

Fecha de recepción: diciembre 2021

Fecha de aprobación: febrero 2022

Fecha publicación: marzo 2022

Mujeres y moda: discursos y representaciones en Medellín (Colombia), 1960-1970

María Carolina Cubillos Vergara ⁽¹⁾

Resumen: Este escrito analiza las representaciones sociales relacionadas con la mujer, promocionadas en el discurso periodístico de la moda en Medellín, durante la década del sesenta. Un periodo caracterizado por la aparición de una ola de consumo mediático y vestimentario, y la propagación de los nuevos ideales destinados a la realización personal. Para comprender los procesos de transmisión de las representaciones que definieron los roles tradicionales femeninos y los roles que fueron signos de los cambios sociales y culturales, en este trabajo se utilizó el método del análisis del discurso como una herramienta que permitió estudiar el contexto social, político y económico en el cual surgieron y se desarrollaron como creaciones simbólicas de apropiación de la realidad configuradas por los grupos sociales.

Palabras claves: Moda - discurso - mujer - sociedad - Medellín - roles - belleza - simbología - política - consumo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 120]

⁽¹⁾ Historiadora, Universidad de Antioquia, Colombia. Magíster en Estudios Humanísticos, Escuela de Administración, Finanzas e Instituto Tecnológico, Medellín, Colombia. Docente de cátedra, Departamento de Administración y Finanzas, EAFIT, Colombia.

En el libro *Sociología de la Moda*, König (1972) señaló que la moda no es ajena a los cambios producidos en una época, convirtiéndose en un signo externo y visible de las profundas alteraciones económicas, de los cambios en los roles sociales, de las formas de pensamiento y del mismo concepto que tienen los miembros de una sociedad. No obstante, dentro de la historia tradicional este elemento representativo de los valores y significados de la cultura moderna, ha sido catalogado como un fenómeno de corta duración, frívolo y de poca relevancia para la investigación, dejando de lado la posibilidad de convertirlo en un objeto de análisis útil para mostrar los indicios claves necesarios en la interpretación de las vicisitudes ocurridas en el seno de la sociedad (Squicciarino, 1986).

En el caso de Medellín, Colombia, una ciudad reconocida como una sociedad tradicional influenciada por los valores cristianos promocionados por la iglesia católica, estos

cambios encontraron el campo propicio para su difusión y asimilación en el proceso de modernización urbana, iniciado con mayor trascendencia después de la década del treinta y que continuó con un rumbo acelerado durante la década de 1960. En medio de este proceso de modernización industrial y urbanístico, las mujeres comenzaron a salir de la tutela familiar y se incorporaron en un número creciente como fuerza de trabajo asalariada en las fábricas y en los sectores de servicios públicos, financieros y comerciales. Como producto de la dinámica económica y social que pretendió integrar con mayor facilidad este tipo de mano de obra barata, se impulsaron varios proyectos de ley que significaron logros importantes en relación con su condición civil y política, al integrar como sujeto de derecho en los asuntos económicos (Ley 83 de 1931 y Ley 28 de 1932), educativos (Decreto 1972 de 1933), laborales (Reforma Constitucional de 1936) y políticos del derecho al voto. En este panorama, la moda vestimentaria y de accesorios apareció como estrategia de poder utilizada dentro de la dinámica capitalista, para construir ideales que promovieron el deseo o el consumo de objetos novedosos y, por consiguiente, la renovación constante de estos bienes, una situación necesaria para dinamizar la producción industrial local. Aun así, no se puede desconocer que en su esencia estuvo el propósito subyacente de servir como medio de expresión de la individualidad, específicamente, de su principal usuario y sujeto de su discurso, la mujer, quien posiblemente recurrió a este artificio para iniciar su labor de autoapropiación y autocreación de su individualidad, mediante su incursión en otros ámbitos propios del mundo exterior, laboral, político, universitario, superando lentamente las representaciones tradicionales acerca de su ser y sus funciones ligadas estrictamente a la subordinación masculina y al cumplimiento de su rol doméstico (Espinal y Ramírez, 2006).

Esta investigación se centró en la necesidad de ampliar los conocimientos relacionados con las representaciones sobre la mujer en el discurso de la moda, materializadas en algunas de sus esferas más significativas como la cosmética, la estética y la vestimenta, que mostraron indicios claves en las transformaciones mentales ocurridas en la sociedad tradicional de Medellín en la década del sesenta. Más allá de la descripción de las tendencias y estilos de la moda en esta ciudad, el centro de interés se concentró en el análisis del discurso de la moda publicado en la prensa, a partir de los siguientes interrogantes: ¿cuáles fueron las estrategias discursivas utilizadas para promocionar las tendencias modernas o, por el contrario, para criticar su incorporación en la sociedad?; ¿cuáles variantes y nuevas configuraciones del rol femenino se desarrollaron a raíz de los cambios socioeconómicos ocurridos en Medellín durante la década del sesenta?; ¿cuáles tendencias sociales e ideológicas se convirtieron en referentes para la construcción de las diferentes representaciones de la mujer?; ¿cuáles claves o pautas relacionadas con el desempeño de los nuevos roles en la mujer suministró el discurso de la moda?

La pretensión de reconstruir una historia centrada en las representaciones que llenaron de sentido y significado la configuración del sujeto mujer, debió limitarse a una fuente primaria específica entre el abanico de posibilidades existentes para su estudio desde una dimensión histórica y semiológica. Bajo estas circunstancias, los mensajes informativos consignados en los artículos y anuncios publicitarios difundidos en la prensa como *Cromos*, *Nosotras*, *Fabricato al día*, *El Obrero Católico* y *El Colombiano*, fueron importantes porque destacaron explícita o implícitamente las transformaciones en el papel desarro-

llado por el sexo femenino en la sociedad de Medellín, como producto de su creciente incorporación a la vida pública.

La finalidad del estudio de este corpus de información consistió en identificar las estrategias discursivas que permitieron vislumbrar las representaciones relacionadas con la mujer, con el fin de develar el sentido y significado de los acontecimientos y los sistemas de valores vigentes en la sociedad de la década del sesenta. Por este motivo, el concepto moda en consonancia con la noción de belleza física, se constituyeron en los puntos de referencia que se conectaron con las unidades de análisis planteadas previamente: representaciones, roles sociales, mujer, relaciones con la sociedad y las personas, en la medida en que ambas expresiones contribuyeron a revalidar el peso de las representaciones estéticas tradicionales, así como los valores democráticos en boga en Estados Unidos y en algunos países de Europa cimentados dentro de una “lógica de producción consumo-comunicación de masas” (Lipovetsky, 1994, p. 143).

Aunque los resultados de esta investigación se pueden catalogar como una radiografía parcial del origen y desarrollo de unos nuevos roles femeninos propios de una dinámica capitalista y quizá moderna, es necesario tener presente que este fenómeno fue producto de un proceso paulatino de larga duración, no radical, pero tampoco espontáneo, el cual coexistió con los roles tradicionales convalidados durante siglos por el predominio de un sector conservador en la ciudad. Asimismo, no se puede olvidar que el análisis de la prensa como fuente primaria se limitó al reconocimiento de algunas representaciones características de ciertos sectores de la sociedad, especialmente de la clase alta y media, que tuvieron mayores posibilidades económicas y educativas para emprender y dirigir una empresa de carácter periodístico relacionado con la moda y la belleza. En este sentido, es pertinente aclarar que este tipo de estudio no permite conocer su efecto directo en las mujeres pertenecientes a los diferentes estratos socioeconómicos. Aunque lo anterior constituye un punto álgido por resolver en esta investigación, es pertinente tener presente que estas tendencias de pensamientos se configuraron dentro de un contexto, hasta convertirse en un signo que puede dar cuenta de ciertos rasgos propios de una sociedad en una época determinada.

Una mirada a las tendencias de la moda a través de la prensa

Bajo una mirada imbuida por el espíritu de consumo, los grandes diarios intentaron atraer el creciente grupo de lectores conformado por el público femenino, por medio del recurso mediático de las *Women's pages* o secciones femeninas, ubicadas casi siempre en las últimas páginas del periódico, y que permitieron separar dentro de su diagramación el mundo privado, propio de las mujeres, y el mundo público, consagrado a los hombres. De esta forma, se pretendió mostrar en estas páginas un universo construido tradicionalmente dentro de unas representaciones que consagraron el papel de la mujer al ámbito doméstico y familiar con la publicación de temas como la belleza, la moda, las relaciones interpersonales, el cuidado del hogar, las recetas, las dietas, los remedios para curar enfermedades, los patrones para confeccionar vestidos, entre otros.

Dentro de los elementos comunes de las secciones femeninas de los periódicos y las revistas destinadas específicamente para la mujer, se destacó la influencia de los modelos procedentes de Estados Unidos y Europa, gracias al recurso de los corresponsales extranjeros de las agencias internacionales de noticias, quienes se encargaron de promocionar los diferentes roles tradicionales asignados a las mujeres, pero en esta ocasión influenciados por el creciente interés por parte de las industrias de la belleza y la moda para aumentar sus ganancias a través de la labor desempeñada por ellas como consumidoras.

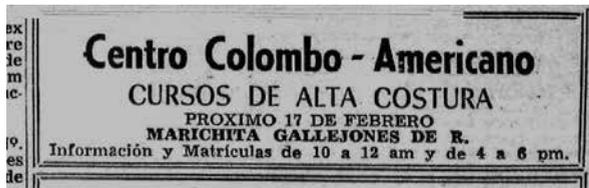
No siempre estas tendencias de la moda estuvieron al alcance de muchas mujeres, sobre todo de quienes tuvieron pocos recursos económicos para vestirse según sus reglas. Pero tampoco en este caso aplicó el dilema de comer o estar a la moda, porque este problema fue resuelto mediante la labor realizada por un grupo de costureras o modistas habilitadas para copiar y adaptar los estilos de vestuario promocionados en los figurines o en los patrones difundidos en los periódicos y revistas, como *Cosiendo en el hogar de El Colombiano*, y *Patrones de París* de Ediciones Montsoriu publicado en *El Obrero Católico y Cromos*. Si el interés radica en aprender a diseñar sus propios trajes, las mujeres medellinenses tuvieron varias opciones: las becas, las academias de aprendizaje o los cursos por correspondencia. En el primer medio disponible se incluyó la campaña publicitaria *La yarda mágica* de Fabricato, que pretendió promocionar la compra de sus telas a través de la rifa de becas para realizar cursos de modistería o la dotación de equipos completos para la costura en el hogar. El aprendizaje de las técnicas como segunda opción fue posible en la Academia de Corte Americano ubicada sobre la calle Ayacucho por San Félix, en la cual se ofrecieron cursos sobre el sistema de corte y costura americano impartidos por una profesora graduada en el exterior, garantizando a sus estudiantes el aprendizaje de la confección de trajes de alta costura en tan solo cuatro meses (*Figura 1*). Igualmente, la diseñadora de Pepalfa Alicia Ángel Restrepo, dictó clases de alta costura en forma ocasional en la Casa Ufemi y en el Centro Colombo Americano con la profesora Marichita Gallejones de R. (*Figura 2*). En cuanto a la tercera posibilidad, la Universidad Popular Sudamericana de Buenos Aires promociona la adecuada utilización del tiempo libre en el hogar, mediante la compra de un curso de corte y confección por correspondencia, que incluyó gratuitamente un equipo de costura, un corte para vestido y un corte para blusa.

A mediados de la década, como expresión de los renovados pensamientos e ideas que inspiraron en los jóvenes un espíritu de rebeldía y de crítica a la sociedad tradicional, apareció un nuevo concepto de ropa juvenil producto de la fuerte influencia norteamericana, que fue catalogada con el adjetivo de experimentar al dejar atrás la elegancia y distinción de años anteriores, signos aparentes del poder y ostentación ambicionado dentro de la sociedad tradicional capitalista. Las telas sintéticas y los accesorios elaborados en materiales plásticos como vinilos, gafas, botas de caña alta y cinturones anchos, fueron creados con estampados y colores fuertes. Poco a poco, el alto de las faldas fue subiendo por encima de las rodillas, hasta convertirse en las llamativas mini faldas que estuvieron en boga en Europa y Estados Unidos.

Los vestidos en forma de talego por encima de la rodilla, con una cintura y busto poco acentuado, también fueron apetecidos por las mujeres que desearon expresar su espíritu juvenil y descomplicado. Asimismo, la línea *Op Art* impuso en las telas diseños geométricos en blanco y negro que generaban ilusiones ópticas. Dentro de esta tendencia, se



1



2



3

Figura 1. Anuncio de la Academia de Corte Americana. Fuente: El Colombiano. Medellín, 28 de enero de 1962. **Figura 2.** Anuncio de cursos de Alta Costura en el Centro Colombo-Americano. Fuente: El Colombiano. Medellín, 16 de febrero de 1966. **Figura 3.** Anuncio pantalones unisexo Wrangler. Fuente: El Colombiano. Medellín de diciembre de 1967.

promociona con mayor fuerza el vestuario de tipo sport indicado más para realizar actividades alejadas del trabajo y de las fiestas, salidas de campo y las vacaciones, que para desarrollar ejercicios físicos. La marca Mc Gregor lanzó al mercado una línea femenina diseñada con telas y materiales nacionales, caracterizada por su comodidad para usarla en diferentes espacios y actividades como la calle, los deportes, la casa o el tiempo de descanso vacacional.

Los adelantos en el segmento de la ropa femenina tipo sport, fueron un aliciente para la realización de diferentes desfiles en clubes y almacenes, como el desfile hecho en el Club Unión de Medellín patrocinado por Dupont, confecciones Colibrí, Ralko, Perugia, London, Rombay, Zephyr, Pat Primo, Wrangler, Lady Mc Gregor, en el cual se presentaron las últimas tendencias en telas y confecciones colombianas, especialmente, en el diseño de *slacks* y faldas, vestidos *sport* y *suéteres* cerrados (Figura 3).

Esta creciente tendencia unisex en la moda permitió la paulatina eliminación de los conceptos negativos relacionados con el uso de los pantalones femeninos, tal como se hizo evidente en el pasado con las declaraciones de monseñor Miguel Ángel Builes, obispo de Santa Rosa de Osos-Antioquia, quien los catalogó de dulce tiranía, que pervertía y paganizaba a las mujeres al ponerlas en contra de las costumbres humanas y de las santas escrituras. A pesar de esta posición, pronto comenzaron a aparecer las mujeres poco temerosas de ser juzgadas por vestir los pantalones, los leotardos elásticos y los jeans en su cotidianidad. La variedad era tal que aparecieron modelos destinados para diferentes actividades y espacios. Este fue el caso de los *jeans* y *slacks* Wrangler confeccionados con telas Coltejer y diseñados en diferentes estilos y colores llamativos amarillos, azules, verdes, rosados: el mini *jean* que dejó al descubierto gran parte de las piernas; el playa *jean*, una prenda de largo hasta la rodilla; el *jean kini* que iba hasta el tobillo y, la bermuda *jean*, un poco más arriba de la rodilla.

Para finales de la década del sesenta, en el escenario musical colombiano hicieron su aparición los intérpretes de la llamada Nueva Ola, quienes encontraron en las letras de los poetas nadaístas como Jota Mario, Pablus Gallinazo, Gonzalo Arango y Elmo, las mejores canciones que inmortalizaron una tendencia ligada a la pasión y mística de la juventud del momento, ansiosa por romper con el orden moral preestablecido y los antiguos esquemas sociales de la tradición, el conformismo y el apego a la familia. Ritmos que conjugaron el *twist*, el *rock and roll*, el estilo musical de los Beatles o Elvis Presley y la ferviente crítica al orden establecido, junto con el deseo de paz y amor, fueron el punto de inicio de una generación de cantantes y conjuntos musicales de la tendencia *go-gó* y *ye-yé*. Algunos de los representantes de esta tendencia musical fueron Lyda Zamora, Maryluz, Harold, Billy Pontony, Oscar Golden, Los Yetis de Medellín, Los Speakers, Los Flippers, los Young Beats, Los Demonios de Cali, Los Beatniks, Los Caminantes y otras agrupaciones que imitaron esta tendencia musical.

En este panorama, la moda y la música ya se habían conjugado para reinventar las tendencias en el vestuario, fundamentalmente en los trajes juveniles. Aunque las minifaldas eran una prenda común en las calles colombianas desde principios de la década, la moda *go-gó* y *ye-yé* trajo consigo diseños más amplios que permiten los movimientos frenéticos surgidos al son de *Los Zapatos de Pom Pom*. Los minivestidos igualmente hicieron parte de los mejores ajuares lucidos en las discotecas por mujeres jóvenes, destacándose por su altura mínima, las mangas largas y holgadas, los cuellos angulosos, y los estampados de flores y cuadros en colores llamativos. Todo lo anterior se complementa con un estilo de cabello corto con apariencia despeinada, y con las botas plásticas hasta las rodillas o los zapatos de abuelita, acompañados de leotardos ajustados. En el caso de los hombres, aunque su indumentaria no fue tan llamativa en el uso de colores y formas, sus ídolos del momento como The Beatles, inspiraron entre sus seguidores al mejor estilo de la tendencia modo teddy boy, el uso de cabelleras abundantes y pantalones, chaquetas estilo americanas con tres botones entalladas, botas de cuero, jersey cuello de cisne.

Vientos de cambio en el mundo de la moda también aparecieron como producto del movimiento hippie procedente de Estados Unidos, que fue emulado en gran parte de Europa y el sur del continente americano. La música *rock* comenzó a ser parte del panorama juvenil y con esto llegaron las influencias de este movimiento con una notable cantidad de

proyectos musicales, conciertos al aire libre, *happenings* y recitales de poesía organizados en las diferentes ciudades del país. Dentro de esta gama de expresiones artísticas cercanas a la búsqueda de la paz mundial, el amor libre y el cuidado de la naturaleza, se organizaron el Festival de la Vida en el Parque Nacional de Bogotá en 1970 y el Festival de Ancón, Caldas-Antioquia, en 1971¹.

La moda no fue ajena a estas expresiones en boga entre los jóvenes de la época, quienes encontraron en el vestuario la mejor forma de sentar la diferencia con respecto a los adultos y ejercer una especie de culto hacia la juventud. Con o sin interés por demostrar su posición frente al mundo y la sociedad, a finales de la década del sesenta las calles de Medellín se vieron inundadas de trajes influenciados por la tendencia hippie, diseñados preferentemente con materiales naturales como la seda, la lana y el algodón. Los pantalones bota campana y las blusas anchas hasta las caderas, comenzaron a ser utilizados sin distinción de géneros. Las cabelleras largas sin grandes artificios fueron una constante principalmente entre las mujeres.

Paulatinamente, los diseños psicodélicos influenciados por los efectos de los alucinógenos que generaron una explosión de colores y formas, dieron paso a las tendencias étnicas y naturales con la profusión de los colores neutros, caqui, arena, azul grisáceo, oliva. Aunque existió una aparente tendencia hacia la uniformidad, el espíritu individualista impulsado por la generación de hippies sobrevivió en los guardarropas de las personas que escogieron sus piezas de vestir de acuerdo a su personalidad. De esta forma, la uniformidad y el espíritu individual comenzaron a convivir en un pacto sellado en la moda, sin enfrentamientos y en libertad.

La mujer moderna: un signo del despertar femenino

La progresiva consolidación de la industria en Medellín y el consecuente afianzamiento de la ciudad como principal centro urbano y comercial de Antioquia, tuvo repercusiones importantes en el cambio de las rutinas cotidianas, en la utilización del tiempo y en la irrupción de costumbres que comenzaron a circular en la cotidianidad de sus pobladores. La tradición, entonces, comenzó a desfigurarse ante la aparición de una percepción de vida más acorde con los tiempos modernos, donde pululan las fábricas y una masa creciente de obreros; los medios de transporte mecánico como el *bus* y el avión; las personas que deambulaban por las calles; las zonas comerciales y los espacios destinados para la diversión, la recreación y el deporte.

Las mujeres no fueron ajenas a este proceso al asumir nuevos roles que difirieron sustancialmente del oficio tradicional desarrollado en el hogar como madres y esposas. El mejoramiento en el nivel educativo evidenciado en su creciente incorporación a la enseñanza técnica o universitaria; el desarrollo de actividades literarias y periodísticas; su participación en obras de caridad y beneficencia; la práctica de actividades deportivas; el empleo en oficinas, almacenes y fábricas; su ocupación en cargos de importancia en el sector privado y comercial, fueron factores y situaciones que les permitieron desplegar sus capacidades intelectuales y asumir comportamientos y actitudes que riñeron con el ideal

cristiano femenino predominante en la sociedad local. Como reflejo de este incipiente cambio, la mujer moderna se consolidó como una figura contrapuesta a la mujer virginal y protectora del hogar, en cuanto era poseedora de una fuerte identidad, a veces contradictoria, y de un espíritu activo para hacerle frente a un mundo dominado todavía por el sexo masculino. Para el sacerdote español José Miguel Miranda Arraiza, responsable de la sesión *Consúlteme su caso* publicada en *Cromos*, este prototipo fue producto de la expansión femenina en contraste con su encerramiento y esclavitud fomentado por el hombre durante tantos siglos.

La mujer moderna estaba encargada de una posición de gran responsabilidad y ante la mirada inaudita de algunas personas, se preparó para ocupar cargos públicos y privados que exigieron un gran nivel de responsabilidad. Y aunque las comparaciones son odiosas, fue común en la prensa establecer un paralelo entre la vida de la mujer del pasado con la mujer del presente, desde una óptica crítica que resaltó la construcción de sus vidas a favor de los ideales del otro, su máxima competencia: el hombre. Si en el pasado las mujeres solo pensaban a través de los hombres porque se creía que carecían de cierta dosis de racionalidad, en la década del sesenta la mujer moderna se configuró como un ser poseedor de una voluntad suficiente para intentar romper con una tradición basada en los principios patriarcales, independiente, trabajadora, segura de sí misma y deseosa de llevar una existencia paralela al hombre.

La mujer moderna representó, en gran medida, la superación de los tabúes que durante tantos siglos definieron su ser y una esencia sujeta a los designios del sexo masculino. En esta medida, se puede afirmar que el comienzo de su realización como ser individual estuvo sujeto a su ingreso paulatino al mundo exterior, mediante la negativa parcial de los principios de la sociedad tradicionalista y patriarcal. Para ella, la calle no representó un espacio vedado; llena de un espíritu audaz y templado para infringir las normas morales, acudió a lugares donde podía divertirse, trabajar o interactuar con amigos de ambos sexos. Por esta razón, este prototipo de mujer se caracterizó por alternar un ritmo de vida agitado y dinámico, con breves espacios de vida apacible y dedicada a acciones antes impensables dentro de los roles tradicionales impuestos en la sociedad, como disfrutar de actividades al aire libre, ver las carreras de autos, leer o simplemente descansar en un lugar destinado para la recreación.

Y si la vida moderna exige para este nuevo modelo de mujer una actitud dinámica y vigorosa para realizar las múltiples actividades desarrolladas en su cotidianidad, esto desembocó en la necesidad de mantenerse activa y saludable el mayor tiempo posible sin mostrar aparentes signos de debilidad y cansancio. Ante la posibilidad de desarrollar enfermedades frecuentemente asociadas con el nivel de vida propio del mundo moderno como las afecciones de origen nervioso, ansiedad, estrés, depresión y las derivadas de las acciones realizadas en su cotidianidad que generaban molestias en sus ojos y afectan su belleza, leer, ver televisión y las actividades al aire libre, la mujer moderna se benefició de los adelantos en la medicina y en la dietética moderna e integró dentro de su dieta diaria el consumo de vitaminas y suplementos alimenticios para resistir las condiciones del mundo exterior y evitar mostrarse débiles frente a su principal competidor e inquisidor, el hombre.

En todos los campos de su vida, sin importar si pertenecía al ámbito doméstico o laboral, debía mostrarse segura de sí misma y atractiva. Con esto, garantiza su éxito no solo en la

vida profesional y laboral, sino en el plano de las relaciones sentimentales o, simplemente, para conservar su poder de seducción frente a los hombres, una cuestión propia de su ego crucial para poder superar a su adversario y convertirse en señora de su imperio, tal como lo anunciaba Max Factor como parte de su campaña de maquillajes *Bazazz* en 1967.

Sin embargo, el ambiente inclemente al que estuvo sometida debido a sus múltiples actividades realizadas a la intemperie, trajo consigo consecuencias negativas para su rostro y cuerpo. La clave estaba, entonces, en proteger la piel y conservar su aspecto juvenil sin invertir demasiado tiempo, una acción que redundó en la incorporación dentro de su rutina cotidiana de una serie de métodos que combinan los conocimientos en el campo de la dietética, cosmetología, medicina y estética: la hidroterapia, el descanso físico, las mascarillas, las dietas y el maquillaje. De esta forma, la mujer moderna se convirtió en una triunfadora en el campo de la belleza, cuando sobrepasó victoriosamente el límite de la edad para ser joven, concebido tradicionalmente hacia los treinta años hasta alcanzar la edad de cincuenta años. Esta edad no era el final de su existencia como mujer, porque su seguridad no solo residió en su belleza física y en los diferentes recursos para conservarla, sino en la evolución sobre el concepto de sí misma, aceptando sin temor y sin complejos este momento de su vida.

Bajo la era de la plena industrialización y la promoción de un consumo exacerbado, la mujer moderna tuvo la posibilidad de expresar su dominio sobre sí misma por medio del cuidado de su cuerpo, una acción que hizo necesaria la corrección de sus defectos físicos mediante el uso de diferentes técnicas. Con esto demostró su capacidad para dominar lo que en el pasado era imposible: el control sobre las leyes de la naturaleza. David Le Breton afirmó que esta representación se hizo más fuerte a finales de la década del sesenta, cuando fue reconocido el cuerpo físico como un territorio para explorar y modificar, dejándose atrás las concepciones represivas de antaño que lo dividieron tajantemente en un dualismo entre cuerpo y alma. Estas representaciones del cuerpo siguieron con fidelidad el proceso de individuación cada vez más acelerado, caracterizado por la inversión de la esfera privada, la preocupación por el yo, la multiplicación de los modos de vida, la atomización del sujeto y el creciente desconocimiento de las referencias y valores tradicionales. Así, la persona adquirió una conciencia de sí misma dentro de la estructura social, siendo el cuerpo la frontera o la huella más tangible del sujeto que, en un primer momento, le permitió separarse de la trama simbólica y los vínculos comunitarios.

Quando todas las relaciones sociales se hicieron precarias, el cuerpo se convirtió en el refugio y valor último de la persona, con el cual pudo tener certeza de su existencia como sujeto, de su alter ego en la sociedad. En pocas palabras, pasó de ser un objeto, para convertirse en un sujeto (Le Breton, 1995, pp. 152-153).

El hecho de asumir su cuerpo como su propiedad, igualmente se tradujo en la utilización del maquillaje como un medio para realzar su atractivo, imitando casi perfectamente los grandes íconos de la moda y del espectáculo. La mujer moderna no fue ajena al espectáculo de la moda y, por este motivo, siempre estuvo a la vanguardia de las últimas tendencias mundiales en este campo, una condición que supo explotar la publicidad de telas y vestua-

rio femenino al resaltarlo en sus productos. Las cualidades que identifican este prototipo de mujer fueron versatilidad, audacia, espíritu moderno, elegancia, juventud y encanto:

Por mujeres así, (Sexytosas), FABRICATO hace lo que hace... La más rica y versátil colección de audaces, fabulosos y modernos estampados en algodón y poliéster. Estampados FABRICATO en popelinas, en etaminas, en piqué, en percales, en driles... en todo lo que la mujer de actualidad sueña para participar en el espectáculo de la moda mundial! (Cromos, 1969, p. 3).

Para la mujer moderna la moda no fue el único fin de su vida ni un medio para obtener sus triunfos; ese encanto irresistible necesario para reafirmarse como ser individual dentro de un mundo dominado por los hombres. Ella encontró en la moda un baluarte para la autoafirmación de una feminidad diferente al existente en las épocas anteriores, caracterizada por su proyección hacia el mundo exterior en actividades que le exigieron grandes dosis de dinamismo, movimiento e inversión de tiempo. Por lo tanto, frente a las trabas impuestas en el vestuario femenino en el pasado, supeditadas a una atmósfera restringida al ambiente doméstico, los diseños de la mujer de hoy se destacaron por la versatilidad en las formas y líneas, que buscaban amoldarse a su cuerpo de una forma cómoda y ligera para permitir su ágil desenvolvimiento en las diferentes actividades del día: "Como vivimos en la edad del *jet*, la mayoría de las mujeres se han dado cuenta de la importancia que tiene la flexibilidad y rapidez de los cambios" (El Colombiano, 1963, p. 18). Esto último no significó que se olvidara de la elegancia y la exhibición de una silueta femenina atractiva para el sexo opuesto y su mismo ego, sin dejar de lado el ingenio y la creatividad para coordinar los colores y estilos según los estados de ánimo, la actividad desarrollada en el momento y el efecto que deseaba generar en los demás. La cuestión radica en adaptar el modelo de vestido deseado por ella, sin sufrir ninguna desfiguración con modelos extraños que afectan su presencia ante los demás y su imagen interior.

En un periodo caracterizado por el comienzo de un vertiginoso tren de vida para las mujeres, cuatro tendencias del vestuario se convirtieron en los máximos representantes de su nuevo espíritu emancipador y autónomo: la falda corta, la ropa deportiva, el *jean* y el traje sastre. Por ejemplo, el *jean* fue una prenda cuyo sentido de cambio no residió en la imitación del tipo adaptado a la figura masculina, sino en la utilización de gran diversidad de colores y formas adaptadas a la figura propiamente femenina. Desde el momento en que fue usado por primera vez por la mujer, ella se sintió dueña de su cuerpo al tener la libertad de movimiento necesaria para desenvolverse en las diferentes actividades. Adicionalmente, abrió la posibilidad de exhibir la forma de su cuerpo y atraer las miradas de otros sin tener que desnudarlo y exhibirlo a los demás. Pero los atributos de esta prenda sobresalieron con mayor fuerza cuando se comparó la situación presente con el pasado, mostrándose el *jean* como un símbolo de la juventud encargado de difundir la idea de un descuido aparente en su figura, una percepción que estuvo por encima de la concepción clásica que mostraba a la mujer como un objeto representativo de clase y un objeto sexual que exhibía a través del vestido partes del cuerpo deseadas por el hombre:

La presa provoca al cazador (...), ya que ahora toma la iniciativa y se anticipa al ataque; los hombres se quejan de que ya no hay nada que adivinar en el cuerpo femenino (...). Al descubrirse, la mujer priva al varón de algunos de sus triunfos, se apodera de ellas y se reserva la decisión (*Cromos*, 1967, pp. 38-41).

En medio del revuelo causado por la generalización del *jean* entre las mujeres, hizo su aparición la falda corta, quizá la prenda más representativa de este periodo al convertirse en el símbolo del espíritu emancipador femenino: su energía y dinamismo se visualizó a través de este atavío, que le dio mayor libertad para andar de prisa, correr y saltar, subir y bajar sin trabas los autos y tranvías, practicar ejercicios físicos y sentarse cómodamente en lugares públicos. Símbolo de un período de transición en las valoraciones y representaciones vigentes en la sociedad, la minifalda fue considerada como un hito que rompió con los prejuicios religiosos impuestos por el puritanismo burgués y cristiano. Así, esta prenda entró desafiando los cánones morales y religiosos, para convertirse en el atuendo más representativo de las jóvenes ansiosas por diferenciarse de sus madres, quienes personificaban la vigencia de los cánones tradicionales. Entre las mujeres adultas que sobrepasaba la edad de los cuarenta, significó la excusa perfecta para eliminar la antipatía de sus vidas generada por el deterioro progresivo de su silueta y el comienzo de una etapa de autocuidados mediada por dietas y tratamientos de belleza, destinados a devolver ese espíritu de alegría y lozanía propio de la juventud.

Más allá de las tendencias de la moda, la aparición de la mujer moderna significó el esclarecimiento del ser femenino a partir de la dimensión física, lo que representó en el fondo, el control sobre sí misma: manejo mi cuerpo y hago de éste la expresión de mi personalidad proyectada hacia el mundo. Esto se tradujo en la exploración y experimentación del erotismo y la sensualidad corporal, con el único interés de disfrutar del placer generado por las sensaciones, un aspecto negado por muchos años por la tradición que destinó su cuerpo a convertirse en una especie de receptáculo apropiado para procrear y propagar las nuevas generaciones de individuos. En cuanto fue dueña de su cuerpo, de sus sensaciones y de sus impulsos instintivos, pudo multiplicar sus experiencias sexuales sin tantos tabúes, abriéndose la posibilidad de elegir a sus compañeros sexuales según sus caprichos e intereses. Ahí fue donde residió el cambio fundamental de la mujer moderna, en cuanto ya no fue elegida por otros para hacer realidad sus designios y mandatos. De esta forma, al menos en la prensa se convirtió en un sujeto autónomo, capaz de elegir y de organizar su existencia según el gusto personal, descubriendo una nueva dimensión en el plano de las relaciones afectivas. Asimismo, tuvo la posibilidad de asumir las consecuencias de todos sus actos, confiando en su criterio creado a partir de las dificultades que había afrontado por sí misma. Sin embargo, la presencia de un discurso en la prensa que promovió las representaciones de una mujer abierta al mundo y liberada de las ataduras impuestas socialmente a su personalidad, no puede declararse como la prueba irrefutable de un cambio radical en el rol femenino. Aún la realidad mostraba una mujer que se hallaba en un dilema entre su rol circunscrito al hogar y la familia, y las nuevas perspectivas que venían propagándose desde las décadas anteriores en los medios de comunicación y en el cine, donde había aflorado un universo cargado de nuevas.

Aunque este voluntarismo reparador y constructivista le abrió la posibilidad de ser artífice de su propia existencia, tras siglos de ostracismo y de estar sujeta a la voluntad del hombre, paradójicamente, tuvo su contrapartida en la complacencia del Otro; en la búsqueda de su aceptación en el medio social en el que se desarrollaron; en la apertura de la puerta del éxito social y la felicidad del individuo; en la salida de su anonimato hacia un contexto social que reconociera su existencia. Después de muchos siglos de ser relegada en un segundo plano, alcanzar la belleza física significó la puerta de entrada para hacer frente a un universo antes dominado por los hombres: el trabajo y la vida social. Así, la clave para obtener los numerosos beneficios promovidos por el hecho de ser dueña de sí misma se encontraba en la armonía física, que garantizaban su seguridad entre un mar de relaciones entabladas en el ajetreo constante exigido por la vida moderna.

Mujer y moda: ¿contraposición a los valores tradicionales?

Al hacer una revisión de la prensa en la década del sesenta, se puede constatar la existencia de imágenes divergentes entre la figura tradicional de la mujer y las nuevas perspectivas sobre su rol, así como la forma en que se intentó conciliar ambas posiciones. Como un reflejo de la redefinición feminista de la identidad y del papel de la mujer en la década del sesenta, los espacios destinados a la publicidad dominados, en gran parte, por los productos de belleza femeninos y de vestuario, promocionaron su propia versión comercial de la mujer liberal a través de la figura de una mujer narcisista, sensual y consciente de su belleza física, que alcanza seguridad, posición social y el amor de un hombre, por medio del realce de su belleza física con los medios artificiales: el maquillaje, las cremas, los productos de higiene personal, entre otros.

En contraposición de la imagen de mujer moderna, apareció tímidamente una versión opuesta encarnada en las mujeres profesionales y trabajadoras, quienes lideraron un movimiento casi siempre silencioso en cuanto a su condición de sujetos activos de la sociedad. Igualmente, en esta modalidad se incluyeron los testimonios y columnas centrados en la promoción de los temas feministas relacionados con la liberación de la mujer que estaban en boga en los países más desarrollados de Europa y en Estados Unidos, además de otros temas ligados al movimiento feminista como la educación femenina y las implicaciones de la transformación de su condición civil y política. No obstante, nuevamente esta figura relacionada con la liberación femenina se difuminó en una nebulosa de funciones asignadas a sus roles que concilian las dos versiones femeninas, al destacarse simultáneamente los ideales de mujeres profesionales con los prototipos tradicionales de mujer madre y de esposa dulce, afectuosa y femenina. No en vano se publicaron junto con los artículos críticos sobre la situación de la mujer, secciones dedicadas al cuidado del hogar y la familia, en donde se exploraron temas como la nutrición; la salud; la limpieza personal y general; tips y recetas de cocina; los patrones de costura; los consejos matrimoniales, entre otros. Esta tendencia general notable en la prensa mostró la pretensión de conservar el statu quo en los roles tradicionales asignados a la mujer, una situación considerada dentro del estudio de Mieke Ceulemans como una forma de control social que mantuvo ocultas las

nuevas realidades sociales. Así, no era raro encontrar un buen número de imágenes y textos relacionados con mujeres profesionales y empleadas realizando a la par labores en el hogar y en la familia, como parte de una estrategia que pretendió hacer más aceptable su incursión en las esferas masculinas a través del realce de una feminidad definida a partir de su rol de mujer-madre y mujer-esposa (Ceulemans y Fauconnier, 2012).

En el caso concreto del discurso de la moda, las imágenes predominantes exhibieron mujeres que debieron preocuparse por el realce de cualidades como la feminidad, la elegancia y la belleza física, en pro de alcanzar un objetivo centrado en la conquista de un hombre o en el dominio de estas cualidades para alcanzar sus metas principales en el campo profesional o laboral. Luisa Pasellini, quien dirigió su posición al carácter mistificador de la prensa femenina, señala que estas publicaciones periódicas se encargaron de mostrar dos caras de la moneda, o más bien, dos formas de actuar con respecto a la mujer. Por una parte, mediante la presentación de mecanismos de evasión como las novelas y algunos artículos relacionados con la moda y la belleza femenina, se prolongó la representación de la mujer ideal en acciones tradicionales como esposa y madre pasiva, disponible, bella, que estaba en función de conservar el interés de su esposo. Desde una mirada más positiva, la otra cara de la moneda se encontró en la continua interacción con las rebeliones reales de las mujeres, una opción que hizo parte del programa de liberalización en marcha propuesto en los países más desarrollados como Estados Unidos y Europa. Es en este punto cuando la prensa comenzó a ficcionalizar la realidad de muchas mujeres del común, para mostrar y legitimar las nuevas formas del ser femenino alejadas de los viejos estereotipos y roles asignados tradicionalmente (Passerini, 2003). De esta forma, se construyeron mujeres de carne y hueso, quienes superaron diferentes obstáculos con éxito, y demostraron ser competentes más allá de los límites y tareas impuestas por la sociedad. Adoptando una posición más radical, Benoit consideró que la combinación de la nueva conciencia femenina con la imagen de la mujer tradicional, fue solo un reflejo de la ambivalencia de sus lectoras con respecto a las representaciones relacionadas con ellas, debido a que la aparente liberación se situó dentro de la relación marido-mujer, aun cuando se presentaran simultáneamente otras opciones con respecto a su papel en los ámbitos privado y público de la sociedad: “La verdadera naturaleza de la mujer sigue siendo la sumisión al hombre, su objetivo real el matrimonio y la realización femenina de la maternidad” (Ceulemans, 2012, pp. 53-54). A pesar de los intentos de modernizar la imagen femenina, principalmente apropiándose de los objetivos de corte feminista relativos a la sexualidad, la perspectiva fundamental no cambió dentro de este medio de comunicación, ratificándose los papeles tradicionales de esposa y madre aún en plena década del sesenta.

Una posición similar fue expuesta por Juana Gallego en su libro *Mujeres de papel*, un estudio en el cual se analizaron los intereses subyacentes que aparecieron en la prensa moderna en España. Como argumento central de la obra, señaló que la prensa femenina hizo eco de las cuestiones de proyección privada, reforzando en su discurso el sistema que determinó los espacios, actitudes y comportamientos fijados por la sociedad para cada miembro según el sexo. Aunque simultáneamente se introdujeron transformaciones relacionadas con la definición de nuevos roles sociales, en realidad, estos cambios estuvieron integrados perfectamente al sistema de representaciones tradicional, favoreciendo su reproducción y perpetuidad bajo unas circunstancias sociales y políticas diferentes a las que favorecieron

su nacimiento. Aun cuando el discurso propuesto en la prensa femenina estuvo influenciado por esquemas e imaginarios de corte más moderno, en el fondo reafirmó los papeles tradicionales asignados a cada sujeto, afianzando los valores y la transmisión de pautas de comportamiento en donde lo femenino estaba en oposición a lo masculino, y lo masculino existió sin ser opuesto a nada y bajo un estatus de género universal (Gallego, 1990).

A modo de conclusión

Tras siglos de un confinamiento impuesto por la sociedad y sus instituciones, en la década del sesenta la mujer prosiguió con mayor firmeza un nuevo camino hacia la construcción de su estatus como sujeto de derecho y de responsabilidades ante sí misma y ante el mundo social. Levantando cierto recelo entre las instituciones y sectores tradicionales, empezó a allanar un camino iniciado en las décadas anteriores por unas cuantas mujeres que se atrevieron a desafiar los cánones vigentes en la sociedad, para incursionar con bastante dificultad en sectores antes limitados a la mano masculina como la vida laboral, la universidad y la política.

La prensa no fue ajena a la transformación de la imagen femenina y, bajo una visión regida por una dinámica consumista y hedonista, comenzó a promocionar nuevas representaciones influenciadas por el espíritu de la modernidad. No obstante, este cambio no fue un proceso de corta duración y estuvo mediado por la negociación con las diferentes representaciones tradicionales, cimentadas fuertemente en los valores cristianos promovidos por la iglesia católica.

En consecuencia, es posible afirmar que la prensa tuvo un carácter mistificador en la medida en que presentó dos representaciones de la mujer como reflejo del contexto social en el cual tuvieron vigencia. Por un lado, se prolongó la representación del prototipo de mujer ideal en el rol de esposa, madre y ama de casa, caracterizado por sus cualidades espirituales y su belleza física. Desde otro punto de vista, aparecieron los modelos femeninos como la mujer moderna, la mujer trabajadora, la mujer modelo y la mujer-ícono, creados a partir del proceso de liberalización promovido en Estados Unidos y Europa, como producto de las nuevas demandas generadas en el mundo capitalista, las tendencias encaminadas a promocionar los ideales de belleza entre un gran público y la consagración del individuo como dueño de su cuerpo.

Si bien estas transformaciones permitieron la definición de nuevos roles sociales femeninos, es preciso señalar que estuvieron integradas al sistema tradicional de representaciones, hasta el punto de permitir su reproducción y continuidad dentro de unas circunstancias sociales y políticas diferentes a las que favorecieron su nacimiento. Así, el discurso de la moda propuesto en la prensa, aun cuando estuvo influenciado por esquemas e ideas de corte más moderno, en el fondo, se encargó de reafirmar los papeles tradicionales asignados a cada sujeto, afianzando los valores y la transmisión de pautas de comportamiento en los que lo femenino estuvo en oposición a lo masculino, y la existencia de lo masculino estuvo bajo un estatus de género universal.

Notas

1. Ante la mirada atónita de las autoridades religiosas católicas y su cuerpo secular, que lo señalaron como un espectáculo contra la moral y las buenas costumbres, el Festival de Ancón fue resultado de la labor desarrollada por Gonzalo Caro “Carolo” y sus compañeros, en el cual se congregó entre el 18 y 20 de julio en el sector de La Tablaza (Caldas) a una gran cantidad de jóvenes, quienes estaban deseosos de escuchar los nuevos ritmos extranjeros interpretados por agrupaciones locales como Riders, Los Mosters, Conspiración del Zodiaco, la Banda Universal del Amor, Terrón de Sueños, Los Flippers, Galaxia y Gran Sociedad del Estado, Los Laser, Free Stone, Columnas de Fuego (García, Juan José. Ancón (24 de enero de 2012). *El festival hippie del amor y la paz*. http://www.elcolombiano.com/proyectos/Ancon2005/notas/ancon71_historia.htm).

Lista de referencias bibliográficas y bibliografía

- Builes, M. A. (1958). *Cartas pastorales: 1924-1939*. Medellín: Bedout.
- Ceulemans, M. y Fauconnier, G. (1980). Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación [en línea]. París: Organización de las Naciones Unidas. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134358so.pdf>
- Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda*. Barcelona: Paidós.
- Espinal, C. E. y Ramírez, M. F. (2006). *Cuerpo civil, controles y regulaciones: Medellín, 1950*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Gallego, J. (1990). *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Barcelona: Icaria Editorial.
- García, J. J. Ancón 71. El festival hippie del amor y la paz. Disponible en: http://www.elcolombiano.com/proyectos/Ancon2005/notas/ancon71_historia.htm
- Kónig, R. (1972). *Sociología de la moda*. Barcelona: A. Redondo editor.
- Le Breton, D. (1995). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
- Lehnert, G. (2000). *Historia de la moda del siglo XX*. Colonia: Könemann.
- Lipovetsky, G. (1994). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (1999). *La tercera mujer*. Barcelona: Anagrama.
- Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Madrid: Paidós.
- Passerini, L. (2003). Sociedad de consumo y cultura de masas. En: Duby, George y Perrot, Michelle (comp.). *Historia de las mujeres*. Madrid: Taurus.
- Peinados transformables para chicas versátiles. (1963, 16 diciembre). *El Colombiano*. p. 18.
- Restrepo, J. (2011). Mujeres, prensa escrita y representaciones sociales de género en Medellín entre 1926 y 1962. Tesis de Magíster en Historia. Medellín: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas y Económicas.
- Seeling, C. (2000). *Moda. El siglo de los diseñadores, 1900-1990*. Barcelona: Könemann.

Squicciarino, N. (1986). *El vestido habla. Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid: Cátedra.

Abstract: This writing analyzes the social representations related to women, promoted in the journalistic discourse of fashion in Medellín, during the sixties. A period characterized by the appearance of a wave of media and clothing consumption, and the spread of new ideals aimed at personal fulfillment. To understand the processes of transmission of the representations that defined traditional female roles and the roles that were signs of social and cultural changes, in this work the method of discourse analysis was used as a tool that allowed studying the social, political context and economic in which they emerged and developed as symbolic creations of appropriation of reality configured by social groups.

Keywords: Fashion - discourse - woman - society - Medellín - roles - beauty - symbolism - politics - consumption.

Resumo: Este texto analisa as representações sociais relacionadas às mulheres, promovidas no discurso jornalístico da moda em Medellín, durante os anos sessenta. Um período caracterizado pelo surgimento de uma onda de consumo de mídia e roupas, e a difusão de novos ideais voltados para a realização pessoal. Para compreender os processos de transmissão das representações que definiam os papéis femininos tradicionais e os papéis que sinalizavam mudanças sociais e culturais, neste trabalho utilizou-se o método de análise do discurso como ferramenta que permitiu estudar o contexto social, político e econômico em que surgiram e se desenvolveram como criações simbólicas de apropriação da realidade configuradas por grupos sociais.

Palavras chave: Moda - discurso - mulher - sociedade - Medellín - papéis - beleza - simbolismo - política - consumo.

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