presentadas en el periódico El Espectador, uno de los medios de comunicación más importantes y antiguos de Colombia, en un periodo de tiempo que comprende los años 70 y 80. El presente trabajo se elaboró bajo una metodología cualitativa, en donde el método aplicado es el diseño documental, método de tipo histórico que pretende comprender un fenómeno social y cultural, a partir del análisis de los textos; arrojando, como resultados un rastreo histórico de los oficios de las mujeres en la época descrita y el análisis de las representaciones de la moda femenina en periódico El Espectador. Los hallazgos muestran influencias significativas de la moda femenina en contextos sociales representativos, sin embargo, no se han traducido netamente en las formas en las que se representaba la moda en el periódico.

Palabras clave: Moda - Comunicación - Representaciones - Roles - Mujer - Identidades

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 47-48]

⁽¹⁾ **Alejandra Castañeda Cardona.** Comunicadora Social, Universidad Católica de Oriente. Correo electrónico: alejacas1223@gmail.com

⁽²⁾ **Daniela González García.** Comunicadora Social, magíster en Gerencia del Desarrollo Social de la universidad EAFIT. Docente-investigadora del programa de Comunicación Social de la Universidad Católica de Oriente, Rionegro, Antioquia, donde lidera el grupo de investigación Communis. Ha presentado ponencias en eventos nacionales y escrito textos académicos en las áreas de comunicación para el cambio, arte y memoria. Correo electrónico: dgonzalez@uco.edu.co. <https://orcid.org/0000-0003-0989-6213>

Introducción

La moda como medio de comunicación ha sido estudiada desde diversos espectros y enfoques, tales como el marketing, el análisis de revistas especializadas como casos de estudio, el lenguaje de la moda y su papel como forma de comunicación no verbal. Sin embargo, estos precedentes evidencian la ausencia de investigaciones enfocadas en la evolución de los roles femeninos en la sociedad, específicamente durante el período en que la mujer comenzó a ser reconocida como sujeto de derecho y fue abriéndose campo en diversas ocupaciones.

A menudo se advierte la relevancia que ha tenido la moda en las últimas décadas, se la ha entendido un lenguaje, un medio de representaciones de identidades, de connotaciones de sentidos, y, claramente, una fuente innegable de comunicación. Lipovestky, define la moda en su obra *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas* (2004) como: “Forma específica del cambio social, no se haya unida a un objetivo determinado, sino que es ante todo un dispositivo social caracterizado por una temporalidad particularmente breve, pudiendo afectar en muy diversos ámbitos de la vida colectiva” (p. 24). Desde este aspecto el filósofo expresa que la moda siempre ha tenido una intención de comunicación ligada en la manifestación del yo.

Se entenderá la moda bajo la visión de Barthes (2003), en la que afirma que esta tiende a ser un fenómeno trascendental que permite entender el carácter de la sociedad de su tiempo y, en consecuencia, una forma representativa para comunicar pensamientos, deseos e ideales en un mundo de simbologías que comunica sentidos y que permite comprender contextos sociales por medio de la expresión simbólica de la vestimenta.

Las prácticas comunicativas no solo se llevan a cabo a través del lenguaje o la escritura; también juega un papel relevante la comunicación no verbal, aquella que permite que por medio de ciertos códigos generados por el hablante se comuniquen cosas que no se dijeron. Barthes, semiólogo francés, en su obra *El sistema de la moda* (1967), expone que la moda se debe categorizar en tres partes: la moda de uso real (que se distingue entre la verbal, icónica y la tecnológica), la fotografiada y la ropa escrita, que es la que está acompañada por un lenguaje descriptivo y articulado. Para todo esto parte de la diferenciación entre el discurso y el lenguaje para expresar que la vestimenta se percibe como un sistema de signos. Según Squicciarino en su cátedra *El vestido habla* (1990), esta misma comunicación no verbal permite reflejar un lenguaje visual basado en percepciones psicológicas y en los contextos, lo cual facilita apreciar el valor simbólico de la moda. A partir de estos aportes, se constata la importancia de analizar la moda como un referente comunicacional que expresa, a través de su simbología, diversos significados culturales y sociales.

El vestuario es entonces una fuente de comunicación que se ejerce a través de signos no lingüísticos, los cuales cumplen los requisitos para que, en tanto elemento estructural, cumpla las exigencias del proceso comunicativo (Arango-Lopera y Ramírez-Montoya, 2023). Así, por medio de la comunicación no verbal se logra enviar mensajes que pueden llegar a ejecutarse bajo ciertas funciones: repetición, sustitución, contradicción, complemento, acentuación, regulación o control. Esto contribuye a que se decodifiquen los mensajes por parte de los emisores y se descarten las interpretaciones no precisas.

Bajo este marco, la moda puede llegar a determinar una identidad de género, la cual se

vuelve una construcción histórica que se entra en la circulación de signos, por lo cual se puede ver constantemente sometida a las resignificaciones y deconstrucciones sociales que abarcan el término y que se vuelven vulnerables y cambiantes por los sucesos (Arango-Lopera y Ramírez-Montoya, 2020). Lencina (2019) afirma que la incorporación de estas interpretaciones contribuye en la desnaturalización de las identidades fijas, en tanto ayudan a deconstruir las identidades de género en particular. Las convenciones sociales que afectan a la moda y que se han dado en el tiempo son formas de expresiones características de los géneros y de su papel en las respectivas épocas que permiten leerse a través del vestido.

Sin embargo, la identidad de la mujer ha sido marcada fuertemente en la historia de la moda: esta se ha adaptado con relación a las épocas que se han vivido y que han evolucionado por cuenta de los mismos cambios político-sociales. Si bien el margen de adaptación del vestuario a sus decisiones, necesidades y deseos ha sido tradicionalmente estrecho, las dinámicas de la historia enmarcan la moda y sus convenciones, las cuales gracias a las formas de vestir ha logrado comunicar una liberación femenina. Solo hasta años recientes la mujer empezó a ser valorada socialmente y a ocupar roles diferentes al de ama de casa, incursionando su reconocimiento en ámbitos laborales, universitarios y políticos. Las luchas políticas y el reconocimiento de una vida en sociedad, con libertades propias del ser humano, se leen en la indumentaria usada en estos tiempos. Desde las industrias, los diseñadores de modas, que deben reconocerse como creadores de identidad a partir de la intencionalidad con la que realizan los vestidos, han empezado también a contar con más libertad al momento de proponer diseños de vestuario para las mujeres.

La suma de estos cambios sociales han modificado los contextos sociales y culturales. Una vez la mujer pudo empezar a tener libertades en varios aspectos como el considerarse propietaria de su cuerpo, tener la libertad e intimidad de vestirlo sin necesidad de ser ayudada y disfrutar de desempeñarse en labores diferentes a las de ama de casa, fue sujeto de experimentación estética, social y política (Mendoza Urgal, 2011). Es necesario decir que no se trata de algo estandarizado a nivel mundial, no es hoy una realidad que vivan todas las mujeres del mundo. Pero el cambio se ha notado. Hay incluso conexiones que muestran puentes entre expresiones que hasta hace poco se consideraban antagónicas: la moda y el feminismo. Mientras convencionalmente la primera se entendía a veces como algo simplemente superficial, y el segundo asumía que por su contenido político, de lucha y rebeldía no podía darse espacio para lo estético, estudios recientes que ilustran complementariedad entre ambos, no solo desde el plano conceptual sino también desde el práctico (Arango-Lopera y Ramírez-Montoya, 2020; Arango-Lopera y Ramírez-Montoya, 2023; Gómez Calle, 2024).

Esto guarda relación con el hecho de que el concepto de vestuario abarca los trajes, accesorios y amuletos, objetos que suelen ser característicos en determinadas formas de la moda y el vestuario, tras los cuales hay una intencionalidad (Gil et al, 2020). En su conjunto, estos elementos movilizan una simbología que se ha mantenido en la historia social si bien sus significados específicos han cambiado en cada contexto.

A pesar de esto, en el ámbito social y académico no se termina de aceptar la importancia del vestuario. Esto ocurre, en parte, por el prejuicio de que se trata de algo superficial (Lipovetsky, 2006).

La relevancia social, el escepticismo con el que la ha mirado la academia, así como su importancia en momentos decisivos de los movimientos sociales impulsados por mujeres, hace pertinente estudiar la moda. La suma de estos factores deja entrever la importancia de poner bajo la lupa de la investigación la moda como fuente de expresión de identidades. Para analizarlo, se eligió un período histórico importante, las décadas de los 80 y setenta del siglo pasado, una época que para Colombia implicó una serie de transformaciones importantes. Como medio de comunicación a analizar, se escogió el periódico El Espectador, por ser uno de los periódicos de más amplia circulación en aquella época. Desde esta visión se hace fundamental preguntarse ¿cómo se refleja la moda femenina en El Espectador según el rol que la mujer asumía en la sociedad entre los años 70 y 80?

Metodología

Se aplicó una metodología cualitativa, bajo el método del diseño documental, el cual permitió obtener información sobre anteriores investigaciones elaboradas, los discursos y estudios, con el fin de adquirir referentes teóricos sobre la inferencia en el tema. El diseño documental es de tipo histórico y pretende comprender un fenómeno social y cultural en un periodo determinado de tiempo a partir del análisis de los textos escritos. Es un informe narrativo de hallazgos de investigaciones donde predomina el criterio del revisor. Por tanto, es un diseño metodológico útil para sintetizar estudios de investigación cualitativos. Se utilizaron tres instrumentos, que se presentan en la tabla 1. El primero fue una matriz de rastreo documental aplicada en diferentes bases de datos, y que dejó como producto una línea de tiempo donde se destacaron los años en los que la mujer tuvo más participación en diversos roles. Como segundo instrumento, una matriz de registro y análisis, con categorías definidas que permitieron la sistematización de la información encontrada en el periódico El Espectador. Finalmente, una técnica de triangulación donde se analizó la información obtenida en los diferentes momentos de la investigación.

Bajo la anterior metodología declarada, la investigación se realizó a través de la consulta del archivo documental del periódico El Espectador, que se encuentra en la Biblioteca de la Universidad de Antioquia, seleccionados por unos criterios de inclusión que permitieron recopilar la muestra y rastrear los antecedentes necesarios durante un periodo de tiempo de tres años, con una totalidad de 315 imágenes analizadas. Fue una muestra aleatoria no probabilística donde se seleccionó un periódico por cada mes de los años 1970, 1971 y 1982 que, según la construcción de la línea de tiempo, fueron representativos para la mujer colombiana, pues fue cuando comenzó a ser reconocida en ámbitos médicos, como sujeto de derecho, a tener nombramientos en altas direcciones y mayor relevancia en ámbitos políticos. Se descartó la investigación en los años 90, pues en esta década el medio enfrentó fuertes cambios de dirección editorial y se convirtió en diario.

Objetivos de Investigación	Instrumento	Definición	Objetivo del Instrumento
1. Realizar un rastreo histórico sobre los oficios de las mujeres en la sociedad.	Matriz de revisión sistemática, matriz de rastreo documental: producto línea de tiempo.	La matriz es un instrumento que permite sistematizar la información, recogiendo los aspectos más relevantes y de interés para la investigación. Se encontraron 50 artículos con antecedentes teóricos relevantes, que permitieron rastrear los oficios de la mujer en la sociedad, leídos a la luz de este objeto de estudio. Adicionalmente, se elaboró una matriz de rastreo documental en diferentes bases de datos.	Rastrear los oficios más relevantes en los que iba incursionado la mujer en la sociedad durante los años 70 a los 80.
2. Describir las representaciones de la moda femenina del periódico El Espectador y su inferencia en los roles enmarcados.	Se aplicaron dos matrices: Matriz de registro y Matriz de análisis.	La matriz de análisis es un instrumento de investigación que permitió crear unas categorías y criterios que delimiten el espectro de investigación, para sistematizar la información encontrada a raíz de la metodología del diseño documental; además, este instrumento permitió estudiar la información que se tuvo como muestra. Se rastreó el archivo documental de un medio de comunicación considerado uno de los más importantes y antiguos en Colombia, cuyos modelos de interpretación y significados compartidos generaban impacto social. La implementación de este instrumento permitió consignar las imágenes/fotografías o ilustraciones publicadas en el medio, particularmente aquellas que tenían relación con las formas de comunicación femenina que se daban a través de la moda.	Sistematizar la información encontrada en el archivo del periódico El Espectador con respecto al objeto de estudio.
3. Contrastar la representación de la moda femenina del periódico El Espectador en relación con el papel que cumple la mujer en la sociedad.	Triangulación de la información	La triangulación de datos permite el análisis de fenómenos de corte cualitativo, consiste en la verificación y comparación de la información que fue obtenida en diferentes momentos de la investigación. Las ventajas de implementar este instrumento es que cuando las variables definidas arrojan resultados similares, esto corrobora el hallazgo, mientras que, por el contrario, si se encuentra incongruencia en la información, esto no disminuirá la credibilidad; en este caso, el análisis que llevo a tener hallazgos diferenciales sirve para pensar el papel de la fuente que arrojó los datos en el fenómeno observado. Por lo anterior se definen las siguientes variables que generaron este contraste: <ul style="list-style-type: none"> • Figura femenina: cómo ha sido la representación de la mujer durante los años 70 y 80. • Roles relevantes en temporalidad definida (según el papel que iba cumpliendo la mujer en la sociedad) • Intención comunicativa de El Espectador: Las formas de representar la moda femenina. 	Triangular la información encontrada en diferentes momentos de la investigación, generando la validación de los hallazgos mediante el contraste.

Tabla 1. Instrumentos de diseño metodológico Fuente: elaboración propia.

Resultados y discusión

Las representaciones del traje han obedecido a un conjunto de influencias sociales e históricas que han provocado sentidos con respecto a las lecturas contextuales del momento. Por eso, bajo este marco las formas de vestimenta adoptadas transformaron las estructuras y convenciones de los trajes, sobre todo en el siglo XX. Esta fue una época en la que se reflejaron drásticamente nuevas formas de vestir la silueta femenina, las cuales buscaban ser usadas como un medio de expresión, es decir, ya no se limitaban al aspecto funcional del vestido. Esto impulsó la superación de prejuicios y represiones (Zambrini, 2010).

Vista desde la comunicación, la moda, ha permitido a los receptores acercarse mayormente al significado del uso y de las formas de portar los trajes. A la vez, ha dado pistas sobre cómo reconstruir el sentido e intencionalidad de quien las usa. Lo que se viste entra a ser parte de las convenciones que le otorgan significados al cuerpo. Esta tiende a ser un fenómeno trascendental que permite entender el carácter de la sociedad de su tiempo y, en consecuencia, surge como una forma representativa para comunicar pensamientos, deseos e ideales en un mundo de simbologías que comunican sentidos y que permiten comprender contextos sociales por medio de la expresión simbólica de la vestimenta.

La aplicación del primer instrumento de investigación, conducente a la revisión sistemática de literatura, permitió la identificación de 50 artículos que fueron plasmadas en una matriz PRISMA —*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*, por sus siglas en inglés—. En ella se reunieron los más importantes aportes teóricos que permitieron estudiar la moda desde el contexto comunicacional. Esta revisión permitió identificar temporalidades exactas en las que se destacó la mujer en la incursión en nuevos roles.

Durante la década de los 70 predominó el trabajo voluntario dentro de la línea de lo social: la mujer iba teniendo más inserción en la vida pública. Fue una época que dio paso al surgimiento de varias artistas que han marcado la historia del país. En el contexto colombiano, sobresalieron Beatriz González, que revolucionó el arte pop latinoamericano con su reinterpretación de imágenes populares y crítica social; Feliza Bursztyn, escultora que trabajó con chatarra y materiales industriales para crear trabajo; y Emma Reyes, mujer que produjo obras pictóricas relevantes que reflejaban la vida cotidiana y las tradiciones colombianas.

El modelaje se destacó como profesión informal durante esta década, se encontraron fuertes representaciones femeninas en la inclusión de los roles mencionados, durante los años 1970, 1971, 1974, 1975, 1976, 1977 y 1978. (Imagen 1)

En la década de los años 80, como se ilustra en la gráfica, se destaca la participación de la mujer colombiana en cargos del ámbito legislativo, dentro de las cuales se registraron 104 diputadas y 37 senadoras. Además, las mujeres se vincularon en asuntos profesionales y empresariales, se destacaron los roles en el campo médico y de la moda, participación que destaca en los años 1980, 1981, 1982, 1983, 1988 y 1989. (Imagen 2)



Imagen 1. Línea de tiempo años 70. Fuente: elaboración propia.



Imagen 2. Línea de tiempo de los 80. Fuente: elaboración propia.

Se refleja la incidencia de la moda desde diferentes aspectos y perspectivas, la moda entonces va muy vinculada a los acontecimientos de una sociedad en cuanto a sus cambios políticos, culturales, económicos y sociales. Aunque con incursiones tímidas, empieza a aparecer un periodismo de moda. Se trataba de una actividad periodística aún incipiente, que confundía los elementos básicos del lenguaje de la moda y transitaba sin mayores pudores entre los prejuicios y las valoraciones subjetivas, con un ejercicio escaso de consulta de fuentes, que, sin duda, alimentó en el país el estereotipo de la moda como un asunto frívolo y superficial Rangel Pérez (2013).

Muchos de los artículos estudiados en la revisión sistemática de literatura, muestran el análisis de las identidades otorgadas por la moda, abordan aspectos de la reducción de los símbolos y significados potentes en el que se ha tenido el concepto durante muchos años y que se expone en la actualidad a una preocupante pérdida de una intencionalidad con un mensaje contextual fuerte que le es inherente. Cabe aclarar que la moda siempre tiene un mensaje por comunicar, pero el periodismo de moda es una de las formas (y por entonces era casi la única) que inciden en la decodificación que hacen las personas de sus mensajes potenciales.

Sin embargo, no se debe olvidar que, como pertenecientes a las élites, los medios masivos de información comportan un sesgo. Las imágenes analizadas traslucen parte de la estrategia de poder bajo la sociedad capitalista, amplificada por los medios, y que sostiene una visión según la cual portar las vestimentas más ostentosas de la época reflejaría la distinción de clases. En una investigación sobre la representación de los cuerpos femeninos en la revista *Cromos* durante los años 40, mostraba algo semejante: la relación cuerpo, clase y vestimenta, se acompaña de textos que insisten en una distinción sobre la base élite/base, ignorante/educado, ordinario/elegante, pobre/ostentoso (Murcia-Quiñones y Arango-Lopera, 2022). Como se ve, En un plano más amplio, el filósofo una de las motivaciones de las clases altas para distinguirse tiene como mira y como meta el ámbito de los medios de comunicación.

La percepción de la moda presenta una dicotomía: por un lado, desde la perspectiva del mercado y el sistema capitalista, se considera como un reflejo de procesos comerciales y de modernidad, donde la adopción de cierta estética simboliza el poder económico que permite acceder a las prendas más valoradas y aceptadas socialmente en cada época. Por otro lado, diversos autores sostienen que la vestimenta funciona como un medio de comunicación que permite interpretar las luchas políticas manifestadas a través del cuerpo, reflejando los valores sociales, inclinaciones, creencias y otros aspectos que construyen la identidad del individuo.” (Zambrini, 2010).

En consonancia, los primeros hallazgos muestran que en muchas publicaciones de *El Espectador* se reconocen representaciones femeninas que comienzan a abrir el espectro de posibilidades. La mujer era mostrada en roles de modelaje, reinados de belleza y ocupaciones del hogar; se reconoce una mínima representación de las influencias artísticas, culturales y sociales, y esto estaba aparejado con las convenciones de vestimenta que iba adoptando la mujer. Los roles más frecuentes en los que se mostró la mujer fueron como imagen publicitaria para diferentes marcas, participaciones en concursos de belleza (especialmente durante el año 1970).

El periódico analizado en ese año, particularmente el de junio, es relevante por la cantidad de notas que contenían la figura femenina. Se encuentra que la mayoría de las mujeres aparecían desempeñándose como modelos y luciendo prendas de temporada. El atractivo de la mujer se extiende al atractivo que se quiere mostrar asociado a las marcas.

El periódico solía motivar el uso de prendas formales, vestidos o faldas al largo de la rodilla, con tacones bajos como uno de los calzados más comunes y camisas o camisetas con estampados característicos, independiente de que la mujer se encontrara desempeñándose en un ámbito laboral o de hogar, para transmitir sofisticación y refinamiento. Por entonces, en El Espectador se redactaban las notas por secciones, en donde la sección B, denominada Femeninas, se encontraba a cargo de la periodista Inés de Montaña, quien con sus habilidades logró el reconocimiento ciudadano por su estilo de redacción y abrió paso a nuevas generaciones de periodistas femeninas. Desde allí se forjó un espacio donde más publicaciones de mujeres se encontraban, hablaban del vestido y revisaban algunas costumbres y valores. Incluso, hubo una nota característica donde la protagonista era la misma periodista que redactaba la sección. Esto enfatiza en lo que se viene exponiendo: en esta década comienza un periodismo de moda incipiente al que se le dificulta escapar de los valores sociales predominantes pero que intenta, en buena medida, ampliar el conocimiento sobre el vestir femenino.

Comúnmente dentro de la sección B se reconocía una mujer como el personaje del día, donde las vestimentas no eran relevantes ni se les daba mayor protagonismo. Desde julio de 1970 esta franja femenina fue ampliada los sábados, con páginas que prometían material variado exclusivamente sobre las mujeres. En las publicidades se reconoce la lucha de estereotipos dominantes en periodos cortos de tiempo. Se promocionaban productos que ayudarían a la pérdida de peso. Poco a poco, con el paso de las publicaciones, se fueron centrando más en ayudar a las mujeres de siluetas muy delgadas a recobrar su peso normal. Se destacó a Margaret Smith como campeona por tercera vez del torneo de tenis en Wimbledon. Se resaltan cada vez más las mujeres deportistas, sección redactada por hombres.

Llama la atención que cuando se muestra a candidatas de reinados de belleza, comúnmente las fotografías seleccionadas para acompañar el acontecimiento se componían en plano general, con el fin de mostrar toda su figura. En cambio, si se trataba de notas donde la mujer era protagonista –incluso coprotagonista de algún evento que la hiciera participe en el marco político– se utilizaban composiciones que no permitían apreciar por completo las vestimentas, pues la mayoría de las veces se emplearon planos medios o de detalle.

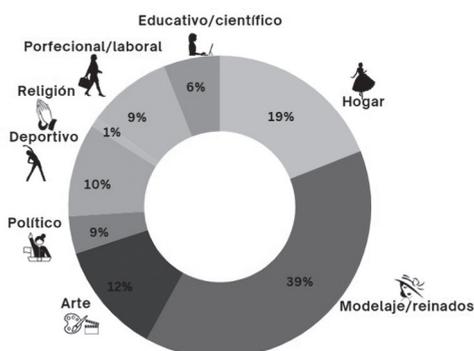


Gráfico 1. Roles de la mujer representados en 1970. Fuente: elaboración propia.

Como se muestra en la gráfica 1, la mayoría de las representaciones del medio de comunicación durante 1970, en el que se analizaron 93 publicaciones, correspondían en un 39% a la mujer en roles de modelaje y reinados de belleza, un 19%, mostró el desempeño en el ámbito del hogar (apareciendo como amas de casa, madre, esposas). Dentro del ámbito de reconocimiento de hechos artísticos, deportivos, políticos y profesional laboral, hay cifras similares, donde se demuestra que poco a poco la mujer se iba apropiando y asumiendo su desempeño en nuevos oficios. En el campo educativo, científico y religioso, la mujer no se mostraba muy participativa.

Algo similar ocurrió en 1974, si bien en este año se comenzaron a usar prendas más ceñidas al cuerpo, mangas sisas, diferentes tipos de faldas, minifaldas o maxifaldas, pantalones bota campana, blusas con cuello en V y blazers. Las notas tendían a mostrar a una mujer más seductora, incluso se comienza a apreciar a través de las caricaturas de la época. Una muy destacada fue la ilustración estadounidense denominada Pelusa y sus pilatunas, en la cual la mujer era representada habitualmente desde un ámbito de hogar, como ama de casa, madre y sujeto social. Durante ese año, sin embargo, las mujeres empiezan a tener una intencionalidad diferente, vistiendo la figura femenina con ropa más corta y acompañada de mensajes de Cómo atraer el sexo opuesto. Como esta, muchas otras publicaciones incitar a la mujer a lograr aprobación por el género masculino.

Particularmente en abril de ese año, 1974, el periódico mostró más imágenes de la mujer en esos ámbitos que ya se venían mostrando (modelo, deportista, artista). Sin embargo, pese al aumento de la frecuencia, se mantiene el uso de la imagen femenina como vitrina para promocionar productos. Se mantiene la representación en cuerpo entero para reinas y los planos más cerrados para la mujer en los demás roles. Las noticias, sin embargo, son más amplias en sus temáticas en relación con la mujer, lo cual deja ver un mayor espacio de libertades, mayor reconocimiento en diferentes roles, participación en labores de impacto social e incluso publicaciones donde la mujer era la causante de disturbios y actos delincuenciales.

En el segundo semestre de ese mismo año, ya aparecen imágenes de mujeres en vestido de baño. Mientras en periódicos anteriores el común eran mujeres con prendas de vestir más recatadas y formales, desde entonces se va cambiando la forma como las marcas iban llamando la atención de las personas a través de cuerpos que dejan ver más piel. Se mantienen los trajes de sastre, pero ahora con un mensaje donde se minimizaban el contexto de este tipo de prendas y su reaparición en el mundo de la moda, pues se atribuía a la vestimenta su carácter elegante, pero incómodo al que las mujeres debían estar dispuestas a ajustarse.

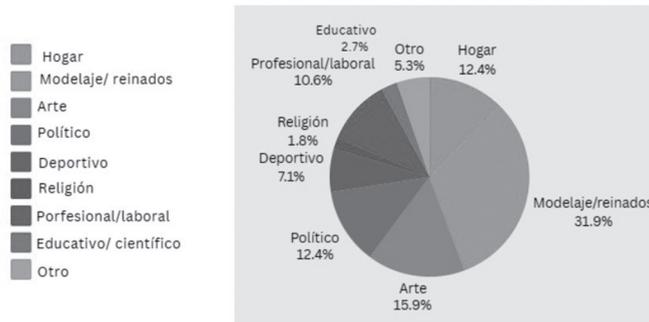


Gráfico 2. Roles de la mujer representados en 1974. Fuente: elaboración propia.

Observando el gráfico 2, se conserva la recurrencia más alta del desempeño en ámbitos de modelaje y reinados de belleza de la figura femenina. En el campo del hogar se baja el porcentaje para darle lugar a las representaciones y reconocimientos que iba teniendo la mujer en el campo artístico (como actrices, bailarinas, cantantes, pintoras y demás). La mujer obtuvo más presencia y participación en roles políticos, y se obtuvo un 10,6 % del total de las publicaciones, en las que esta se empeñaba en labores profesionales como enfermeras, docentes, escritoras, secretarías y demás. Otros hitos se refieren a laborales de voluntariado, e incluso en actos delincuenciales.

En los años 80, específicamente durante el año 1982, las convenciones de vestimenta se inclinaban hacia el uso de minifaldas, blusas con estampados, accesorios que han sido característicos en ambas décadas, trajes de baño de dos piezas y, en el ámbito laboral, trajes, batas o uniformes de acuerdo con el rol a desempeñar. Durante este tiempo se reportan importantes antecedentes en temas de caricaturas diarias ilustradas en el periódico, una de las más reconocidas fue Negra Nieves, un personaje que representaba la cultura caleña y realizaba labores dentro del hogar, su carácter jocosos y extrovertido la hacían proyectarse como un personaje con ironía que repetía lo que oía y opinaba libremente de cosas que otras personas no se atrevían a decir. Esta ilustración fue creada por Consuelo Lago.

Por otro lado, también aparece Panchita, caricatura que siempre mostraba a este personaje femenino con minifaldas y escotes, una joven voluptuosa que se mostraba como amante, enfermera, secretaria. Cada que esta caricatura hace su aparición en el periódico se

encuentra usando prendas muy sensuales y en contextos donde despierta ciertas emociones por parte de los hombres, la cual se evidencia en sus gestos o frases que acompañaban la ilustración. Llama la atención que sean trazos hechos a mano, y dentro del código del humor, los que empiezan a insinuar otros horizontes de significación de la mujer, en lo cual se aprecia un deseo social por ver más mujeres, al tiempo que se refuerzan estereotipos de clase.



Gráfico 3. Roles de la mujer representados en 1982. Fuente: elaboración propia.

En la gráfica 3 se confirma que la mujer se reflejó con altos porcentajes dentro del desempeño de roles relacionados con la belleza, con una alta participación como imagen publicitaria y en concursos de belleza. Nuevamente, las publicaciones donde figura como ama de casa y tiene laborales afines, toman gran importancia durante este año. Se tuvo un reconocimiento similar dentro del campo político y profesional laboral, mientras que lo referido al campo deportivo bajó considerablemente.

En síntesis, las representaciones encontradas dentro del medio de comunicación *El Espectador* durante los años 1970, 1974 y 1982, reconocen la influencia de la vestimenta, portadora de nuevos roles de la vida política, social y educativa de la mujer. El tratamiento que se le daba a la moda, si bien reforzaba estereotipos de superficialidad, abrió el espacio para hablar del vestido como un medio de expresión de la mujer. La estrechez de roles, sin embargo, se mantuvo, pese a que hacia los últimos años otras formas, alternativas para la época, empiezan a aparecer.

Conclusiones

La vestimenta, los trajes y la indumentaria funcionan como distintivos que reflejan la individualidad y las influencias colectivas: transmiten mensajes intencionales. La estética y el estilo de vida de una época revelan cómo se ponen en diálogo los distintos modos de vestir en el contexto de la vida social. En ello cuentan tanto las formas de vestir como la disposición que se tiene para hablar de ellas, para pasarlas por el lenguaje (hablado y

escrito), es decir, la actitud favorable o desfavorable que se tenga a tomar conciencia, social y colectiva, sobre el vestido como una forma de decir cosas. Esto ocurre dentro de marcos políticos, culturales, artísticos e industriales, y por tanto manifiesta formas de resistencia contra las perspectivas y modelos convencionales impuestos por la sociedad.

En el análisis histórico, se observa que el reconocimiento de los diferentes roles femeninos provenía principalmente de mujeres periodistas. Sin embargo, al estudiar la conceptualización de las prendas de vestir, no se encuentran referencias específicas a la indumentaria cuando las mujeres incursionaban en nuevos roles; en su lugar, predominaban páginas enteras de modelos exhibiendo las tendencias de temporada.

La moda ha simbolizado identidad, poder, contexto social, estatus económico, creencias religiosas, orientación sexual, etnia, cultura, autoridad, dominio, seguridad, tendencias, sensualidad, jerarquías y rebeldía. Pero el tratamiento mediático durante las décadas analizadas muestra que el periodismo no ha reproducido el significado intrínseco y relevante de las convenciones de moda de cada época, reduciendo su rico contexto histórico a meras vanidades y tendencias pasajeras.

Durante este período, aunque persistían las expectativas tradicionales de género que vinculaban a la mujer con el hogar y la crianza, los periódicos comenzaron gradualmente a documentar la transición hacia una mayor participación y visibilización femenina en roles profesionales. En los periódicos de la época estudiada destacan las notas que establecían los estándares corporales ideales para las mujeres según su estatura, reflejando cánones de belleza cambiantes que, sin embargo, ejercían presión constante para alcanzar estos ideales.

El concepto de moda se ha vinculado históricamente con la comunicación no lingüística: la elección de trajes, vestidos e indumentaria, junto con su uso en contextos específicos, colores, formas y texturas, constituye un sistema simbólico que transmite intencionalidad. Esto convierte a la moda en una forma de comunicación donde se decodifican y emiten signos simultáneamente.

Referencias

- Arango-Lopera, C., & Ramírez-Montoya, I. (2020). Moda, vestuario y feminismo. Encuentros y desencuentros desde la pregunta por la comunicación. En C. A. Arango-Lopera & D. González García (Eds.), *Sensibilidades, interacciones, mediaciones* (pp. 161–179). Fondo Editorial Universidad Católica de Oriente.
- Arango-Lopera, C. A., & Ramírez-Montoya, I. (2023). Imaginarios sobre moda y feminismo: vestirse mujer como acto político en tránsito entre autoexpresión y empoderamiento. *Revista NUPEM*, 15 (36), 161–178. <https://doi.org/10.33871/nupem.2023.15.36.161-178>
- Barthes, R. (1967). *El sistema de la moda*. Editorial Gustavo Gili.
- Fernández Gremoliche, J. C. (2021). *¿Es capaz la moda de comunicar sin hacer uso de la palabra o la comunicación gestual?* Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126183/TFG_FERNANDEZGREMOLICHE_TFG.memoria.pdf

- Florencia, B. (2015). Moda y distinción social. Reflexiones en torno a los sentidos atribuidos a la moda. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, 53. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232015000300005&script=sci_arttext
- Gil Alzate, A., Castro Torres, F., & Posada Álvarez, V. (2020). Investigar la identidad de género: representaciones colectivas, comunicación y lenguaje. *Anagramas Rumbos y Sentidos de La Comunicación*, 19(37), 87–109. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n37a5>
- Gómez Calle, M. (2024). Moda y feminismo: el vestuario como símbolo de protesta. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 214, 141–152. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi214.11002>
- Hernández Vargas, P. A. (2019). *Periodismo de moda en Colombia y España: un estudio comparativo entre El Espectador, El Tiempo, El País y ABC de España (2016)* (Tesis doctoral, Universidad del Rosario). <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/19478>
- Lacalle, C. (2006). Homogeneización y difusión de la moda en los medios de comunicación audiovisual - En torno a El Sistema de la Moda de Roland Barthes. *Revista De Cultura Audiovisual*, 33(26), 87-98. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2006.65634>
- Lettieri, J. (2013). Los ciclos de cambio en la moda: la evolución de los gustos. *Signos Universitarios*, 29 (45). <https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/download/1946/2413>
- Lencina, R. (2019). *Ser mujeres e indígenas: (re) pensando las identidades de género desde una mirada antropológica*. Universidad Nacional de Rosario. <https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/b8765072-d0d1-4313-83a8-5db8f03642f6/content>
- Linares Alés, F., & Ávila Martín, C. (2006). Léxico y discurso de la moda. *Comunicar*, (27), 35-41. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802706>
- Lipovetsky, G. (1987). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama. <https://paradigmasdelpensamiento.files.wordpress.com/2014/12/lipovetsky-gilles-el-imperio-de-lo-efimero-la-moda-y-su-destino-en-las-sociedades-modernas.pdf>
- Lipovetsky, G. (2006). *La era del vacío*. Anagrama.
- Marrone, G. (2021). Roland Barthes. *El sentido de la moda*. <https://www.culturaydeporte.gob.es/mtraje-indumentada/dam/jcr:06e3d984-a3b9-4b53-9605-67cd2e4c90b3/rolandbarthes-indumenta04.pdf>
- Martín-Cabello, A. (2016). El desarrollo histórico del sistema de la moda: una revisión teórica. *Atenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 16 (1), 265-289. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53744426012>
- Martínez Heredia, S. A. (2020). *La incidencia del sistema de moda en las transformaciones de la clase media colombiana: moda e industria 1988-1992*. Universidad Externado de Colombia. <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/3128>
- Mendoza Urgal, M. (2011). *El vestido femenino y su identidad: el vestido en el arte de finales del siglo XX y principios del siglo XXI*. Universidad Complutense de Madrid.
- Murcia Quiñones, H., & Arango-Lopera, C. A. (2022). *Sentidos del cuerpo y Cuerpo de los sentidos. Instalación de la corporalidad moderna en la Revista Cromos, 1940-1949*. Politécnico Grancolombiano. <https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/6848>
- Peña Ceballos, S. (2021). *La moda: una aproximación estética y sociológica*. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/52457>

- Rangel Pérez, C. (2013). *La nueva gestión de las marcas: una visión en el sector del lujo*. Universidad Complutense de Madrid. <https://docta.ucm.es/entities/publication/f2a7af24-a90a-4177-b423-357931664a21>
- Rojas, N. (2005). *Moda y comunicación*. Licenciatura en Publicidad. Universidad Abierta Interamericana. <http://www.aacadigital.com/index.php?idrevista=36>
- Rodríguez Jaime, J. (2018). Estudio en cognición social: el vestuario y su vinculación como elemento de análisis en la comunicación no verbal. *Vivat Academia*, (143), 85-110. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525762350005>
- Sáenz Kure, N., & Suárez Giraldo, M. C. (2021). *Caracterización del periodismo especializado de moda en Colombia: Un análisis de contenidos de El Espectador y El Tiempo* (Tesis de grado, Universidad de La Sabana). <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/50107>
- Squicciarino, N. (1990). *El vestido habla. Consideraciones psicológicas desde la indumentaria*. Cátedra. <https://historia1pensamiento2.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/03/el-vestido-habla-nicola-squicciarino-.pdf>
- Vergara, M. (2014). Mujeres en el papel: Representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970. *Historia y Sociedad*, (26), 209-236. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/mujeres-en-el-papel-representaciones-de-la-mujer/docview/1549976811/se-2>
- Zambrini, L. (2010). Modos de vestir e identidades de género: Reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. *Nomadías Feminista*, 130-149.

Abstract: Fashion as a form of non-verbal expression has gained importance in recent research on the meanings and interpretations associated with clothing. Throughout history, fashion has served as a medium for conveying identities and meanings, adapting to different cultural and historical contexts. During the 1970s and 1980s, a period marked by women's liberation and the acquisition of rights, fashion also reflected changes related to the social roles women were increasingly assuming. This study aims to identify the most relevant roles of women in society and their representation in forms of dress featured in *El Espectador*, one of Colombia's oldest and most significant media outlets, within the time-frame of the 1970s and 1980s. This research was conducted using a qualitative methodology, with a documentary design method—a historical approach intended to understand a social and cultural phenomenon through text analysis. The results include a historical exploration of women's roles in the described period and an analysis of female fashion representations in *El Espectador*. The findings reveal significant influences of women's fashion within representative social contexts; however, these were not consistently reflected in the ways fashion was represented in the newspaper.

Keywords: Fashion - Communication - Representations - Roles - Women - Identities

Resumo: A moda como forma de expressão não verbal tem ganhado destaque nas pesquisas recentes sobre os sentidos e significados associados ao vestuário. Ao longo da história, a moda tem sido um meio de comunicar identidades e significados, adaptando-se

a diferentes contextos culturais e épocas. Durante as décadas de 1970 e 1980, um período marcado pela emancipação feminina e pela conquista de direitos, a moda também refletiu mudanças relacionadas aos papéis que as mulheres assumiam socialmente. Neste sentido, busca-se determinar quais foram os papéis mais relevantes da mulher na sociedade e sua representação nas formas de vestir apresentadas no jornal El Espectador, um dos meios de comunicação mais importantes e antigos da Colômbia, no período que compreende os anos 1970 e 1980. Este trabalho foi realizado sob uma metodologia qualitativa, em que o método aplicado é o desenho documental, um método de natureza histórica que visa compreender um fenômeno social e cultural a partir da análise dos textos. Como resultados, obteve-se um rastreamento histórico das atividades das mulheres na época mencionada e a análise das representações da moda feminina no jornal El Espectador. Os achados mostram influências significativas da moda feminina em contextos sociais representativos; entretanto, essas influências não foram totalmente traduzidas nas formas como a moda era representada no jornal.

Palavras-chave: Moda - Comunicação - Representações - Papéis - Mulher - Identidades

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