



Vestir el género durante los años 70 en Medellín: Las representaciones de las masculinidades
y feminidades de la moda en los registros fotográficos

Camila Andrea Rua Tovio
Luisa Fernanda Martínez Arenas

Trabajo de grado presentado para optar al título de Periodista

Tutor

Eduardo Domínguez Gómez, Magíster (MSc) en Historia de Colombia

Ima Esther Poveda Núñez, Magíster (MSc) en Historia

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología
Periodismo
Medellín, Antioquia, Colombia
2022

Cita	(Martínez Arenas & Rua Tovio, 2022)
Referencia	Martínez Arenas, L.F., & Rua Tovio, C. A. (2022). <i>Las representaciones de las masculinidades y feminidades de la moda en los registros fotográficos de los años</i>
Estilo APA 7 (2020)	70 [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



Biblioteca Carlos Gaviria Díaz

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes.

Decano/Director: Edwin Alberto Carvajal Córdoba.

Jefe departamento: Juan David Rodas Patiño.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

A nuestra familia que ha sido pilar fundamental en nuestro proceso académico y a nuestra amistad que nos permitió aprender y trabajar juntas otra vez.

Agradecimientos

A las personas que contribuyeron a la realización de este trabajo mediante las entrevistas que dieron vida a la historia, a la moda y el género.

Tabla de contenido

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Introducción	8
Planteamiento del problema.....	9
Objetivos.....	13
Referentes conceptuales.....	14
Referentes históricos.....	18
Metodología.....	21
Resultados.....	23

Lista de figuras

Figura 1	25
Figura 2	26
Figura 3	28
Figura 4	29
Figura 5	30
Figura 6	32
Figura 7	36
Figura 8	37
Figura 9	38
Figura 10	40
Figura 11	41
Figura 12	42
Figura 13	44
Figura 14	45
Figura 15	45
Figura 16.....	46

Resumen

Este trabajo hace un acercamiento a las representaciones de las masculinidades y feminidades de la moda en los registros fotográficos de los años 70 en Medellín. De esta manera contribuimos al entendimiento de las formas en que el ser humano se viste, las cuales hacen parte de un sistema en donde se reflejan y representan lo que se ha acuñado como perteneciente a los distintos géneros. Tener eso en claro permitió hacer un cuestionamiento de cómo han actuado y en consecuencia cómo actúan los cuerpos vestidos en la actualidad, lo que permitiría entender el significado social y cultural que tiene la moda en Medellín. También, aporta con una mirada crítica ante un periodismo que ha banalizado los proyectos que tienen relación con la moda. Como resultado de esta investigación fueron elaborados dos podcast y dos reportajes escritos.

Palabras clave: moda, vestir, años 70, género, feminidades, masculinidades, Medellín.

Abstract

This work makes an approach to the representations of masculinities and femininities of fashion in the photographic records of the 70's in Medellin. In this way we contribute to the understanding of the ways in which human beings dress, which are part of a system where they reflect and represent what has been coined as belonging to different genders. Having this clear allowed us to question how they have acted and consequently how the dressed bodies act nowadays, which would allow us to understand the social and cultural meaning that fashion has in Medellin. It also provides a critical look at a journalism that has trivialized the projects related to fashion. As a result of this research, two podcasts and two written reports were elaborated.

Keywords: fashion, dress, 1970s, gender, femininities, masculinities, Medellín.

Introducción

La moda entendida como un sistema de vestir tiene unas relaciones de producción y consumo específicas. Joanne Entwistle en *El cuerpo y la moda*, menciona que para esta es importante la movilidad social. La cual se acelera en los 60 gracias a la popularización del prêt-à-porter (listo para usar) que permitió que la ropa fuese más accesible, por lo tanto, llega a otros sectores sociales.

A través de ella se pueden reflejar las contraculturas generadas por los cambios sociales de la época, por ejemplo, el feminismo y los hippies, las cuales se extendieron aproximadamente hasta la mitad de la década de los 70, momento en el cual llegaron nuevas corrientes musicales como el punk, glam rock o glitter rock que mostraba un cambio en la concepción del mundo y por lo que cambió la forma de vestirse en las juventudes.

En Colombia quienes determinaban la moda era la industria textil, encabezada por Tejióndor, Fabricato y Coltejer, quienes modernizaron la producción y convirtieron a esta en una fuente principal de la economía del país. Sin embargo, en los 70s se estancó la industria y comenzó un proceso de desindustrialización en Colombia. Lo cual afectó a Medellín que era una ubicación importante para la moda en el país, además de eso ocurría una fuerte transición urbana por las migraciones de familias afectadas por la violencia, esto generó una diversificación social y cultural, junto a la influencia de los movimientos extranjeros ocasionaron cambios de la masculinidad y la feminidad en sus formas de vestir.

1 Planteamiento del problema

En la búsqueda de entender cómo la ropa ha reflejado las representaciones de las masculinidades y feminidades, es necesario tener presente que el acto de vestir ha acompañado a la humanidad durante milenios, por tratarse de una de las prácticas desarrolladas por la especie para proteger el cuerpo. La moda, por otro lado, no solo implica el acto de vestir, sino que implica unas condiciones específicas: Joanne Entwistle, en el libro *El cuerpo y la moda*, explica que la moda es: “un sistema de vestir que se encuentra en sociedades donde la movilidad social es posible; cuenta con sus propias relaciones de producción y consumo, que una vez más, se encuentran en todo tipo de sociedades; se caracteriza por una lógica de cambio regular y sistemático” (2002: 59).

Si se entiende de esta manera, la moda se encuentra bajo unas circunstancias sociales específicas; por tanto, varía de acuerdo al espacio y al tiempo al que está circunscrita. Ahora bien, los cambios sistemáticos del último siglo podrían denominarse como acelerados, gracias a la complejización y aceleración de los procesos de movilidad social que Entwistle menciona como fundamentales, lo cual ha llevado a avanzar en lo que hoy se entiende como la democratización de la moda.

Durante siglos la industria de la moda fue sumamente costosa, por ello estaba dirigida a la clase alta; sin embargo, a mediados del siglo XX en los años 60 se popularizó el prêt-à-porter (listo para usar) en el que la ropa comenzó a ser producida en serie por un sistema de tallas, lo que significó que los distintos sectores sociales tuvieran la capacidad de acceder a ella. Esto, sumado a los fuertes cambios sociales de la década, transformó cómo se vivía la moda, la feminidad y la masculinidad, lo que se vio reflejado en cómo lo hicieron en los años 70 del siglo XX.

A lo largo de los 60 ocurre la revolución sexual, la liberación femenina, la lucha contra la discriminación racial y el transcurso de la guerra de Vietnam. Todas estas luchas fueron encabezadas por la juventud hija de la segunda guerra mundial a través de distintos movimientos contraculturales que buscaban controvertir lo que en ese momento se entendía como correcto.

En los inicios de los 70 siguen varias de estas luchas sociales como el feminismo, los hippies y la lucha contra la guerra de Vietnam; por ello Valerie Steele, en el libro *The Fashion Business*, explica que desde aproximadamente 1970 hasta 1974 la moda se caracterizó por la continuación de muchos temas de finales de la década de 1960, como la llamativa extravagancia -personificada por los zapatos de plataforma y los pantalones cortos-, las fantasías retro y las influencias étnicas. En su orientación hacia la juventud, la libertad y otras virtudes de la contracultura como la igualdad

y el anticapitalismo, la primera fase del estilo de la década de 1970 podría describirse como *difusión hippie tardía* (2000: 12).

Sin embargo, luego del 75 se presentaron corrientes musicales como el punk, glam rock o glitter rock que trajeron la idea de la libertad y la antimoda. Durante este tiempo también los textiles de materiales sintéticos se popularizaron, sobre todo se expandió la fibra del poliéster que es resistente y económica, lo que ayudó a que la moda se diversificara.

Antes de la mitad del siglo XX, mientras que en los países europeos eran los diseñadores quienes determinaban la moda, en Colombia este proceso lo hacía la industria textil. En las décadas de los años 20 y 30, se fortaleció la triada de la industria con Tejicóndor, Fabricato y Coltejer, gracias a la modernización de la producción. Sin embargo, estas empresas fueron pensadas como parte de la industria textil y no en el ámbito de la moda.

Posteriormente, en la década de los 70 empezó un estancamiento en la industria. Según el medio periodístico El Tiempo: Entre 1977 y mediados de la década de los ochenta se estancó el consumo de textiles, principalmente por el aumento interno de precios y por la poca competitividad de la industria que condujo a los consumidores a buscar bienes sustitutos. De acuerdo con el medio, la crisis de la industria se vio reflejada también en el precio de sus acciones: en 1979 Coltejer y Fabricato tenían sus acciones en 40 pesos y 3 años después descendieron a menos de 20 pesos. En 1985 se redujeron a menos de 5 pesos hasta que en 1986 empezaron a subir gracias a la refinanciación de la deuda y el control de importaciones.

Colombia comenzó un proceso de desindustrialización, pormenorizando los esfuerzos de inversión en infraestructura y maquinaria de décadas anteriores. Entre otros aspectos, la ausencia de una política industrial planificada y otras políticas económicas, contribuyeron al debilitamiento del proceso de industrialización en el país.

La ubicación de la zona textilera de Colombia se dio principalmente en el Valle de Aburrá; incluso en el año 1972 fue la inauguración del edificio Coltejer, la construcción más emblemática de Medellín y símbolo de desarrollo de la industria textil. Para esos años la ciudad enfrentaba una fuerte transición urbana gracias a las numerosas migraciones de familias que llegaban de zonas rurales en búsqueda de oportunidades o quienes huían de la violencia en sus territorios, trayendo consigo el poblamiento informal sobre todo en el norte de la ciudad. A pesar de ello la llegada de los nuevos ciudadanos dinamizó la economía en algunos sectores de la ciudad, pues como cualquier otro habitante requerían productos de primera necesidad.

La relación de los sectores textil y moda se hizo más contundente, la industria textil le empezó a dar importancia a las dinámicas culturales y sociales de esta. Así mismo cambiaron las relaciones de los consumidores, las prendas y la moda, en gran parte debido al pret-á- porter (listo para usar) de los años 60, que influyó enormemente en la popularización de la moda que se consolidó en los años 70 en el país. Haydee Roperó y Liana Ovalles en Historia de la moda en Colombia (2016: 94), expresan que en los años 60 “La moda se va volviendo más común y ligera, con trajes de chaqueta y faldas hechas a la medida para enfatizar las caderas. Así mismo, se comienza a utilizar ropa deportiva compuesta por pantalones, camisas anchas, medias cortas y pulseras en el tobillo”. Además, las revistas de moda introdujeron nuevas ideas y percepciones a una ciudad tradicionalmente conservadora que hizo evidentes las representaciones de la masculinidad y la feminidad en sus formas de vestir.

Por lo que nuestra pregunta de investigación a resolver es ¿Cómo se representaron las masculinidades y feminidades en la moda de los registros fotográficos de los años 70 en Medellín? La Industria textil se convirtió en unas principales fuentes para la economía de la ciudad y del departamento; así mismo la moda se ha introducido en la vida cotidiana de los ciudadanos partiendo de la simple necesidad de vestirse a la opción de escoger tal o cual tendencia; y para muchos representa su sustento como forma de comercio. Sin embargo, las personas no han visto el vestir cómo un aspecto esencial de la construcción del género y su importancia recae en que la forma que vestían en el pasado se relaciona en la manera en la que hoy la sociedad ve lo masculino y lo femenino.

El periodismo tampoco ha hecho mucho por explicar e informar con relación a ello; por el contrario, ha banalizado la moda, al reducirla a las élites y a eventos como Colombiamoda o Colombiatex. No se cuenta con la cantidad suficiente de trabajos enfocados en las representaciones de las masculinidades y feminidades en la moda en Medellín, aunque se pueden encontrar artículos cortos y un podcast sobre el tema, pero no trabajos de largo aliento, lo que no ha permitido que se comprenda la moda como un espacio en el que se encuentra circunscrita información cultural.

Este trabajo busca ayudar a entender que las formas en que el ser humano se viste, hacen parte de un sistema en donde se reflejan y representan lo que se ha acuñado como perteneciente a los distintos géneros. Tener eso en claro permite que haya un cuestionamiento de cómo han actuado y en consecuencia cómo actúan los cuerpos vestidos en la actualidad, lo que permitiría entender el significado social y cultural que tiene la moda en Medellín. También, pretende contribuir con una

mirada crítica ante un periodismo que ha banalizado los proyectos que tienen relación con la moda; el carácter periodístico del mismo permitirá comunicar a las personas una perspectiva diferente en las representaciones de las masculinidades y feminidades de un elemento que ha sido parte de su vida cotidiana.

El propósito de esta investigación es explorar las representaciones de las masculinidades y feminidades de la moda en los registros fotográficos de los años 70 en Medellín, observando la manera en que se inscribieron los papeles y las relaciones de género a través de la moda en la ciudad durante esta época. Con el fin de que haya diferentes formas de consumir el contenido, se realizarán dos podcasts para comunicar un breve contexto de la moda en Medellín y la forma en la que se han construido las representaciones de la mujer y el hombre. Los contenidos sonoros se acompañarán de dos ensayos en los que se abordará por separado lo masculino y lo femenino.

2 Objetivos

2.1 General

Explorar las representaciones de las masculinidades y feminidades de la moda en los registros fotográficos de los años 70 en Medellín.

2.2 Específicos:

- Profundizar el marco conceptual general y el marco histórico particular sobre la importancia de la moda en las dinámicas sociales.
- Identificar los patrones del vestuario en los registros fotográficos de los años 70 en Medellín.
- Establecer los principales componentes y procesos sociales que se reflejan en la moda como representación de los roles y relaciones de género.

3 Referentes Conceptuales

3.1 Género: masculinidades y feminidades

El concepto de *género* surgió como una diferenciación al de *sexo*, que se refiere a las características biológicas propias de los machos y las hembras. De este modo, *género* se empezó a adoptar como una categoría que denota lo construido social y culturalmente en torno al sexo biológico de los humanos. Este concepto se usa para diferenciar los roles impuestos en lo femenino y lo masculino de acuerdo a los diferentes grupos sociales, otorgando las distintas responsabilidades que le corresponden a cada género. Teresa Aguilar García en *El sistema sexo-género en los movimientos feministas*, dice que hasta los años sesenta los términos sexo y género son utilizados indistintamente y el primero que menciona la palabra género es el investigador John Money, quien propuso el término «papel de género» (gender role) para describir el conjunto de conductas atribuidas a las mujeres y los varones

Respecto a los roles de género, Virginia Gutiérrez de Pineda en el artículo *Trabajo femenino y familia*, dice que: “El antepasado arborícola al invadir las sabanas africanas saliéndose del hábitat selvático e iniciar erecto las tareas de cazador, utilizando instrumentos de lucha, definió el rol hogareño de la mujer, dejándola fuera de las tareas de supervivencia al cuidado de sus crías. Protección del macho y sumisión de la hembra y de los hijos pequeños, se concluye, resultaron de ese reparto de supervivencia humana” (1986: 31). Asimismo, posteriormente las mujeres fueron educadas para las labores domésticas y el cuidado de los hijos mientras que los hombres son proveedores y protectores.

Los estudios feministas incorporaron el tema de género en el análisis de las relaciones sociales; Gayle Rubin hace uso del concepto sistema sexo/ género en *El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo*, para referirse al: “conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sociedad en productos de la actividad humana, y en el cual se satisfacen esas necesidades sexuales transformadas”. Así mismo, esta autora concluye que el género: “es una división de los sexos socialmente impuesta. Es un producto de las relaciones sociales de sexualidad. Los sistemas de parentesco se basan en el matrimonio; por lo tanto, transforman a machos y hembras en “hombres” y “mujeres”, cada uno una mitad incompleta que sólo puede sentirse entera cuando se une con la otra” (1986: 97).

Acerca de ello, Celia Amorós en *Feminismo y filosofía* dice que “el género funciona como una adscripción o una apropiación de lo que en una cultura determinada se entiende por femenino o masculino (...) se trata del proceso mediante el cual una representación social es aceptada e incorporada por un individuo como su propia representación” (2000: 275).

Purificación Mayobre, en *La formación de la identidad de género, una mirada desde la filosofía* asegura que, “la constitución de la masculinidad y la feminidad es el resultado de un largo proceso, de una construcción, de una urdimbre que se va tejiendo en interacción con el medio familiar y social” (2007: 36).

Según el antropólogo Matheu Guttman, existen al menos cuatro formas distintas mediante las cuales los antropólogos definen y usan el concepto de masculinidad y lo relativo a la identidad masculina, la hombría y los roles masculinos:

El primer concepto de masculinidad sostiene que ésta es, por definición, cualquier cosa que los hombres piensen y hagan. El segundo afirma que la masculinidad es todo lo que los hombres piensen y hagan para ser hombres. El tercero plantea que algunos hombres, inherentemente o por adscripción, son considerados “más hombres” que otros hombres. La última forma de abordar la masculinidad subraya la importancia central y general de las relaciones masculino-femenino, de tal manera que la masculinidad es cualquier cosa que no sean las mujeres (Guttman 1999: 246).

Sin embargo, no se posee un mismo discurso de lo que es masculinidad o feminidad, pues las construcciones de las mismas son distintas y suelen variar con el tiempo. La feminidad es definida por Marcela Lagarde en *Identidad femenina* como:

La distinción cultural históricamente determinada, que caracteriza a la mujer a partir de su condición genérica y la define de manera contrastada, excluyente y femenina antagónica frente a la masculinidad del hombre. Las características de la feminidad son patriarcalmente asignadas como atributos naturales, eternos y ahistóricos, inherentes al género de cada mujer. Contrasta la afirmación de lo natural con que cada minuto de sus vidas, las mujeres deben realizar actividades, tener comportamientos, actitudes, sentimientos, creencias, formas de pensamiento, mentalidades, lenguajes y relaciones específicas en cuyo cumplimiento deben demostrar que en verdad son mujeres (Lagarde, 1990: 2).

La división del trabajo también incidió en las ideas de feminidad, pues atribuyó a las mujeres las tareas del hogar y el cuidado de la familia. Gayle Rubin en *El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo* explica que: “aun cuando toda la sociedad tiene algún tipo de

división de tareas por sexo, la asignación de cualquier tarea particular a un sexo u otro varía enormemente. En algunos grupos la agricultura es trabajo de las mujeres, en otros es trabajo de hombres” más adelante concluye que: “la división del trabajo por sexos puede ser vista como un “tabú”: un tabú contra la igualdad de hombres y mujeres, un tabú que divide los sexos en dos categorías mutuamente exclusivas, un tabú que exagera las diferencias biológicas y así crea el género” (Rubin, 1986: 113).

Las actitudes y comportamientos que estructuran cada género varían según el tiempo y el espacio. Cada sociedad, etnia o cultura les atribuye diferentes características a hombres y mujeres, para los grupos indígenas amazónicos, por ejemplo, la relación de hombres y mujeres se expresa de forma horizontal y no vertical, esto se ve reflejado en la recolección de los frutos en la que ambos son partícipes.

3.2 Vestuario y moda

Vestir, vestuario, vestimenta e indumentaria son palabras que se suelen usar arbitrariamente; sin embargo, desde 1965 Roach y Eicher, con su libro *Dress and Identity*, buscaron aclarar estas diferencias. Ellas definieron la palabra dress (vestir) como: “dress of an individual is an assemblage of modifications of the body and/or supplements to the body” (1992: 1). Es decir:

Entiende por vestido cualquier aplicación de elementos al cuerpo, con distintas finalidades: protección, belleza, aumento de las habilidades del cuerpo, comunicación de la identidad o actividad de la persona. Señala además que todo ha de interpretarse en un contexto determinado que tenga en cuenta las relaciones sociales, políticas y culturales en las que el vestido se produce y se usa (Pastrana, 2012: 206).

La diferenciación que presentan las autoras con la palabra clothing (ropa, vestuario) es la siguiente: “the word clothing is most frequently used to emphasize enclosures that cover the body and generally omits body modifications” (1992: 3). Por tanto, el vestuario se refiere al mero acto de cubrir el cuerpo. La autora Quentin Bell (1976: 19) explica que la ropa hace parte del ser humano como una extensión del cuerpo e incluso el espíritu del mismo.

Teniendo en cuenta lo anterior Entwistle en su libro *el cuerpo y la moda* explica que:

Propongo la idea del vestir como una práctica corporal contextualizada a modo de marco teórico y metodológico para comprender la compleja relación dinámica entre el cuerpo, la ropa y la cultura. Este marco reconoce que los cuerpos están constituidos socialmente, que están siempre ubicados en la cultura y que el resultado de las prácticas individuales dirigidas al cuerpo, es decir, la «vestimenta», es el resultado de «vestirse» o de «estar vistiéndose».

Examinar las influencias estructurales sobre el cuerpo vestido requiere tener en cuenta las restricciones históricas y sociales del mismo, limitaciones que influyen sobre el acto de «vestirse» en un momento dado (Entwistle, 2002: 16-17).

Es decir que en la vestimenta están presente códigos de vestuario que se han establecido alrededor de los roles de género o el trabajo, dentro del espacio al que está circunscrito la persona. Esta misma autora más tarde explica que en occidente las prácticas de vestirse se encuentran dentro del sistema moda, por consiguiente, el vestuario, la vestimenta y la indumentaria.

Simmel explica la moda desde una perspectiva de estratificación donde este concepto es tomado como un fenómeno de la conflictividad de las clases sociales:

La moda es imitación de un modelo dado y satisface la necesidad de apoyo social, pues conduce al individuo por el camino que todos transitan y crea un modelo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla. Pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a cambiar y a destacarse. Logra esto, por una parte, merced a la variación de sus contenidos, que presta cierta individualidad a la moda de hoy frente a la de ayer. Pero aún es más importante en este sentido el hecho de que siempre, las modas son modas de clase, de manera que las de la clase social superior se diferencian de las de la inferior, y son abandonadas en el momento en que esta última empieza a acceder a ellas (Simmel, 1988: 28-29).

Acerca de ello, Baudrillard, citado por Ana Martínez (1996: 103), también menciona que lo que motiva a los consumidores no es el valor de uso que les puedan dar a la mercancía, en este caso la ropa, sino a la clase o al rango social que aspiran ser, es decir funcionan como signos de movilidad social. Uno de los aspectos más importantes que menciona Entwistle a la hora de definir el concepto moda: “es un sistema de vestir que se encuentra en sociedades donde la movilidad social es posible; cuenta con sus propias relaciones de producción y consumo, que una vez más, se encuentran en todo tipo de sociedades; se caracteriza por una lógica de cambio regular y sistemático” (2002: 59).

Al definirlo como un sistema de vestir permite abarcar el cómo se manifiestan el género, la ocupación, el estrato social y otras características de los individuos en la moda. A diferencia de Roach y Eicher que solo lo entienden como un término ambiguo que según ellas carece de precisión y que está en un ciclo introductorio a la aceptación masiva y a la obsolescencia (1992: 3).

4 Referentes históricos

La década de los 70 inició con una revolución artística y el ámbito musical no fue la excepción, la muerte de los iconos de la música, Jimi Hendrix y Elvis Presley, impactó el comienzo de la década. Posteriormente se propagó un nuevo género conocido como el rock sinfónico, que tuvo entre sus principales exponentes a Yes, Genesis y Pink Floyd.

Šimková, citado por Elisa Caro Laso en *Música y contexto sociopolítico en los años 70* (2019), advierte que bandas como The Beatles, The Who, ABBA o Queen llenaban los estadios y eran conocidos internacionalmente. Por otro lado, algunos grupos de rock se habían alejado de lo convencional y comenzaron a tocar de forma más dura y agresiva.

También hubo grandes cambios en la industria tecnológica: ejemplo de ello es la televisión a color o los computadores que comenzaron a ser pensados como equipos para el hogar; sin embargo, quienes los compraban eran personas con los suficientes recursos, pues su precio era bastante elevado. Algunas de las computadoras lanzadas en esos años fueron: la Apple I, la Commodore Pet y Apple II.

Además, se crearon otras nuevas tecnologías. Se introdujo al mercado el primer disco de memoria portable, también se fundó Atari Inc, una empresa pionera en la industria de los videojuegos. Motorola presentó el primer teléfono Móvil y a finales de la década en Japón empezó a estar disponible la primera red de comunicaciones móviles, lo que permitió que las personas se pudieran comunicar de forma masiva.

La década también se vio permeada por sucesos como la Crisis del petróleo, que se dio cuando el mundo tenía gran dependencia del carburante. La crisis se creó por medio de una estrategia política cuando los miembros árabes de la Organización de Países Árabes Exportadores de Petróleo (OPEP) detuvieron la producción de crudo, mediante el embargo petrolero hacia occidente, para crear lo que sería conocido como la primera crisis del petróleo, que trajo consigo inflación y desempleo en los países afectados.

Los gobiernos latinoamericanos también sufrieron una transformación hacia ideologías de izquierda, como el caso de Bolivia o Chile con Salvador Allende, quien promovía ideas socialistas y llegó al poder el 3 de noviembre de 1970. Pero tres años después, el 11 de septiembre de 1973, terminó su mandato tras el golpe de Estado liderado por el jefe del Ejército chileno, Augusto Pinochet.

La década de los 70 en Colombia inició con un cambio presidencial a cabeza de Misael Pastrana Borrero como representante del partido conservador y el último del Frente Nacional. El país desde presidencias anteriores tenía problemas socioeconómicos y el conflicto rural de los años 50 y 60. Lo que desembocó en la creación de grupos armados al margen de ley como las FARC y el ELN que estaban influenciados por las ideologías izquierdistas que se presentaron en diferentes países durante esos años.

Desde los años 30 hasta los 70 en Colombia se presentó un proceso de industrialización; sin embargo, a comienzo de la última década mencionada se dio un proceso de desindustrialización: “Hasta los años setenta el sector industrial era el principal determinante del crecimiento económico, sin embargo, después de un ligero aumento en la participación del sector industrial en el producto interno bruto nacional hasta 1972, se registró una caída significativa en los años 1974, 1975 y 1976, junto con el PIB total” (Sanabria, 2007: 120) Es decir que el país a partir de mediados de la década cae en una desaceleración de crecimiento económico.

Si bien la industria manufacturera a inicios de los 70 tuvo un auge gracias a la bonanza cafetera, a partir de 1974 hasta 1982 se presentó un periodo de estancamiento, como lo nombra Ricardo Chica (1990: 86), el cual está relacionado con el deterioro de las condiciones financieras de las empresas manufactureras. Por ello, la industria dejó de ser un sector líder en la transformación dinámica del mercado nacional y se convirtió en un sector subordinado y rezagado del resto de la economía.

Durante estos años se presentó el aumento de tráfico de sustancias ilícitas, “la marihuana de la costa norte se cultivaba y enviaba a los Estados Unidos; la llamada Santa Marta Gold llegó a marcar el estándar de excelencia entre los consumidores de marihuana en la década de 1970” (La Rosa & Mejía, 2013: 209), lo cual se debió en gran medida al movimiento hippie que se presentaba en USA y que promovía el uso de esta sustancia.

La cultura de las juventudes en los comienzos de la década eran una extensión de los 60s, por eso en Colombia seguían ocurriendo movimientos estudiantiles que llegaron a su punto máximo en 1971, año en el que se manifestaron para abolir la representación de los gremios y el clero en los Consejos Superiores Universitarios.

Esta época también estuvo acompañada por otros movimientos como el rock and roll y los hippies, una cultura contestataria y antibelicista; en representación de ambas ocurrió el Festival Ancón también en 1971 y que fue llamado el “Woodstock colombiano”. También estaba presente

el nadaísmo, un movimiento literario que interpretaba la existencia humana, y el feminismo, movimiento político y social que busca la igualdad de género, estos en conjunto generaban contracultura por parte de las juventudes colombianas.

Aproximadamente a mediados de los 70s el tráfico de drogas ilícitas se agravó, lo que llevó a que muchos jóvenes se vincularon a los mismos por falta de oportunidades. Durante estos años el punk comienza a dar sus primeros pasos en Colombia, y ambos factores van a ser fundamentales para la construcción de la generación del “no futuro” en la década de los 80s. Por tanto se podría decir que ocurrió una compleja transición sobre todo en la cultura juvenil durante este siglo y que se profundizará a lo largo del trabajo de grado.

5. Metodología

Este estudio es de corte cualitativo y plantea la utilización de las técnicas: investigación documental, entrevista, observación y conversaciones informales.

Se hará uso de la técnica de investigación documental para la recopilación de información; acerca de ello Carlos Sandoval en *Investigación cualitativa* (1996: 137) dice que a través de esta técnica es posible capturar información muy valiosa para lograr la descripción de los acontecimientos rutinarios, así como de los problemas y reacciones más usuales de las personas o cultura objeto de análisis.

Dentro de las fuentes se encuentran los libros sobre la moda en Medellín, las masculinidades, las feminidades y otros asuntos del tema seleccionado, los artículos publicados en las revistas del país que presentaron cómo se vivió la moda en la década de los años 70 y las investigaciones académicas y periodísticas que se han desarrollado con relación a los asuntos de moda y género, lo cuales se encuentran en los archivos de la Universidad de Antioquia, la Universidad Nacional y la biblioteca Pública Piloto.

Otra de las fuentes serán documentos visuales, las fotografías en las que se podrán observar fenómenos relacionados con las masculinidades y feminidades en la moda. Respondiendo a las preguntas: ¿quién utiliza las prendas?, ¿cómo las utiliza?, ¿por qué las utiliza? y ¿cuándo las utiliza? Lo que contribuirá a identificar los patrones del vestuario en los registros fotográficos de los años 70 en Medellín que se encuentran en la biblioteca Pública Piloto. Los archivos documentales y visuales serán recolectados mediante la técnica de registro de fichas de resumen. Para lograr la profundización en el análisis de los registros fotográficos se eligió la técnica de la entrevista. Ezequiel Ander-Egg, en *Introducción a las técnicas de investigación social* (1977:101), dice que, en cualquiera de sus modalidades, la entrevista tiene de común el que una persona (entrevistador). solicita información a otra (informante o sujeto investigado), para obtener datos sobre un problema determinado.

La cercanía con lo conversacional, con las técnicas de narración, es una de las razones fundamentales para su escogencia. Se determinó que el tipo de entrevista adecuado era la semiestructurada, ya que permite abordar asuntos específicos, pero a su vez se presenta un estímulo libre en las respuestas donde tanto entrevistados como entrevistados se expresan de forma abierta. Con esta técnica se cumpliría el objetivo de establecer los principales componentes y procesos

sociales que se reflejan en la moda como representación de los roles y relaciones de género. Se entrevistará a académicos y expertos del tema, en su mayoría las entrevistas se realizarán de forma virtual. El registro se hará por medio de grabación de audio y video, con autorización del entrevistado.

Por último, haremos uso de la técnica de observación, la cual nos permitirá conocer los imaginarios sociales que existen alrededor de la década de estudio. Ezequiel Ander-Egg, en *Introducción a las técnicas de investigación social* (1987: 87), dice que la observación como técnica consiste en "ver" y "oír" hechos y fenómenos que se desean estudiar, también añade que para este fin el investigador adopta diferentes modalidades, y utiliza una serie de medios e instrumentos que le son propios. Se buscarán eventos programados como desfiles, charlas o convenciones en los cuales hagan parte los conceptos de género o la moda de la década que estaremos analizando. El registro se hará por medio del diario de campo.

7 Resultados

7.1 Reportaje #1

Ambivalencias del vestir masculino en los 70's

Cuando nos preguntamos o hablamos sobre características de los años 70's, algunas de las imágenes que probablemente nos vendrán a la mente están relacionadas con las formas de vestir, los pantalones acampanados, los estampados psicodélicos y un símbolo circular con tres líneas que hoy la mayoría reconocemos como representación de amor y paz.

Sin embargo, estos 3 elementos no son suficientes para definir una década completa y aún más si tenemos en cuenta que la mayoría de estas ideas han sido influenciadas por la ropa y las representaciones de los géneros del primer mundo. Entonces las formas en que se tradujeron y se transformaron esas influencias en Latinoamérica, en Colombia y en especial en Medellín, una ciudad que desde comienzos del siglo XX se convirtió en un eje de la industria textil y conocida como una de las regiones más conservadoras; nos ayuda a entender un poco nuestra historia del vestir, por qué vestimos y entendemos el género, las masculinidades, de la manera en que lo hacemos.

Para ello hay que tener en cuenta que es a través del cuerpo y gracias al mismo que el género se manifiesta, entendiendo el género como algo performativo, como explica Judith Butler en el texto *El género en disputa: El feminismo y La subversión de la identidad*: “de esta manera se muestra que lo que hemos tomado como rasgo "interno" de nosotros mismos es algo que anticipamos y producimos mediante ciertos actos corporales, en un extremo, un efecto alucinatorio de gestos naturalizados.”

Ese cuerpo casi nunca está desnudo, sólo en contadas ocasiones y casi siempre cuando no hay nadie. Lo cual también está relacionado con el clima en el que habitan, por ejemplo en Medellín y Bogotá el cuerpo desnudo era una rareza. Inclusive el cuerpo masculino que hoy está tan normalizado y al que se le dan algunas licencias como estar sin camisa, cosa que a las mujeres nunca se les ha permitido. Según explica Edward Salazar, Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia y Magíster en Estudios Culturales de la Universidad de Los Andes, esas licencias están relacionadas con que:

“Desde los años 60 's el cuerpo masculino se empieza a erotizar, antes el sujeto central de la erotización había sido el cuerpo femenino. Pero en los años 60 's y 70's el sujeto masculino se vuelve también sujeto depositario de valores de sensualidad y belleza. Lo que tiene algunos antecedentes en lo modelos fitness de los años 30s que eran hombres super musculosos; el aumento y la popularización desde los años 60's de la cultura gay que exagera los rasgos de la masculinidad, es decir la homosexualidad se construye a partir de esa hipervirilidad y esa exageración de esa masculinidad fuerte y robusta.”

Lo cual permitió que el cuerpo del hombre se desnudara y que a través de él se mostrarán las características masculinas que como lo explica Juan Bautista Branz en el texto *Masculinidades y Ciencias Sociales*: una relación (todavía) distante son:

“Cuando hablamos de ser macho de verdad, nos referimos a que lo que, en tendencia, nuestras sociedades (patriarcales, profundamente machistas, sexistas y homofóbicas) interpretan, adhieren, garantizan y legitiman: ser hombre es ser fuerte, vigoroso, proveedor, corajudo, viril.”

Esto puede verse reflejado en la sesión fotográfica publicitaria de 1970 (**Figura 1**), el fotógrafo León Ruiz quien la realizó, cuenta acerca de ella:

“Dentro de ese rollo tomé la fotografía de un joven que sale en calzoncillos desde un almacén y camina por la carrera Junín, es como si un fulano caminara por la avenida más importante de Bogotá por la carrera 7 en calzoncillos, un joven, un modelo. Yo le tomé muchas fotografías para hacer publicidad de los pantaloncillos, eran unas fotografías muy atrevidas, muy especiales en ese entonces. Ahora no hay problema, pero en ese momento era una fotografía avant-garde.”

Figura 1

Fotografía publicitaria ropa interior



Nota: fotografía de León Francisco Ruiz Flórez. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_login_opac.pl?find&ficha_no=46772

Se trata de un hombre sentado detrás del escritorio, vestido con un calzoncillo blanco y una camisa tipo esqueleto semi transparente, que le explica algo a la mujer que escribe y está a la izquierda. En la fotografía él es el protagonista, es quien mira hacia el frente, mientras ella mira hacia abajo, o sea que él está jugando un papel dominante. Lo cual prueba que la desnudez del hombre no es un símbolo de fragilidad, exposición o vulnerabilidad, sino que por el contrario muestra “lo que un verdadero hombre debe ser”.

Pero esto sólo es válido e incluso bien visto, sí y sólo si el hombre cumple con las características de masculinidad impuestas y que se han estado construyendo desde la antigua Grecia con esculturas de varones con cuerpos musculosos y perfectos, aunque en décadas posteriores la erotización se haya restringido, para luego abrirse ser más abierta como explicó Salazar. Por tanto, un hombre gordo o con rasgos delicados que se podrían denominar “afeminados” no sería correcto o aplaudido.

Un ejemplo de ello es la sección de peores vestidos de la revista Cromos número 2862, noviembre de 1972 (**Figura 2**). En la que un hombre robusto se encuentra calificado como uno de

los peores vestidos, aunque solo se le ve la espalda. Lo que refuerza que el cuerpo que no cumple con la supuesta masculinidad y por las características impuestas es satanizado y negado, aunque esté vestido.

Figura 2

Revista Cromos noviembre de 1972



Nota: fotografía de autoría propia

Es por esta misma razón que el deporte se convierte en un asunto fundamental para el varón de los 70 's: "la popularización paulatina de los gimnasios va a tener una consecuencia sobre la apariencia masculina y ¿cómo se va a ver eso en las revistas? Los hombres se empiezan a destapar poco a poco, a mostrar la camiseta esqueleto, los bóxers empiezan a subir, ya no van a la rodilla, sino a medio muslo", explica Salazar.

Eso no significa que el hombre estuvo siempre desnudo, por el contrario, cuando el cuerpo está desnudo materialmente, aún está vestido por las construcciones sociales, por ejemplo, la musculatura que el hombre creó en el gimnasio se convierte en un traje hecho por la cultura. Sin embargo, sigue existiendo un miedo al cuerpo, a la sexualidad y a la erotización del mismo, eso que llaman pudor, por tanto, la ropa sigue y probablemente seguirá siendo la piel para la sociedad, por esa misma razón el género que ha sido fabricado por la misma, también se debe manifestar a través del vestir.

Siendo así, las masculinidades se muestran, incluso cuando se elige al “azar” una prenda se está transmitiendo un mensaje. Hasta aproximadamente los años 60 's y 70' s los hombres en su mayoría se habían limitado al uso de ropa formal que en su mayoría consistía de trajes de saco y corbata con siluetas poco diversas. Lo cual está relacionado con el tipo de materiales para fabricar la ropa, pero autores como el psicólogo John Carl Flugel atribuyen la poca variedad vestimentaria de los hombres a lo que él denomina como “la gran renuncia masculina” en donde él sostenía que desde finales del siglo XVIII los varones abandonaron los ornamentos y las pretensiones de belleza para aspirar únicamente a ser útiles. Es en ese momento cuando el traje se vuelve una pieza clave para la masculinidad.

Con la llegada de la experimentación de las fibras sintéticas se permite la variación de siluetas, ya que los nuevos textiles hacían posible una mayor fluidez, ligereza y colorimetría a las prendas. Mientras que en Medellín la industria textil local se convierte simplemente en una maquila, ya que como menciona Laura Carbonó, Magíster en historia e investigadora sobre la moda, en *el cuerpo y el vestido en Medellín*: “la industria textil empieza a decaer poco a poco porque está extremadamente protegida, es uno de los sectores que más dinero produce y por eso el gobierno la va a tener sobreprotegida desde los años 20's. Entonces tiene muchos años enclaustrada y cuando comienzan a haber grandes maquilas en otros lados del mundo se ven en la necesidad de abrir”. Apertura que va a ocurrir en los 80's con los gobiernos de Virgilio Barco y Belisario Betancur.

Además de las telas sintéticas que jugaron un papel fundamental para las formas de vestir, las subculturas empezaron a tomar fuerza desde los años 60's como los ‘mods’ en Inglaterra, la beat generation o los underground en Estados Unidos, en las que los jóvenes y la juventud comienza a tener protagonismo, de igual manera ocurre con el movimiento hippie, ser joven se convierte en la regla.

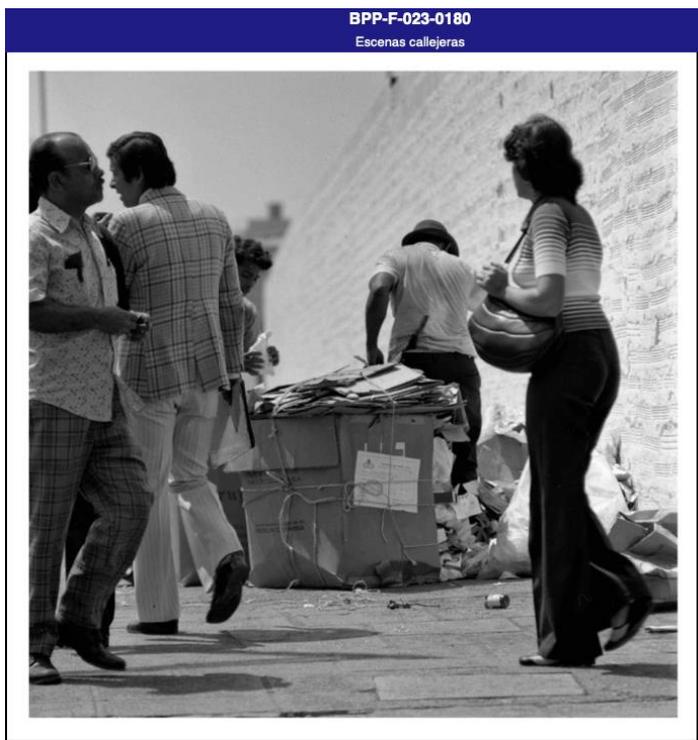
Sin embargo, eso no quiere decir que todos los hombres se suscribieron a estas nuevas formas de ser y de vestir. Por eso Salazar explica que se instauran tres modelos de masculinidad:

“El primer modelo es el hombre masculino de la clase media, aspiracional, va al trabajo, se viste de saco y corbata. Para el cual esa forma de vestir juega todavía un rol importante en la aspiración social, ese es un rol de masculinidad, el hombre que progresa de clase media, moderno que trabaja en los oficios que se llaman de cuello blanco”

Ahora, este modelo de masculinidad tradicional, también se ve influenciado directa o indirectamente por los cambios relacionados a la juventud, a las siluetas y estilismos. Lo que se refleja en la siguiente fotografía de 1978(**Figura 3**), en la que podemos ver hombres vestidos con estampados diferentes para la parte superior e inferior, por ejemplo, el segundo hombre a la derecha que porta prendas tradicionales con estampados como chaqueta a cuadros y pantalones con rayas.

Figura 3

Escenas callejeras 1978



Nota: fotografía de León Francisco Ruiz Flórez. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?jzd=/janium/Fotos/BPP-F-023/0180.jzd&fn=45903

Cosa que para los hombres muy tradicionales sería extraño, eso se evidencia en la siguiente fotografía de 1977 de la Inauguración “Trenes de Papel” en el Barrio Florencia (**Figura 4**), en la que se encuentran 6 hombres que utilizan vestimentas similares de traje y corbata, donde solo 2 de ellos presentan ligeras variaciones al mismo, como la chaqueta de un color diferente o el traje a rayas.

Figura 4

Inauguración “Trenes de Papel” Barrio Florencia



Nota: fotografía de Fabio Restrepo. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?jzd=/janium/Fotos/BPP-F-017/0647.jzd&fn=16647

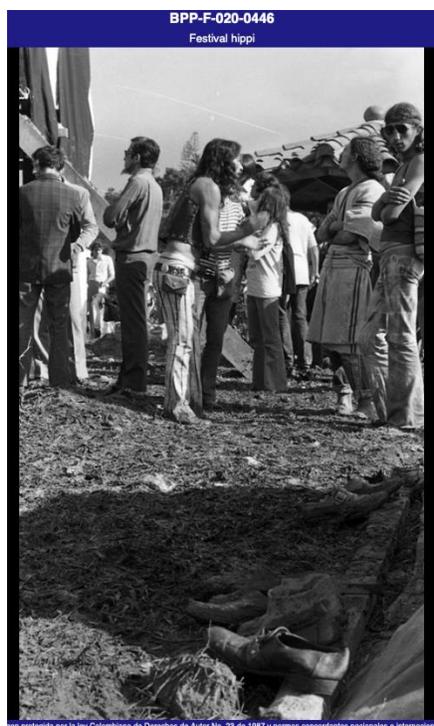
“El otro modelo pueden ser todas las expresiones de masculinidad más sexualizadas para las cuales es más posible liberarse de los anteriores roles de género. Entonces aparecen por ejemplo en Medellín la figura del Filipichín que ya viene desde la primera mitad del siglo XX, es ese hombre adornado, más sensual, más relajado, que utiliza la camisa abierta, el blazer lo lleva colgado, escucha rock, visita el centro de la ciudad mucho más relajado, ese modelo tiene mucho que ver con la figura del estudiante. Otro modelo de masculinidad que está en los años 70s muy fuerte es el de hippie que se deja crecer el pelo, la barba y el bigote, también prefiere la delgadez y no la

robustez del cuerpo. El hippie tiene una estética muy latinoamericanista, entonces le gustan las cosas tejidas, los símbolos de la liberación revolucionaria, etc.” explica Salazar

El Festival Ancón en 1971 conocido como el “Woodstock Colombiano” o como el “festival hippie” fue reflejo de ello. Este se llevó a cabo en el municipio de La Estrella, al sur del Valle de Aburrá, y se volvió un espacio en el que convergieron las subculturas del hipismo y el rock, ya que los conjuntos que ambientaron fueron de Rock como *Los Láser* y *Free Sione*. De los cuales en periódicos como *El Colombiano* del 18 de junio de 1971 comentaron que: “Los intérpretes son personas muy jóvenes en su mayoría, con vestimentas estrafalarias y con unas cabelleras envidiadas por cualquier mujer”.

Figura 5

Festival hippie



Nota: fotografía de Horacio Gil Ochoa. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?jzd=/janium/Fotos/BPP-F-020/0446.jzd&fn=20150

(Figura 5) En la anterior fotografía del festival se ven algunas de las prendas que pudieron ser llamadas estrafalarias como el hombre de chaleco de cuero, material que por excelencia pertenece a la subcultura de rock, pantalones a rayas y con un talle más bajo de lo acostumbrado para los varones, a lo cual se le suma el cabello largo.

También se puede ver la estética latinoamericanista que mencionaba anteriormente Salazar con la mochila del primer hombre a la derecha y las vestimentas Arhuacas del siguiente. Esto ocurría porque los hippies se hacían preguntas por lo propio.

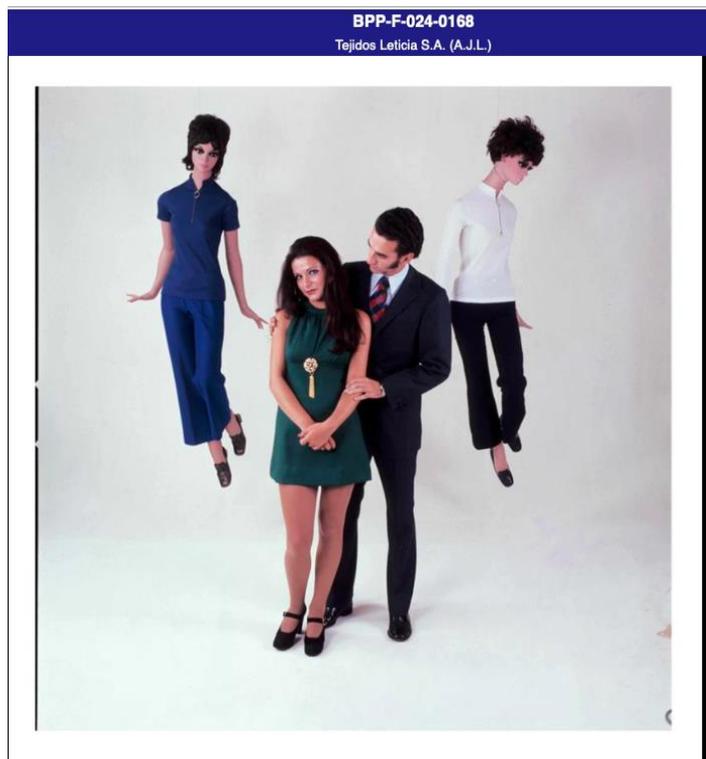
Su vestimenta estaba profundamente relacionada con sus formas de ver la vida, según el artículo *Hippie* de Mónica Hinojos e Isidro Marín: “Los *hippies* suelen buscar lugares de autonomía con respecto de las tendencias hegemónicas de la sociedad. El movimiento no tiene un carácter ideológico-político específicamente definido, aunque se tiende a ideas y modo de vida de socialismo libertario. Tienen un rechazo del consumismo y de la mercantilización de la sociedad capitalista, una visión ecologista, una importancia al respeto a la libre expresión de la subjetividad y la creatividad; claras tendencias hacia experiencias autogestionadas y no comerciales, un rechazo del burocratismo y la propuesta de creación de ecoaldeas y otros modos de relaciones humanas.”

Esos modos diferentes de relaciones humanas están vinculados con la complementariedad de los géneros, es decir una relación horizontal entre hombres y mujeres. Lo que también promovió el auge de la moda unisex que permitía un juego de los límites de género con la masculinidad y la feminidad, aunque como explica Carbonó: “Medellín va a ser y sigue siendo una ciudad conservadora, entonces borrar los géneros va a ser algo muy complejo aquí, la moda unisex va a entrar poco a poco a finales de los 70”.

Lo cual también se puede ver en el manejo de las relaciones con la complementariedad de los géneros, ya que la mirada masculina, lo cual se teoriza en inglés como *male gaze*, permanece en diferentes ámbitos. Por ejemplo, se refleja en la siguiente fotografía publicitaria para *Tejidos Leticia* de 1973 (**Figura 6**), donde el hombre observa con mucha fijación y abraza a la chica, aunque ella parece un poco incómoda.

Figura 6

Tejidos Leticia S.A. (A.J.L)



Nota: fotografía de León Francisco Ruiz Flórez. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?jzd=/janium/Fotos/BPP-F-024/0168.jzd&fn=46891

Además, se puede notar el contraste entre el porcentaje de piel que muestra cada uno, mientras ella tiene las piernas y los brazos desnudos, él por otro lado solo tiene las manos y el rostro descubiertos. El cuerpo femenino se mantiene como objeto del deseo masculino, lo que corresponde al hecho de que el hombre se sienta en derecho de opinar sobre la mujer, como mencionan en el artículo *¡Atención señoras, señoritas y señores! El slack también produce enfermedades*, de la revista *Cromos* de 1974:

“Los padres se encuentran de acuerdo en parte con la moda del slack, les parece menos vulgar y excitante que la minifalda, aunque aceptan en un gran promedio que los pantalones le han restado femineidad a la mujer. Los sardinos, atacan el slack y defienden la mini, basándose en que los pantalones son una moda típicamente masculina. Y las muchachas dicen que se quedan con los dos: Con el slack y la mini, ocasionen lo que ocasionen”.

Hablan de ellos como si fueran animales, sin la capacidad de controlar el deseo sexual al ver una mujer con las piernas descubiertas. Escritos y comentarios que reafirman las ideas de masculinidad, en la que los hombres son fuertes, viriles y listos para “enamorar” a una chica.

Lo cual nos da antecedentes de por qué hasta el día de hoy se realizan acciones en lo que las mujeres sufren por ser objeto de deseo. A pesar de que en esa misma década se hayan presentado movimientos culturales con cosmovisiones que pudieron ayudar a disminuir problemáticas que hoy nos siguen acompañando como el patriarcado, el medio ambiente contaminado y las guerras. Demostrando así que, aunque recordemos a esta década por esas particularidades no significa que la totalidad de personas vivieron, pensaron o se vistieron de esa manera.

7.2 Reportaje #2

Vestir la feminidad en los setenta

“La ropa se ha de entender como una práctica contextualizada resultado de las complejas fuerzas sociales y de las negociaciones individuales en la vida diaria”. Joanne Entwistle

El vestir ha acompañado a las mujeres durante milenios, ya que se trata de una de las prácticas desarrolladas por los humanos para proteger el cuerpo. En Colombia, gracias a la aparición del prêt-à-porter (listo para usar), la ropa empezó a ser producida en serie por un sistema de tallas y los distintos sectores sociales tuvieron la capacidad de acceder a ella.

En Colombia quienes determinaban la moda era la industria textil, encabezada por Tejicóndor, Fabricato y Coltejer, ubicadas en Medellín, quienes modernizaron la producción y convirtieron a esta en una fuente principal de la economía del país.

En la década de los años 70 se consolidó enormemente la popularización de la moda en Medellín, debido a los fuertes cambios sociales y la transformación de la industria. De modo que todos los cambios políticos, sociales, económicos que se dieron se vinieron a ver reflejados en la forma que se viste, se estiliza y se presenta el cuerpo.

Laura Carbonó, magíster en historia que ha realizado investigaciones sobre la moda, el cuerpo y el vestido en Medellín, relata que lo que más se ha asociado con la feminidad son la moda y las formas de vestir. La estética femenina tuvo varios cambios, lo femenino fue relacionado con la producción performativa, la forma en que uno se presenta a la sociedad y tiene un buen gusto ante la misma.

Pero, ¿Qué es la feminidad? no se posee un mismo discurso de lo que es feminidad, porque las construcciones son distintas y suelen variar. La feminidad es definida por Marcela Lagarde en *Identidad femenina* como:

La distinción cultural históricamente determinada, que caracteriza a la mujer a partir de su condición genérica y la define de manera contrastada, excluyente y femenina antagónica frente a la masculinidad del hombre. Las características de la feminidad son patriarcalmente asignadas como atributos naturales, eternos y ahistóricos, inherentes al género de cada mujer. (Lagarde,1990: 2).

Cada mujer lleva una carga de costumbres, atributos y deberes. En el caso de Medellín con el pasar de los años se le fueron asignando a las mujeres diferentes características, para Carbonó en la

década de los 70 la mujer medellinense sigue siendo muy tradicional, entre las principales cualidades están: ser buena esposa, buena hija y religiosa. Ser buena mujer significaba ser sumisa, callada y decente. Elementos como las revistas que en su mayoría eran para un público femenino y que tienen gran registro visual, introdujeron nuevas ideas y percepciones a una ciudad tradicionalmente conservadora.

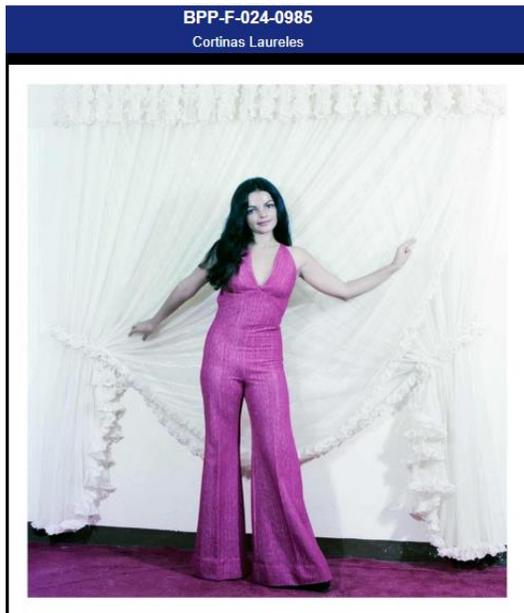
Los setentas y la moda

“No había como tal una moda medellinense sino una adaptación de las modas americanas y francesas. Se adaptaban aquí por medio de las telas, el tipo de cuerpo de las personas y sobre todo las necesidades del ambiente”. Laura Carbonó.

Los 70 fueron una década marcada por la diversidad, en ella se pueden hallar enterizos, maxifaldas, flecos, plataformas, textiles sintéticos y brillos. En el archivo fotográfico de la Biblioteca Pública Piloto de Medellín podemos encontrar fotografías que dan evidencia de ello, en una foto para la publicidad de *Cortinas Laureles* (**Figura 7**), se observa a una mujer delante de una cortina, se encuentra exhibiéndola para un catálogo, lo que llama la atención es su vestir, un enterizo fucsia brillante y acampanado. Para Edwar Salazar, investigador sobre estudios de moda, este estilo se dio gracias a la introducción de las telas sintéticas que permitieron mayores diseños, brillos y repertorio visual para el consumo a favor de un cuerpo cada vez más joven. Las prendas de esta década son tan coloridas porque las telas se prestaron para experimentar y hacerlo posible.

Figura 7

Cortinas Laureles

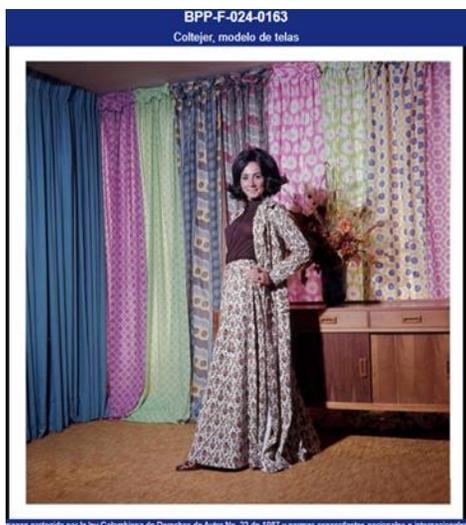


Nota: fotografía de León Francisco Ruiz Flórez. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?jzd=/janium/Fotos/BPP-F-024/0985.jzd&fn=47708

En algunas publicidades tradicionales (**Figura 8**), se les otorgaba una gran importancia a las telas, poco interesaba si se trataba de una modelo famosa, en muchas ocasiones quien las modelaba era alguna de las trabajadoras de las fábricas textiles.

Figuras 8

Coltejer, modelo de telas



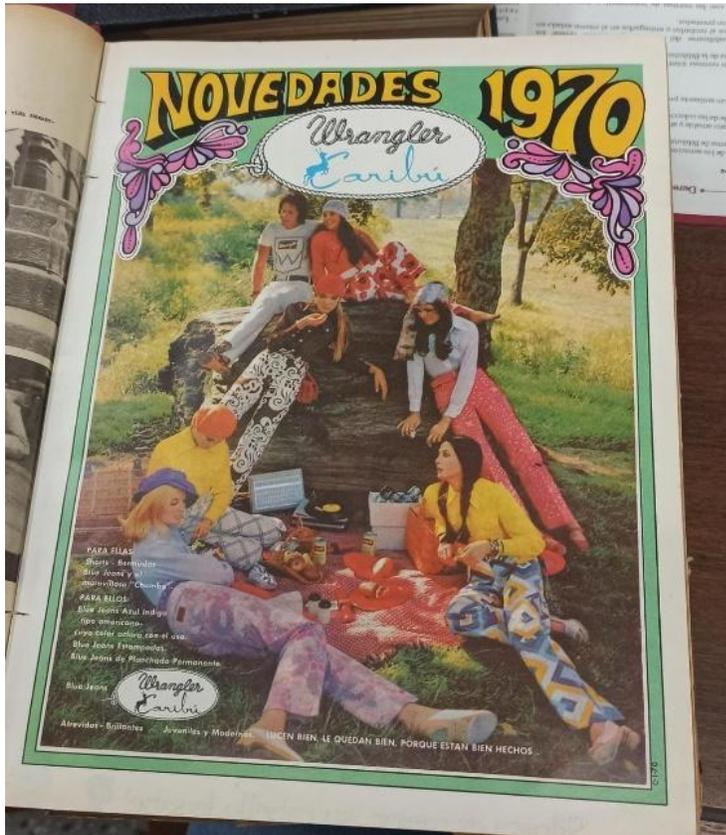
Nota: fotografía de León Francisco Ruiz Flórez. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?jzd=/janium/Fotos/BPP-F-024/0163.jzd&fn=46886

Edward Salazar comenta que: “La característica principal era resaltar las cualidades del textil: este textil es el mejor, es el más futurizado, el que atrapa mejor la luz, el que viene del mejor proceso”. De modo que se hace especial énfasis en la calidad de los textiles y la mujer pasaba a un segundo plano.

A pesar de esto, en la edición nro. 101 de la revista *Fabricato al día* de 1971 se pueden ver mujeres usando telas de colores vibrantes en sus maxivestidos: azul y verde, además de la mezcla de morados y amarillos en estampados florales. Otra imagen que representa muy bien esto, es una publicidad de Caribú en la revista *Cromos* de mayo de 1970 (**Figura 9**), donde se muestran las tendencias que impactarán la década: los shorts, bermudas, blue jeans y el maravilloso “chumbe”, un tejido indígena que se usaba como cinturón.

Figura 9

Publicidad de Caribú en la revista *Cromos* de mayo de 1970



Nota: fotografía de autoría propia

Asimismo, se evidencia el uso de pañoletas o bufandas, en un artículo de *Cromos* nro. 91 de 1970, titulado “Moda 1970” de Alicia O. se puede leer: “Realmente la bufanda es el toque ideal para alegrar ese sencillo traje de calle, o el clásico sastre, para lucir **moderna**, deportiva y elegante con pantalones y conjuntos”, también añade que: “la bufanda es de gran utilidad para la mujer moderna, ya que sirve para ocultar aquellos cabellos que no la satisfacen del todo”.

La mujer empieza a cambiar la forma en la que presenta su cuerpo vestido a la sociedad, por lo tanto, se va transformando. Es necesario señalar el valor de la afirmación “lucir moderna” porque ese era el nuevo ideal de mujer. Para Carbonó: “este tipo de mujeres ya están catalogadas como maduras, son empleadas asalariadas que van a tener más libertad de movimiento y contacto con el público, pero que además van a tener más responsabilidades porque a la vez van a sus casas, trabajos y atienden a sus hijos”. Concluye afirmando que “en los años 70 se va a dar más el cambio del rol femenino, porque empezamos a ser dueñas de nuestro cuerpo”.

Sin dejar a un lado la falda, las mujeres empezaron a usar pantalones con más frecuencia, pero no se le da el mismo uso que en décadas anteriores donde algunas acudían a escenarios públicos vestidas como hombres para conseguir reconocimiento, el caso de las escritoras es un ejemplo de ello. En los 70 las mujeres adquieren una estética y un derecho a usar pantalones con libertad. Al respecto, Salazar señala que: “El jean mostraba la figura del cuerpo de la mujer, y si bien no se está al desnudo, se marcaba la figura femenina, sus curvas, especialmente en las prendas ajustadas. Por esto fue mal visto, porque en el pensamiento de la época se creía que el uso de jean generaba deseo en el espectador, lo cual era moralmente incorrecto”.

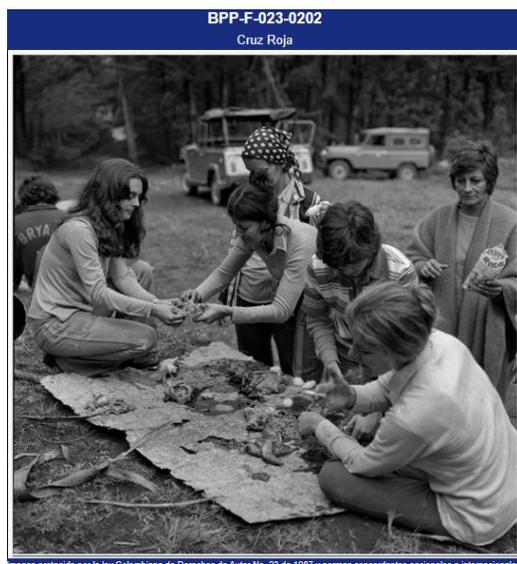
Además, es importante apuntar que en los años 70 estaba más normalizado que las mujeres trabajaran, entonces era más conveniente para ellas ir al trabajo o a la universidad en pantalón que en faldas o vestidos.

El uso de pantalón está asociado a la moda unisex, esta última no solo permitió que la industria tuviera más facilidad para fabricar prendas femeninas y masculinas de la misma forma, sino que las empezaron a usar porque les resultaban más cómodas para realizar distintas tareas, sin preocupaciones ni cuidados de enseñar más de lo que debían.

Como estaba más normalizado que las mujeres trabajaran entonces era más conveniente para ellas, ir al trabajo o a la universidad en pantalón que en faldas o vestidos. Era usual ver mujeres con prendas como las de la fotografía (**Figura 10**): camisas polo, jeans y suéter. Se trataba de un entrenamiento de supervivencia Cruz Roja, donde un grupo de mujeres preparaban animales para el alimento.

Figura 10

Cruz Roja



Nota: fotografía de León Francisco Ruiz Flórez. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?jzd=/janium/Fotos/BPP-F-023/0202.jzd&fn=45925

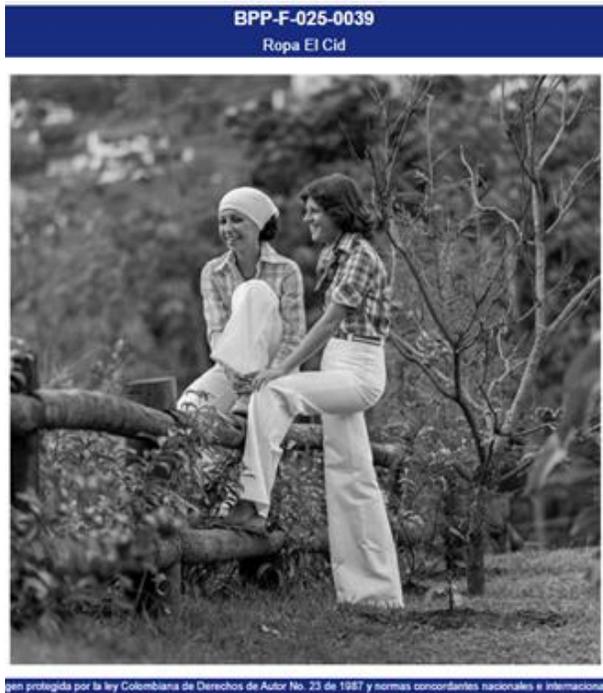
Respecto a la moda unisex, Edward Salazar aclara que: “En los años 70’s tratan de cuestionarse muchos códigos y es como el pantalón no es patrimonio de los hombres, las camisas sueltas tampoco lo son, uno empieza a ver más mujeres vestidas como hombres y a esas mujeres vestidas como hombres se les dan atributos de libre, trabajadora y empoderada”.

Con la llegada de esta moda, se empieza a desdibujar la diferencia de géneros, por lo que grupos feministas critican que el modelo de liberación femenina se haya basado en vestirse como hombres o tratar de imitarlos.

En una fotografía publicitaria para almacenes *El Cid*, alojada en el archivo de la Biblioteca Pública Piloto (**Figura 11**), se pueden ver dos personas posando espontáneamente en un lugar campestre, con pantalones de pierna ancha y camisas de cuadros, que además se impusieron en esos años después de su nacimiento en los centros mundiales de la moda. Se trata pues, de una moda unisex donde es importante anotar que dados los rasgos andróginos de la persona que está en primer plano, no es posible identificar si se trata de un hombre o una mujer.

Figura 11

Ropa El Cid



Nota: fotografía de León Francisco Ruiz Flórez. Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_zui.pl?fn=49492&jzd=/janium/Documentos/AP/49492/d.jzd

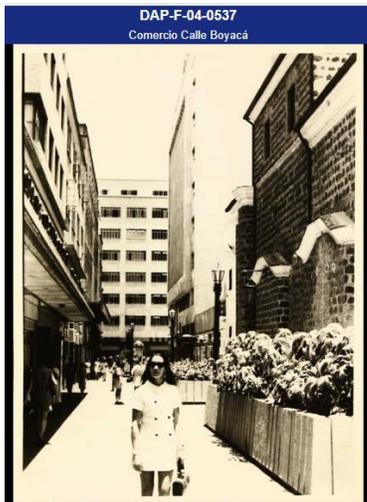
Olga Hincapié en su artículo *La liberación de la mujer* (1972), explica que la libertad femenina no consistía en que la mujer perdiera lo que es propio para convertirse en una especie de ser ahombrado, ni mucho menos una independencia total de la mujer respecto al hombre, al hogar, a los hijos, a la familia y a la sociedad: “Hasta ahora la mujer ha estado muy esclavizada por los condicionamientos sociales que le han exigido una cierta forma de comportamiento que también debió exigírle al hombre, como la fidelidad, la responsabilidad, el respeto para consigo misma y los demás. Por eso hay tantas mujeres que se rebelan contra esto y entienden la liberación como el rompimiento con los condicionamientos sociales”. Explica Hincapié.

La liberación femenina permitió que se empezara a gestar el uso de ropa más versátil, en la sección de *Cromos moda práctica* relatan que: No es fácil llevar por la mañana un vestido que pueda servir todo el día. Para estar en la oficina, para salir de compras, para el té de la tarde o una visita, hay que escoger algo muy especial que en determinado momento sea muy práctico y que más tarde se vea elegante. Un vestido para muchas ocasiones. Este tipo de vestidos se podría

encontrar en mujeres que paseaban por las calles en su rutina diaria. En la fotografía (**Figura 12**) se puede observar a una mujer caminando por la calle Boyacá con un vestido que podría usar para diferentes actividades en su vida cotidiana.

Figura 12

Comercio calle Boyacá



Nota: fotografía de Medellín. Alcaldía. Departamento Administrativo de Planeación Fuente https://bibliotecapiloto.janium.net/janium-bin/janium_login_opac.pl?find&ficha_no=63223

Respecto a lo anterior, Laura Carbonó señala que: “las prendas tienen que ser versátiles para que se puedan utilizar en todo momento del día porque las mujeres para esta época van a ser mujeres modernas, a la vez van a ser esposas, hijas y madres, también van a ir a la universidad, van a trabajar, entonces dentro de todo eso , ellas van a usar prendas que sean llamadas modernas, que sean versátiles, que sean innovadoras y sirvan para nuevos estilos de vida”.

En la edición nro. 2.894 de 1973 de *Cromos*, muestran una publicidad de *Capripunto*, señalando que los diseños que lanzaban interpretaban un nuevo sentido de la moda: “liberación caprichosa, desordenadamente femenina y sin inhibiciones porque sus detalles y colores son preciosos”. Se trataba de blusas, conjuntos, slaks y suéteres, con círculos abiertos caprichosamente sobre el dorso, la cintura y las piernas.

Dedican también un párrafo para hablar del suéter, una prenda bastante utilizada en la época, sobre esta decían que: “El suéter es la prenda más práctica, cómoda y bonita. Por eso el tejido en lana o en hilo no pasa de moda y antes adquiere cada vez más preponderancia con la

abundancia de máquinas tejedoras que hoy existen tanto para uso industrial como para el doméstico”. Y si hablamos de moda práctica y cómoda, es imposible no referirnos a Marlene Henríquez, icono y pionera de la moda en Colombia que triunfó en Europa como modelo de *Fendi*. Así nos relató las prendas que solía usar fuera de las pasarelas: “En esa época yo usaba las camisas dentro del jean lo que hacía que se me viera mucho la figura, siempre las metía entre el jean y encima tenía un suéter o un blusón dependiendo de la temporada, también zapatos cómodos o unas botas”.

Además del pantalón, las faldas de diferentes tamaños: mini, midi y maxi, empezaron a otorgar esa libertad. Marlene Henríquez, cuenta que era fuertemente criticada cuando las usaba: “las minifaldas y las maxifaldas, te las ponías, pero la gente te miraba y decía jum esa usa minifalda, eso era terrible cuando eso era lo que se usaba en Europa”. Como ella, muchas mujeres usaban la falda no tanto por su sentido simbólico, sino también porque era lo que estaba de moda.

El retorno de las maxifaldas se dio gracias al hipismo, las mujeres podrían elegir un día ponerse una minifalda y al otro ponerse una maxifalda que las cubría hasta los tobillos, Carbonó señala que desde la mitad del siglo XX las mujeres en diferentes revistas de moda, manifiestan su intención de que la maxifalda regresara porque para ellas estilizaba el cuerpo, se veían más altas y bonitas. Pero al parecer eso les disgustaba un poco a los hombres o al menos eso deja ver la caricatura (**Figura 13**) que muestra cómo los hombres disfrutaban más ver mujeres en minifaldas.

Figura 13

Caricatura Cromos



Nota: fotografía de autoría propia

Otra característica a la que se le otorga mucho valor en esta época es a la juventud, ser joven sería más importante que ser hombre o mujer, como se mencionó anteriormente, la moda le otorga más valor a ese cuerpo mucho más joven y deja a un lado la elegancia tradicional de las mujeres maduras. Se puede encontrar gran variedad de publicidades haciendo alusión a ropa, cremas y lociones rejuvenecedoras que prometen una apariencia de 10 años menos (**Figura 14, 15 y 16**).

Figura 14

Publicidad cremas



El más grato engaño en la vida de una mujer

Es el que ocurre cuando ella—ya no muy joven—se quita diez años (y todo el mundo se lo cree). Mírese en el espejo y sea si USTED cree poder hacer lo mismo. Si no puede, la hora ha llegado de usar 2do. Debut! Es la única preparación que contiene el maravilloso y bien conocido descubrimiento científico CEF, portador de humedad rejuvenecedora a la piel y células debajo de la misma. Así se rellenan las líneas y arrugas de la piel, y ésta recobra su suavidad y lozanía juvenil. El efecto logrado es no solo sorprendente, sino también bastante rápido. Por lo general, usted observará una agradable diferencia en menos de una semana. Solo 2do. Debut contiene CEF-600 y CEF-1200 de doble potencia. De venta en los almacenes del ramo.

electrónico.
Esto no lo
lo sepa nunca
Luis Salinas,
beneficiar a s
Matapalo.
Primero, e
examinó las i
pacientes pal
un año trabaj
ratoncitos qu
animales vert
una malaria s
paludismo hu
Fue precis
plaquetas de
el destacado)
colombiano e
parásitos. To
que en el hon
del paludism
en las plaque
similitud de l
observados er
de ambas esp
Esto tamp
Salinas ni sus
selvas costarr
La Oficina
Panamericana
de la Organiz
la Salud, reali
y constante la
el flagelo. El
Erradicación
Ministerio de
de Costa Rica
pasos de Luis
en muy estre
con la entidad
hemisférica.
El doc...

GRIFFIN

Nota: fotografía de autoría propia

Figura 15

Publicidad tratamientos faciales



HAGASE JOVEN AHORA MISMO

Mediante los últimos procedimientos de la Doctora PAYOT, de París, aplicados por la especialista cosmóloga LULU DE NIETO. Despierte admiración con la BELLEZA de su piel. Transforméla como la de un niño. Acabe con la flacidez (bolsas en la órbitas de los ojos), barros, espinillas, manchas, Gimnasia facial. Cita previa: TEL: 44 03 88, Cra. 42 No. 23-42, Piso 2º.-BOGOTÁ.

Nota: fotografía de autoría propia

Figura 16

Publicidad mujer



Nota: fotografía de autoría propia

Sin embargo, caso contrario ocurre con los hombres y esto se refleja en textos como *Los viejos están de moda*, publicado en la edición 2790-2765 de la revista *Cromos* de 1971 donde relatan que: “la personalidad de los hombres atrae particularmente a las mujeres jóvenes, y por esta razón los que tienen 20 o más años que ellas, aventajan enormemente a los muchachos, casi siempre insulsos o superficiales. Las personas de cierta edad tienen una actitud definida ante la vida que las hace especialmente atractivas para la juventud”.

Mantenerse joven era tan solo uno de las distintas formas, en que la sociedad impuso en las mujeres el desarrollo de su vestir, esto se suma a muchos otros preceptos principalmente impuestos por un país históricamente católico y muy tradicional, donde eran objeto de burlas y rechazo ante cualquier deseo de vestir diferente a los que se les exigían. Más que una práctica desarrollada para proteger el cuerpo, el vestido se convierte en una forma de expresión, donde muchas personas, en su mayoría jóvenes, ya no toman la moda como una cuestión social o de clase, sino como un acto artístico.

7.3 Guion podcast #1

Vestir la masculinidad: la moda musical en Medellín

Cortinilla: Estas escuchando Vestir el género en los 70s y hoy hablaremos de la moda musical en Medellín

Locutora: Con cielo despejado y montañas detrás, en medio de lo que parece la plataforma o la zona de parqueo para aviones de un aeropuerto, hay una grúa amarilla con 9 hombres de pie, algunos riendo o mirando hacia los lados.

Imagínate estar en 1976 y entrar a una tienda de LP's o, probablemente, tú los conozcas como discos de vinilo. Estás en busca de un disco para amenizar tu fiesta de cumpleaños, quieres músicaailable porque tu hermano va a llevar a su amigo, el chico que te gusta o como lo llamamos ahora, tu crush. Encuentras esa fotografía en la sección de novedadesailables ¿qué hacen estos señores en una grúa, en medio de la pista del aeropuerto? y ¿cuál es la historia detrás?

Eso no es exactamente lo que me pasó a mí, Camila Rúa, quien les habla y va a estar acompañando en este episodio. Hace unos meses encontré esa imagen en el archivo fotográfico de la Biblioteca Pública Piloto. Me pregunté cuál es la historia que hay detrás de la foto y cómo en ella se reflejan las formas de vestir de las masculinidades en la época.

Así que buscamos a algunas personas que hicieron parte de ellas. Una de ellas es quien tomó la fotografía, León Ruiz, fotógrafo medellinense conocido por su obra retratos de cuerpo entero. Por eso le preguntamos cómo la hizo:

León: En un aeropuerto, mejor dicho, se subieron en una plataforma de los aviones donde se subían los operarios de Avianca para cargar o descargar o para hacer cualquier cosa que hacían en el avión. Entonces los subí ahí, eso también fue una improvisación, simplemente llegaba con ellos y pedía permiso y ahí mismo me lo concedían, la gente era muy colaboradora. En aquel entonces era mucho más fácil, ahora por asuntos de seguridad, pero en aquel entonces no era tan difícil, además había la fama de Los Graduados... Es una foto para Los Graduados y le decía al jefe y ahí mismo decía bien pueda seguir, hágase para allí.

Locutora: Pero, en realidad a Ruiz le falló la memoria porque a quienes subió a la plataforma, no fue a Los Graduados, una orquesta musical de Medellín, sino al Combo de las Estrellas, un grupo de música tropical creado por Codiscos en 1975. al que dos meses después de su fundación, ya en 1976, se unió Humberto Muriel que hacía las veces de cantante y percusionista. Esta fue su reacción cuando vio la foto

Humberto: Fíjate que aquí hay 3 muertos, Alvarito, Reinaldo... hay 4, Freddie y, desde luego, Jairo, de esa camada que murieron. Ustedes conocen la historia de Jairo, en esa época que lo mataron, es mejor no hablar de eso. Este es el popular “tomate” que está ahora con Fruko, Mike Gonzales, pero esta foto se la muestro la original, es esta misma, pero como se hacían varias tomas, pero Mario está... la que salió en la carátula Mario no está con las manos en la nariz y Reinaldo está de frente, Reinaldo Carreño que en paz descanse.

Locutora: ¿Quién daba la idea para la fotografía?

Humberto: Eso sí tenían ellos. Ellos tenían la idea de cómo y hacían varias tomas en distintas poses. Algunos nos ponemos en triángulos, otros sentados con otros parados atrás, en filas, en fin, en varias posiciones se tomaban las fotos y después ya se hacía un comité, invitaban al director de la orquesta, al de la fábrica, los que manejaban, la publicidad, desde luego al fotógrafo y entre los 3, 4 personas escogimos la mejor fotografía. Solía pasar, como te dije, la fotografía que el colorido, el color y todos quedaban bien menos uno que con los ojos cerrados, esa foto no servía, porque uno quedó o mirando para un lado o con los ojos cerrados etc.

Afortunadamente por eso el fotógrafo tomaba muchas fotos de la misma posición tomaba por ahí 3 o 4 y nos advertía “ojo no espabile, cuento 3, no espabilen no se me muevan”. Sin embargo, había unos que no, pero muy poco, ya uno se volvía tan profesional en eso, a veces el fotógrafo... Entre más sean difíciles para posar más nos demoramos y él tenía toda la razón que a veces se introducía desorden, cosa que con nosotros no existió eso, pero sí nos dimos cuenta de que en muchas partes había mucho desorden en otras orquestas. Cuando uno quiere hacer una cosa bien hecha y rápido, avanza.

Locutora: ¿Cuánto tiempo se demoraban?

Humberto: Mínimo 2 horas porque a veces teníamos que maquillarnos para que la foto quedara bien; había algunos que teníamos las caras muy brillantes. Por ejemplo, esa cara es maquillada vea, el de acá quedó opaco, sin embargo, Álvaro Velásquez quedó con la frente brillante, entonces se trataba de que había una maquilladora... primero nos maquillaba y estaba pendiente de que no nos fuéramos a sudar. Esto también demoraba, al principio había que maquillarnos a todos.

Locutora: Lo que hoy nos puede parecer bastante común, pero en ese momento el maquillaje era un asunto que se subscribía únicamente a los ámbitos de la feminidad o personas

que hacían parte de la comunidad LGBTIQ. Es en los inicios del siglo XXI que los jóvenes empiezan a salir con maquillaje para actividades sociales y apenas en los últimos años se ha normalizado un poco más.

Los hombres de la grúa, que ahora sabemos son el Combo de las Estrellas, están vestidos con un uniforme de traje de tres piezas, chaqueta azul marino con solapas grandes y brillantes, chaleco gris y pantalón de vestir con bota campana, junto con una camisa blanca y un corbatín gris.

Te estarás preguntando ¿por qué nos interesaría saber sobre los uniformes de un grupo musical de hace 50 años? y ¿de qué manera estos reflejan la masculinidad?

Entendiendo la masculinidad como “todo lo que los hombres piensen y hagan para ser hombres” como explica Matthew C Gutman en “Traficando con hombres: antropología de la masculinidad”. Entonces la ropa que es una regla para vivir en sociedad se convierte en una de las cosas que los hombres hacen para ser hombres.

Por tanto, a través de ella comenzamos a tratar de desempeñar los roles que a cada género nos han impuesto. Y saber sobre la masculinidad en los 70's nos ayuda a entender la forma en que nos vestimos y comportamos hombres y mujeres.

Entonces ¿quién les hacía esa ropa? ¿la compraban? ¿ellos ideaban ese estilo? o ¿cómo se organizaban para combinar a 8 personas?

Humberto: Existió hasta hace como 6 años, en el centro de Medellín, atrás del hotel Nutibara, una sastrería que se llamaba Los Cano, era de unos hermanos, Fabio Cano y Gustavo Cano, y ellos eran unos sastres muy profesionales que hacían los [trajes] sastres sobre medida a todas las orquestas de Medellín y cuando... esos viajes de nosotros a tantas partes del país alternábamos con otras orquestas, preguntaban por qué la vestimenta tan bien hecha, trajes sobre medida, ahí le comentábamos y se llegó hasta tal punto la promoción y la buena calidad que hacían estos señores en Medellín que muchos artistas de otras partes como Nelson Enriquez, Pastor López mandaban a hacer los trajes aquí de otras ciudades, este Lisandro Meza mandaban a hacer los uniformes a Medellín, venían hasta acá para que este señor. A ver, este señor tenía una cosa muy particular que lo ayudaban a uno a escoger los trajes, ellos manejaban figurines, estos libros que venían de Europa, Estados Unidos con modas y ellos sabían qué más o menos les podían quedar a este tipo de orquestas que había aquí y ellos fueron los que nos ayudaron a escoger... no solamente a nosotros, a todas las orquestas de Medellín, el color, el vestido bien hecho y coloridos, alegres. Almacén Los Cano que esa fue la sastrería que... se puede decir que, hasta nivel internacional,

porque yo vi que a veces eran mandando vestidos hasta para Venezuela, a orquestas de allá, lograron figurar en esta cosa de la moda con la mayoría de las orquestas latinoamericanas.

Teníamos colores muy alegres, muy vivos, teníamos uniforme donde cada uno tenía una chaqueta, pantalón negro, camisa blanca y un saco de distinto color, uno rojo, uno amarillo, otro anaranjado, cosas así, teníamos también vestidos grises, vestidos de varios colores, muy tropicales.

Locutora: Sin embargo, teniendo en cuenta los anuncios y otras fotografías de la época llenos de colores, con siluetas particulares, ese uniforme que utilizaban en la fotografía era por el contrario muy clásico a excepción de la variación en la bota del pantalón.

Ustedes se unieron a la moda del pantalón acampanado y la plataforma.....

Humberto: Claro, era la moda de ese entonces, pantalón de bota ancha...Se usaba el afro en ese entonces Mai lo tenía... camisa de cuello grande, bota campana el pantalón. Cuando llegaban esas modas nosotros teníamos que estar a la moda y las usábamos. Lo bueno de eso era que la bota campana tapaba la plataforma, nosotros la usábamos, por ejemplo, la bota llegaba hasta abajo, pero nosotros la usábamos para que nos bajara casi hasta el piso, tapando la plataforma, así era la moda, tapando el tacón.

Locutora: Se dice que los tacones en su origen eran para montar a caballo, una actividad que sabemos ha pertenecido a los hombres. Más tarde, personajes pertenecientes a la nobleza, como Luis XIV, los usaron como un objeto para mostrar superioridad. De igual manera ocurrió con los antecesores de las plataformas, los llamados ‘Chopines’ y que, igualmente, eran usadas por la monarquía. Luego, las mujeres tomaron este artículo prestado del armario masculino para en el siglo XX convertirse en una representación de la feminidad, como Marilyn Monroe con plataformas Ferragamo.

Lo interesante es que en los 70’s, en Estados Unidos, y luego en el resto del mundo, las plataformas se convirtieron en un artículo unisex, un símbolo de las fiestas Disco y sinónimo de las discotecas que durante esa década fueron un espacio importante para las juventudes.

Y aunque esto ocurrió hace aproximadamente 50 años, hoy a muchos de nosotros nos parece imposible que nuestros padres, tíos e incluso abuelos hayan usado plataformas. Esto se relaciona con que cuando pensamos en estas modas nos remitimos al exterior y casi nunca nos imaginamos cómo lo vivieron localmente. Por eso le preguntamos.

¿No los veían raro por usar plataformas?

Humberto: Como era una cosa que usaba todo el mundo, al contrario, se veía raro si no estaba a la moda. Nosotros, como artistas, imponíamos también esa moda, nos hacíamos ver un poco más distintos. Por eso, esa gente de la sastrería... cuando llegaban esas modas, los artistas éramos los primeros que salíamos con eso y a la gente le gustaba porque parte de eso nosotros éramos los que imponíamos la moda. Si éramos reacios a aceptarlo, lo aceptamos porque tenía que haber uniforme que debíamos de usar todos.

Cortinilla: Recuerden que esto es Vestir la masculinidad: la moda musical en Medellín, una conversación sobre cómo los hombres se representaban a través de la ropa en los 70's

Lo interesante es que nunca menciona los estampados que eran el furor de la época y por los que muchos hoy en día la recordamos, según Edward Salazar, Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia y Magister en Estudios Culturales de la Universidad de Los Andes, esto ocurría:

Locutora: Porque las telas sintéticas permiten mayores estampados, mayores diseños, mayor brillo, es decir, hay mayor repertorio visual para el consumo a favor de un cuerpo cada vez más joven, más urbano, en el cual esos colores van a afectar la moda de los años 70s. Por eso la moda de los años 70s es tan colorida con esos colores tan metálicos y tan brillantes porque estas telas los hacen posibles.

¿Usaban estampados?

Humberto: En ese sentido en estampados no llegamos a usar, porque no lo veíamos como parte de buena elegancia, sino de muy tropical; de pronto tuvimos para climas calientes hacer unas camisas de colores vivos, pero no eran estampados. No sé, de pronto en este caso el que nos manejaba la imagen eran los sastres, los Cano, no lo veían como apropiado para nosotros, que ellos nos decían “ustedes son una orquesta elegante, seria” y a veces “dejémosle esos estampados a los vallenatos, a los de la costa”. Ellos usan mucho esas vestimentas, no es porque pues... se ataba el trópico a ellos, nosotros éramos de acá, de Medellín, cachacos como dicen ustedes “esos estampados déjelo para la costa a los grupos de allá”.

Locutora: Lo cual se puede ver reflejado en otra fotografía de Israel Romero y su grupo, Conjunto de música vallenata, dirigido por él y acompañado por la voz del cantante guajiro Daniel Celedón. Este grupo pasaría posteriormente a llamarse El Binomio de Oro, con la llegada del cantante Rafael Orozco. En donde 4 de los 8 integrantes utilizan camisas con estampados.

La misma da cuenta de cómo estos conjuntos vallenatos no están uniformados o por los menos para algunas de sus fotografías, ya que en sus presentaciones, conjuntos como el Binomio de Oro estaban uniformados, al igual que las orquestas tropicales, pero ¿por qué ocurre esto?

¿Por qué están todos uniformados?

Humberto: Mira en esto de la manera de vestirse hablando de las orquestas, nosotros también éramos la orquesta, una de las orquestas de las que mejor se vestían para las presentaciones, hablando de las más elegantes que habíamos(sic). Porque ya con el tiempo a manera de orquestas de bodas norteamericanas, porque figúrense que todavía existen las orquestas uniformarse, el gran combo es una orquestas de años, el gran combo de Puerto Rico, ellos todavía andan uniformados que por ciertas cosas que no le gusta estar uniformados o son una orquesta que no existe, simplemente se reúnen para hacer una producción y no tienen la organización como nosotros u otras orquestas organizada para hacer un uniforme, sino que “ve, vamos a tocar en tal parte” ya se sabe que no existe uniforme, cada uno va con lo que quiera, pero la mayoría de orquestas organizadas, hoy en día también las hay van con sus uniformes.

No es que yo diga que las orquestas que no están uniformadas no están organizadas, simplemente no quisieron entrar en ese ambiente de organizarse y son músicos muy profesionales, son maestros.

Locutora: ¿Cómo decidían qué uniforme usar para cada presentación?

Humberto: Teníamos varios uniformes, depende de la festividad si a nosotros nos convocan para un matrimonio, nosotros vamos muy elegantes. Si vamos a una fiesta en un pueblo, por ejemplo, que ahora vamos a tocar en San José de la Montaña, vamos con un vestido sport, un Blue jean, una chaqueta bonita, tipo saco, y una camiseta bien elegante, bien bonita. Depende de la festividad que vamos a amenizar, tenemos uniforme para toda festividad.

Locutora: Cuando él menciona que van con un vestido sport no se refiere a lo que tú y yo entendemos hoy, como unos tenis, pantaloneta, suéter o unas sudaderas. Por el contrario, él se refiere a camisas y pantalones más casuales, también conocidos como el traje informal.

Y como explica el siguiente artículo de “camisa en tejido de punto ‘Acelor’ de la revista Cromos de octubre 1972, volumen 139, número 2855: “Fuera de las camisas llamadas para ‘vestir’, con el ACELOR se imponen en el vestuario informal las de sport como para tenis, golf, bolos, etc. porque tienen un alto brillo y colores vistosos. Cuando el nylon se combina con el acetato se logra

un material de alta calidad que les comunica a las prendas resistencia y mucha versatilidad en los estilos y modelos”

Algo similar ocurría con la tela llamada Terlete o Terlenka que también era un material sintético, pero esta es 100% poliéster y se utilizaban para los pantalones acampanados que hoy tanto nos recuerda a la década. “En algún tiempo eran el último grito las desproporcionadas bota campana en Terlete que nos alteraban el paso regular”, así menciona Óscar Henao Mejía en el artículo Moda que no incomoda de 2011 para el periódico El Colombiano

Es decir que esta variedad en la ropa masculina, ropa más suelta y flexible, también fue permitida por los avances tecnológicos en los textiles y los cuales jugaron un papel importante para los hombres de ese tiempo. Salazar menciona que:

Por otro lado, la ropa sport y toda esta ropa más hecha no para el trabajo sino para el placer, etc. Empieza a ser más importante en el armario de los hombres, ya no solamente el hombre se define por el traje y piezas de saco, corbata y pantalón, sino que empezó la ropa masculina a ser más sensual.

Y es que el hombre en esta década se ve mucho más sexualizado cuando anteriormente el único o más bien la sujeto de sexualización era la mujer. Lo cual también daba algunas libertades para la creatividad. Ruiz menciona que esto ocurrió para una fotografía que en esta ocasión sí fue para Los Graduados.

León: Les hice una foto a los graduados que fue famosa, aquí y en Nueva York. Vendían esos desgraciados, vendieron de esas fotos, vendían afiches todo lo que usted quiera, ellos debieron de pagarme a mí, pero no me pagaron, apenas me llegaron con unas camisetas a cuadros con Mickey Mouse y el otro con un elefante, yo no sé qué... entonces yo dije hagamos una cosa, empelótense todos, desnudo todo el mundo, cierren el estudio. Muchos se desnudaron del todo, otros estaban solamente en calzoncillo, en ropa menor, pero no se veía la ropa menor, había otro delante de ellos. Entonces quedaron Los Graduados desnudos. Ese fue uno de los retratos que yo hice, una maravilla.

Locutora: Acerca de ello, Muriel comenta que:

Humberto: Fíjense que una producción musical encierra varias cosas: buenas canciones, buen sonido, buena fotografía, buena presentación, entonces eso hace que un producto sea excepcional. 4 cosas: sonido, canciones, presentación y fotografía. La carátula bien presentada de un cd vende mucho, hoy en día todavía, entonces la gente buscaba mercadeo. Sea por una u otra

cosa compraban el producto, ‘ve compremos esta foto por ver a estos en pelotas ahí en la carátula’, así no les gustara esa música, pero la compraba...una manera de manejar el mercadeo.

Locutora: Las historias de las fotografías para los discos demuestran que sus formas de vestir eran y son un asunto importante, porque es la primera impresión para quienes iban a comprar, te podían dar una idea de lo que podría ser buena música para bailar con el chico que te gusta.

Probablemente por esa razón Ruiz prefirió desnudar a Los Graduados antes que tomar una fotografía para una portada con ellos mal vestidos.

Entonces estas fotografías permiten tener una mirada variada de la moda, ya que mezclan las modas extranjeras como las plataformas y las camisas de cuello ancho con ideas propias por ejemplo que los estampados quedaban bien para los vallenatos.

Cortinilla: Recuerden que escucharon Vestir la masculinidad: la moda musical en Medellín un capítulo de Vestir el género en los 70s, esta serie fue realizada por Luisa Fernanda Martínez y Camila Rúa Tovia. Con la asesoría de Ima Poveda y Eduardo Dominguez.

Agradecimientos a Humberto Muriel, Edward Salazar y León Ruiz.

Esta serie fue realizada y producida por Luisa Fernanda Martínez, Camila Rúa Tovia. Bajo la coordinación de Ima Poveda y Eduardo Domínguez.

Música utilizada Venu D Aria perteneciente a Blue Dot sessions

Venu D Aria by <https://app.sessions.blue/browse/track/97118>>Blue Dot Sessions

Muchas gracias por escucharnos, hasta la próxima.

7.4 Guion podcast #2

Vestir la feminidad: moda, hippismo y tradiciones

Cortinilla: Estas escuchando Vestir el género en los 70s. Hoy hablaremos sobre moda, hippismo y tradiciones en Medellín

Locutora 1: Les damos la bienvenida a nuestro podcast. Mi nombre es Luisa Martínez y ahondaremos sobre las feminidades representadas por quienes estuvieron en Medellín durante la década de los años 70. Para esto, recurrimos a las revistas de la época, fotografías del archivo de la Biblioteca Pública Piloto de Medellín, y entrevistas con expertos. Acompañénnos.

El concepto de feminidad suele variar según diferentes factores sociales, culturales y psicológicos, pues estos van conformando la identidad de las personas. La socióloga feminista, Magdalena León, señala que «la adquisición de la masculinidad y la feminidad se da por medio de un aprendizaje social y de conformidad con las normas de un modelo dado».

Es decir, que la sociedad construye cualidades distintas entre hombres y mujeres, generando una división n entre lo masculino y lo femenino, lo que conocemos por roles de género. La familia es la principal promotora de estos roles, pues es nuestro primer círculo social.

En Medellín, cada familia fue transmitiendo entre las diferentes generaciones la feminidad conservadora que se puede identificar en la década de los 60, mujeres caracterizadas por ser modestas, pulcras y decentes. Sin embargo para los años 70, las mujeres más osadas se empiezan a transformar. En un artículo titulado “Moda 1970”, de la edición nro. 91 de Cromos, se da una invitación a usar el clásico sastre, para lucir moderna, deportiva y elegante, dando cuenta de que la feminidad empieza a cambiar, al menos en algunas mujeres. Nuestro propósito es identificar esas feminidades cambiantes y exponer cómo se reflejaban en la moda de la época.

En nuestra búsqueda de fotografías en el archivo, una, en particular, captó nuestra atención. **Locutora 2:** En ella se puede apreciar una mujer ubicada en un plano general y mirando hacia la distancia. La mujer porta una blusa con un gran moño en el cuello, una chaqueta de cuadros con solapas grandes, puños y bolsillos de color claro. Además, una falda plisada hasta las rodillas, sandalias con tacón y un sombrero de ala ancha.

En el fondo se puede apreciar un castillo que parece haber salido de un cuento, es el Museo El Castillo de Medellín que tiene un estilo gótico bastante particular y jardines estilo francés. Aunque para este caso, más que el escenario, lo que nos interesa es la mujer captada en la foto. Se trata de Marlene Henríquez, ícono y pionera de la moda en Colombia que triunfó en Europa como

modelo de Fendi. A pesar de que, en 2019, mientras hablaba para un medio nacional, dijo que esa sería su última entrevista, ahora 3 años después, accedió a hablar con nosotras.

Locutora 1: Aunque los recuerdos de la fotografía son escasos, menciona que se trató de un desfile de la diseñadora María Elvira Pardo

Marlene: “Yo no me acuerdo, lo único que te digo es que me sentía una mujer feliz porque estaba haciendo fotos, de eso si me acuerdo, porque qué machera, yo decía soy la reina del mundo y me están haciendo fotos con ropa (risas). Es que esa época mía primeriza fue tan bonita que fue lo que me impulsó a ser modelo aunque la gente se burlara de mí, porque se burlaban de mí eh, cómo vas a ser modelo no seas ridícula, no tienes figura, eres una flaca insípida, me decían de todo y cuando me llamaban a ser modelo imagínate lo que yo sentía, yo sentía que le tapaba la boca a todo el mundo, entonces fue una época muy feliz cuando me llamaron y esa fue de las primeras.”

Locutora 1: En el desfile se encontró con la condesa Italiana Pilar Crespi quien trabajó como Jefe de Relaciones Públicas de la casa Valentino. La mujer estaba acompañada por Gabriel Echavarría, su esposo, uno de los empresarios más representativos del país.

Marlene: A mí nunca me gustó usar cartera, pero en una de esas salidas tenía que llevar una cartera, y lo digo porque fue la Crespi la que me lo hizo notar, era una cartera de mano, tenía que llevarla en la mano y se me ocurrió meterla debajo del hombro abrir la chaqueta y meter la mano en el bolsillo que llevaba y cuando se acabó el desfile, Pilar Crespi entonces me dice: eso es increíble, cómo puedes ser tan increíble, como puede meterse uno la cartera debajo del hombro y verse tan elegante me acabas de enseñar cómo manejar eso y para mí eso fue, que Pilar Crespi, que era una de las divas de Valentino, me dijera eso.

Locutora 1: A pesar de que ya han pasado 48 años, León Ruíz, quien la fotografió, tiene algunos recuerdos de ese día.

León: Ella era una modelo clásica, una dura del modelaje, posiblemente era de las mejores modelos de Colombia, habiendo alguien que la podría considerar de las mejores modelos. Vino a Medellín y quiso que yo la fotografiara. Ella me buscó a mí, alguien le dijo de mí en Bogotá y le gustó.

No, yo fui el que planeé, vamos al castillo y se hizo fotografiar en el castillo, un lugar perfecto para una modelo de la naturaleza como ella

Locutora 1: Sus inicios en el modelaje se dieron con el comienzo de la década de los 70, cuando ni siquiera se hablaba del modelaje como profesión en Colombia. Las mujeres que hacían parte de la publicidad poco tenían que ver con los rasgos de Marlene.

Marlene: Mi papá me acolitaba eso, la gente se burlaba de mí porque yo era alta y flaca y que cómo vas a ser modelo, qué estupidez las modelos, las modelos de esa época eran, se llamaba María Cristina Caicedo y la otra costeñas, son todas bajitas me daban en el hombro, entonces yo era la ridícula del paseo hasta que llegó esa modelo alemana famosa Veruschka que también media 1.80 entonces dije, si ella puede yo también. A mí el que me ayudó, me acolitó porque yo, más que ser modelo, lo que quería era demostrar que ser alta no era malo, porque mi problema era ser alta y flaca, entonces el ser modelo fue como un escape cuando me enteré que las modelos en Europa eran altísimas entonces dije esto me va a salvar, pero empezó la gente también a burlarse de mí que tan ridícula quiere ser modelo.

Locutora 1: En la actualidad el ideal de belleza parece ser alta y flaca, sin embargo antes no era así. Si bien en la segunda mitad de la década de los 60 se popularizó la delgadez gracias a la supermodelo Leslie Loson, mejor conocida como Twiggy refiriéndose al diminutivo inglés para “rama”, ergo “ramita”; en Colombia la delgadez se relacionaba en muchos casos con la desnutrición.

Aparte de estos detalles, su físico delgado y de eterna adolescente supuso una revolución, ya que hasta entonces los cánones de belleza tenían como referente a mujeres de cuerpos curvilíneos.

Carmen Millán, investigadora en temas de género nos narra cómo fue esta transformación. Estamos metidos en unos cánones culturales y en unas construcciones que nos dicen en los años 60 que los senos no deberían ser una cosa así sino que deberíamos ser casi planas mejor dicho y si ustedes ven las figuras de Twiggy y de la minifalda y de la vaina y eran todas completamente planas y luego se cargan otra vez los senos de sentido y entonces vienen las personas que se ponen implantes porque los senos son muy pequeños y viene luego la estética de que hay que tener grandes los senos y grandes las caderas y vienen los implantes adelante y atrás.

Las revistas de los 70 dan cuenta de esa transición. En octubre de 1973 salió la edición 2906 de Cromos, allí podemos encontrar dos participantes medellinenses en el concurso de la modelo del año, que realizaba la revista, ambas de baja estatura, y volumen en sus caderas y busto.

Cortinilla: Vestir la feminidad, una conversación sobre las feminidades en Medellín.

Locutora 1: Marlene Henríquez, era una joven clase media de los 70, por lo que las influencias hippies se hicieron notar pronto en su estilo.

Marlene: Yo fui hippie, hippie, hippie, hippie de fumar marihuana, de vestirme con minifalda, maxifalda, con haz el amor y no la guerra, moda fuera, auto, nada de moda, era blue jeans y lo que me cayera encima y sin embargo modelaba y en Europa fue igual, yo modelé la ropa más increíble, vestidos que costaban 5 mil, 10 mil dólares y me los quitaba y me parecía terrible que la gente tuviera que pagar plata por esa ropa que era divina, además.

En esa época yo usaba las franelas dentro del jean entonces se me veía mucho la figura. Las franelas en esa época no las usaban sino los hippies... yo uso todavía franelas blancas de esas que usan los hombres, siempre las metía entre el jean y encima tenía un suéter depende de la temporada, un suéter o una blusón encima pues ya, y eso era una vestimenta típica mía, jean franela y camisa, y unos zapatos cómodos o unas botas cómodas, porque las botas también me gustaban mucho, pero zapatos planos porque yo soy muy alta y era una bestia usando tacones, no sabes lo que sufrí porque además en mi época salieron las plataformas

Locutora 1: Respecto a las influencias de la moda en los jóvenes, Edward Salazar, investigador de estudios de moda, nos relata:

Edward: Hay que recordar lo que decía Joanne Entwistle que la moda es una práctica corporal cotidiana, si es una práctica corporal cotidiana uno lo aprende viendo al grupo de pares, es decir a los amigos o las amigas de la universidad, al muchacho del bus, en la tienda, yo fui y miré ayer y esto me gustó, porque fui a la asamblea estudiantil y veo más o menos una cosa que me gusta, es decir las maneras en que la gente decide vestirse como se viste son múltiples, la publicidad es solo una de ellas, solo que es la que más tiene registro visual, la que más se estudia en la moda, pero no es la única.

Locutora 1: Precisamente gracias a estos movimientos como el hippie, se volvió mediática la liberación del cuerpo y de la mujer. A pesar de tratarse de una cultura históricamente católica y tradicional.

Marlene: En esa época era cuando la mujer se empezó a liberar, eran los primeros años de liberación de la mujer, cuando salieron que la mujer podía ponerse pestañas postizas, maquillarse y no tener que ser puta, porque antes en los finales de los 60 cuando llegó la revolución de los Beatles y todo este tipo de cosas, la mujer ... era importante, antes no era importante ser mujer y

ahí en los 70 sí, pero ya fue por la revolución que hubo en Francia, entonces ahí empezó a funcionar lo de la mujer.

Locutora 1: La llegada del hippismo no solo impuso un estilo en las personas, mayoritariamente de clase media, sino también un cambio en la forma en la que se relacionaban con otros.

Marlene: los hippies si eran chéveres, porque los hippies por lo menos hablaban con uno y te daban la talla porque en esa época los hombres por un lado, las mujeres por el otro, pero con los hippies no, con los hippies ya empezamos a juntarnos igual no mucho, pero algo, pero los hombres tenían una cosa, como la mujer empezaba a liberarse, los hippies lo entendieron más rápido, los otros no, entonces se ponían en plan de machistas, yo paso por tí, tienes que tener esto, yo nunca tuve novio ni nada... pero si veía los comportamientos con las mujeres, las mujeres tenían que ser, sí lo que tú digas, si por favor, se vestían mal, bueno, aunque también yo era muy crítica en eso, los hombres creían que por usar saco y corbata ya eran de ese mundo, hasta los jóvenes. Hasta que salieron las discotecas que eso salvó mucho...

Locutora 1: Definitivamente la música impacta de gran forma en la vida de las personas y para quienes vivieron en la década del 70 no fue la excepción, se impuso un nuevo estilo de música llamada Disco, una subcultura que popularizaron los jóvenes afroamericanos y latinos. Marlene nos cuenta cómo solía ir a una discoteca popular de Bogotá

Marlene: Pero eso sí cuando iba al Unicornio me ponía mis minifaldas porque yo fui de minifaldas y maxifaldas, pero cuando quería lucirme y demostrar quién era, me ponía mis minifaldas, exactamente cómo diría la creadora 20 cm arriba de la rodilla y yo tenía con mis piernotas largotas, que mis piernas son super largas, entonces yo tenía mucho éxito. Eso y las blusas y los suéteres pegaditos al cuerpo y buso porque tengo un cuello muy largo, lo digo porque mucha gente me decía que la vestimenta mía era perfecta, era toda pegada, y fuera de eso de minifalda mostrando las piernas y con un taconcito. Pero si, me ponía faldas muy elegantes hasta faldas brillantes...

Locutora 1: A pesar de que toda su vida se vio influenciada por importantes desfiles donde tenían relevancia las tendencias, nunca fue una mujer que las seguía, por lo que a lo largo de los años creó su propio estilo

Marlene: es que el cuento no es lo que uno se ponga sino cómo lo lleva uno, entonces la gente se viste con lo que está de moda, pero no lo siente, se nota que no es de ella, o sea que no lo

usa porque se siente bien lucirlo sino, se siente bien usarlo, sino porque se siente bien vestirlo. Existe una gran diferencia.

Cortinilla: Recuerden que esto es Vestir la feminidad, una conversación sobre las feminidades representadas por quienes estuvieron en Medellín durante la década de los años 70.

Locutora 1: En una sociedad tan conservadora, el cuerpo desnudo era fuertemente criticado, Marlene posó desnuda para la revista Cromos el 16 de marzo de 1978. Antes de ella lo habían hecho las modelos Esther Farfán y Dora Franco, pero Marlene fue la primera que posó con el cuerpo completamente desnudo, las dos primeras mostraban el busto y se cubrían con un brazo.

Marlene: Yo no lo hice fácil, yo lo hice porque me interesaba que fueran artísticas las fotos, y en realidad lo son, todas son artísticas no hay ninguna foto que uno diga wow que morbo y lo de ellas tampoco, lo de ellas tampoco era morboso, eran fotos que se supone eran artísticas.

Locutora 1: Sus inicios en las pasarelas internacionales tuvieron fallas debido a su poca experiencia, pero fue precisamente su espontaneidad y capacidad para sacarle provecho a estas situaciones, la que la llevó a triunfar.

Marlene: yo creo que ahí está que salí cuando no me tocaba, nunca se me olvidó siempre lo tuve en cuenta con mis alumnos y cuando hacía los desfiles yo pendiente de que no la fueran a embarrar como la embarré yo, pero sin embargo esa embarrada sirvió que para lo que a mí me pusieran que era un abrigo que llevaba 4 temporadas o no sé cuántas que no lo vendían, yo la vendí, logré venderla, por eso contrataron otra vez, aunque la embarré, yo me acuerdo que la niña que me cuidaba, lo único que oí fue no mer no.. yo me salí, yo creyendo que ya era hora y ya ahí la embarré, eso fue tenaz, pero fue mi primera salida internacional con un abrigo de piel más afortunada pa donde yo me sentí cuando caminé ahí, yo dije soy la mujer más linda del mundo, la más elegante...

Locutora 1: Corría la mitad de la década del 70 y regresó de Europa con más preguntas que respuestas, le inquietaba el hecho de que la moda en Colombia fuera tan banal. Con el propósito de promover las telas empezó a trabajar con Fabricato, era la encargada de buscar tendencias y montar presentaciones. En el exterior tuvo la oportunidad de hacer conexiones con personas influyentes en la moda, lo que contribuyó a que las telas medellinenses se dieran a conocer mucho más.

Marlene: Yo trabajé con el marqués de Pucci en Europa y fuimos muy buenos amigos, y yo lo invite a Colombia porque le dije que tiene que venir a Colombia porque Colombia es textilera

y en efecto fuimos a Colombia, fue a Medellín y en esa época le hizo un muy buen contrato a Fabricato, le compró unas nuevas telas para la colección de Fabricato y me considero que en ese sentido sí fui una pionera para que los desfiles colombianos realmente tuvieran la promoción que se merecían y fui la primera que llevé a diferentes diseñadores a un gran desfile de modas.

Locutora 1: Los siguientes años de la década empezaron a transcurrir entre Medellín y Bogotá donde hacía diversos desfiles. En los años 80 mientras organizaba el show de coronación de la señorita Antioquia, recibió amenazas contra su vida como forma de presionar la elección de la participante favorita del cartel del narcotráfico. Después de eso prometió nunca volver a Medellín, hasta que años después en 1998 le dieron un reconocimiento en el Hotel Intercontinental. En la leyenda se puede leer “ a Marlene Henríquez por su aporte en el mundo de la moda colombiana”.

Hace algún tiempo escribió su biografía, titulada: ‘A mis 67 años siento la necesidad de contar mi historia’. Sin saberlo, no solo nos contó su propia historia, sino que dio un esbozo sobre las mujeres de aquellos años que solo quedan en las fotografías e historias. Feminidades diversas, permeadas por la religión y las tradiciones de la sociedad. Mujeres que disfrutaban ser mujeres o que odian los roles que se les fueron impuestos. En fin, mujeres de las que todavía falta mucho por contar.

Cortinilla: Recuerden que escucharon Vestir la feminidad: moda, hippismo y tradiciones, un capítulo de vestir el género en los 70s.

Esta serie fue realizada por Camila Rúa y Luisa Martínez Con la asesoría de Ima Poveda y Eduardo Domínguez.

Agradecimientos a Marlene Henríquez, Edward Salazar, León Ruiz Y Carmen Millán.

Muchas gracias por escucharnos, hasta la próxima.

Referencias

- Amorós, Celia (2000). *Feminismo y filosofía*. Síntesis. Madrid.
- Ander-Egg, Ezequiel (1977). *Introducción a las técnicas de investigación social*. Humanitas. Buenos Aires.
- Aguilar García, Teresa (2008). *El sistema sexo-género en los movimientos feministas*. Amnis. Número 8. Recuperado de <http://journals.openedition.org/amnis/537> Consultado en agosto de 2021.
- Bell, Quentin (1976). *On human finery*. The Hogarth Press 1976. Londres.
- Caro Laso, Elisa (2019). *Música y contexto sociopolítico en los años 70. Un análisis de tres discos de The Clash, The Sex Pistols y Pink Floyd respectivamente, en relación con la situación sociopolítica de Reino Unido en los años 70*. Trabajo de grado para optar por el título de profesional en traducción e interpretación. Universidad Pontificia Comillas. Madrid.
- Chica, Ricardo (1990). *El estancamiento de la industria colombiana*. Coyuntura Económica. Volumen 20, número 2. Pp. 71-78. Fedesarrollo. Bogotá. Recuperado de <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/2360>. Consultado en agosto de 2021.
- El contrabando arrugó los textiles. (18 de septiembre de 1994). *El Tiempo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-224563>. Consultado en agosto de 2021.
- Entwistle, Joanne (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Paidós. Barcelona.
- Gutiérrez de Pineda, Virginia (1986). *Trabajo femenino y familia*. En: *Boletín Museo del Oro*. Número 16. Bogotá. Pp. 31 - 39. Recuperado de: <https://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/bmo/article/view/7245/7509> Consultado en agosto del 2021.
- Gutmann, Matthew (1999). *Traficando con hombres: la antropología de la masculinidad*. En: *Horizontes Antropológicos*, Número 10. Porto Alegre. Pp 245 – 286. Recuperado de: <https://www.scielo.br/pdf/ha/v5n10/0104-7183-ha-5-10-0245.pdf> Consultado en abril 2021.
- Lagarde, Marcela (1990). *Identidad Femenina. Comunicación, Intercambio y Desarrollo Humano en América Latina*. Ciudad de México. Recuperado de: https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/purificacion_mayobre/identidad.pdf Consultado en abril 2021.

LaRosa, Michael. Mejía Pavony, Germán Rodrigo (2013). Historia concisa de Colombia (1810-2013): una guía para lectores desprevenidos. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Martín-Cabello, Antonio (2016). El desarrollo histórico del sistema de la moda: una revisión teórica. Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social, volumen 16, número 1. Pp. 265-289.

Martínez, Ana (1996). Elementos para una teoría social de la moda. Sociológica: Revista de pensamiento social. Número 1. Pp. 97-124. La Coruña. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=1358>. Consultado en abril 2021.

Mayobre, Purificación (2007). La formación de la identidad de género. Una mirada desde la filosofía. En: Revista venezolana de estudios de la mujer. Volumen 12, número 28. Caracas. Pp. 35-62. Recuperado de: http://www.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-37012007000100004&lng=en&nrm=iso&tlng=es Consultado en abril 2021.

Pastrana-Santamarta, Tomasa (2012). La indumentaria como símbolo del poder en Renaldos de Montalbá. En Á. Baraibar y M. Insúa (eds.), El universo simbólico del poder en el Siglo de Oro, Nueva York/Pamplona, Instituto de Estudios Auriseculares (IDEA)/Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra. Pp. 205-217.

Restrepo, Rina (2013). Revista Nadaísmo 70: cultura, política y literatura en Colombia: Representaciones y lecturas de la sociedad colombiana en la revista Nadaísmo 70. Trabajo para optar al título de Magíster en Literatura. Facultad de Bellas Artes y Humanidades, Universidad Tecnológica de Pereira. Pereira. Recuperado de: <https://www.utp.edu.co/cms-utp/data/bin/UTP/web/uploads/media/literario/documentos/PDF-Tesis-final-Revista-Nadaismo-70-abril-11-de-2012.pdf>. Consultado en abril de 2021.

Roach, Mary; Eicher, Joanne (1992). Dress and identity. En: *Clothing and Textiles Research Journal*. Volumen 10, número 4. St. Paul. Pp.1-8. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0887302X9201000401>. Consultado en abril de 2021.

Ropero, Haydee; Ovalles, Liana (2016). Historia de la moda en Colombia. Revista Convicciones. Vol. 3, N° 5, Pp. 92-101. Cúcuta. Recuperado de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/197>. Consultado en agosto de 2021.

Rubin, Gayle (1986). El tráfico de mujeres: notas sobre la "economía política" del sexo. En Nueva antropología. Volumen 8, número, 30. México D.F. Pp. 95 – 145. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/159/15903007.pdf> Consultado en abril 2021.

Sanabria, Segundo (2007). Tres décadas desindustrialización en Colombia. *Apuntes Del Cenes*. Volumen 27, número 43. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja. Pp.117-130. Recuperado a partir de <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/214>. Consultado en abril de 2021.

Sandoval, Carlos (1996). Investigación Cualitativa. ICFES - ASCUN. Bogotá

Simmel, George (1988). Sobre la Aventura: Ensayos Filosóficos. Ed. Península. Barcelona.

Steele, Valerie (2000). Fashion: Yesterday, Today and Tomorrow. The Fashion Business Theory, Practice, Image. Nicola White, Ian Griffiths (editores). Oxford. Pp. 7-20.