

**EL SISTEMA MODA EN MEDELLIN: UN RELATO SOCIO-HISTORICO DE LA MODA EN MEDELLIN EN
EL SIGLO XX**

SEBASTIAN GUERRA MARTINEZ

ASESOR:

JUAN ESTEBAN RODRIGUEZ GOMEZ

SOCIOLOGO

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE:

SOCIOLOGO

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

MEDELLIN

2015

INDICE TEMATICO

1- INTRODUCCION Y PROBLEMATIZACION	4
2- METODOLOGIA	4
3- MARCO TEÓRICO – MODA	5
3.1- Simmel	5
3.2- Veblen	7
3.3- Baudrillard	9
3.4- Barthés	12
4- CONCEPTO DE MODA	12
5- MODA EN MEDELLIN	12
5.1- 1900 – 1950	12
5.2- 1950 – 1980	17
5.3- 1980 – 2000	21
6- ANALISIS SOCIOLOGICO	27
6.1- <i>El Modelo Inicial No Profesionalizado</i>	27
6.2- <i>El Modelo Sexual Profesional</i>	28
6.3- <i>El Modelo del Maniquí</i>	29
7- CONCLUSIONES	30
8- BIBLIOGRAFIA	31

INDICE DE FOTOGRAFIAS E IMAGENES

<i>FOTO 1 Benjamín de la Calle, 1909</i>	13
<i>FOTO 2 Benjamin de la Calle, 1909</i>	13
<i>FOTO 3 Benjamin de la Calle, 1914</i>	14
<i>FOTO 4 Benjamin de la Calle, 1925</i>	14
<i>FOTO 5 Benjamin de la Calle, 1928</i>	15
<i>FOTO 6 y 7 Benjamin de la Calle, 1912</i>	16
<i>FOTO 7 Dora Inés Gil, 1957</i>	18
<i>FOTO 8 Luz Marina Zuluaga, 1958</i>	18
<i>FOTO 9 El Colombiano, 26 de Mayo 1962</i>	19
<i>FOTO 10 La Dulce Vita, 1960</i>	19
<i>FOTO 11 El Club del Clan, 1964</i>	19
<i>FOTO 12 Los Yetis, ¡Nadaismo a go-go!</i>	20
<i>FOTO 13 Dupont, 1966</i>	20
<i>FOTO 14 Hernan Diaz, 1987</i>	21
<i>FOTO 15 Laura En América, 1995</i>	23
<i>FOTO 16 Cromos, 1999</i>	24
<i>FOTO 17 Cromos, 1999</i>	24
<i>FOTO 18 Pablo Ramirez, 2000</i>	24
<i>FOTO 19 Dario Prada, 1999, 1994, 2009</i>	25
<i>FOTO 20 Mauricio Velez, 1997, Promo Esso, 1999</i>	25
<i>FOTO 21 Atletico Nacional, Caracol 1989</i>	25
<i>FOTO 22 Selección Colombia, 1990, 1994</i>	26
<i>FOTO 23 MTV Unplugged, 1999</i>	27

EL SISTEMA MODA EN MEDELLIN: UN RELATO SOCIO-HISTORICO DE LA MODA EN MEDELLIN EN EL SIGLO XX

INTRODUCCIÓN Y PROBLEMATIZACIÓN

En este escrito, trataremos de describir *en un relato sociológico* el desarrollo histórico y social que ha tenido la *moda en Medellín a partir de 1900 hasta el 2000*. Según *Inexmoda*, “el 50% de la producción textil nacional se hace en Antioquia”, y el epicentro de toda esta producción es la ciudad de Medellín¹, lo que perfila a la ciudad como la capital textil del país.

En este relato nos preguntaremos por *empresarios, modistas, estilistas, modelos, consumidores y en general* por la sociedad que hace parte de lo que ciertos *Fashionistas y estudiosos* italianos del tema, han denominado “*Sistema Moda*”² (*Fashion System*) (Corbellini & Saviolo, 2014).

En palabras de *Dalia Gallico* preguntarse por el sistema moda es dejar atrás “los días en que sólo se hablaba de diseñadores y de casas de moda” (CROMOS, 2012) y centrarnos en que existe (y ha existido) toda una red que involucra a todos los sectores de la sociedad, en la producción, desarrollo y consumo de moda, es decir *un espacio más amplio donde tiene cabida el arte, la música, la gastronomía, el mobiliario*³, el fútbol, el espectáculo, en general la cultura en sí.

Nuestra hipótesis es que esta red o sistema, ha existido durante el siglo XX en Medellín y ha definido la forma en que la ciudad se ha venido vistiendo, pero también desarrollando y que este desarrollo corresponde unas etapas con características muy específicas constituidas en el concepto de la Moda que modifican y han modificado a la sociedad de Medellín en su conjunto. El análisis estará orientado por las construcciones sociológicas de G. Simmel, T. Veblen, J. Baudrillard y otros, y bajo la perspectiva metodológica propuesta por E. Auerbach.

METODOLOGÍA

Para responder a nuestra hipótesis haremos un análisis de tipo socio histórico enmarcado en los postulados de E. Auerbach y su estudio sobre la *Mimesis*⁴ donde introduce el método de “interpretación figural” (Bartra, 1987), la cual “establece una conexión entre dos eventos o personas, de tal manera que la primera se significa no sólo a sí misma sino también a la segunda, mientras que la segunda implica o realiza a la primera” (Auerbach, 1951). Es decir, un hecho no puede ser únicamente considerado de manera aislada, con una significación propia y autónoma, “sino que también se liga a otro evento al que confirma, sin perder por ello su realidad” (Bartra, 1987). En este sentido los dos eventos o las dos personas crean entre sí una relación en un plano superior, para nosotros este plano superior es “La Moda”.

¹ Ver: “Medellín y Antioquia, líderes en Colombia del sector textil y de confección”. Gobernación de Antioquia (URL <http://www.antioquia.gov.co/index.php/prensa/historico/8425-medellin-y-antioquia-lideres-en-colombia-del-sector-textil-y-de-confeccion->)

² Debido al boom que el “*Made in Italy*” tuvo gracias a el compromiso de grandes casas como Giorgio Armani en la década de los ochentas. Ver: Corbellini, Erica y Saviolo, Stefania. “*Managing Fashion and Luxury Companies*”2010.

³ Ver: El Sistema Moda, en <http://www.inexmoda.org.co/Elsistemadelamoda/tabid/5345/Default.aspx>. Inexmoda

⁴ Ver: Auerbach, E. “*Mimesis: La representación de la realidad en la literatura occidental*” 1951

Esta metodología de "Interpretación Figural" nos permite analizar la literatura de la época, radio novelas y telenovelas, eventos cruciales en la vida de la ciudad, así como otros trabajos que abordan la temática de la moda en Medellín (en diferentes periodos históricos), bajo la perspectiva de nuestro concepto de Moda y otros que analizan coyunturas específicas como es el caso de las mujeres y los jóvenes, de tal manera que la producción final, sea un relato sobre la Moda en Medellín durante el siglo XX y que puede ser analizado bajo una perspectiva sociológica.

MARCO TEÓRICO - MODA

La moda ha sido un tema en algunas ocasiones tratado frívolamente en el ámbito sociológico, pero en la actualidad estos estudios han tomado relevancia, a la par de los temas clásicos como el Estado o la Religión. Pero esto no significa que en la época de la construcción de la base de estos temas clásicos no existiesen sociólogos preocupados por el estudio de la moda, es más cabría señalar que el estudio de esta materia puede ser, *"al mismo tiempo, una lección de historia, geografía, economía..."* (Birlanga, 2007) , Baudelaire afirmaba que *"cada época tiene su porte, su mirada y su gusto"* (Baudelaire, 2011) y Honoré de Balzac afirmaba que en *el vestido*, aquel artículo en el que la moda se deja ver en su estado más sólido y material, se puede encontrar en su interior *"un progreso social, un sistema retrogrado o algún tipo de lucha encarnizada"* (de Balzac, 2011) en la sociedad como cuando una marca de zapato pueda significar privilegios, o una prenda pueda ser considerada revolucionaria.

Simmel

"...no hay escape normal y satisfactorio de la caravana que forma nuestra generación". G. Simmel

George Simmel en su texto Filosofía de la Moda nos plantea varias características como la distinción, la imitación, el carácter clasista de la moda entre otras. Publicado en 1924 en una de las primeras ediciones de la Revista de Occidente, Simmel nos afirma que la moda se encuentra presente en la vida humana siempre, y por tanto parafraseando el enunciado al inicio de este párrafo, *no hay escape satisfactorio de la moda.*

Una de las primeras características que Simmel nos brinda de la moda, es **la imitación**, está le *"proporciona al individuo la seguridad de no hallarse solo en sus actos"* (Simmel, 1924), y así el sujeto le pasa a los otros la obligación de ser originales. Al mismo tiempo y en contraposición de este hombre imitador, el hombre teleológico tiene la necesidad que otros ya le han dado de ser original, de distinguirse. Así pues concluye Simmel al respecto de la imitación y la distinción, *"unir y diferenciar son las dos funciones radicales que aquí vienen a reunirse indisolublemente, de las cuales, la una, aun cuando es, o precisamente porque es la oposición lógica de la otra, hace posible su realización."*(Simmel, 1924)

Otro aspecto importante de la moda, que encontramos en Simmel, es su vinculación con la **clase alta**, para Simmel la moda es un asunto de la clase alta, ya que está tiene un deseo eterno por la distinción, y los de clase baja solo "miran y aspiran hacia lo alto", generando una especie de aversión/deseo por la moda (Simmel, 1924).

Al respecto Bourdieu afirma que la moda es *"un emblema de clase (en todos los sentidos del término) que caduca cuando pierde su poder distintivo"* (Bourdieu, 2011). Este poder distintivo es

constantemente retado por las clases bajas en formas de burdas imitaciones que no alcanzan a obtener su valor comercial ni su valor social, es decir, no generan distinción, pero apenas logran imitar a las clases altas en su totalidad, estas huyen hacia una nueva moda que les permita distinguirse.

En este mismo sentido E. Goffman afirma: *“la estructura de clase de la sociedad requiere la apropiación de estrategias simbólicas mediante las cuales las clases sociales puedan distinguirse la una de la otra. El vestido en general y la moda en particular se prestan en modo admirable a este objetivo en cuanto proporcionan un medio altamente visible, pero económicamente estratégico, con el que quien está «arriba» puede, a través de la calidad y el «estar de moda» del propio vestido, comunicar la propia superioridad de clase a quien está «debajo». Además, el hecho de quien está «debajo» llegue rápidamente a emular, siempre toscamente, las modas de las clases superiores testimonia simbólicamente la legitimidad de los modelos de deferencia ínsitos en un sistema de clases. En otras palabras, quien está debajo demuestra en este modo un «justo respeto» hacia los propios «superiores».”* (Goffman, 1959)

La moda tiene la particularidad de ser en general de **origen extranjero**, según Simmel existe una propensión a aceptar e importar modas extranjeras, el acceso a estas dice Simmel *“parece favorecer la concentración del círculo que la adopta”* (Simmel 1924).

Otro aspecto importante, es que en el sentir de Simmel, la **moda no posee contenido alguno** ni siquiera de carácter estético, afirma: *“A veces son de moda cosas tan feas y repelentes, que no parece sino que la moda quisiese hacer gala de su poder mostrando cómo, en su servicio, estamos dispuestos a aceptar lo más horripilante”* (Simmel 1924).

La moda es **veloz pero anda en círculos entrecruzados**, dice Simmel *“cuanto más nerviosa es una época tanto más velozmente cambian sus modas (ya que uno de sus sostenes esenciales, la sed de excitantes siempre nuevos, marcha mano a mano con la depresión de las energías nerviosas)”* (Simmel 2004). Se asimila así la moda, a la vida moderna, impaciente, con ansia de cambiar cualitativamente la vida, y el atractivo de los límites, romperlos, llegar e irse, *“la moda, con su juego entre la tendencia a una expansión universal y la aniquilación de su propio sentido que comporta justamente esa expansión, posee el atractivo singular del límite, el atractivo simultáneo del comienzo y del final, de la novedad y al mismo tiempo de la caducidad”* (Simmel, 1924). Para Simmel *“cada nueva moda se presenta con aire de cosa que va a ser eterna”* (Simmel, 1924), esta idea supone la existencia de un universal sobre la moda, que aparenta ser inmortal, a pesar de que su destino está en precisamente no ser inmortal, es decir, el cambio de que nada cambia. *“A la moda lo que le importa ciertamente es variar...”* (Simmel, 1924). Esta variación se asimila a la tendencia cíclica económica, que siempre procura, evitar los periodos de crisis a través de economizar la mayor cantidad posible de esfuerzos, *“por este motivo, recae siempre en formas anteriores... apenas una moda pasada se ha borrado de la memoria, no hay razón para no rehacerla.”* (Simmel, 1924).

En el caso de las mujeres, afirma Simmel que históricamente han sido adheridas a *“lo que es buen uso, a todo lo que es debido, a toda forma de vida generalmente aceptada y reconocida”*(Simmel, 1924), continua diciendo que la vida de las mujeres *“exterior o interiormente, individual o colectivamente, tan cargada de monotonía y homogeneidad, hace que las mujeres*

necesiten entregarse más vivamente a la moda, donde todo es cambio y mutación, para añadir a su vida algún atractivo..."(Simmel, 1924). Así, las modas son más recurrentes en mujeres que hombres, ya que estos, movidos por su *personalismo e inquietud (producidos por la modernidad)*, acentúan una indiferencia para con la moda que solo la mujer emancipada obtiene, por tanto la no emancipada, encontrará que estar a la moda sirve porque le da "mejor sabor a la existencia, sino también para que los demás las encuentren a ellas más sabrosas"(Simmel, 1924).

Por último Simmel nos plantea dos tipos de sujetos de la moda, por un lado el **frenético de la moda** (*fashion victim*), considera la moda como "algo que no todos pueden cumplir" (Simmel 1924). "En el esclavo de la moda llegan las exigencias sociales de ésta a intensidad tal, que adquiere por completo el aspecto de algo individual y peculiar. Le caracteriza la exageración de las tendencias de moda más allá de la medida que los demás guardan" (Simmel 1924). Por otro lado Simmel nos presenta el **demodé** que es aquel que reniega de la moda, sin embargo "si ir a la moda es imitación..., ir deliberadamente "demodé" es imitar lo mismo, pero con signo inverso."(Simmel 1924), Así pues su negación a estar con la moda lo hace único y lo dota de "cierta actitud soberana" frente a la mayoría de la población. En conclusión estos dos personajes tensionan la moda entre la exageración y la negación de la misma *sin que puedan escapar a ella*.

Veblen

"...para que un consumo pueda mejorar de modo eficaz la buena fama del consumidor, tiene que ser de cosas superfluas. Para producir buena reputación, ese consumo tiene que ser derrochador.

T. Veblen.

Como vimos con P. Bourdieu y E. Goffman, e incluso con G. Simmel, en sus apreciaciones, la moda tiene un carácter netamente **clásista**, y sus lógicas deben por tanto obedecer a esto. En este punto queremos incluir los conceptos de Thorstein Veblen diseminados en su obra "*Teoría de la clase ociosa*"⁵, pero que toman forma en el capítulo denominado "*El vestido como expresión de la cultura pecuniaria*" en lo que consideramos es su concepto sobre la moda.

Ya habíamos afirmado cómo para Honore de Balzac⁶ el *vestido* es aquel elemento en el que la *moda* se encuentra en su estado más sólido y material, y que era posible encontrar en él todo el entramado de relaciones sociales que se pueden dar en una sociedad determinada, así también para Veblen el *vestido* es en síntesis "**la expresión de una situación pecuniaria**". ¿Qué implica entonces esta "situación pecuniaria"?

Implica en primera instancia que el *vestido* se constituye como prueba inequívoca de "**Derroche Ostensible**" (Veblen, 1944), esto es que se "le ofrece al observador una indicación de nuestra situación pecuniaria"(Veblen, 1974), es decir la apariencia de que se tiene mucho dinero para gastar o desde otra perspectiva, el vestido sirve "*para conseguir una apariencia más respetable*"(Veblen, 1974).

Afirma Veblen que el *vestido* afecta de manera considerable el modo en que las personas desarrollan su vida cotidiana, ya que "*la gente sufre un grado considerable de privaciones de las comodidades o de las cosas necesarias para la vida*"(Veblen, 1974) con el único fin de usar un *vestido* que exprese

⁵ Publicado en 1899 bajo el nombre de "*The theory of the leisure Class. An Economic Study of Institutions*".

⁶ Ver: Balzac, Honoré de. 2011. "Tratado de la vida Elegante." Revista de Occidente (366):149 53.

su condición pecuniaria, así es fácil dice Veblen “encontrar en un clima inclemente personas mal abrigadas para aparecer como bien vestidos” (Veblen, 1974). Esto tiene que ver con que dicho vestido se vea costoso, “cualquier cosa que no sea costosa, nos resulta instintivamente odioso” (Veblen, 1974) afirma.

En este punto, necesariamente no tiene que ver con que tenga defectos, por ser más barato, simplemente “es de un grado inferior” (Veblen, 1974). Nadie quiere mortificarse por los “comentarios y observaciones desfavorables” (Veblen, 1974) sobre su vestido. Veblen afirma que estar a la moda es una “necesidad superior o espiritual” (Veblen, 1974) que de ninguna manera se trata de “una propensión ingenua a la exhibición del gasto” (Veblen, 1974).

En segunda instancia aparece otro componente importante, esto es el “ocio ostensible”, es decir, la capacidad que tiene una persona de generar la percepción o la impresión en los otros de que él no está obligado a “ganarse la vida” (Veblen, 1974), es decir, no está dedicado a nada productivo, “no realiza habitualmente ningún esfuerzo útil” (Veblen, 1974) y por tanto su apariencia refleja esta situación, de ahí la recurrencia a prendas limpias, sin manchas, impecables, sin rastros de trabajo físico alguno, todo esto se configura en “lo elegante” (Veblen, 1974).

Retomando, lo Elegante se convierte en el máximo “**Símbolo del Ocio**” y en consecuencia estará constituido por dos variantes ambas muy importantes, por un lado **consumir a un valor alto** y por el otro **consumir este alto valor sin producir**.

Veblen, afirma que en el caso de las mujeres, esta situación se hace más visible. Así, elementos como el Tacón nos demuestran esta particularidad. Este conocido elemento heredado de la Monarquía Francesa de Luis XV, afirma Veblen *Incapacita a las mujeres, “hace difícil el trabajo manual más simple y necesario”* (Veblen, 1974), pero esto es voluntario, afirma Veblen que ellas están “dispuestas a disminuir su vitalidad” (Veblen, 1974), ya que este sacrificio se verá compensado con la reputación que se obtiene “derivado del costo e invalides visiblemente aumentados” (Veblen, 1974). Como vemos se trata de ser Elegante.

En este sentido, en el caso de los adornos o accesorios (encajes, ornatos, canutillos, herrajes, etc...) que van con el vestido, estos luchan constantemente entre sí, sobresaliendo aquel con más capacidad para mostrar “una finalidad ostentosa” (derroche + ocio) (Veblen, 1974). En este punto debemos afirmar que **El Derroche** es “**incompatible con la exigencia que el vestido sea bello**” (Veblen, 1974).

Así, podemos introducir un tercer elemento, esto es aquel relacionado con su carácter temporal, que parece regirse por dos principios, **el principio de la novedad y la fealdad**. Este elemento tiene ínfima relación con el primero (**expresión de la situación pecuniaria o derroche**), en el sentido de que el temporal de la moda es el motor del aumento del derroche.

El incesante cambio en la moda, desde una perspectiva lineal y evolucionista “debería haber llevado a una perfección estilística... pero no” (Veblen, 1974), Veblen afirma que lo nuevo no es más que aquello que “da alivio de no tener lo viejo... lo feo” (Veblen, 1974). En este sentido todo proceso de innovación o creación en la moda, no es una búsqueda por la piedra filosofal de la estética, sino que tiene que ver necesariamente, y se encuentra orientada “a la norma de derroche ostensible..., la belleza... no es sino transitoria y espuria” (Veblen, 1974).

Podemos en este punto concluir que el tiempo que dura una moda, está estrechamente relacionado con el nivel de *ociosidad (derroche+ocio ostensible+lo nuevo)*, así a mayor grado de *ociosidad* más tiempo debería durar una moda.

Para Veblen, Existe una moda **vicaria, servil**, es decir, que funciona como adorno para las clases superiores, en el sentido de que *“demuestran la capacidad de pago de la familia” (Veblen, 1974)*. En este campo sobresalen las mujeres, ya que aquellas que son consideradas *más respetables, no se ocupan, ni pueden ocuparse habitualmente en ningún trabajo útil*, a pesar de ser considerada la *primera sirvienta de la casa” (Veblen, 1974)*, para qué tantos adornos, faldas, tacones, pelucas, fajas, etc... si no son para demostrar *“la capacidad de pago de su señor” (Veblen, 1974)*. En este sentido las mujeres siguen siendo propiedad del hombre y por tanto hacen parte de su *ociosidad*.

Un problema importante en este carácter tan clasista de la teoría de Veblen, radica en que puede darse que un vestido sea accesible a las clases más populares, como atuendo para eventos o para ocasiones especiales, pero dice Veblen, que esto *no es más que una “imitación de los cánones de decoro de una clase superior” (Veblen, 1974)* que si puede vestirse ostensiblemente todos los días de la semana.

Otro punto crítico, surge cuando se analizan las costumbres de aquellos que hace poco o de manera vertiginosa han ascendido en opulencia, ya que conservan cánones propios de la clase a la que pertenecían, en este caso se puede afirmar *que los cánones no cambian tan rápido*. De ahí que para ellos, cuando un vestido no es “normal” (en sus cánones) en el caso de los hombres, es visto como *“afeminado” o propio de un “lacayo” y lo que no comprenden es que estos son elementos creados por aquellos miembros más imbuidos en la clase ociosa, que “excluyen a los elementos inferiores” (Veblen, 1974)*.

Baudrillard

“...el placer de la moda es el de un mundo espectral y cíclico de formas pasadas, pero constantemente resucitadas”. J. Baudrillard

Como último proponemos revisar el concepto de *moda* que J. Baudrillard ha desplegado en dos de sus obras, *El Intercambio simbólico y la muerte (capítulo “la moda o la magia del código”)* de 1980 y *La sociedad de Consumo* de 1974.

Baudrillard, afirma que existe una obligación de diferenciarse, de “personalizarse” (Baudrillard, 1980), y que esta obligación está asociada a un modelo que monopoliza la *diferencia de manera estructural*, *“pero simultáneamente, -permite- acercarse a los modelos de simulación, al juego diferencial e indiferente” (Baudrillard, 1980)* de la moda.

Este modelo *“modifica la naturaleza y la hace ver natural” (Baudrillard, 1974)*, así se abolen las diferencias tradicionales, y se introducen jerarquías sutiles, como entre marcas. Pero esto de *ser original y ser vulgarizado, es más una cuestión de táctica y moral (Baudrillard, 1974)* que cualquier otra cosa. Para él, la *moda* no es una cuestión que tenga que ver netamente con un asunto de clases, es más, para Baudrillard la moda suprime moralmente la *lucha de clases (Baudrillard, 1974)*.

Para Baudrillard, *la moda si genera imitación, pero esta imitación no es respecto a una clase, sino a unos modelos estructurales, que le sirven de equivalentes a los demás símbolos que se intercambian*

en la moda (Baudrillard, 1974). Estos modelos, al ser más abstractos que cualquier consideración de utilidad o estética, permiten su propia producción y reproducción, así pues “no se produce –moda– por sus propias determinaciones, sino a partir del propio modelo” (Baudrillard, 1980). Esto encierra un alto grado de narcisismo, ya que “es diferente valer por cualidades naturales que hacerse valer por adherirse a un modelo y según un código constituido”(Baudrillard, 1974).

En este sentido la moda se encuentra en un estadio especulativo, **sin equivalentes** (como el oro o la calidad de la costura) **coherencia** (en sentido estético y moral) o **referencias** (de tipo histórico) de **ciertos criterios** (lo bello, lo feo, lo útil, lo inútil) y que además que ignora los sistemas de valores y corrompe las costumbres (Baudrillard, 1974).

Desde esta perspectiva la moda pareciera tener un carácter **subversivo**, al “invertir todos los imperativos categóricos”(Baudrillard, 1980) pero, entiéndase bien, **no es revolucionaria**, es más bien la lucha por la definición del código de la moda (el modelo estructural) que por la moda misma, y por eso, las revoluciones de la moda son inofensivas, y “más bien desbaratan las otras revoluciones posibles”(Baudrillard, 1974), como vimos, **desmoralizan la lucha de clases**.

Cabe hacer mención especial, a la cuestión de la *alta costura*, para Baudrillard, la clave radica en que la *alta costura como moda*, en su carácter subversivo, se enfrenta al economista, que obsesionado con el rendimiento, la productividad y en general por la democratización de la sociedad se pregunta por el *¿por qué?* de la moda, como si fuera una mercancía (Baudrillard, 1974). Mientras que J.P. Gautier o Vogue, o Coco Chanel se preguntan “¿Por qué no?” un traje de 500 mil millones de dólares, o una fragancia de 100 mil millones de dólares.

Citando a *La Bruyère*⁷, Baudrillard asimila a estos personajes con un coleccionista, el cual tiene “gusto por lo que es raro, por lo que se tiene y otros no tienen. No es un apego a lo que es perfecto, sino a lo que es rebuscado, a lo que está de moda” (Baudrillard, 1974).

Si para los economistas existe una tendencia de la mercancía por abarcar todos los ámbitos de la vida, la moda en efecto lo logra con mayor rapidez que la mercancía, de manera más frívola, sin ideología y sin objetivo⁸:

“Bajo el signo de la mercancía, todos los trabajos se intercambian y pierden su singularidad; bajo el signo de la moda, son el ocio y el trabajo los que intercambian sus signos. Bajo el signo de la mercancía, la cultura se compra y se vende; bajo el signo de la moda, son todas las culturas las que actúan como simulacros en una promiscuidad total. Bajo el signo de la mercancía, el amor se vuelve prostitución; bajo el signo de la moda, es la propia relación de objeto lo que desaparece, ventilada en una sexualidad cool y sin dificultades. Bajo el signo de la mercancía, el tiempo se acumula como el dinero; bajo el signo de la moda queda roto y dividido en ciclos entrecruzados”(Baudrillard, 1980)

Para Baudrillard la moda “es siempre retro, pero sobre la base de la abolición del pasado: muerte y resurrección espectral de las formas”(Baudrillard, 1980), una especie de ciclo en la moda, donde la actualidad “no es un referencia al presente sino reciclaje total e inmediato”(Baudrillard, 1980) de

⁷Ver: Jean de La Bruyère, “*Les Caracteres ou les Moeurs de ce siècle*”. 1688

⁸ Sobre este tema, del contenido de la moda, volveremos más adelante.

formas y signos. Así, la moda es lo *inactual*, el mismo Baudrillard define este carácter como la *Frivolidad de lo Déjà-Vu* (Baudrillard, 1980).

La moda es “la desesperación de que nada dura, y el placer inverso de saber que más allá de esa muerte, toda forma tiene siempre la oportunidad de una segunda existencia”(Baudrillard, 1980), en este sentido retomamos la frase de Baudrillard con la que empezamos este capítulo, *“el placer de la moda es el de un mundo espectral y cíclico de formas pasadas, pero constantemente resucitadas”*(Baudrillard, 1980).

Este es el ciclo de las apariencias, y la moda no es más que reciclaje (Baudrillard, 1980). Este ciclo es arbitrario, no aporta a la construcción y al cultivo del individuo, y por lo contrario sanciona con el éxito o la relegación social, el hecho de cumplir o no con el principio de la Actualidad (Baudrillard, 1980), es decir, del reciclaje de formas pasadas que vienen a presentarse en una segunda o tercera existencia.

Ya habíamos afirmado que para Baudrillard, la moda tiene una estrecha relación con unos modelos estructurales, que son en últimas, los que definen el código de la moda “actual” (Baudrillard, 1980). Él acuña dos grandes modelos en su texto *La sociedad de consumo*, a saber, un modelo masculino y un modelo femenino. Sin embargo, su énfasis está en la construcción de un modelo de consumo, y no en la moda, así pues, tendríamos que remitirnos de nuevo a *El Intercambio simbólico y la Muerte* para encontrar su opinión, con referencia a la moda y a la mujer.

Para Baudrillard la moda es el lugar para determinar la metáfora sexual, sin embargo, la moda “es cada vez menos el patrimonio de un sexo o edad”(Baudrillard, 1980), así, pasa a ser el patrimonio de un maniquí, el sexo del maniquí es la moda, es decir, una moda sin sexo.

La moda ha dividido el cuerpo, hay moda de las manos, de las uñas, del cabello, de la cara, de los pies, del torso, de las piernas, etc... así rompe la moda la unidad del cuerpo, y el concepto dual de la desnudez, pasa a tener tantos significados, como modas existan (Baudrillard, 1980).

En cuanto a la mujer, dice Baudrillard que hubo un proceso emancipatorio guiado por la moda, este proceso es más significativo que material, ya que crea la mujer “como fuerza de placer y fuerza de la moda”(Baudrillard, 1980), es decir lo femenino, “que no tiene nada que ver con ser mujer”(Baudrillard, 1980), separa “a la mujer de sí misma y de su cuerpo, bajo el signo de belleza y del principio del placer”(Baudrillard, 1980). Así concluimos en que para Baudrillard, la moda se configura como un modelo que separa a la mujer de la femineidad y la codifica bajo el signo del lujo la belleza y el placer.

Ya habíamos afirmado que la moda, “invierte todos los imperativos categóricos”(Baudrillard, 1980) y que no poseía ideología u objetivo alguno, es decir la moda **no tiene contenido**, en este sentido la moda:

- Corrompe las costumbres
- Ignora los sistemas de valores
- Resiste a todos los imperativos, sin ideología y sin objetivo.

Desde la perspectiva de Baudrillard, podemos afirmar que la moda, al estar vacía de todo contenido, *simula la comunicación, es decir, como signo puro, no comunica nada, y por tanto no es posible referenciarle alguna equivalencia o coherencia con el mundo. Por ej.: cuando por estar a la moda, alguien usa ropa inadecuada en un invierno.*

R. Barthés

Baudrillard, citando a Barthés⁹, identifica unas fases presentes en la moda, estas son:

1. *Modelo Inicial no profesionalizado: Es “lo fuera de...”, es decir, como la moda urbana para el hombre campesino. Esta determinado esencialmente por la clase cultural dominante.*
2. *Modelo Sexual profesional: Es el maniquí real, la imagen profesional de perfección. Ej.: Los modelos, las top model*
3. *Ultimo Modelo: Todo el mundo es agente de la moda y la reproduce, todos somos maniquís*

CONCEPTO DE MODA

El concepto de moda que usaremos es el resultado del análisis *de las perspectivas y constructos teóricos que acabamos de presentar, y lo hemos resumido así:*

Moda es aquello que se cristaliza en diferentes formas, en especial el vestido, y que connota significaciones de todo tipo, pero en general de clase. Que cambia y se mueve en ciclos entrecruzados de creación, innovación, muerte y resurrección y que sirve para aparentar, imitar y distinguirse. Que además se ve influenciada fuertemente en su mayoría por lo extranjero y que no posee un contenido estético definido y permanente.

También, incluiremos las fases que Baudrillard nos sugiere de Barthés para realizar nuestro análisis.

MODA EN MEDELLIN

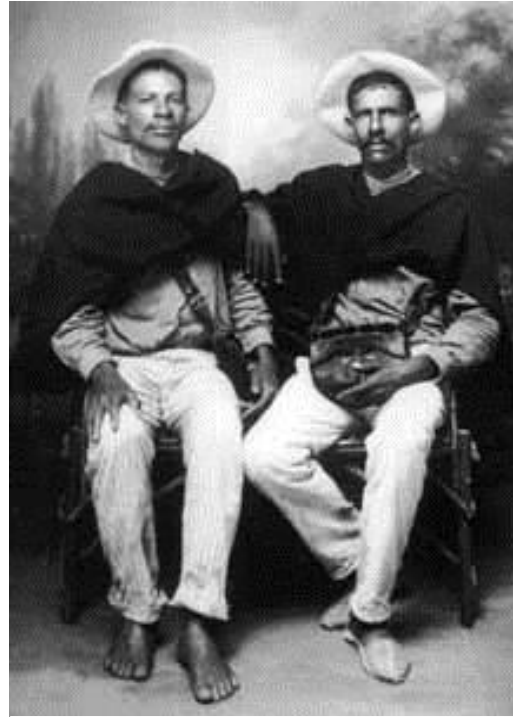
1900-1950

Para esta etapa usamos en especial aquellos textos circunscritos a la Ciudad de Medellín, y su moda. Estos son *“Cultura del Vestuario en Colombia” de Antonio Montaña, “Vestido, Ostentación y Cuerpos en Medellín 1900-1930” de Raúl Domínguez Rendón y “Moda Femenina en Medellín: Aportes de la moda al ideario femenino en Medellín 1900-1950” de Gladys Ramírez, Patricia Bonnet y Oscar Arango.* Por otro lado, identificamos el estudio que realizara Orlando Fals Borda llamado *“Notas sobre la evolución del vestido campesino en la Colombia central” en el que se analiza el desarrollo desde la colonia del vestido campesino en las zonas andinas.*

⁹ Ver: Barthés, R. “El sistema de la moda”. 1967. Paidós

Así partimos nuestro relato desde 1880, es decir, a partir de la conocida bonanza cafetera, que vieron en Medellín, su gran financiador por un lado, y por el otro la ciudad asumiendo el reto de volverse ciudad Fabril, es decir una ciudad Moderna.

Esto trae retos a una ciudad, aún muy campesina y rural, como se refleja en los textos de la época de Tomas Carrasquilla. En esta época en la ciudad abundaban los “a pie limpio” campesinos en su mayoría que se encontraban descalzos, y con el mítico “carriel”. Es esta prenda la que más recordación tiene al momento de hablar de una moda paisa. Este viene probablemente del vocablo inglés “Carry All” que indica, “carga todo” (Montaña, 1993). Otros elementos característicos de estas gentes los encontramos en el trabajo de Orlando Fals Borda, y son las alpargatas¹⁰, el pantalón bota ancha (que permitía remangarse, y la ruana que expresa la actitud personal de quien la llevaba (Fals Borda, 1953).



Fotógrafo: Benjamín de la Calle
1909

Archivo: BPP

Una vez iniciado el siglo XX, y con la inserción del país

en el sistema Internacional de la división del trabajo, implicó un sistema más mercantil y disciplinado, se debilitó esta costumbre del “arriero” y se convirtió en más un discurso que una realidad, así los trajes en la ciudad empezaron a cambiar y la moda poco a poco empezó a incursionar en la ciudad (Domínguez, 2004).



Fotógrafo: Benjamín de la Calle
1909

Archivo: BPP

En estos tiempos, la moda, estaba estrechamente relacionada con momentos o eventos especiales del calendario nacional y local, como la semana santa o la fiesta patronal, los cuales eran los momentos para relucir las mejores prendas, ya el *Manual de Urbanidad* de Carreño¹¹ decía: “no es lícito para ninguna persona presentarse en la calle el día de una gran festividad con el vestido llano de los demás días”.

Rápidamente surge la necesidad de diferenciar las clases sociales, que la moda parecía diluir, ya que obreros y sirvientes en general **hacían grandes esfuerzos por tener prendas y atuendos que los colocaran a la moda.** Ante esta democratización de la vida urbana la iglesia y los industriales se

¹⁰ Según O. Fals Borda, quizás la fabricación de alpargatas sea el primer producto fabril de la colonia.

¹¹ Conocido también como “El manual de Urbanidad y Buenas Costumbres”, escrito por Manuel Antonio Carreño aproximadamente en 1853, siendo el 14 de marzo de 1855 promovida por el Congreso Nacional como una obra de especial uso o referenciación para la nación.

aprestaron a detener y denunciar este *arribismo social*, “no os dejéis llevar nunca de la tentación de ostentar, por medio del lujo, la holgura de que no gozáis. El lujo, exceso de adornos y comodidades... no solo consume la riqueza, aparta el corazón de la vida cristiana y modesta, sino que despierta el orgullo y la vanidad... la envidia, la aversión y el odio” (“Pedagogía Domestica” Martin Restrepo) decía un sacerdote; y agregaba un industrial “es lamentable que el lujo haya invadido a la clase media; y es imperdonable que las obreras gasten su escaso jornal en calzado Luis XV y medias de seda” (“Cosas viejas de la villa de la Candelaria” Lisandro Ochoa). Como vemos a la clase alta le disgustaba el arribismo social que la moda les permitía a pobres y obreros (Domínguez, 2004).

Esta diferenciación social se marcaba incluso en el ejército donde los oficiales eran los únicos que poseían calzado.

La moda también se aliaba con alguna profesión con el fin de darle más credibilidad a su portador, como es el caso del bastón en un médico, o los anteojos en vendedores y abogados, aun cuando usaran lentes inocuos o dummies.

Así pues, se consolida en la ciudad, un deseo de las clases altas por estar a la moda, y acá juega un importante papel la calle Junín, ya que es en esta concurrida calle donde se podía acceder a las últimas modas de los referentes extranjeros por excelencia como París (Lo femenino) y Londres (Lo Masculino). Aunque está llegando retrasada, cuentan la historia de un inglés muy prestante que visitara la ciudad en 1930 y encontraría que todas las mujeres estuviesen vestidas con 10 años de retraso (Ramirez, Bonnet, & Oscar, 2012). Era tal la concurrencia a esta calle de la ciudad, que se configuró en el imaginario de las gentes de la ciudad, la idea de “Juninear”, es decir pasearse por la calle Junín, viendo vitrinas, comprando, etc...

La apertura de estas tiendas, obedece al ingreso de las máquinas de coser y a gabinetes fotográficos que hacían su presencia en la ciudad. Estas tiendas eran frecuentadas y administradas por comerciantes prestantes de la ciudad y grandes ricos como Pepe Sierra o Ricardo Olano, eran sus clientes predilectos.

Es en esta época, es que aparece la palabra “*mañe*” que hace referencia a nuevos ricos que llegaban a la ciudad,



Fotógrafo: Benjamín de la Calle
Carlos Coroliano Amador
1914



Fotógrafo: Benjamín de la Calle
Blanca Isaza
1925
Archivo: BPP

“ricos pueblerinos que tenían aun un acento rural y campesino muy marcado” (Domínguez, 2004).



Fotógrafo: Benjamín de la Calle
Pedro Pablo Carvajal
1928
Archivo: BPP

Ya por estos años, se tiene acceso a todo tipo de revistas y figurines directamente importados desde Francia, Inglaterra y Estados Unidos. Existen novelas como *Kundry* de 1905 del escritor Gabriel Latorre¹² que reflejan una época movida, y apasionada por la moda.

En 1905 según el registro hecho por Isidoro Silva habían en Medellín 191 costureras, 5 bordadoras, 87 modistas, 173 sastres, 212 sombrereros y 50 peluqueros, y en 1930 la mayoría de las mujeres de la ciudad poseían máquinas de coser que utilizaban para satisfacer sus propias necesidades o para montar negocios a partir de la confección de prendas únicas como es el caso de la *Casa Cristhian* y otros.

Diseños atrevidos y extravagantes se resistían a los airados mensajes de condenación y maldad proferidos por la Iglesia contra la moda, dice un relato de la época *“clamaba el bendito sacerdote contra las modas femeninas. Parecía coger en sus manos, las faldas cortas, las blusas transparentes, las medias caladas, las pinturas, los polvos... y todo aquello lo tiraba sobre la muchedumbre irrespetuosa, que no lo tomaba en serio. «Hasta las viejas –decía-, hasta las madres y las abuelas se exhiben con esos trajes*

indecentes que ofenden a nuestro señor»... miro a los lados y veo a las mujeres sonreír, dispuestas a que sus almas se ahúmen y chamusquen en los infiernos” (“El almanaque de Don Alonso Ballesteros” Ricardo Uribe Escobar).

A continuación se hará alusión a algunos de los almacenes y modistas más famosas de la época

Almacenes

La Primavera – Clementina Trujillo Agudelo (Camisas, y camisetitas)

Hermanos Vásquez (Importadores de Telas)

Hermanos VELEZ Quijano (La Fama)

También otros personajes con importantes tiendas de importación de telas como los Hermanos Posada (almacén Ceyfer), Hernando Maya (El Cairo), Luis Maya (El Panderisco) y Ramón Vasco, son bien conocidos en la época por *“darle a lo mejor de Medellín lo mejor”*.

Algunas modistas reconocidas de la época fueron Tulia Vieco Ortiz, Laura Uribe, Rosa Arango de Bonnet, “Las posaditas”, Teresa Galeano, Olga Restrepo de Navarro y otras. Muchas de estas nunca tuvieron anuncios, y no ponían marquillas en sus confecciones de ahí que se le haya perdido la pista

¹² Llevada a la televisión en 1990, con la actuación estelar de Amparo Grisales, Lucero Galindo, Natalia Giraldo y Sergio Cabrera, dirigida por Jaime Botero Gómez

a muchas de ellas, lo que si es cierto, es que tenían como referencia revistas y figurines de la moda europea (Ramirez, Bonnet, & Oscar, 2012).

Por ultimo debemos comentar un hecho curioso sucedido en 1912, y cubierto por la revista Progreso¹³ y que involucra a un personaje que se hacía llamar como Rosa Emilia Restrepo o como se llama en realidad Roberto Durán. En un hecho sin precedentes para la ciudad, “La policía descubre a un hombre que viste traje de mujer. Por sus facciones, modales, voz, es casi imposible distinguir el sexo masculino. Tenía aviso la policía de que una mujer que parecía hombre, se colocaba como sirvienta en casas de esta ciudad y después desaparecía, recayendo sobre ella algunas sospechas. Ayer por la mañana se la capturó y fue conducida a la comandancia, donde examinada por los médicos oficiales fue reconocida como varón. Al interrogarla dijo llamarse Rosa Emilia Restrepo y protestó no ponerse el vestido que corresponde a su sexo, porque su madre siempre la vistió como mujer, desde niña. El detenido tiene facciones finas; es blanco, imberbe, usa cabello como de mujer, pelo recortado y dijo ser de Entreríos. Cuando hubo entrado a la cárcel, se le condujo a una pieza,



Fotógrafo: Benjamín de la Calle
“Hombre/Mujer”
1912
Archivo: BPP



Fotógrafo: Benjamín de la Calle
“Mujer/Hombre”
1912
Archivo: BPP

¹³ Medio de Comunicación de la conocida *Sociedad de Mejoras Publicas SMP*, que fuese constituida en 1899 por notables caballeros entre los que se destacaban Carlos E. Restrepo y Gonzalo Escobar (Url: <http://www.smp-medellin.org/html/nuestrahistoriaint.htm>)

donde se le quitó el vestido de aldeana y se le dieron unas prendas de vestir de hombre que él rechazó.”¹⁴

1950-1980

Para esta etapa, usaremos textos circunscritos a la ciudad de Medellín, considerando que sólo el trabajo María Carolina Cubillos Vergara, *“Mujeres en el Papel: Representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970”*, se refiere de manera específica a la moda de esta época. Sin embargo usaremos textos que nos permitan comprender los significativos cambios que se produjeron en esta época y aquellos incidentes que marcaron estos años, así los trabajos realizados por Isabel Cristina Restrepo, *“La sociedad Católica de Medellín, contra la exhibición de la “Dolce Vita”: crónica de una batalla perdida”*, y de Marisol Acosta Franco, *“Jóvenes de Medellín, Nuevos actores sociales, 1960-1970”* nos terminaran de dar acceso a esta convulsionada época.

Los años 50 inician para Medellín con una perspectiva de futuro, la visita de los arquitectos Paul Wiener y el español Jose Luis Sert, de la mano del maestro Pedro Nel Gómez, consolidaron lo que sería el proyecto urbanístico más ambicioso que la ciudad había visto, *el conocido Plan Piloto*. Esto es la articulación en torno al río y su canalización, la demolición de algunos de los más significativos espacios de la ciudad, y la inauguración de unos nuevos que le daban ya el perfil de una ciudad moderna, como es el caso del Edificio Coltejer en 1972.

Otro aspecto importante de carácter nacional, fue la introducción de la televisión en 1954 y la ampliación de la cobertura de radio nacional gracias a la dictadura del Teniente General Gustavo Rojas Pinilla, esto un hecho que marcaría toda esta época.

A estos elementos debemos agregar que durante esta época, la ciudad vio un crecimiento demográfico exacerbado y aumentado por las migraciones y por las mejores condiciones de vida, que gracias a la Sociedad De Mejoras Publicas y otras instituciones se habían logrado en la ciudad.¹⁵ A esto debemos agregarle que para 1964 *“la población joven representaba el 60%”* (Acosta, 2014) del total de la población.

En el contexto internacional se respiraba un ambiente de anticomunismo y guerra fría, la incursión de la píldora anticonceptiva se convierte en otro hito importante en la historia, pero sin duda, el voto femenino se constituirá en el elemento disruptivo (Cubillos, 2014) más importante en estas décadas ya que implicaba una nueva concepción de la mujer. La fundación en 1965 de Profamilia y en 1968 del ICBF demuestra como la sociedad colombiana se adaptaba al cambio.

En el caso de las mujeres por un lado estaba la mujer tradicional, apegada al desempeño de roles tradicionales y por el otro una nueva mujer, más liberal, narcisista que alcanza una posición social y el amor de un hombre (Cubillos, 2014). Así pues tenemos una mezcla entre la mujer apegada a *el desempeño de los roles tradicionales y la mujer profesional*, pero no es una mujer emancipada, es simplemente la que sabe hacer coincidir sus intereses propios con sus deberes en el hogar.

¹⁴ Tomado de <http://www.universocentro.com/NUMERO45/ElCasoRosaEmilia.aspx>, en referencia a la Revista “El Progreso” de la SMP.

¹⁵ Acueductos, así como educación cívica y ciudadana (ver: <http://www.smp-medellin.org/html/nuestrahistoriaint.htm>)

A este cometido se prestan de manera importante diferentes diarios como *El Colombiano*¹⁶, *el Obrero Católico*¹⁷ y *la revista Cromos*¹⁸ en los cuales se configura un prototipo de mujer liberada que puede hacer su vida al lado del hombre, sin tener que estar encerrada, es decir, la mujer asume su cuerpo imitando casi perfectamente los grandes iconos de la moda (Cubillos, 2014).

“Por mujeres así... -sexytosas- fabricato hace lo que hace... la más rica y versátil colección... todo lo que la mujer de actualidad sueña para participar en el espectáculo de la moda mundial (CROMOS, 1969). Sexytosa, este concepto usado por Fabricato, la principal productora de telas y tejidos durante esta época, parece resumir este nuevo concepto de mujer.

Sin embargo la sociedad medellinense no se caracteriza propiamente por ser una sociedad abierta, y por el contrario es una sociedad en la que la religión católica impera de manera trascendental, de ahí que incluso los sectores más avanzados de la sociedad seguían promoviendo *el rol sumiso de la mujer* (Cubillos, 2014).

En este momento podemos identificar como se configura dos tipos de mujer que se pueden definir así (Cubillos, 2014):

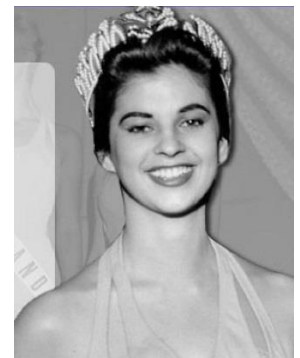
- La Mujer – Modelo: es aquella modernizada, imbuida en la floreciente industria de la moda, se convierte en la mediadora entre la gente del común y los diseñadores. Su belleza y cuerpo están configurados para la moda, y no para el deseo masculino.
- La Mujer – Reina: Es aquella que en su cuerpo conjuga todos los valores deseables dentro de la sociedad, con exótica figura maternal, sobresale por su voluptuosidad y belleza física, se convierte en la mediadora entre las clases medias bajas y las clases altas. Encarna la Elegancia y la gracia.



Doris Inés Gil
Santamaría
1957

Monarcasdecolombia.
blogspot.com

Así pues, si miramos el caso del Concurso Nacional de Belleza de 1957 fue ganado por *Doris Inés Gil Santamaría, una hermosa mujer de Medellín, que ante la expectativa de irse a Long Beach California, decidió cumplir con su cometido como mujer y se casa con Helmuth Bickenbach un exitoso empresario antioqueño, por tanto renuncia a ser señorita Colombia, así la candidata al certamen internacional por Colombia, sería la Virreina de ese año Luz Marina Zuluaga Zuluaga, quien por asares del destino o por su propia belleza se coronó como Miss Universo en 1958, pudiendo así considerársele como una de las primeras TOP MODEL¹⁹ colombiana.* Podemos identificar ciertamente esta dualidad de la que venimos hablando.



Luz Marina Zuluaga
1958
www.somoslarevist
a.com

¹⁶ Fundado en 1912

¹⁷ Fundado en 1925

¹⁸ Fundada en 1916

¹⁹ Otras conocidas TOP MODEL de la época eran: Estrella Nieto, Dee Gee Wilkinson, Inge Vischnoff, Noemí Hoyos y Magdalena Vásquez, pero no lograron recordación en el público como si lo hizo Luz Marina Zuluaga.

Otro evento que causó impacto en la ciudad fue la presentación en 1962 de la censurada película “La dulce Vida”²⁰ en el teatro Colon. Esta película que fuese censurada en los Estados Unidos, En la



El Colombiano, 26 de Mayo de 1962



La dulce vita
1960

Momentsofcinema.tumblr.com

Rusia Comunista y prohibida por el mismísimo Vaticano no podía más que causar gran conmoción en la ciudad.

A pesar de todo un ambiente negativo, amenazas, discursos en contra de la moralidad del dueño del teatro, de que el mismo Alcalde de la ciudad afirmará que aunque no podía prohibir su publicación no iría a dicha presentación, *más de 6000 personas sin ningún inconveniente moral asistieron a las diferentes presentaciones que hizo el teatro Colon (Restrepo, 2013). Sin duda esta película también moldeó los gustos y las preferencias estéticas de lo que es considerado la edad de oro del consumo, gracias a las extravagantes fiestas y la vida llena de lujo y ociosidad de los actores principales.*

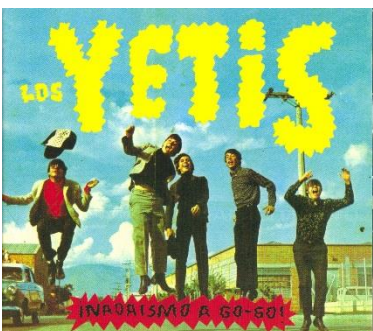


Como vemos ya tenemos una sociedad movida por el consumo, los vestidos que hacen las costureras de los barrios de Medellín ya no vienen inspirados por los folletines y figurines traídos de Europa, sino que provienen de las novelas y películas que empiezan a presentarse en la ciudad en los diferentes teatros y cinemas.

Así pues tenemos a la primera generación a la cual realmente afectó la televisión y la radio, programas como el “Club del clan” (1964)(imagen) y Juventud

²⁰ La Dolce Vita, 1960, Duración 170 Minutos. Italia, Dir. Federico Fellini

Moderna²¹ (1966) sobresalían entre la juventud paísa que se empezaba a mover entre el Rock, la onda de los Coca-colas, a go-go, ye-ye, y el movimiento estudiantil de los 60 (Acosta, 2014).



Caratula del álbum:
"Nadaísmo a Go-Go"
Los Yetis

En cuanto al Rock, la mayoría de las influencias provenían de la nueva ola del rock mexicano y argentino, pero también de la enorme influencia de los Beatles. Tuvieron "gran acogida" y al igual que la película *la Dulce Vida*, se pronunciaron diferentes sectores en su mayoría ultra religiosos y conservadores contra las diferentes agrupaciones que se empezaban a formar en la ciudad. Bandas como *Teenagers*, *Los Ampex*, *Falcons*, *Stone Free*, *Speakers*, *Los Yetis* y grupos juveniles como los míticos *Nadaístas* son ejemplos de este espíritu en la ciudad.

Era tal la acogida de estos grupos que se organizaría el Festival Ancón, organizado por un tal "Carolo", donde "quinceañeras fugadas de la casa, hippies, go-gos, ye-yes" se reunieron durante varios días a las afueras del vecino municipio de La Estrella (Acosta, 2014) y donde *Los Yetis* serían los actores principales, que ya tenían el honorífico premio de la excomuni3n en 1966. Poco a nada esto les importaba a estos j3venes que con cierta tendencia hacia lo unisex, vestían de blue Jean, camisa sport, y chaqueta de paño o sueter, con un peinado tipo "Moralina" (Beatles) para ellos y faldas y botas a go-go en el caso de ellas.



Fotografo: Dupont 1966.(Izquierda)Chicas ye-ye (derecha) chicas go-go

Gran consternaci3n gener3 este evento en la ciudad, pero esto era lo que decía quien fuese alcalde de la ciudad, *Álvaro Villegas Moreno*²², "es el reconocimiento a una acci3n juvenil que no podemos tapar con las manos", sin embargo de este movimiento no quedo sino el recuerdo, algunas fotografías en el Archivo de la Biblioteca Publica Piloto, un olor permanente a marihuana en la ciudad (Dominguez, 2013) y el propio CAROLO.

²¹ Programa Radial Dirigido por Alfonso Lizarazo

²² Cuestionado Empresario antioqueño de cuna conservadora

El consumo de marihuana en este Woodstock²³ criollo fue tal que rápidamente el país se vio inmerso en lo que se conoce como la *Bonanza Marinera*²⁴, así nos empezamos a adentrar ya en los 80.

De estos grupos juveniles, *los primeros en aparecer y desaparecer fueron los coca-colos, sin embargo quedaron en la impronta de los colombianos en la forma de unos zapatos con igual nombre, y en la mítica canción “El Baile de los Cocacolos” de Roberto de la Barrera.*

Otro aspecto de esta época que no debemos dejar de lado, son el florecimiento de empresas como Fabricato, GEF, y otras que ya han desaparecido, y que sirven de ejemplo de cómo la ciudad durante esta etapa termino de perfilar su vocación como ciudad/moda.

1980-2000

Para esta etapa final debemos afirmar que el recurso científico de artículos que traten el tema de la moda en la ciudad de Medellín se vuelve más reducido, y es necesario adentrarse en otros sectores para identificar elementos que nos sirvan a nuestro acometido. Esto hace parte de los beneficios de la metodología de la *“Interpretación Figural”*²⁵. *Así para esta etapa nos adentramos en los estudios sobre el cuerpo, y sus significaciones, así como reflexiones sobre su modificación cuyo énfasis ha sido la ciudad de Medellín en estas últimas décadas.* Estos son *“Ideal Estético en jóvenes de Medellín: percepciones desde algunas prácticas de estética corporal” de Carlos Gonzales, Iván Aristizabal, Claudia Emilsen López, Gloria Montoya, Ángela Urrego y Nora Eugenia Muños, “Análisis de los imaginarios de Estéticas corporales femeninas en la ciudad de Medellín y su relación con la retórica de la comunicación publicitaria” de Daniel Gutiérrez, Paula Andrea Mejía, Johana Sepúlveda y Carolina Bonnet, “Régimen Sensible Corporizado. Las Practicas corporales reflexivas en Medellín desde 1980” de Julia Castro Carvajal, y un fragmento del texto que hiciera Anthony Elliot*²⁶ denominado *“Plástica Extrema: Auge de la Cultura de la cirugía Estética” que tradujere Horacio*



Fotografo: Hernan Diaz
Virgina Vallejo
1987

Pérez Henao. Sin embargo, y en el marco de ética investigativa, tenemos que afirmar que en esta sección, estarán plasmadas muchas de nuestras observaciones, análisis y reflexiones que hemos realizado como habitantes de esta ciudad y como parte de esta generación de la cual somos vividos reflejos.

Veníamos de una época de reinas y de mujeres que se habían incorporado al mercado laboral como secretarias y que mantenían muy en claro sus deberes como mujer, de una cultura juvenil que retaba a los poderes tradicionales y de apertura, en ultimas la transformación de la ciudad que la posicionó como una ciudad moderna. Sin embargo, y aunque no es el objeto de nuestro estudio, aparece un fenómeno que transformaría para siempre la vida social, económica y política del país. Estamos hablando del

²³ Conocido festival internacional, en el que actuaran Jimmy Hendrix, Santana, The Who

²⁴ El Papel de los cuerpos de paz enviados por los Estados Unidos es sin duda el principal factor de la bonanza (ver URL <http://www.verdadabierta.com/victimarios/244-la-historia/auc/512-bonanza-marimbera-1976-1985>)

²⁵ Ver: Auerbach, E. “Mimesis: La representación de la realidad en la literatura occidental” 1951

²⁶ Ver: Making the Cut: How Cosmetic Surgery is Transforming our Lives, de Anthony Elliott (Reaktion Books, 2008)

narcotráfico, y una ínfima muestra de cómo el narcotráfico permea todas las esferas de la vida nacional durante esta época es la *relación que sostuvo de manera ilegítima*²⁷ el máximo “Capo” Pablo Emilio Escobar Gaviria y a una de las presentadoras de televisión más reconocidas por su talento y belleza Virginia Vallejo.

Necesariamente recurriremos al narcotráfico para explicar muchos de los fenómenos que se dieron en esta época en la ciudad, pero trataremos de darle una mirada enfocada en el cuerpo, como parte esencial de la moda en Medellín.

Es también en esta época donde el concepto de Sistema Moda, los tratados internacionales, la eventual apertura económica, y la preocupación por la recuperación del sector de la crisis de los 80, permitieron la creación del Instituto para la Exportación de Moda un 17 de diciembre de 1987, cuya raíz fundamental fueron los industriales y empresarios asociados a la ANDI. Es gracias a INEXMODA²⁸ que las dos más importantes ferias de Moda en el país fueran en la ciudad. Así en 1989 se inaugura COLOMBIATEX en el Pabellón Amarillo del Palacio de Exposiciones con un total de 120 expositores, luego se convertiría en 1997 en COLOMBIATEX DE LAS AMERICAS, lo que implica mayor número de expositores de diferentes países del continente americano, posicionando así a la feria como Internacional.

De igual Manera surge en 1990 la feria COLOMBIAMODA, entre el 18 y el 21 de septiembre de ese mismo año se reunieron unos 280 expositores en 2 pabellones, y en 1997 Sería seguida de cerca por los principales diarios mundiales, gracias a las pasarelas de diseñadores como Oscar de la Renta, Carolina Herrera, Tine Neuman, Aghata Ruiz de la Prada, la Casa Pierre Balmain de París entre otros que empezaron a realizar pasarelas en esta feria.

Como vemos la ciudad se llena de Moda, durante esta convulsionada época y se termina de configurar todo un sistema de moda.

Ya veníamos diciendo que la televisión se empezaba a convertir en un importante elemento de la cultura colombiana, y es así como en 1985 se funda *Teleantioquia*, el primer canal regional, y que cubriría la información de Antioquia y de su capital Medellín. En 1992, se reguló la televisión a través de la concesión de franjas, y en 1997 ya aparecen los primeros canales privados, ello son RCN y Caracol TV (Gomez, 2014). En esta época, se produjeron gran cantidad de series nacionales, siendo las más vistas, *“Décimo Grado” que se transmitiría desde 1987 a 1990* y *“De pies a Cabeza” que se transmitiría desde 1994 a 1997 ambas producidas por Cenpro TV y caracterizada por las canciones de Ana y Jaime (“Décimo Grado”) y Maná (“De pies a Cabeza”) que con una temática netamente juvenil impuso los gustos y la moda de la época.*

²⁷ El capo estaba casado y tenía dos hijos.

²⁸ Ver: Reseña Histórica Inexmoda (URL

<http://www.inexmoda.org.co/Inexmoda/Rese%C3%B1ahist%C3%B3rica/tabid/260/Default.aspx>)



Laura en América
AFP
1995

Otro elemento importante que transformaría como veían televisión los Medellínenses es lo que se conoció como “perubolicas”, esto era toda una serie de canales Peruanos en su mayoría que se ofrecían vía suscripción por cable. Programas como “Karina y Timoteo”, “La Paisana Jacinta”, “Pataclaun”, “Magaly TV”, “Nubeluz”, “Gisela”, y la mítica “Laura En América”, eran programas que grandes y pequeños de la ciudad veían. En un país, de solo dos canales, que transmitían prácticamente lo mismo, cualquier novedad es bien recibida.

Con el fin de la guerra fría en la mira, la sociedad internacional parecía respirar tranquila y feliz y podía disponerse a preocuparse por sí mismo, su apariencia y es así que en los 80 y 90s se viviría el auge de la *cirugía estética*²⁹ (Elliot, 2011), dice Elliot que esto “tiene que ver con el mejoramiento de la vida y especialmente para encontrar oportunidades en el mercado” (Elliot, 2011), en un ambiente con un “creciente encanto por lo artificial sobre lo orgánico” (Elliot, 2011) y que se ha convertido en un negocio a nivel global (Elliot, 2011). Así identifica como en los 80 los procedimientos que se realizaban por lo general era la *Rinoplastia (mejoramiento de la nariz)* y la *Ritidectomía (estiramiento facial)*, pero ya en los 90 aparecen los aumentos de senos, la *Abdominoplastia*, implante de nalgas, *Liposucción* y otros. Que en el siglo XXI el *Turismo Medico* representará cerca de 130 millones de dólares³⁰, no es más que el resultado de toda una cultura que le ha apostado a la *cultura de la cirugía estética*.

En este sentido, la moda en la ciudad, se empezó a guiar por las configuraciones corporales que, realizarse un procedimiento estético o no, generan. Antes habíamos identificado 2 tipos de mujer entre 1950 y 1980, por un lado la *Mujer-Reina* y por el otro *Mujer-Modelo* (Cubillos, 2014), y a partir de esta construcción, queremos generar una para esta época, así:

- (A) *Mujer-Modelo*: se Mantiene el ideal anterior casi en su totalidad, pero se da una explosión demográfica en este. Relaciona a las clases medias y altas, con diseñadores y casas de moda.
- (B) *Mujer-Narco*: Tiene muchas de las características de la *mujer-Reina*, pero la exageración es su característica principal, “cruzaron el límite de las medidas perfectas” (Gutierrez, Mejia, Sepulveda, & Bonnet, 2013), y la voluptuosidad, sus cabellos largos y lacios, estar esbeltas y bien definidas son sus características (Gutierrez, Mejia, Sepulveda, & Bonnet, 2013). Sin embargo otra característica es su intrincada relación con la mafia y el narcotráfico, mundo en el cual, son consideradas un objeto de lujo demostrativo de la capacidad criminal y económica del “patrón”³¹. Relaciona las clases populares con los sectores criminales y el

²⁹ Existe todo un debate en torno a las diferencias entre *cirugía plástica* y *cirugía estética*, en este caso convenimos usar la última porque es más cercano a nuestros fines. Ver: Making the Cut: How Cosmetic Surgery is Transforming our Lives, de Anthony Elliott (Reaktion Books, 2008)

³⁰ Ver: “Las bellas cifras del turismo de salud” en <http://www.elespectador.com/noticias/economia/bellas-cifras-del-turismo-de-salud-articulo-444038>

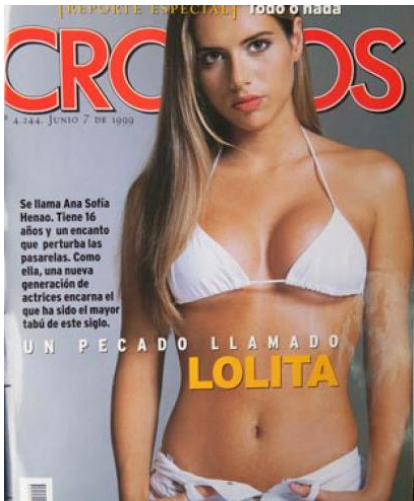
³¹ Vocablo que refiere al “capo”, o máximo líder de la organización criminal.

narcotráfico. También es aquella que con más fervor y ahínco se realiza procedimientos estéticos, su cuerpo, es la encarnación de los deseos masculinos, es decir, esta moldeada para agradar al hombre.

- (C)Mujer-Clonada: es una simbiosis de ambas mujeres, y se caracterizan por la uniformidad, y van tomando de las otras mujeres lo que esté de moda, es tan relevante este aspecto de la moda “hasta el punto de causar una uniformidad visual entre ellas” (Gutierrez, Mejia, Sepulveda, & Bonnet, 2013). En los espacios y lugares “exclusivos”³² donde exhiben esta uniformidad, ponen en común sus gustos, sus experiencias, su estilo de vida, así en la medida que comparte con otros los mismos gustos, hacen parte del imaginario que obsesiona y que caracteriza a estas mujeres y es “verse y sentirse bien” (Gonzales, Lopez, Montoya, Urrego, & Muñoz, 2011). Relaciona a las clases medias y bajas, con las clases altas.

Identificaremos estas tres mujeres, en mujeres de carne y hueso, sin que por ello se pretenda afirmar algún hecho delictivo o que pueda ser materia de investigación judicial, ni pretendemos difamar la imagen que ante la sociedad pueda tener, simplemente para ámbitos investigativos, estas mujeres encarnan un prototipo general de la mujer de Medellín.

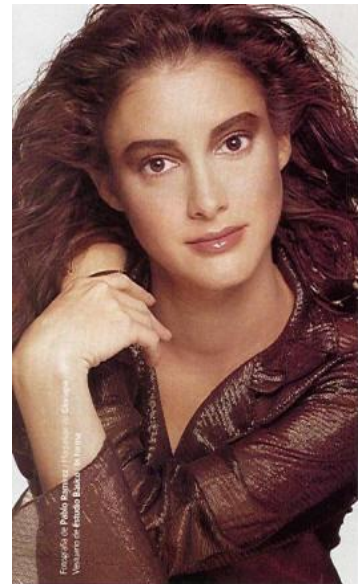
- (A) Mujeres como Paula Andrea Betancourt (centro) y Ana Sofía Henao (Izquierda) y Tuti Barrera (Derecha) reflejan una estética femenina muy apegada a la alta costura, son mujeres altas delgadas con gran belleza y están en las mejores pasarelas del país.



Portada Cromos
Ana Sofía Henao
Junio 1999



Archivo Cromos
Paula Andrea Betancourt
1999



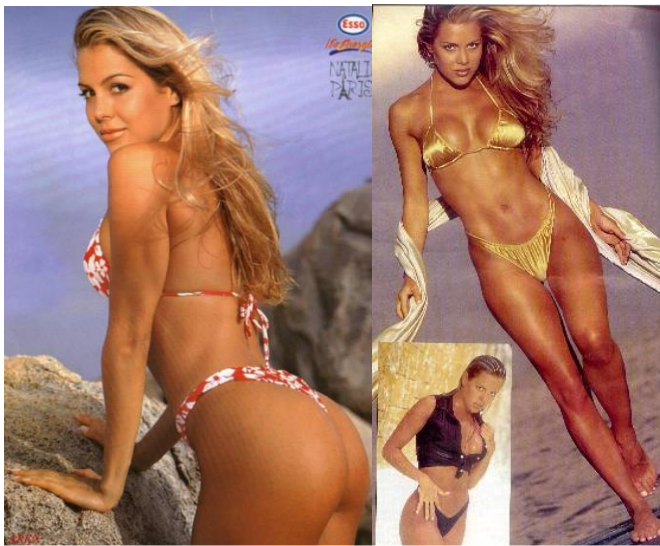
Fotógrafo: Pablo Ramírez
Tuti Barrera
2000

³² Lo de “exclusivo” tiene que ver con llevar el prototipo, es decir, aquella que lo posea, sin importar su condición económica, podrá eventualmente acceder a estos espacios.



Fotógrafo: Darío Prada
Lady Noriega.1999-1994-2009

(B) A pesar de no ser paisa, y de no tener vínculos comprobados con mafias o el narcotráfico, *Lady Noriega si encarna este prototipo de mujer. Sus caderas, senos, labios se han visto transformados en el quirófano y su estética de mujer voluptuosa hizo de ella una de las mujeres más deseada por los hombres del país.*



Promo ESSO, Fotógrafo Mauricio Velez
Natalia Paris
1999-1997

(C) Esta mujer, es la típica medellinense, en la configuración de este prototipo, el papel de una mujer como Natalia Paris (imagen) es innegable. Podemos afirmar incluso que ella encarna *los imaginarios de una época que se mueve entre la legalidad y la ilegalidad*³³. *No queremos afirmar que todas las mujeres de medellin son como Natalia, sino que ella fue el icono de una época en la ciudad, un ideal que se configuro en todo un arquetipo de mujer.*

Ya desde un aspecto más cultural, y para el caso masculino, se vive gran furor en la ciudad tras los éxitos deportivos en primera instancia por el Atlético Nacional y sus periplos por Latinoamérica en lo que terminaría en el primer campeonato para Colombia de la Copa Libertadores de América en el año 1989, máximo certamen futbolístico continental.



Y en segunda instancia, por los triunfos de la selección de Mayores de Futbol, cuyo olimpo se constituirá en el mítico 5-0 contra la selección Argentina en el estadio Monumental de River Plate

³³ Ella ha confirmado en diferentes momentos su relación sentimental con el asesinado narcotraficante Julio Cesar (alias Julio Fierro), del cual tuvo una hija

un 5 de septiembre de 1993. Estos héroes configuraron el ideal estético masculino durante esta época, así como su comportamental, teniendo las mismas contradicciones entre lo legal y lo ilegal, como es el caso del jugador Rene Higuita quien fuere aprisionado por sus presuntos nexos con el narcotráfico. Sin embargo los cortes y peinado, gestos y actitudes de estos jugadores fueron emulados con gran entusiasmo por grandes y pequeños de toda la sociedad.

Por último, y retomando ese concepto de la nueva Medellín, de “Verse y Sentirse bien” (Gonzales, Lopez, Montoya, Urrego, & Muñoz, 2011), *debemos decir que además del incremento en la realización de cirugías estéticas, de la cual se afirma la ciudad es la capital en el país de dichos procedimientos*³⁴ *y de sus implicaciones estéticas, se ha venido configurando en la ciudad una cultura a la par de estos procedimientos, esto es lo que se conocen como “Practicas Corporales Reflexivas”*³⁵ (PCR). *Convengamos que son la contrapartida de los tradicionales gimnasios de acondicionamiento físico, aunque como bien los demuestra Julia Castro en su texto, antes que ser contrapuestos, se aliaron* (Castro, 2014)

Así *El Colombiano* en Enero 10 de 1985, tenía un anuncio que decía: “promoción de vacaciones para adelgazar. Gimnasia aeróbica-Gimnasia Yoga”³⁶ (Castro, 2014).

Como vemos en la ciudad, en tempranas épocas, los ideales de belleza y moda están ligados a las practicas corporales que los sujetos realizan, así entre 1980 y 1985 existe todo un *discurso entorno a la espiritualidad, la conciencia, el equilibrio cuerpo y mente, el bienestar, donde se consumen artículos de la nueva era y está presente en las clases medias y altas de la ciudad* (Castro, 2014), esto sin duda una de las herencias de Ancón y sus mechudos. Así en la Ciudad se empieza a hablar de Yoga y Taichi, en los círculos de artistas y deportistas de artes Marciales. De esto resaltamos el papel del centro cultural Govindas fundado en 1987, y que hoy en día sigue ofreciendo diferentes elementos de la nueva era, como productos vegetarianos, aromas, esencias y otros en el centro de la ciudad.



Selección Colombiana de Futbol
Italia 90 (arriba)
USA 94 (abajo)
Atlético Nacional (izquierda)
1989

³⁴ Tanto por el menor coste, como por la experiencia y fama de los profesionales del sector.

³⁵ Para más sobre las PCR consultar: Crossley, Nick. (1995). “Merleau-Ponty, the Elusive Body and Carnal Sociology”. *Body & Society*, 1 (1), pp. 43-63. y Crossley, Nick. (2005). “Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and Maintenance”. *Body & Society*, 11 (1), pp 1-35.

³⁶ Ver: *El colombiano* Enero 10 de 1985, pg 12.

Entre 1985 y 1995 se configura un *discurso entorno a la salud, la belleza, la vitalidad y la productividad, es cuando la cultura Fitness empieza a tener alta difusión en todos los estratos sociales, gracias a entidades como el Inder y el papel de las Cajas de Compensación Familiar (COMFAMA³⁷)*, así es común ver en los barrios los primeros gimnasios (Castro, 2014).



MTV Unplugged Shakira
1999

Entre 1995 y el 2005 se genera un discurso que procura por *la gestión de sí, se olvida la armonía, y la energía, la salud y la belleza se toman la parada, ya aparecen los primeros profesionales locales en artes, deporte y medicina, se da un auge de la técnica conocida como Biodanza, los sommaritmos, y las danzas orientales son el principal protagonista entre las clases medias y altas, gracias al éxito que tuvo en el ámbito nacional e internacional, la canción de 1998 "Ojos Así" de la naciente estrella Shakira* (Castro, 2014).

Por último, podemos afirmar que las ferias (Colombiamoda sobre todo) se han convertido en el cristalizador más importante de esta cultura, *así, stand por stand, desfile por desfile, vemos estos arquetipos confrontados entre sí.*

ANALISIS SOCIOLOGICO

Ya hemos afirmado que por *Sistema Moda*, entendemos un espacio mucho más amplio, que simplemente en el vestir, es decir en lo que producen diseñadores y casas de moda (CROMOS, 2012). También que cada época tiene una moda, un gusto (Baudelaire, 2011) y que nuestra hipótesis es que este *sistema* ha existido en Medellín durante todo el siglo XX.

Para iniciar este análisis adoptamos las etapas que Baudrillard, citando a Barthes³⁸, esto es: (i) un modelo inicial no profesionalizado, (ii) un modelo sexual profesional y (iii) un último modelo, del maniquí (Baudrillard, 1980).

El Modelo Inicial No Profesionalizado

En esta etapa la moda se caracteriza por ser "lo fuera de...", dice Baudrillard que es como la moda urbana para el hombre campesino (Baudrillard, 1980). Teniendo esto claro, resulta muy obvio que parece describir el periodo de 1900 a 1950 que hemos descrito.

De acuerdo a Simmel, la moda tiene cierta propensión hacia lo extranjero, y que existan prendas como el carriel y que en un principio la gran mayoría de diseños de las modistas correspondían a figurines de revistas de París y Londres, nos demuestra cómo la cultura local, fue adaptando sin ningún contratiempo las mejores modas de Europa.

Otro aspecto importante de esta época es el denotado carácter clasista de la moda en, las clases altas y un actor aliado que estará presente en la vida cultural de Medellín hasta muy entrados los 80 como es la Iglesia, veían las posturas aspiracionistas de las clases obreras como posturas peligrosas que podían subvertir el orden y las buenas costumbres. En este sentido debemos afirmar que la postura de Baudrillard de afirmar que las revoluciones de la moda no son más que *inofensivos*

³⁷ Caja de Compensación Familiar de Antioquia, fundada en 1954.

³⁸ Ver: Barthes, R. "El sistema de la moda". 1967. Paidós

cambios en los imperativos categóricos del código moda (Baudrillard, 1974) nos hace preguntarnos si acaso no existe otra razón para todo este movimiento de las clases altas y la iglesia en contra de la moda. La respuesta tiene que ver con lo que Goffman llamara *estratagemas simbólicos que sirven para que las clases sociales puedan distinguirse la una de la otra* (Goffman, 1959), así, cómo podría diferenciarse una dama de la clase alta de la obrera si ambas llevan zapatos de charol *en semana*.

A pesar de todo este movimiento, de la condenación moral, los almacenes y las modistas, establecían redes con los consumidores, en su mayoría mujeres, que como dice Simmel, encerradas en la monotonía que la sociedad y la iglesia les exigía, necesitaban *“entregarse más vivamente a la moda, donde todo es cambio y mutación, para añadir a su vida algún atractivo...”* (Simmel, 1924).

Para analizar el caso de “juninear” lo tomamos como todo un acto, en el que las personas más prestantes de la ciudad, de las clases más altas, y los que pretendían serlo, podrían en términos de Veblen, la oportunidad de exhibir su *situación pecuniaria* (Veblen, 1944), y al comprar ropa en los prestigiosos almacenes ubicados en la calle Junín como la forma de *derroche ostensible* (Veblen, 1944) que tenían los ciudadanos de Medellín, de ahí la importancia de salir a Juninear y el prestigio que hacerlo otorgaba.

También analizamos el caso de Roberto Durán, ya que debido a su hecho de travestismo conmocionó a la ciudad. Desde un punto de vista de la Moda, cierto tipo de prendas se terminan convirtiendo en el patrimonio de un sexo, es decir *realizan la metáfora sexual* (Baudrillard, 1980). Por esta razón, su acto, más allá del carácter psicológico del protagonista de esta historia, es un verdadero síntoma de *la corrosión de las costumbres, la inoperancia de los sistemas de valores, características* que Baudrillard le diera a la moda.

El Modelo Sexual Profesional

Este modelo está encarnado por la configuración de un maniquí real, una imagen de perfección que se traduce en un Top Model (Baudrillard, 1980).

Habíamos hablado de dos tipos de mujeres (Cubillos, 2014), que se empezaron a configurar en la etapa comprendida de 1950 a 1980, de ahí que circunscribamos a esta etapa la segunda Fase que propone Barthés.

Estas mujeres las encarnamos en el caso de *Doris Inés Gil y Luz Marina Zuluaga* donde encontramos dos tipos de mujer con aspiraciones totalmente diferentes, la una, mantener sus obligaciones para con la sociedad y la iglesia, y la otra, cumplir sus sueños y metas personales de la mano de su belleza y capacidad. Son dos modelos que se convierten en verdaderos *modelos de simulación* (Baudrillard, 1980), *o de Imitación* (Veblen, 1944) debido a su perfección.

El concepto de “SEXITOSA” promovida por Fabricato, nos pone de manifiesto, más allá de las implicaciones sexistas que pueda contener en sí mismo, en el ámbito de lo que llama Veblen *moda vicaria servil* (Veblen, 1944) en el sentido, de que la mayoría de las mujeres de esta época trabajan como secretarias, por tanto era importante que demostraran, no solo su “liberación”, sino y sobre todo *“la capacidad de pago de su señor”* (Veblen, 1944) o en este caso, de su empleador ya que como lo describe Baudrillard, *lo femenino (SEXITOSA) “no tiene nada que ver con ser mujer”* (Baudrillard, 1980).

El mundo seguía girando, y el país se acercaba cada vez más a él, y en este caso el síndrome del Rock y el Hippiismo como moda, nos demuestra una vez más la propensión a lo extranjero que la *moda tiene* (Simmel, 1924). De igual manera, esta moda, como propia de una segunda fase, empieza a tener visos hacia lo *Unisex* (Baudrillard, 1980). De igual manera debemos afirmar que estos movimientos en cuanto a *moda* (Baudrillard, 1980), tuvieron los efectos desmoralizadores de la lucha de clases, que en la época vivía momentos de efervescencia gracias a los movimientos estudiantiles. También podemos afirmar que en cuanto a los movimientos juveniles podemos identificar el *Fashion Victim* (Simmel, 1924) que *Simmel nos describe en los denominados A go-go, y Ye-ye, y el demodé* (Simmel, 1924), en los hippies, que con sus largas barbas y cabellos desarreglados parecían desafiar el sistema en su conjunto.

En cuanto a los fabricantes de moda, es en esta época donde encuentran su auge, *el consumo se aceleró, los nuevos colores, productos y telas se aprestaban fácilmente a olvidar los vestidos blancos y negros ahora vistos como sosos, y propios de otra época*, en este sentido identificamos los postulados Veblen que afirmaban que *el principio de la novedad, era el motor que daba rienda suelta al derroche* (Veblen, 1944).

El modelo del Maniquí

En esta fase *todo el mundo es agente de la moda, todos son maniquís*. Y esto es una expresión de la democratización de la moda. Pero hemos afirmado que la moda no es democrática, es clasista, y en este sentido excluye e incluye sin mirar a quien.

Pero existen factores económicos que hicieron posible que una nueva “clase”³⁹ surgiera en el periodo de 1980 al 2000, y son los relacionados con las mafias y el narcotráfico. Esta nueva clase poseía el dinero suficiente para retar a la clase Alta tradicional, retar sus gustos, su estética y a consecuencia de esto las clases altas escaparon y buscaron estándares aún más altos, porque siempre estos *“excluyen a los elementos inferiores”* (Veblen, 1944) *que aún conservan características de la clase a la solían pertenecer*.

Otro factor que contribuyó a esta supuesta democratización fue la posibilidad de transformar el cuerpo y adaptarlo a las necesidades que las cirugías estéticas le permitió a la población. Configurando un nuevo tipo de mujer, que sería la acompañante ideal de esta nueva clase, la cual, exhibiría no solo *la “capacidad de pago de su señor”* (Veblen, 1944) *sino también a través del sacrificio en su salud y vitalidad al someterse a una intervención quirúrgica, aumentar su reputación, gracias a la invalidez visiblemente aumentada* (Veblen, 1944), en senos, labios, pero también en la vestimenta como tacones altos, y ropas incómodas. De lo que se trata para estas mujeres es de *derrochar, y transformar el cuerpo se convirtió en el símbolo de la reputación que buscan de manera ciega*.

El cuerpo y su transformación en un principio, y el cuidado después, se convirtieron en el símbolo del gasto, del derroche ostensible, pero sobre todo en un verdadero símbolo de ociosidad que le da a los demás medellinenses, el símbolo de que quien esta fit, aquella persona dedicada al fitness, o al yoga,

³⁹ Debemos afirmar que no se trata propiamente de una clase social, sino simplemente hacemos alusión a un sector de la población.

la meditación y el Taichi, no está dedicado a nada productivo, “no realiza habitualmente ningún esfuerzo útil” (Veblen, 1974)

¿Pero por qué esta época se circunscribe a la fase en la que todos podemos y somos en efecto agentes de la moda? Porque el síndrome Aversión/Deseo que se producía en la moda, gracias a su carácter clasista, se ha ido desvaneciendo, para quedar simplemente el deseo, y el sistema capitalista neoliberal en el que se circunscribe este periodo, aprovecha este deseo para aumentar el consumo. Y en su búsqueda, el capitalismo no debilita a la moda sino que la fortalece, la vuelve imperante y la unanimidad y la uniformidad se toman la vida de los sujetos, y este es el caso del Medellín de los 90, empieza a surgir toda una población que se ajusta a los modelos imperantes, se clona, y adapta para sí mismo la consigna “Verse Bien, y sentirse bien” (Gonzales, Lopez, Montoya, Urrego, & Muñoz, 2011) mientras imita (Simmel, 1924) y a la vez se convierte en modelo de los demás (Baudrillard, 1974).

En el caso del sistema moda, es indudable el papel que tuvo Inexmoda, en el sentido de que conglomeró al sector textil, a pensarse su papel y rol en la ciudad. El hecho de que las ferias que promueven se vuelvan el centro de atención de toda la ciudad mientras duran, y que expresen de manera tan clara los gustos y la estética de la ciudad, no dejan más que dar pistas de que la ciudad, concluimos, podemos llamarla CIUDAD MODA.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el análisis realizado, nos permite afirmar nuestra hipótesis, que encontraba en la ciudad de Medellín un sistema moda durante el siglo XX. Situaciones como las que hemos descrito nos muestran como este sistema, se ha desarrollado gracias a diferentes redes que vinculan a la ciudad con el mundo. Igualmente identificamos en este sistema, actores de todo tipo, políticos, religiosos, comerciantes, deportistas, celebridades y gentes del común, que de manera directa o indirecta se han relacionado a través de la Moda, y han hecho parte de las transformaciones de la ciudad.

Son estas relaciones sociales, que como vemos no se dan únicamente entre grandes casas de diseñadores y consumidores, sino que involucra a todos los sectores y actores sociales, las que han permitido la constitución de un sistema Moda en la ciudad, y han perfilado a la ciudad como Ciudad Moda. La cifra de ventas en este sector de la economía que representa gran parte de los ingresos de la ciudad, es un simple dato adicional, de una ciudad que se ha posicionado como la capital de la moda en el país. De ahí que no sea raro encontrar en otros lugares del país, referencias a la moda de la ciudad, como símbolo de vanguardia, actualidad, prestigio y estatus, características que como hemos visto son propias de la Moda.

No caben dudas de que pudieron existir otros actores sociales, otros eventos importantes, u otras razones y causas para que la ciudad sufriera las transformaciones que ha tenido en el Siglo XX, pero podemos afirmar con total seguridad de que la Moda acompañó de manera directa e influyente estas transformaciones en la ciudad, y que además, gracias a la Moda, podemos hacer un relato socio histórico, como el que hemos realizado.

Bibliografía

- Acosta, M. (2014). Jóvenes de Medellín, nuevos actores sociales 1960-1970. *Pensar Historia*.
- Auerbach, E. (1951). *Mimesis: La representación de la Realidad en la literatura Occidental*. Fondo Cultura Económica.
- Bartra, R. (1987). *La jaula de la Melancolía: identidad y metamorfosis del mexicano*. México: DeBolsillo.
- Baudelaire, C. (2011). Moda y Modernidad. *Revista de Occidente*, 21-32.
- Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de Consumo: Sus mitos, sus estructuras*. España: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1980). *El Intercambio Simbólico y la Muerte*. Venezuela: Monte Avila Editores.
- Birlanga, J. (2007). Moda y Modernidad. La reflexión Filosófica sobre la moda en la cultura moderna. *Religion y Cultura*, 499-532.
- Bourdieu, P. (2011). Alta costura y Alta cultura. En *Cuestiones de Sociología*. Madrid: AKAL.
- Castro, J. (2014). Régimen Sensible Corporizado. Las prácticas corporales reflexivas en Medellín desde 1980. *Estudios Políticos*, 89-111.
- Corbellini, E., & Saviolo, S. (2014). *Managing Fashion and Luxury Companies*. Milan: Etas.
- CROMOS. (1969). SEXYTOSA. *CROMOS*.
- CROMOS. (25 de Enero de 2012). *Cromos*. Obtenido de Revista Cromos: <http://www.cromos.com.co/moda/articulo-143239-un-sistema-de-moda>
- Cubillos, M. C. (2014). Mujeres en el papel: Representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970.
- de Balzac, H. (2011). Tratado de la vida Elegante. *Revista de Occidente*, 149-153.
- Dominguez, O. (Diciembre de 2013). Ancón. La Leyenda continúa. *Universo Centro*.
- Domínguez, R. (2004). *Vestido, Ostentación y cuerpos en Medellín 1900-1930*. Medellín: Fondo Editorial ITM.
- Elliot, A. (2011). Plástica Extrema: Auge de la cultura de la cirugía estética. *Anagramas*, 145-164.
- Fals Borda, O. (1953). Notas sobre la evolución del vestido campesino en la Colombia central. *Revista Colombiana de Folklore*.
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.
- Gomez, L. (06 de 2014). Veinte hitos de la televisión colombiana en sus 60 años. *SEMANA*.
- Gonzales, C. M., Lopez, C. E., Montoya, G., Urrego, A., & Muñoz, N. E. (2011). Ideal Estético en jóvenes de Medellín: Percepción desde algunas prácticas de estética corporal. *Educación Física y deporte*, 597-604.

Gutierrez, D., Mejia, P. A., Sepulveda, J., & Bonnet, C. (2013). Analisis de los imaginarios de Esteticas corporales feminos en la ciudad de Medellin y su relacion con la retorica de la comunicacion publicitaria.

Montaña, A. (1993). *Cultura del Vestuario en Colombia*. Fondo Cultural Cafetero.

Ramirez, G., Bonnet, P., & Oscar, A. (2012). *Moda Femenina en Medellin: Aportes de la moda al ideario femenino en Medellin de 1900 a 1950*. Medellin: Tragaluz Editores, Alcaldia de Medellin.

Restrepo, I. C. (2013). La sociedad catolica de Medellin, contra la exhibición de la "Dolce Vita": cronica de una batalla perdida. *Pensar Historia*.

Simmel, G. (1924). Filosofia de la Moda. En *Cultura Femenina y otros Ensayos*. Madrid: Revista de Occidente.

Veblen, T. (1944). *Teoria de la clase Ociosa*. México DF: Fonde de Cultura Económica.