

Material Imprimible

Curso Etiqueta del vestuario

### Módulo 3 - La etiqueta social

#### **Contenidos:**

- Etiqueta social femenina y masculina.
- Diferencias y equivalencias.
- Lo binario como ordenamiento social.
- El estilo dandy y el feminista.
- Modos de vestir e identidad de género.
- De lo unisex a lo *genderless* y lo *genderful*.

#### **Etiqueta social femenina y masculina**

En el universo social tradicional, donde todavía domina el pensamiento binario masculino–femenino a la hora de vestirse para un evento, la etiqueta masculina es la que marca cómo debe ser la femenina.

Esto ocurre porque, en definitiva, la etiqueta femenina como tal no está tan bien establecida como la masculina. La realidad es que el vestuario para la mujer es mucho más variado y admite más posibilidades, mientras que el masculino está perfectamente especificado para cualquier evento, y prácticamente no admite variaciones.

Cuando describimos los tipos de dress code en un módulo previo vimos que el hombre tiene escasas y similares variantes, tales como el frac, el chaqué, el smoking, el traje oscuro, o el uniforme militar, si así lo requiriera la ocasión de uso.

Por el contrario, las damas, mientras mantengan ciertas pautas de moderación y buen gusto, gozan de una mayor libertad en la elección de prendas, textiles y colores.

La única regla que deben respetar a rajatabla es la de equivalencia, para poder elegir el vestuario que acompañe adecuadamente a la etiqueta a la cual están respondiendo los hombres que concurren al mismo evento al cual han sido invitadas.

Cuando una pareja es convocada a participar de un evento social o a una ceremonia, que especifica un dress code en la invitación que han recibido, es importante que ambos vistan respetándola. Una pareja descompensada que viste de forma muy dispar, seguramente desentona con el resto de los invitados.

Mencionaremos algunos casos. Si el evento, por ejemplo, es nocturno y exige white tie, obviamente el hombre deberá concurrir de frac, por lo que su compañera no podrá usar un vestido de cóctel a la rodilla, aunque sea un Chanel auténtico.

De la misma manera, si la invitación indica cóctel, el hombre podrá optar, según el horario, por un esmoquin o por un traje recto o cruzado, por lo que la dama que lo acompañe no debe ni atreverse a pensar que es el evento ideal para lucir ese vestido largo, de gala y con cola que hace años está durmiendo en su ropero.

Las mismas consideraciones deben tenerse en cuenta si se concurre solo al evento. Los hombres deberán respetar el dress code establecido, y las mujeres deberán guiarse por las equivalencias que especifican las leyes del protocolo vestimentario, que explicaremos a continuación.

El inamovible dress code masculino es el que sirve de reflejo a la más variada y dinámica modalidad femenina. El problema es que la flexibilidad de esta última puede generar dudas, confusiones y errores que muchas veces son insalvables.

Por esto mismo, para aclarar un poco el panorama vestimentario de las damas, los expertos en protocolo crearon una tabla de equivalencias entre la etiqueta masculina y la femenina.

La misma determina que, si el evento requiere que los caballeros vayan ataviados con un frac, correspondiente a un estilo white tie nocturno, a las damas no les quedará otra opción que ponerse su más elegante vestido largo hasta el piso.

En cambio, si la invitación especifica que los hombres deben ir con chaqué, correspondiente a un estilo white tie diurno, las mujeres, debido al horario de la celebración, deberán lucir un vestido corto, es decir, por debajo de la rodilla o a media pantorrilla.

El único caso en el cual las damas pueden elegir entre alguna de las dos posibilidades es en el black tie nocturno, ya que podrían acompañar el esmoquin de los caballeros tanto con un vestido corto, aceptado debido al menor grado de rigurosidad del código; como con un vestido largo, que no desentonaría porque la reunión se realiza siempre de noche.

Finalmente, en una celebración cuyo dress code está definido como cóctel, según el cual los hombres deberán ir vestidos con traje, las mujeres

nuevamente poseerán una única opción en cuanto a vestidos se refiere; esto es, corto o de cóctel.

## **Diferencias y equivalencias**

Para complicar un poco más el asunto, no podemos dejar de mencionar que lo hasta aquí expuesto tiene que ver fundamentalmente con la etiqueta civil o social, esto quiere decir con el vestuario que usan las personas que no pertenecen a un cuerpo uniformado.

Si el evento requiere etiqueta militar; es decir, indumentaria o conjunto de prendas no civiles, que componen el vestuario de personas que pueden ser integrantes de las fuerzas armadas, la policía, los bomberos, etcétera, las mujeres civiles que concurren deberán tener en cuenta cuál es la equivalencia civil del dress code militar masculino mencionado en la invitación, para estar seguras de qué ponerse.

El dress code militar gran etiqueta equivale al white tie civil tanto nocturno como diurno, al cual le corresponden el frac o el chaqué, por lo que la mujer puede ir de largo si el evento es por la noche, o de corto, si la ceremonia se celebra antes de las 19 horas.

El denominado etiqueta a secas se corresponde con el black tie civil según el cual debe vestirse esmoquin, por lo cual admite para las mujeres tanto el uso de un vestido largo como de uno corto.

Cuando el código vestimentario militar está definido como gala, estamos siendo invitados a un evento similar al civil denominado cóctel, al cual los hombres concurrirían de traje. Esto quiere decir que las mujeres civiles tranquilamente podrían lucir un vestido de cóctel o un traje de dos piezas.

Por último, el código militar llamado diario equivale al semiformal civil, esto quiere decir, que corresponde al uso de pantalón de vestir, saco y corbata optativa para los caballeros civiles; y vestidos midi, vestidos maxi, vestidos cruzados, vestidos de cóctel, trajes de pantalón recto o palazzo, o pollera para las damas que no pertenezcan a ninguna fuerza.

### **Lo binario como ordenamiento social**

Dejando de lado el código vestimentario militar, introduciremos ahora otro tema en relación al vestuario. Los modos de vestir han configurado históricamente el proceso normativo de la matriz heterosexual y binaria en occidente.

La indumentaria refiere a la construcción de las identidades de género ya que impone significados culturales sobre el cuerpo, a través de prendas que la cultura ha definido específicamente como femeninas o masculinas.

La historia del vestir, desde sus comienzos hasta bien entrado el siglo XX, naturalizó la diferenciación sexual tanto en la vestimenta como en las modas estéticas, que funcionan como dispositivos mediante los cuales se intentan manifestar y, simultáneamente, construir las identidades sociales, de género y de clase.

Estos patrones estéticos moldearán los cuerpos y la manera de percibirlos, pero irán mutando de acuerdo a las épocas y a los cambios sociales. Un recorrido por la historia de la moda y el vestir evidencia la relación significativa entre la función social de la indumentaria y la sexualidad.

Por ejemplo, en distintas instancias históricas, mediante el vestir se ha pautado qué partes del cuerpo los sujetos pueden mostrar en la esfera pública y cuáles no. Esta regulación posee un sustrato moral, jerárquico y normativo que inscribe

---

las identidades a partir de la naturalización de las diferencias entre los cuerpos desde lo sexual.

La supuesta diferencia natural de los sexos será correlativa con las diferencias del vestir entre hombres y mujeres, dejando que la moda cumpla un rol funcional en el fortalecimiento de la matriz de género binaria propia del pensamiento occidental.

El funcionamiento de este sistema de moda bipolar se consolidó en el siglo XIX, sobre todo durante los períodos estéticos Victoriano y Belle Époque, y se mantuvo en plena vigencia hasta mediados del siglo XX.

A partir de la mitad del siglo XIX, momento histórico en el cual se comenzaron a establecer muchos de los códigos de ceremonial y protocolo que se mantienen en ciertos ámbitos hasta nuestros días, la vestimenta incrementó la división entre los mundos e imaginarios femeninos y masculinos.

Occidente recreó en ese momento histórico, a través de la moda, dos patrones en las formas de vestir, excluyentes entre sí: uno para los hombres y otro para las mujeres.

Ambos simbolizaban valores opuestos; por un lado la ropa femenina debía denotar el sentido de la seducción de las mujeres, mientras que por el otro, tenía que estar ausente en los atuendos masculinos que presentaban una función mucho más utilitaria y jerárquica.

Por esto, mientras los trajes femeninos se tornaron cada vez más complejos en cuanto a sus tipologías, textiles y ornamentaciones, los masculinos sufrieron un proceso inverso de simplificación que los despojó de casi todo elemento decorativo.

Esta etapa, en la cual los valores del puritanismo victoriano y los cambios producidos por la revolución industrial transformaron los comportamientos sociales y las relaciones cotidianas, es denominada como la gran renuncia del siglo XIX.

El traje masculino va a tender desde este momento hacia la uniformidad y la sobriedad, permitiendo denotar rectitud, elegancia, formalismo, limpieza y distinción social, en oposición a la estética de la belleza y la sensualidad que eran considerados atributos exclusivos de lo femenino.

Es durante el siglo XIX, entonces, que el vestuario de los hombres perdió su función ornamental, y privilegió la uniformidad como atributo de decoro y buen vestir, pero especialmente, como atributo de masculinidad.

De este modo, además de las marcas de la distinción social y del acceso a los ámbitos de poder ligados al orden público y económico, la indumentaria masculina pasó a simbolizar, a su vez, la naturalización de una identidad sexual y de género masculina, en total oposición a la femenina, y viceversa.

De esta forma, el traje empezó a marcar con más fuerza las fronteras entre los géneros. Ello se vinculó a la consolidación de un nuevo orden social burgués basado en la división de lo público y lo privado como principio de organización de las sociedades occidentales.

Fundamentalmente, después de la revolución industrial, y a la par del desarrollo del capitalismo de mercado, lo masculino fue identificado con lo universal, lo público y lo productivo, en oposición a lo femenino, relegado al ámbito particular, privado y reproductivo.

Este hecho terminó excluyendo a las mujeres del espacio público y del derecho a ejercer una ciudadanía activa, ya que, bajo esta organización social patriarcal,

se estableció una división sexual del trabajo, que responsabilizó a las mujeres de la atención de sus esposos, y de la reproducción de los individuos mediante la crianza de los hijos, en el espacio doméstico.

Hoy sabemos que este sistema está en crisis desde hace varias décadas, y que, aunque todavía resulta difícil, poco a poco la diversidad de géneros y de sistemas vestimentarios no binarios están siendo cada vez más aceptados.

### **El estilo dandy y el feminista**

Antes de comenzar a describir y a entender estas nuevas formas que por suerte se están haciendo cada vez más presentes en el universo de la moda, tenemos que mirar un poco hacia atrás y bucear en los antecedentes que han permitido que hoy se esté tomando este sano camino sin retorno. Comenzaremos entonces acercándonos al denominado estilo dandy.

Un dandy, es un arquetipo de persona muy refinada en el vestir, con grandes conocimientos de moda, proveniente de la nueva burguesía enriquecida, a la cual igualmente detesta, critica y ridiculiza; y con una muy fuerte personalidad.

La corriente estilística asociada al dandy, que se denomina dandismo, se convirtió en un referente para la moda masculina, para los valores, y para las costumbres de las sociedades europeas, la inglesa y la francesa fundamentalmente, en los siglos XVIII, XIX y principios del XX, siendo fuertemente contestataria con las sociedades de esas épocas, y sobre todo con movimientos como el victoriano, del que pretendía separarse.

Aunque fracasaron en ese momento histórico en particular, los seguidores del dandismo contribuyeron a crear la moda masculina actual, así como el concepto de celebridad, el de derechos de imagen y el de tribu urbana.

Tanto su final como su existencia real son discutidos. Para algunos académicos, la influencia de los dandis se termina con el comienzo de la Primera Guerra Mundial. Para otros, la misma volvió a surgir tras la Segunda Guerra, de la mano del cine de Hollywood, y puede considerarse que perdura de una forma u otra hasta nuestros días.

El escritor español Félix de Azúa va más lejos aún, y asegura que el dandi nunca ha existido como tal, ya que es un producto de la ficción. Él afirma que “el dandi no existe, nunca ha existido en su perfección absoluta. Es un ideal. Ha habido aproximaciones al dandi que son las que nos permiten hablar de él, y que derivan de la literatura, gran culpable de la creación de su mito”.

Reales, o no, lo cierto es que con su manera de vestirse y sus actitudes plantearon un nuevo camino a seguir mucho más allá de ese mundo opresivo y binario. Cabe destacar que hoy también se discute si fue un movimiento meramente masculino o, por el contrario, deberían mencionarse también a mujeres dandis.

El dandy solo existe cuando hay ojos, los suyos u otros, para mirarlo. Es como una imagen en el espejo, que desaparece cuando no hay nadie para mirarla. Para el poeta, ensayista, y experto en dandismo Antonio de Villena, esta corriente estilística se ciñe al vestir, ya que un dandy es una persona que utiliza el vestido como una manera de disidencia, es decir, se viste bien pero nunca como los demás.

El dandy, si bien usa el mismo austero traje burgués, siempre introduce elementos transgresores en su forma de vestir: a Lord Byron por ejemplo le gustaba agregar elementos de la indumentaria turca a su propia vestimenta.

Antes de continuar, debemos aclarar que este fenómeno estilístico habría llegado a ser solo una moda pasajera, si el grupo social que lo impuso no hubiese alcanzado el puesto de líder social.

Los dandis, a pesar de que rechazaban fuertemente su condición de burgueses, eran burgueses o hijos de burgueses, ya que pertenecían a familias que disponían de suficientes recursos para solventar su educación y su vestimenta, pero que también se preocupaban por mantener su estatus social en relación a la imagen que brindaban al resto de la sociedad.

Según Antonio de Villena, el dandy es un esteta que rinde homenaje a la moda, aunque no a la moda de los otros, sino a la creada por él mismo a partir de la rebeldía con que la luce.

Claramente no estamos en presencia de un contexto que tolere que un hombre use faldas, o que use un corset por encima de su camisa, por ejemplo. Por esto mismo el dandismo no es un traje que camina solo: más bien es cierta manera de llevarlo, porque el dandy es siempre el hombre, nunca el vestido.

Lo que prevalece, entonces, es la actitud. No es dandy quien quiere, sino quien tiene las facultades necesarias para serlo. Si bien estos hombres se visten con las prendas que el protocolo binario ha destinado para ellos, buscan distinguirse con marcas externas novedosas, que luego sus admiradores imitarán, haciendo, de lo que originalmente era individual y sorprendente, algo colectivo y habitual; en suma, una nueva moda.

Para estos personajes, entre los que podemos nombrar a Lord Byron, Oscar Wilde y Georges Brummell, el traje es siempre de uso personal, porque es algo que afecta al individuo concreto que lo porta, frente al espejo que representa el resto de la sociedad. El traje del dandy es la manifestación externa de una forma de entender el mundo propio, por ende de su personalidad.

Para entender un poco mejor cuál era la postura de estos hombres que mencionamos, vamos a comentar algunos de los conceptos que el célebre escritor Oscar Wilde presentó en dos conferencias y un artículo sobre moda y arte redactados a finales del siglo XIX. Los tres textos sorprenden por su carácter visionario y la actualidad de muchas de sus sagaces reflexiones.

En un artículo publicado originalmente en The New York Daily Tribune, en 1885, Wilde escribió: “la belleza del vestido, como la belleza de la vida, proviene siempre de la libertad”.

Para él, la moda entendida como un conjunto de tendencias pasajeras, es una forma de fealdad insoportable y una herramienta de borrado de la singularidad estética.

Según él, la vestimenta de la época tenía que deshacerse, de una vez por todas, de elementos de tortura como corsés, poliones y crinolinas; estos últimos entendidos como armazones de faldas.

En sus escritos los diseños de influyentes modistos parisinos como Charles Frederick Worth, considerado el padre de la alta costura, son descritos como un ejercicio de egocentrismo que, lejos de respetar la forma de la mujer, se vuelven estructuras limitantes que impiden la libertad, el movimiento y la expresión de la belleza orgánica, reduciendo así a la persona a un mero objeto decorativo.

Wilde refiere: “lo que quiero decir cuando me refiero a un vestido bien hecho, es un vestido sencillo, que cuelga de los hombros, que toma su forma de la figura femenina, y sus pliegues de los movimientos de la dama que lo lleva”.

En la época en la que vivió Oscar Wilde estaba llegando a su apogeo el sistema machista de sometimiento de la figura femenina a través del corsé y otros

---

artilugios capaces de modificar la silueta y de condenar a las mujeres a la inactividad, a la pasividad y a un papel decorativo.

Él, al igual que otros contemporáneos, lo percibió, lo denunció y lo ridiculizó, contribuyendo a que todos estos planteamientos acabaran desembocando, al comenzar el siglo XX, en la liberación de la silueta femenina a través de los plisados, los drapeados y las prendas más ligeras.

Wilde era un hombre que quiso convertir su vida pública, su apariencia, y su discurso en una obra de arte. Fue una celebridad, un autor teatral enormemente popular, un novelista respetado y, en lo estético, un abanderado de la extravagancia y la rareza.

Fue un dandi, porque no quiso poner barreras entre su persona y su imagen. Cultivaba la genialidad y una cierta aristocracia intelectual, que se plasmaba paradójicamente en una imagen personal chocante.

Le gustaban las prendas pasadas de moda o directamente teatrales, se vestía como un cortesano del siglo XVIII, adoraba los colores desconcertantes como el verde esmeralda, el mostaza, o el púrpura, las joyas raras, y todo lo que pareciera excepcional o fuera de lo común.

A lo largo de la historia existieron diferentes pujas entre el movimiento feminista y el sistema de la moda que entiende a la vestimenta como un lenguaje que abarca desde la colorimetría y las estampas, hasta la morfología, pasando por las características del textil.

El reto siempre fue lograr que el indumento se constituya como un aliado y socio del discurso feminista que aboga por la igualdad entre hombres y mujeres y, por sobre todo, que las mujeres comprendan que no es una condición

imprescindible masculinizarse para lograr el éxito, mostrar fortaleza o que sus ideas sean escuchadas.

El feminismo teórico o cronológico describe cuatro olas feministas. La primera ola comienza a mediados del siglo XVIII, con el nacimiento del feminismo moderno durante la ilustración. La segunda ola, en cambio, comprende mediados del siglo XIX hasta principios del XX, quedando truncada por la Segunda Guerra Mundial.

La tercera ola, por su parte, va desde 1960 a 1990, aunque hay corrientes, como la anglosajona, que afirman que se extiende hasta la actualidad. La cuarta ola, finalmente, se encuentra desarrollándose en la actualidad gracias al cambio de paradigma propiciado por las manifestaciones masivas que se dan en todo el mundo el 8 de Marzo, los movimientos Me too o #No es No, y la incorporación a la lucha de muchos hombres que hoy comparten actos y manifestaciones de igual a igual.

A continuación analizaremos algunos de los cambios a nivel indumentario que se gestaron en ellas.

La búsqueda de libertad fue el principal motor que motivó durante siglos que la eliminación del uso del corsé fuese uno de los objetivos de la reforma feminista en virtud que la moda era considerada sintomática del confinamiento social y físico de las mujeres.

El corsé, sobre todo durante el siglo XIX y principios del XX, era una prenda que conspiraba contra las leyes de la naturaleza, inhibía el movimiento activo, reprimía la sexualidad y afectaba la fertilidad.

Por ende puede considerarse como una afirmación de la belleza femenina, pero también como una negación de su sexualidad. Gwen Raverat, la nieta de

---

Charles Darwin describe en sus memorias algunas experiencias personales en relación a su uso: “aunque sabíamos que no serviría de casi nada, el adversario nos superaba en número y en táctica por todos los flancos, insistíamos en rebelarnos contra el corsé. Margaret dice que la primera vez que le pusieron uno, alrededor de los trece años, corrió por toda su habitación de niña dando alaridos de furia. Yo no hice eso. Simplemente me alejé, me lo quité y soporté impertérrita el consecuente escándalo cuando se descubrió la debilidad de mi complexión. Me encorsetaron de nuevo a la fuerza, y tan pronto como pude, me alejé y me lo quité otra vez. Yo no tenía buen porte y sentía que el corsé era un instrumento de tortura, me impedía respirar y me cavaba hoyos profundos en las partes blandas por todos lados”.

Las feministas de la primera ola lucharon porque sus cuerpos pudiera disfrutar un poco de la comodidad de la cual gozaban los hombres; por tener la libertad de elegir vendarse los pechos con pañuelos, utilizados en forma de rudimentarios corpiños; por hacerles entender a los médicos que el corsé, además, las estaba matando, y por sumar la influencia del arte para empezar a crear una moda nueva que no se rigiera por ese cruel sistema binario.

Durante la Belle Époque las mujeres de la segunda ola buscaron su emancipación a través de la educación y el compromiso social. El grupo denominado las sufragistas, reivindicaba la plena igualdad jurídica y luchaba por el voto femenino, transformando su vestimenta en una herramienta política.

G.W.M eran las siglas del slogan utilizado por las sufragistas inglesas de principios de siglo XX, que significaba Give Women Votes, o en español, denles el voto a las mujeres, pero también eran las iniciales de los colores que utilizaban para representar su misión: el verde o green que simbolizaba la esperanza; el blanco o white que se relacionaba con la pureza, entendida como veracidad absoluta de su lucha; y el violeta o violet, que hacía referencia a la libertad y la dignidad.

Estas mujeres se vestían con los modernos trajes sastre que comenzaban a imponer las teorías higienistas, pero bajo ningún concepto se disfrazaban de hombres, o exageraban sus atuendos.

Muchas de ellas usaban algún detalle con los colores mencionados, o un pequeño broche con los tres colores verde, blanco y violeta para poder reconocerse rápidamente entre camaradas, cuando transitaban por la calle por ejemplo.

Una de sus principales activistas, Emmeline Pankhurst decía que “el violeta, color de los soberanos, simboliza la sangre real que corre por las venas de cada luchadora por el derecho al voto, representando su conciencia de la libertad y la dignidad; el blanco alude a la honradez en la vida privada y en la vida política.; y el verde encarna la esperanza de un nuevo comienzo”.

A raíz de esta declaración política de Pankhurst es posible visualizar el poder del indumento, unido al uso del color como instrumento comunicador de una ideología.

El movimiento feminista de la segunda ola comenzó a gestarse en la década de los sesenta del siglo XX, como una reacción a la abrumadora vuelta de ese sistema binario que nuevamente comenzó a fijar roles sociales y códigos vestimentarios rígidos e inamovibles, tanto para los hombres como para las mujeres.

En un contexto de posguerra, en el cual había que repoblar y reorganizar el caos social, político y económico que había desatado la Segunda Guerra Mundial, se entiende que la sociedad, bajo el dominio del modelo norteamericano de familia feliz, haya acatado con sumo placer esta vuelta a usos, costumbres, protocolos y valores tan del siglo pasado.

Pero teniendo en cuenta todas las luchas ganadas y los avances conseguidos antes de la Primera Guerra, y antes de que comience la Segunda también, era lógico que un nuevo cambio no tardara mucho en manifestarse.

Por aquellos años, una de las tantas voces que se alzó contra esa especie de victorianización de los años cincuenta fue la de la escritora y filósofa francesa Simone de Beauvoir, quien en 1949 publicó el libro titulado *El segundo sexo*.

En él, entre otros temas, se refiere al reto político del pantalón diciendo que: “no hay nada tan poco natural como vestirse de mujer, sin duda, la ropa masculina también es artificio, pero es más cómoda y simple, está hecha para favorecer la acción en lugar de entorpecerla. Muy sabiamente en el siglo XIX George Sand e Isabelle Eberhardt llevaron trajes de hombre”.

Durante varias décadas del siglo XX las feministas decidieron masculinizar su vestimenta para luchar contra los mandatos de la moda, para alcanzar el éxito en el ámbito profesional, y para lograr que sus ideas políticas fuesen escuchadas, a pesar de estar inmersas en una sociedad patriarcal.

Por esto, el uso del pantalón fue mucho más allá de una cuestión simplemente práctica. La apropiación de esta prenda que simboliza el universo masculino, incluyendo sus poderes y sus libertades, fue un triunfo gestado entre la segunda y la tercera ola feminista.

En la actualidad, momento en el cual estamos transitando la cuarta ola feminista, se está dejando atrás el concepto de masculinización. Hoy, las nuevas ramas del feminismo apuestan por la diversidad, y reivindican al sistema de la moda como una forma de empoderamiento, un área de creatividad y expresión para la mujer.

Para ellas, la vestimenta, antes que una entidad funcional, es un medio de comunicación, y por lo tanto, un medio para expresarse. Las feministas de la cuarta ola, a pesar de pertenecer a un colectivo, eligen ataviarse siguiendo un estilo propio y mostrando su identidad individual.

En este nuevo contexto donde la moda se vuelve a filtrar adquiriendo un rol lúdico, dando lugar a la creatividad para diseñar diversos hábitos y estilos vestimentarios.

Si bien la moda siempre ha sido dictatorial, en la actualidad se ha convertido en una herramienta de lucha que permite vestir aquello que se piensa, traduciéndose en un signo de identidad y empoderamiento. En el siglo XXI, la moda, como nunca antes, se ha convertido en un símbolo de protesta, debido al protagonismo que ha adquirido tanto el activismo presencial, como el que se desarrolla en internet.

El nuevo feminismo utiliza a la vestimenta como herramienta identitaria, transformándola en un elemento clave para plasmar un discurso igualitario entre hombres y mujeres.

Las nuevas generaciones reconocen que en una sociedad del espectáculo atravesada por la tecnología, donde las redes sociales son la ventana para visibilizar la identidad y desnudar la ideología, el indumento, o el accesorio, adquieren mayor visibilidad que una pancarta.

### **Modos de vestir e identidad de género**

La identidad de género es la percepción subjetiva que toda persona tiene respecto a su propio género, y que puede coincidir o no con sus características sexuales biológicas innatas.

Hay un acuerdo entre los profesionales respecto de que la mencionada identidad se construye en la infancia temprana, gracias a la influencia de la familia, y el contexto social y cultural.

A partir de esta afirmación podemos entender cuán difícil era, en el siglo XIX por ejemplo, lograr pensarse de otra manera que no fuera bajo las reglas del rígido sistema binario.

En la actualidad, gracias a los numerosos cambios de paradigma motorizados por las luchas por la aceptación de la diversidad de género, podemos reconocer una multiplicidad de identidades y de expresiones en relación a los mismos. De hecho hoy ya no podemos reducir a las identidades de género a la famosa sigla LGBTQ, que comprende lesbianas, gays, bisexuales, transexuales y queers.

Hoy debemos sumar otra serie de expresiones, que se van multiplicando día a día. Nombraremos algunas de ellas.

Una identidad es la llamada agénero, y comprende a personas que se consideran carentes de una identidad de género ya que no se identifican ni como hombre ni como mujer.

Otro tipo es el andrógino o no binario, que agrupa a las personas en las cuales se da una combinación de rasgos ambiguos, y comportamientos tanto masculinos como femeninos.

Las personas que se identifican como cisgénero, en cambio, son personas cuya identidad de género y sexo biológico coinciden, independientemente de su preferencia sexual.

Las personas transgénero, por otro lado, son aquellas cuya identidad de género y sexo biológico no coinciden, independientemente de su preferencia sexual.

El binarismo, por su parte, se usa para nombrar a la concepción de muchas personas que creen que existen únicamente dos opciones de género, masculino y femenino, que pueden relacionarse entre sí, manteniendo siempre a rajatabla sus roles sociales asignados.

Las personas que se identifican con el género fluido, por otra parte, son personas que cambian su expresión de género entre el masculino y el femenino, o se ubican entre ambos.

La identidad intersexual, en cambio, identifica a las personas que se caracterizan por una ambigüedad genital, puesto que al nacer cuentan con ambos aparatos reproductores.

Finalmente, la identidad pansexual identifica a personas que definen su atracción hacia otras, independientemente de su género o sexo, y solamente dependiendo de su subjetividad.

La lucha contra la heteronormatividad, que combate la concepción de que lo primero que se piense cuando se imagina el amor, el deseo y el sexo es a una mujer cis con un varón cis, ambos de la misma raza y condición social en la medida de lo posible, ha visibilizado a las identidades no hegemónicas.

Esto además puso en crisis los paradigmas biologicistas, e impulsó un cambio cultural que finalmente también está teniendo su lugar en la moda, gracias a la incorporación de nuevos códigos vestimentarios.

No siempre que se piensa en la moda no binaria, suele tomarse a lo unisex como un antecedente, es decir, como un paso previo a lo que hoy se podría denominar como moda sin género.

Muchas personas piensan que el término unisex es sinónimo de moda no binaria, pero la realidad es que lo unisex continúa generando esa sensación de universalidad de lo masculino sobre lo femenino.

### **De lo unisex a lo *genderless* y lo *genderful***

La palabra unisex comenzó a usarse en el mundo de la moda en la década de 1970 para referirse a un tipo de vestimenta muy ligada a los movimientos hippies, que tímidamente unificaba la apariencia de ambos sexos, en un intento por potenciar la igualdad.

Desde entonces, la moda unisex ha evolucionado en dos direcciones muy distintas, a lo *genderless* y lo *genderful* que, sin embargo, comparten un mismo objetivo: la libertad de cada persona de poder experimentar y expresar su propia identidad, a través de la ropa que consume y luce, independientemente de su género.

Por mucho tiempo hemos naturalizado que lo masculino englobe a todo lo demás, a través de la aceptación de hombres vestidos de hombres, y mujeres vestidas de hombres. Hoy, lo disruptivo pasa por tratar de invisibilizar esa división y disiparla.

La moda *genderless*, al crear patrones de formas simples y minimalistas que restan importancia a las formas naturales del cuerpo y a los estereotipos, busca derribar las etiquetas, asegurando que una moda más neutra ayuda a resaltar la personalidad de quien la lleva.

Su idea es potenciar la identidad de cada persona de acuerdo a los valores que la definen, en lugar de los estereotipos de género u otras categorizaciones sociales. En el mundo de lo *genderless*, las prendas son visualizadas, pensadas,

diseñadas y consumidas, de un modo completamente independiente de la tradicional división binaria y sus construcciones de género.

Contrariamente, lo *genderful* se sustenta en la idea de que eliminar el género es un error, por lo que cambia el sufijo *less*, que en inglés significa sin o carente de, por el sufijo *ful*, que denota abundancia de algo, en este caso, de variantes vestimentarias.

El estilo *genderful* defiende la búsqueda de la personalidad a partir de códigos de vestir ajenos a lo que debería ser la identidad sexual. De allí que, estéticamente, el movimiento se caracteriza por resaltar enfáticamente los estereotipos de género y aplicarlos al género contrario, creando un contraste.

Mientras lo *genderless* busca borrar las fronteras entre los géneros, lo *genderful* plantea la apropiación de prendas que históricamente se asociaron a uno de los géneros, por el otro, dejando en claro, por ejemplo, que no hay nada de particular en el hecho de que un hombre use faldas.

Podemos concluir entonces que, a tono con los cambios sociales que se vienen dando en relación a la igualdad entre los géneros, los códigos vestimentarios y la moda están respondiendo con una nueva estética, que va mucho más allá de travestir a los hombres o masculinizar a las mujeres.

Hoy hay un futuro que desembarcó en el presente, y que se hace llamar de muchas maneras; como “moda sin género”, “moda no binaria”, “moda *genderless*”, “moda *a-gender*”, “moda neutra”, “moda *genderful*”, entre muchas otras.

Este nuevo aire de época nos presenta un desafío, que es el de identificar el punto en donde los géneros confluyen, y lograr así fomentar un espacio estético en donde cada cual puede sentirse libre, independientemente de esas etiquetas

---

que nos dividieron y nos llenaron de prejuicios que lamentablemente aún existen.

Indudablemente, las generaciones más jóvenes son las protagonistas de estas transformaciones. En la actualidad entre los adolescentes es notoria la opción por lo no binario, tanto en términos estéticos, como sexuales, lo cual determina un desafío para la industria de la moda.

Como ya mencionamos en un módulo previo, es cada vez más común ver en las alfombras rojas expresiones a-gender de parte de artistas reconocidos que se identifican como no binarios como Harry Styles, Billy Porter, Sam Smith, Elliot Page, Demi Lovato, entre otros.

Esto también está representando un desafío para las marcas de lujo que usualmente visten a las celebridades tanto en eventos como en presentaciones que están relacionadas directamente con su actividad laboral.

A continuación, y para cerrar este módulo, mencionaremos a diseñadores y marcas que ya están transitando estos nuevos caminos, y que están trayendo un poco de aire fresco al reiterativo y estancado mundo de las tendencias.

A nivel diseño, el estilo sin género actual es deudor de la llamada avanzada japonesa; esa cultura milenaria que se atrevió al genderless tempranamente, al ponderar la funcionalidad de la indumentaria, y romper con los lineamientos tradicionales de las telas sobre el cuerpo, tanto para hombres como para mujeres.

La moda japonesa no trabaja sobre estructuras ni sobre morfologías tradicionales, y por eso siempre fue genderless.

Sumando las principales características de su vestimenta milenaria a los lineamientos de diseño actuales, esa vanguardia japonesa, encabezada por Rei Kawakubo, Issey Miyake, Kansai Yamamoto y Yohji Yamamoto, arribó a París hace más de cinco décadas, deconstruyendo la llamada moda occidental, y transgrediendo las cuestiones de género, con prendas caracterizadas por un cruce entre lo formal y lo casual.

En el marco de esta oleada, Comme Des Garçons, de la mano de su creadora Rei Kawakubo, fue, y es, una firma internacional que representa a la perfección el movimiento genderless. La diseñadora lanzó la marca en 1969, con el fin de romper con los cánones de género, belleza, costura y composición en la industria de la moda.

En sus colecciones es claramente reconocible una línea no binaria combinada con un estilo vanguardista y abstracto, que interpela permanentemente las normas preestablecidas, destruyendo los códigos sexistas y proponiendo prendas que pueden ser usadas por cualquier persona.

La exploración de contrastes estéticos y la rebelión ante las tendencias de moda son las bases de esta marca que ya tiene 50 años, y que en 1981 se presentó por primera vez en París, logrando incorporarse al mercado europeo y global.

Kansai Yamamoto con su marca homónima fue el primero en llegar a las pasarelas londinenses, logrando un gran reconocimiento internacional. En los años 1970, alcanzó la fama al confeccionar, además, vestuarios de gran impacto visual para el cantante David Bowie.

Sus creaciones desafiaron todas las barreras de género y se impusieron en el mundo de la moda, gracias a un estilo ecléctico, colores brillantes y siluetas exageradas que lo posicionaron como referente directo del glam rock.

Yamamoto está considerado como el estandarte del diseño minimalista japonés. Más cercano a lo genderful, el otro Yamamoto, Yohji, es un diseñador que siempre se ha caracterizado por su aversión a las marcas sexualizadas de la moda occidental femenina, por lo que ha vestido a las mujeres inspirándose en la ropa de los hombres, y en el cross-dressing o juego de roles que proviene de algunas tradiciones japonesas.

Sus diseños deconstruidos han sido confeccionados predominantemente en color negro y, a partir de los años ochenta, en siluetas oversized, es decir, en un mayor tamaño que el normal.

Nacido en Hiroshima y sobreviviente a la bomba atómica de 1945, Issey Miyake, se caracterizó por ser portador de una creatividad indomable y un estilo de vida único. Es considerado uno de los diseñadores que más ha experimentado en el mundo de la moda, creando textiles, prendas e innovaciones tecnológicas que lograron inspirar a las futuras generaciones.

Luego de estudiar en París, en los años setenta regresó a Japón para comenzar a crear diseños experimentales y versátiles, en los cuales el uso era definido en última instancia por el propio usuario. Sus diseños rompieron con las siluetas convencionales, ya que su enfoque creativo siempre estuvo centralizado en la relación entre el cuerpo humano y los textiles, por lo que evadieron las líneas tradicionales de la moldería occidental.

En la actualidad, novedosas propuestas de diseño se fueron sumando al movimiento de la moda sin género a nivel global, e incluyendo tanto a diseñadores independientes como a grandes marcas y tiendas departamentales.

Si de marcas de lujo se trata, podemos tomar como ejemplo a diseñadores como Alessandro Michele, para Gucci; Jonathan Anderson, para Loewe; Kim Jones, para Dior; y Nicolas Ghesquière, para Louis Vuitton.

Es muy interesante la propuesta de Alejandro Gómez Palomo para su marca masculina Palomo Spain, que posee estilo *genderful* muy marcado a partir de prendas disruptivas, que van más allá de los roles de géneros, al incorporar notorios conceptos femeninos, tanto en las tipologías, como en los textiles.

Por su parte, el diseñador catalán Xavi Reyes se ha destacado por sus colecciones de estilo genderless urbano, dejando en claro que algunas prendas pueden estar pensadas para cada sexo, pero el hombre no necesariamente tiene que ser tradicionalmente masculino, ni tampoco la mujer. Sus diseños agénero se basan en lineamientos minimalistas estructurados, monocromáticos y, en general, de tonos neutros.

En cuanto a las grandes tiendas, existe un acuerdo generalizado en reconocer que los almacenes de lujo británicos Selfridges fueron los primeros en incorporar moda sin género, con una experiencia pop-up, es decir, una tienda en la cual el espacio deja de ser fijo para convertirse en itinerante y temporal, ofreciendo, casi siempre, una experiencia irrepetible.

Dicha experiencia se llamaba Agender, y se sumaba a campañas gráficas en las cuales la neutralidad de las prendas era la protagonista. En este lugar emblemático de las compras londinenses se pudieron comprar prendas de Ann Demeulemeester, Meadham Kirchoff y Gareth Pugh, dando cuenta de un verdadero cambio revolucionario en su propuesta comercial.

En las revistas de moda la inusual movida fue anunciada de la siguiente manera: “olvídense de todo lo que haya visto en Selfridges porque incluso los maniqués

---

en nuestras vidrieras se actualizarán con el estilo de moda neutral, por lo que obtendrá un adelanto de este concepto revolucionario incluso desde el otro lado de la calle”.

Con esta campaña publicitaria titulada Agender, Selfridges quería dejar en claro que algo grande estaba pasando, y que no era simplemente la respuesta a una tendencia, sino que consistía en un cambio de paradigma que el mundo estaba presenciando.

Un año después de esta movida, la reconocida tienda Zara lanzó una colección cápsula a la que tituló Ungendered. Esta línea de indumentaria que carecía de género, y que en muchas publicidades se anunció, como estrategia comunicativa, como el género zero de Zara, tuvo un gran impacto y situó al conglomerado textil Inditex, como pionera en instalar el tema de lo no binario entre las empresas de moda.

Lamentablemente, los diseños de la colección se basaron en ropa sport básica, del tipo deportivo urbano, que hoy en día usamos todos. Es más, podríamos afirmar que esta línea se amoldaba a ropa correspondiente al género masculino, y no a la inversa, por lo que sus diseños quedaban encorsetados en lo unisex, sin enfatizar la libertad de opción en la moda que demandan las nuevas diversidades sexogenéricas.

La propuesta de Zara quedó a medio camino, sin poder dar respuesta a otras identidades de género, pero en sintonía con este primer intento en Madrid se sumó 44 Store, un espacio pensado para quienes buscaban prendas sin pararse a pensar si eran de hombre o de mujer.

En sus percheros se podían encontrar piezas de diseño que visibilizaban las diversidades sexogenéricas y a la vez demostraban cómo había comenzado a mutar radicalmente la idea de masculinidad. En las vidrieras de esta gran tienda

se destacaban prendas de diseñadores de renombre del género neutro como Rick Owens, David Delfin, Jaime Mesa, Franx de Cristal, Joe Chia, KTZ y Xavi Garcia.