

el largo de mi falda no me define

La ropa femenina ha evolucionado a la par del movimiento feminista: una lucha incansable por el reconocimiento de los derechos de las mujeres que se ha reflejado a través de las prendas que usamos y que década tras década reflejó el status de la revolución, volviéndose cada vez menos restrictiva, cómoda y libre. Halston no mintió cuando dijo que las mujeres vestimos símbolos, y después de tantos años de vestir aquellos que nos han sido impuestos, finalmente nos acercamos a la catarsis de la moda. Pero, ¿cómo sucedió?

EL LENGUAJE NO VERBAL DEL CAMBIO

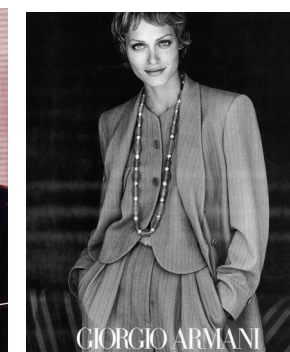
Como salido de la película de *María Antonieta* o el cuadro de *Las meninas*, en los años 1800, la vestimenta femenina era asfixiante, literalmente. Con corsets que apretaban los órganos internos y miriñaques metálicos que asimilaban jaulas, las mujeres estaban restringidas de la gran mayoría de las tareas, hasta de vestirse por sí mismas, y es que estas rígidas piezas llenas de varillas necesitaban de alguien más para jalar las cintas que les robaban el aliento. En 1850, Amelia Bloomer inventó los *bloomers*, mejor conocidos como los primeros pantalones para mujer: un par de piernas amplias llenas de volumen que aunque seguían siendo estorbozos, permitían mayor movimiento. Durante la Revolución Industrial, el *workwear* pasó de *ellos* a *ellas*, pero apenas terminó, el estilo *stay-at-home* regresó. Los vestidos se llenaron de flores, cuadros de vichy y vuelo con un fin meramente decorativo para las amas de casa que esperaban ansiosas el regreso del trabajo de sus esposos. En los años 60, la llegada de la píldora anticonceptiva tuvo relación directa con el recorte del largo de las faldas. Mary Quant inventó la mini falda, un nuevo símbolo de la revolución sexual que desafiaba los roles domésticos impuestos. Al llegar a la década de los 70, se unieron a la fuerza laboral, y el respeto se basaba en imitar a los hombres a través de la ropa. El *power dressing* se convirtió en el mantra de todo diseñador, que adaptaba los códigos de la vestimenta masculina a la silueta femenina para ganar terreno den-



El origen del power suit se le atribuye a Coco Chanel en 1920, y su estilo de faldas midi con sacos de hombreras anchas fue popularizado en los shows de TV de los 60.



tro de la oficina, después de que John T. Molly describiera en su manual *Dress For Success* a los trajes con falda como "el uniforme que las ayudaría a adquirir autoridad y respeto en el área de trabajo". Yves Saint Laurent introdujo el icónico *Le Smoking*, una mezcla de sex appeal y profesionalismo que no tardaron en adoptar Liza Minnelli y Bianca Jagger. La moda de la época se resumía en vestir como un hombre para tener acceso a posiciones de poder. Margaret Thatcher llegó a ser la primera mujer en el puesto de primer ministro de Reino Unido y se le atribuyó la reputación de la primera female power-dresser por usar, obviamente, trajes en todas sus apariciones públicas. Conservador, poderoso y femenino a la vez: Thatcher escribió el código de vestimenta para las mujeres en la política, que siguieron rigurosamente Clinton, Obama y muchas más. En la siguiente década ocurrió la revolución fitness, mientras que el negocio de la belleza florecía y las ciudades se llenaban de gimnasios en los 80. El *wrap dress* de Diane Von Fürstenberg se volvió el objeto de deseo más cotizado. De tejido ligero y sin estructura alguna, apareció como una contraparte al traje sastre, que enfatizaba la figura femenina, dejando las piernas al descubierto y marcando la cintura al atarse a esa altura. Pero más allá de las siluetas, el color también formó parte de la revolución.



Las campañas de 1960 compartían un estereotipo de una mujer masculinizada para ser respetada en el espacio laboral.



CORTESÍA.

ULTRAVIOLET: EL COLOR DE UNA REVOLUCIÓN

Pantone lo nombró el Color del año y no se equivocó: “Ingenioso y creativo, iluminando el camino que está por llegar”, la selección representa el potencial de las nuevas tecnologías, el misterio del cosmos y la intriga por la vida futura; pero este mes se vuelve mucho más relevante por otras razones. ¿Por qué el morado es el color del movimiento feminista por excelencia? Dejando de un lado las connotaciones artísticas, se asocia históricamente con la lucha por la equidad de género gracias al movimiento sufragista en Inglaterra a principios del siglo XX. El color que había sido adoptado anteriormente por la realeza pasó a ser el de una revolución, que detonaba “la sangre real que corría por las venas de cada sufragista”. De manera irónica se adoptó el blanco, conocido como el color de la pureza, haciendo contrario al argumento de que “solo las mujeres inmorales buscan el derecho al voto”, que justificaba la falta de participación femenina en las decisiones del país. Morado, blanco y verde de esperanza, una bandera que sigue representando una lucha que no se detuvo con la obtención del voto y continúa en constante evolución. *The Color Purple*, de Steven Spielberg, se agregó a la lista de las mejores películas del director al visibilizar la forma en la que las injusticias sociales impactan en las mujeres afroamericanas. Basada en la homóni-



ma ganadora del Pulitzer de Alice Walker (primera mujer en ganar este premio), retrataba la cruda realidad de muchas mujeres en el sur de Estados Unidos, que aunque nos gustaría poder decir que ha cambiado, permanece en las nuevas generaciones. La llegada del Internet trajo una nueva forma de activismo, en el que las marchas se trasladaron de las calles a los timelines y las pancartas se reescribían en tweets de 140 caracteres. La primera vez que se usó el hashtag #MeToo fue en MySpace, y empoderadas por Tarana Burke (la primera en denunciar el abuso sexual online), iniciaron una nueva conversación sobre el abuso en un acto de sororidad que se pintaba también en tonalidades púrpuras a través de la pantalla del celular. La tercera ola del feminismo llegó acompañada de una transformación en la forma de vestir de las mujeres que la encabezaban, y la liberación sexual se empezó a manifestar en el largo de las faldas, transparencias, la evolución de la ropa interior a la lencería y el rechazo al uso del brasier #FreeTheNipple. Después, las camisetas hablaron por sí solas y Maria Grazia Chiuri debutó en 2016, en la *maison* Dior, con una que inició una conversación sobre la vestimenta feminista contemporánea, después de ser nombrada como la primera mujer en dirigir la Casa desde que se fundó.



Desde el delicado vestido de flores de Michelle Obama hasta el statement Peg the patriarchy, de Cara Delevingne, en la gala del Met, el significado de *power dressing* evoluciona según el contexto y quién lo usa.

CORTESÍA / IMAXTREE.



LA MUERTE DEL POWER DRESSING

Desde la época del punk en los 80, las camisetas se convirtieron en un estandarte de rebeldía. Con una liberación encabezada por las bandas más reconocidas de la época, el lienzo de algodón blanco fue el portavoz de la revolución en la moda, en la que se compartían todo tipo de mensajes de inconformidad. La white t-shirt se llenó de mensajes de #Girlpower en tonalidades de rosa, pero levantaron un par de cejas porque ¿qué tanta sororidad había en las marcas que se pintaban con esto mensajes? “Power dressing”: un término que hemos escuchado hasta el cansancio como parte de esta lucha, pero que termina resonando como una justificación a colecciones masculinizadas que venimos viendo desde los años 60. La moda de la década de 2010 sin duda ha sido de las más radicales, buscando eliminar todo tipo de etiquetas que encasillen a quien quiera usarla para expresar lo que sea con lo que se identifique. La moda sin género (o genderless) es la mayor corriente de los últimos años, pero sus diseños nos hacen cuestionarnos qué tanto hemos progresado, si sigue persiguiendo los estándares masculinos. El traje es ahora el uniforme

oficial del power dressing, un conjunto asociado por excelencia con el género masculino desde hace casi 100 años que nos sigue de alguna forma disfrazando para estar en poder. Entonces aparece la pregunta: ¿cómo se viste una mujer feminista? A través de la libertad y empatía. Sí, podríamos decir que el look de la mujer que está a cargo no consiste solo en tener los pantalones bien puestos (literalmente); sino en usar cualquier cosa que se le antoje y consumir moda de una forma responsable frente a sus iguales. Se trata de preocuparse por las condiciones de trabajo bajo las que se confeccionó esa pieza, tomar decisiones de compra pensando en las consecuencias ambientales que pueden tener para las siguientes generaciones. Consumir marcas que fungan también como plataforma para crear redes de apoyo, mientras que se identifica con las marcas que levantan la voz por la equidad de género en la industria de la moda. El power dressing va mucho más allá de liberar nuestro cuerpo o ir en contra tendencia, preocuparnos por hacer de esta comunidad de fashion lovers un lugar donde podamos pertenecer todas, sin importar de dónde venimos, cuál es nuestra identidad sexual o talla. —MARÍA FERNANDA LARA.

IMAXTREE.