

Los pantalones y la metodología de investigación para el diseño opresivo

Cómo citar este artículo: Bartal, O. (2023). Los pantalones y la metodología de investigación para el diseño opresivo. *Diseña*, (22), Article.5. <https://doi.org/10.7764/disena.22.Article.5>

DISEÑA | 22

Enero 2023

ISSN 0718-8447 (impreso)

2452-4298 (electrónico)

COPYRIGHT: CC BY-SA 4.0 CL

Artículo de investigación original

Recepción

03 marzo 2022

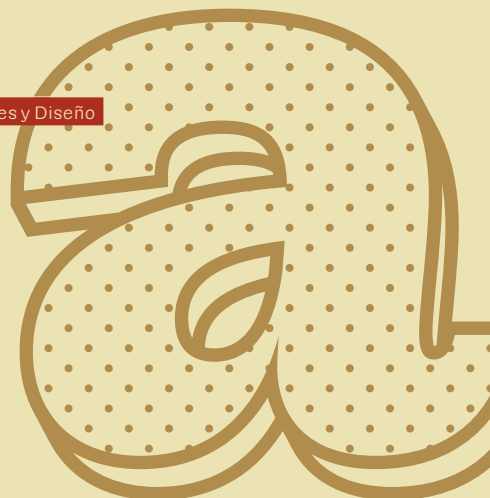
Aceptación

09 diciembre 2022

[Original English Version here](#)

Ory Bartal

Academia Bezalel de Artes y Diseño



Dado que la vestimenta representa valores sociales, políticos y performativos relacionados con el género, no es de extrañar que también sirva como objeto de diseño opresivo. Los pantalones, prohibidos como prenda de moda cotidiana para las mujeres de Occidente hasta la segunda mitad del siglo xx, fueron uno de los símbolos más significativos de las relaciones de poder entre géneros. Este artículo presenta la historia de los pantalones a través de una nueva metodología de investigación para estudiar el diseño opresivo. Esta metodología se basa en el enfoque de investigación genealógica de Michel Foucault y en las ideas de Bruno Latour sobre la agencia social de los objetos. Así como Foucault reveló la historia de las normas, las ideas, los discursos y los valores, entidades abstractas pero poderosas, esta metodología se centra en identificar el momento en que los objetos opresivos entraron por primera vez en el uso común cotidiano, constituyéndose en una nueva “verdad” natural y opresiva que configuró la visión de mundo de sus usuarios. Este enfoque se basa en el argumento de Latour de que los objetos sirven como dispositivos mediadores de valores y discursos entre individuos, así como en la idea de que la investigación genealógica relativa a su uso podría poner de manifiesto su función sociohistórica y su poderosa implicación en la configuración y vigilancia de las relaciones de poder a lo largo del tiempo

Palabras clave

 Pantalones

 Investigación genealógica

 Teoría del actor-red

 Michel Foucault


 Bruno Latour

Ory Bartal—Ph.D., Universidad de Tel Aviv. Tras licenciarse en Estudios Japoneses y Relaciones Internacionales por la Universidad Hebrea, obtuvo un M.B.A. por la Universidad Aoyama Gakuin y un M.Des. en Diseño Industrial por la Academia Bezalel de Artes y Diseño. Es profesor y director del Departamento de Cultura Visual y Material de la Academia Bezalel de Artes y Diseño. Como investigador de la cultura visual y material, se centra en la cultura visual y el diseño japonés contemporáneo, incluidos el diseño industrial y de moda, así como el manga y la comunicación visual. Es autor de *Postmodern Advertising in Japan: Seduction, Persuasion and the Tokyo Art Directors Club* (Dartmouth College Press, 2015), *Critical Design in Japan: Material Culture, Luxury and the Avant-Garde* (Manchester U. Press, 2020). Entre sus artículos recientemente publicados se cuentan “What does Design Want? On the Social Role of Design and the Social Position of Critical Design” (*Bezalel - Journal of Visual and Material Culture*, vol. 6) y “The 1968 Social Uprising and Advertising Design in Japan: The Work of Ishioka Eiko and Suzuki Hachirō” (*Review of Japanese Culture and Society*, vol. xxviii).



Los pantalones y la metodología de investigación para el diseño opresivo

Ory Bartal

Academia Bezalel de Artes y Diseño
Departamento de Cultura Visual y Material
Jerusalén, Israel
orybartal@bezalel.ac.il
 <https://orcid.org/0000-0002-9310-433X>

1 El hecho de que esta ley no se aboliera hasta 2013 no debiese sorprender. En Estados Unidos, las senadoras no podían usar pantalones en el Senado hasta 1993, y British Airways comenzó a permitir el uso de pantalones a su personal femenino en 2016. Incluso hoy, una determinada forma de vestir puede utilizarse como mecanismo de control social. En 2010, Francia prohibió usar la cara completamente cubierta, controlando así activamente a las mujeres musulmanas, ya que el velo limita y a la vez permite la movilidad en los espacios urbanos. Las protestas de 2022 en Irán también han suscitado debates sobre el control estatal del cuerpo de las mujeres y cómo deben vestir.

2 La ley se aplicó por última vez en los años veinte, cuando Violette Morris fue excluida del equipo francés en los Juegos Olímpicos de 1928, llevados a cabo en Ámsterdam (aunque había ganado dos medallas de oro y una de plata en los Juegos Mundiales Femeninos de 1921 y 1922, organizados por Alice Milliat). La *Fédération Sportive Féminine Internationale* no le renovó la licencia por insistir en usar pantalones.

3 Butler sostiene que el género no existe en sí mismo como algo natural objetivo. El género, según Butler, no está en absoluto vinculado a hechos corporales materiales y biológicos, sino que es única y completamente una construcción social, una ficción que está, por lo tanto, abierta al cambio y la disputa (Wissinger, 2015).

El derecho a usar pantalones fue oficialmente concedido a las mujeres de París en 2013. Durante 213 años, desde el 7 de noviembre de 1800, había sido técnicamente ilegal que una mujer usara pantalones en la ciudad sin un permiso de la policía.¹ Aunque esta ordenanza no fue aplicada durante muchos años, siguió figurando en los estatutos y permanecía en vigor.² Si bien la Revolución Francesa llamaba a la “libertad de vestimenta”, pretendiendo con ello borrar los signos de rango, estatus y sexo, así como las trabas legales del Antiguo Régimen, los revolucionarios mantuvieron e incluso acentuaron la diferenciación de género. De hecho, este momento histórico marcó una profunda transformación, que John Carl Flügel denominó “la gran renuncia masculina”, ya que «los hombres renunciaron a su derecho a todas las formas más brillantes, alegres, elaboradas y variadas de ornamentación, dejándolas enteramente al uso de las mujeres. (...) El hombre abandonó su pretensión de ser considerado bello» (Flügel, 1969, p. 111).

La moda se feminizó aún más en el siglo XIX, cuando la expresión de las diferencias sexuales a través de la vestimenta era más importante que la del orden social (Steele, 1989). Uno de los mejores ejemplos de esta nueva política de género, como explicaré más adelante, es la transformación de los pantalones masculinos. Tras la Revolución, estos comenzaron a caracterizarse por colores sombríos y diferentes longitudes que expresaban las diferencias de clase; para las mujeres, estaba absolutamente prohibido usarlos, lo que los convirtió en el símbolo definitivo de la lucha de las mujeres por la libertad y la igualdad de derechos (Perrot, 1994, p. 31).

Como sabemos, la moda expresa identidad, estatus social, subjetividad, individualidad, género y políticas corporales. En su artículo “Cloth and the Organization of Human Experience”, Schneider y Weiner señalan que las telas son un «objeto crítico en el intercambio social, una objetivación de la intención ritual y un instrumento de poder político» (1986, p. 178). Dado que la prohibición de usar pantalones creaba relaciones de poder entre los géneros, es importante relacionarlas con la forma en que Butler teoriza el género.³ Para Butler, el cuerpo en sí no es algo que ocurra naturalmente, sino que se fabrica a través de interacciones constreñidas por la práctica social y las estructuras de poder existentes (Butler, 1990, como se

citó en Wissinger, 2015, p. 286). Su trabajo trasladó el enfoque del análisis de la moda, desplazándolo desde el papel sociológico de la vestimenta en la creación, significación y control de las identidades hacia su rol en el diseño del cuerpo mismo (Wissinger, 2015, p. 286). Con esto, Butler introdujo la moda en las conversaciones sobre los cuerpos, mostrándola como una forma de discurso: el cuerpo vestido es un enunciado que refleja las relaciones existentes de poder. Siguiendo su trabajo, Shahnaz Suterwalla mostró cómo las mujeres utilizan la moda como herramienta en la lucha feminista:

La indumentaria contracultural que utiliza el cuerpo como lugar crítico de resistencia desde los sesenta ha reformulado lo personal y lo político, y también lo personal como político. En particular, es a través del estilo como antimoda, como un reproche al sistema de la moda, que se pone de manifiesto el funcionamiento productivo del vestido a la hora de crear diferencias. La vestimenta oposicional ha desafiado las jerarquías de poder para exponer asuntos de clase, raza y género, así como de la propia historia (2012, p. 267).

La vestimenta representa valores sociales, políticos y performativos relativos al género (Braizaz, 2019, pp. 60-62; Crane, 2000, pp. 16-19). Sin embargo, al igual que las normas, los discursos y los valores, que son entidades invisibles difíciles de percibir, el importante poder social de los objetos cotidianos (como es el caso de los pantalones) se deriva principalmente de nuestra falta de atención a su poder, invisible pero implícito, como agentes sociales influyentes. De ahí que el objetivo de este artículo sea proponer una metodología de investigación que revele los orígenes de los artefactos cotidianos y las normas y valores que se inscribieron en ellos al momento de su creación. Esto nos permite identificar sus agencias sociales y su poderoso impacto en la construcción de las relaciones contemporáneas de poder. A modo de caso de estudio, este artículo mostrará cómo fue que los pantalones se convirtieron en un objeto opresivo en las sociedades occidentales, configurando el discurso político, las normas y las relaciones de poder entre hombres y mujeres.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO OPRESIVO

Marco teórico

Para dilucidar la dimensión política de los objetos de diseño, me gustaría proponer un marco metodológico que se basa en la teoría del actor-red (ANT), formulada por el sociólogo Bruno Latour. Esta teoría considera que los objetos son epistémicamente iguales a los sujetos humanos. Latour explica lo siguiente:

El doble error de los materialistas y los sociólogos es partir de la esencia, la de los sujetos o la de los objetos. Ese punto de partida imposibilita que midamos el papel mediador de las técnicas. Ni el sujeto ni el objeto (como

tampoco sus objetivos) son fijos (...) La esencia es existencia y la existencia es acción (Latour, 2009, p. 159).

Dado que las estructuras materiales siempre han formado parte de la sociedad humana, la teoría del actor-red afirma que estas entidades no-humanas permiten gestionar el flujo social y añadir algo con relevancia sociológica a una cadena de acontecimientos. Así, el papel de estos objetos entra a las categorías sociológicas generales de *acción* y *agencia* (Latour, 2005, pp. 64-86). Además, la teoría del actor-red intenta pluralizar lo que significa hablar de agencia y, por tanto, no invoca únicamente la agencia causal: «pueden existir muchos matices metafísicos entre la causalidad plena y la pura in-existencia: las cosas pueden autorizar, dar lugar, solventar, fomentar, permitir, sugerir, influir, bloquear, hacer posible, prohibir, etc.» (Latour, 2004, p. 226). Como ejemplo, Latour presenta cómo nuestro colectivo ha externalizado algunos de sus principios reguladores, algunas de sus políticas y algunas de sus morales a las máquinas (como el cinturón de seguridad del automóvil), que nos obligan a actuar de acuerdo con una norma social o median una norma moral (Fallan, 2008, p. 92). Latour explica que los objetos tienen una agencia que ejerce una especie de presión sobre todas nuestras actividades, y que lo hacen de maneras de las que no somos conscientes. Argumenta que «cada artefacto tiene su guión, su *affordance*, su potencial para apoderarse de los transeúntes y obligarlos a desempeñar un papel en su historia» (Latour, 1994, p. 31).

Los no-humanos, por supuesto, no tienen agencia por *sí mismos*, ya que no son subjetivos: no ven, no piensan, no sienten y no tienen emociones. Sin embargo, los objetos median las normas y la información del mundo social y físico, así como acciones que los humanos tenemos en mente. Estas son traducidas en objetos por los diseñadores, quienes los crean y los imbuyen de un “programa de acción”, una agencia que los hace actuar en lugar de las personas y constituir el orden social. Así, según la teoría del actor-red de Latour, los no-humanos que tradicionalmente se pasaban por alto en los análisis sociológicos del mundo social —debido a la dicotomía sujeto-objeto que ha regido el pensamiento moderno— ocupan el lugar que les corresponde como actores mediadores de pleno derecho en asociaciones, relaciones y redes, y por tanto también en la política cotidiana.

Latour (1987) afirma que, para comprender la agencia de los objetos en la sociedad, debemos entender cómo estos evolucionan. Mientras los sociólogos creen que los objetos surgen de estructuras mentales y los científicos consideran que los objetos surgen de preocupaciones materialistas, Latour afirma que los objetos son, en realidad, el resultado final de un largo proceso de negociación entre el mundo material, las asociaciones que se dan a lo largo de la historia y las personas que atribuyen nombres, significados sociales y relaciones a las cosas. Así, afirma que la manera de identificar la lógica y la significación de un objeto no es estudiando

la relación entre las cosas, sino más bien estudiando el proceso de *devenir objeto* (Latour, 1987, p. 21).

El estudio de la agencia de un objeto a través del examen de su proceso de devenir también se basa en la combinación que elabora Michel Foucault entre la sociología y la historia de las ideas, combinación que presentó nuevas formas de concebir la investigación histórica. A Foucault no le interesaban los artefactos *per se* (salvo en su investigación sobre el Panóptico), sino que examinaba cómo se forman las normas, los valores y las ideas compartidas en la sociedad, constituyéndose como una “verdad” general. En otras palabras, estudió el proceso de *devenir norma*. Foucault, que se interesaba por los conceptos de poder y gobierno a lo largo de la historia, consideró que las normas se formaban en la interacción entre diversos mecanismos de conocimiento y poder, lo que lo llevó a examinar el comportamiento de los sujetos en relación con ellos (1988, p. 279). Fue la intersección de conocimiento y poder lo que hizo que estas normas se volvieran invisibles, al tiempo que producía un nuevo lenguaje, valores y racionalidades gubernamentales a través del empleo de un nuevo discurso social. Este nuevo discurso social fue convencionalmente aceptado por todos, constituyéndose como una “verdad” que se volvió opresiva difundiendo normas hegemónicas.

Con sus fundamentos en la integración de las ideas de Latour y de Foucault, esta metodología intenta determinar los momentos históricos en que el conocimiento y el poder se encuentran para crear objetos de diseño fundacionales —como los pantalones— en los que se inscribieron implícitamente nuevas ideologías y valores relativos a la política de género. Así, en paralelo al argumento de Foucault de que nuevas normas y valores crearon nuevos discursos que construyeron estructuras de poder, se puede observar cómo nuevos objetos inscritos con normas y valores se constituyeron en prácticas comunes, creando nuevos discursos y una nueva “verdad”. Al igual que las normas, la agencia de estos objetos reconfigura la identidad y el comportamiento de los usuarios. Estos objetos vigilan el comportamiento humano y a veces se vuelven opresivos (racistas, sexistas, capacitistas) al propagar normas hegemónicas. Por lo tanto, las “cosas opresivas” hacen, según Liao y Huebner, exactamente lo mismo que las normas: empeorar la vida de las personas material, social y psicológicamente oprimidas, cuando definen qué es “normal” y qué no lo es (2021, p. 97).

Esta metodología desafía ontológica y epistemológicamente la forma en que investigamos los objetos. Mientras la obra de Latour cuestiona ontológicamente la naturaleza de los objetos, la de Foucault cuestiona epistemológicamente la base de la manera moderna de conocer. Ambas teorías, aunque no hablan de la indumentaria, nos llevan a producir un nuevo tipo de conocimiento sobre la moda. Joanne Entwistle, por ejemplo, analiza la moda a través de la teoría del actor-red, presentándola como un complejo ensamblaje de una heterogénea gama de actores

—humanos y no-humanos— que interactúan para crear determinados tipos de bienes etiquetados como moda (2015, p. 275). El trabajo de Foucault también nos proporciona un marco crítico para analizar de qué manera la vestimenta está implicada en las relaciones de poder, ya que considera que el cuerpo es fundamental para el funcionamiento del poder (Tynan, 2015, pp. 184-185). Alexandra Warwick y Dani Cavallaro (1998), por ejemplo, utilizaron el marco de Foucault para discutir el control, la sujeción, la disciplina y la transgresión en relación con el cuerpo vestido. Joanne Entwistle ha demostrado cómo la práctica discursiva de un vestido hace que el cuerpo cobre sentido en una serie de contextos sociales e institucionales (2000, 2001).

La metodología en funcionamiento

Siguiendo la metodología de investigación genealógica de Foucault, que indaga en los mecanismos institucionales del poder, las personas y las normas que le dan forma, la metodología propuesta analiza el sistema no escrito de reglamentos que formaron parte de la producción de objetos que posteriormente organizaron y difundieron normas y valores (Krarup, 2021, pp. 3-5). Cuando se aplica a la historia de la moda, el investigador debe preguntarse dónde, por qué, por quién y para qué se crearon por primera vez esas prendas. ¿A quién servían? ¿Qué ideología contenían y propagaban? ¿De qué manera influyeron estas prendas en la construcción de relaciones de poder y en la creación de sistemas sociales significativos?

Esta metodología está relacionada con una localización geográfica, pero no con un periodo histórico, ya que Foucault no limitó su investigación a una época concreta, sino que buscó aquellos acontecimientos históricos fundacionales y destacados que configuraron nuevos discursos y las pautas de comportamiento de los regímenes de poder. Se refería a esto como 'historia efectiva', ya que presentaba la historia como una serie de desplazamientos arqueológicos, rupturas epistémicas y rupturas del conocimiento (Foucault, 1977, pp. 153-155).

Por tanto, para investigar el modo en que los pantalones configuran y vigilan las relaciones de poder en torno al género en Occidente, debemos remontarnos al periodo en que se inventaron y se generalizaron los pantalones (mediados del siglo XIV) y al lugar donde ello ocurrió (Europa Occidental). Además, como la moda es un sistema social, engloba, como señala Roland Barthes, tres niveles de representación: la *vestimenta real* (la ropa como artefacto material y tecnológico), la *vestimenta imagen* (la ropa como imagen) y la *vestimenta escrita* (la moda como discurso) (1990, pp. 3-5). Así pues, la metodología implica investigar:

- 1) *Vestimentas reales*, como las calzas del siglo XIV que pueden verse en los archivos de los museos de la moda de Francia e Italia.
- 2) La *vestimenta imagen*, como la que encontramos en los manuscritos iluminados de finales de la Edad Media, como *Très Riches Heures du Duc de Berry* (1410), o en frescos y retratos en los que se describe la moda. Estas imágenes crearon

íconos de la moda y difundieron nuevos conocimientos sobre los cambios en las tendencias, las prendas y los colores de moda, y las vestimentas que usaban las distintas clases sociales.

- 3) La *vestimenta escrita*, manifiesta en la prédica de los clérigos y las leyes suntuarias, así como a través de la difusión de libros de moral y etiqueta.

Esta investigación histórica se integra a la investigación sociológica actual sobre la historia del pantalón en los siglos XX y XXI.

EL ORIGEN DEL PANTALÓN EN EUROPA Y SUS RELACIONES SIMBÓLICAS DE PODER

La aparición de los pantalones coincidió con la domesticación de los caballos hacia el 3.500-3.000 a.C. (Mayor, 2016, p. 197). A partir de ese momento, se cargaron de significado simbólico, ya que su diseño se centraba en la actividad y la movilidad, en ampliar el radio de acción y aumentar la independencia. Sin embargo, mientras el diseño real de los pantalones se relacionaba con su función concreta, un análisis crítico —en el espíritu de la metodología propuesta— se centra en la configuración del discurso que dio forma a los pantalones como símbolo de poder, creando jerarquías de género. Dado que existen importantes diferencias transculturales en cuanto a la relación entre género y vestimenta, así como diferentes tipos de pantalones en distintas sociedades (como el *salvar* turco, el *shalwar* indio, el *ku* chino, el *hakama* japonés y el *garliik* inuit), este estudio se limita a Europa. Por lo tanto, nos remonta al nacimiento de la moda en Francia e Italia en el siglo XIV, que dio lugar a nuevas “verdades”, incluida una nueva forma visual de identidad de género y sus respectivas políticas de género.

Hasta el siglo XIV, la vestimenta no servía para proporcionar una identidad personal, sino que se utilizaba para identificar a las personas pertenecientes a los diferentes grupos y diferenciarlas en clases sociales (Riello, 2020, p. 12). Las diversas clases vestían diferentes tipos de ropa, pieles y joyas para representar su estatus, aunque todas las clases, incluidos hombres y mujeres, vestían las mismas *houppelande* o batas similares a las túnicas, cuyo corte holgado cubría todo el cuerpo y ocultaba sus curvas. Este atuendo básico se complementaba a veces con una túnica larga, colorida y sin mangas, con numerosos pliegues. Tanto los hombres como las mujeres usaban una túnica de este tipo, sin diferenciación significativa por sexos y sin cambiar el corte básico de esta indumentaria europea, que cubría todo el cuerpo. Aunque es evidente que se produjeron cambios en la indumentaria europea desde la desaparición del Imperio Romano, estos tuvieron que ver sobre todo con el tejido, más que con el corte.

En la época medieval, las diferencias de género casi no se expresaban en la vestimenta. Se hacían visibles sobre todo a través de los peinados (las mujeres a veces llevaban trenzas y cintas de colores) y los accesorios (por ejemplo,

los nobles llevaban armas y bolsas de dinero que colgaban de cinturones de cuero, mientras las mujeres de la nobleza llevaban sombreros) (Piponnier & Mane, 1997, pp. 77-78).

A principios del siglo XIV, sin embargo, nuevos cortes y estilos reconstruyeron tanto el cuerpo masculino como el femenino, al mismo tiempo que los diferenciaban. Las mujeres de la nobleza empezaron a usar vestidos más ceñidos, con la cintura acentuada y un escote profundo, y un abrigo sin mangas (Ribeiro, 1986, p. 43). A pesar de que los pechos quedaban expuestos por los escotes, las mujeres siguieron usando vestidos largos que ocultaban cuidadosamente sus piernas. A mediados del siglo XIV, la indumentaria de los nobles también experimentó un cambio significativo. Empezaron a usar una túnica corta y ajustada que dejaba la forma del cuerpo y la figura al descubierto, calzas ajustadas y chaquetas acolchadas, que se ceñían con un cinturón para formar un efecto plisado que cubría la zona genital (Ribeiro, 1986, pp. 44-46).

Esta moda se hizo más extrema a finales del siglo XIV, cuando las túnicas de los hombres se hicieron tan cortas que dejaban su zona genital al descubierto, y las calzas eran tan ajustadas que era casi imposible arrodillarse con ellas puestas (Ribeiro, 1986, p. 45) (Figura 1). Según el *Eulogium Historiarum* (1362), las

Figura 4: Hombres vestidos con túnica corta y calzas, principios del siglo XV. 'Dagobert visitant le chantier de la construction de Saint-Denis', de Robinet Testard. Manuscrito iluminado. *Les Grandes Chroniques de France*. Francia, Poitiers, Siglo XV. Bibliothèque nationale de France, Département des manuscrits Français 2609, Grandes Chroniques de France, folio 60 v°. RCB 10089.a. Fuente: <https://commons.wikimedia.org>



calzas se hacían a menudo con cada pierna de un color diferente, dando lugar a las llamadas *mi-parti* (Turner, 2019, p. 48). Por primera vez, los nobles europeos se atrevían a exponer sus cuerpos. Dado que el punto de referencia era la armadura militar que se rediseñó a principios del siglo XIV, las calzas, que tenían un nuevo énfasis en las piernas, presentaban a los hombres como un símbolo de poder (Boucher, 1987, pp. 194-198).

Así, durante el siglo XIV, cuando la vestimenta de los hombres y las mujeres de la nobleza se fue diferenciando cada vez más, la vestimenta pasó a actuar como una manera de separar y dar forma al género, a la “feminidad” y la “masculinidad”, por medio de materiales, colores y formas. Así, la performatividad del género a través de la vestimenta no se basaba en diferencias biológicas o fisiológicas entre hombres y mujeres, sino, como muestra Butler, en elementos sociales (Riello, 2020, pp. 53-57). Una vez iniciado este proceso de distinción de género o “gran diferenciación”, no hubo vuelta atrás.

Durante los siglos XV y XVI, estas dos formas binarias de interpretar el género continuaron divergiendo estéticamente, reforzando los estereotipos de género. Este proceso se acentuó ya a principios de la década de 1460, cuando se introdujo la bragueta como parte del pantalón. Esta actuaba como sustituto simbólico de un pene real (hecho de un haz de tela), proporcionando una prueba de masculinidad de la manera más descarada (Fisher, 2016, pp. 102-103) (Figura 2). Este nuevo “accesorio” contribuyó, por supuesto, a reforzar el poder simbólico de los pantalones.

El hecho de que las piernas se convirtieran en un símbolo del poder masculino (mientras se ocultaban las de las mujeres) queda demostrado por un retrato de 1701 que muestra a Luis XIV con sus ropas de coronación. Para subrayar el poder del rey, se le presenta con tacones altos, mostrando sus piernas, que representaban el cuerpo y el poder del Estado (Figura 3). Durante el siglo XVIII, los nobles fueron gradualmente descartando el calzón y las calzas de colores. Las piernas de los hombres de élite se resaltaban con calzas ceñidas y calzones ajustados a la piel de estricto color blanco, lo que las presentaba como un símbolo del poder que sostenía el orden social (Lemire, 2016, p. 6).

De este modo, retornar al nacimiento de la moda revela cómo los valores políticos se entretajeron en la vestimenta, convirtiéndose en una “verdad” nueva y natural que regimentaba las relaciones de poder entre hombres y mujeres. Estas relaciones de poder estaban determinadas por los hombres, ya que controlaban en gran medida los medios financieros y la legislación, lo que les permitía dictar las normas de la moda y sus múltiples significados. En concreto, existían leyes suntuarias que sometían el cuerpo humano a las prácticas y estrategias de control de las autoridades gobernantes, incluido el control de las mujeres por parte de los hombres. Las mujeres, por supuesto, nunca participaban en la creación de normativas, aunque les concernían principalmente a ellas.



Figura 2: Hombre con bragueta. Retrato de Pietro Maria Rossi - Conde de San Secondo, por Parmigianino, 1535-1538. Óleo sobre tabla, 133 x 98 cm. Museo Nacional del Prado, Madrid. Fuente: <https://en.wikipedia.org>



4 La primera mujer en usar pantalones fue Henriette d'Angerville al escalar el Mont Blanc en 1838 (Gorguet Ballesteros, 2017).

Figura 3: Piernas como símbolo de poder. Retrato de Luis XIV, de Hyacinthe Rigaud, posterior a 1704. Óleo sobre lienzo, 289,6 x 159,4 cm. The J. Paul Getty Museum. Donación de J. Paul Getty. Imagen digital cortesía del Programa de Contenido Abierto de Getty. Fuente: <https://www.getty.edu>

Desde el siglo XIV hasta el XIX, las mujeres no usaron pantalones. Los primeros pantalones femeninos que se pusieron de moda a mediados del siglo XIX fueron los bloomer, llamados así por la activista estadounidense por los derechos de la mujer Amelia Bloomer (aunque fueron creados por Elizabeth Smith Miller), los que resaltaban la libertad de movimiento (Reilly, 2021, p. 88).⁴ A partir de entonces, hubo pocos intentos de introducir pantalones femeninos. En 1911, el diseñador Paul Poiret se apropió de los pantalones que usaban las mujeres en los harenes turcos, haciendo referencia al bloomer. Durante la Primera Guerra Mundial, muchas mujeres que realizaban trabajos físicos empezaron a usar pantalones masculinos por primera vez.

En 1918, cuando la guerra tocaba a su fin, Levi's presentó una línea de prendas femeninas llamada "Freedom-Alls", prendas de una sola pieza consistentes en una túnica unida a pantalones globo. Las diseñadoras de moda Coco Chanel

y Madeleine Vionnet habían sugerido, desde 1920, pantalones suaves y holgados para la cena, pero pocas mujeres se atrevían a usarlos. Algunas estrellas de cine como Greta Garbo, Marlene Dietrich y Katharine Hepburn habían usado pantalones en sus películas, pero estaban protegidas por el glamur de Hollywood, y sus pantalones añadían un aura de misterio y exotismo (Arvanitidou & Gasouka, 2013, p. 113). Durante la Segunda Guerra Mundial, las mujeres volvieron a ser llamadas para ayudar en las fábricas y otros trabajos de gran intensidad. Las mujeres vestidas de vaqueros se convirtieron en un símbolo del esfuerzo bélico, ejemplificado por la imagen estadounidense de “Rosie the Riveter”. Sin embargo, a pesar de estos intentos por introducir los pantalones femeninos, las mujeres que los usaban en aquella época (excepto para actividades limitadas como el ciclismo y la equitación) eran percibidas como —y tachadas de— poco femeninas.

No fue hasta la turbulenta década de los sesenta que las feministas, que veían la moda como una trampa para las mujeres, rechazaron los vestidos femeninos tradicionales. En aquella época, Yves Saint Laurent creó uno de los artículos de moda más revolucionarios del siglo XX, “Le Smoking”, una interpretación más suave y holgada del traje sastre para mujer. Esta prenda causó sensación cuando la introdujo en la colección de 1967. Supuestamente manifestaba el poder de la mujer y su nuevo papel social. Sin embargo, estaba más relacionada con la alta costura que con una contribución seria a la liberación de la mujer. Era una apropiación de la performatividad social masculina, que corresponde a la “imitación de género” —en la terminología de Butler (1991, p. 22)— y por tanto no libera a las mujeres que lo usan, sino que las oprime, circunscribiéndolas a las categorías de género socialmente aceptadas. Al hacerlo, mantiene las relaciones tradicionales de poder. Sin embargo, esta pieza dio lugar a lo que más tarde, en los ochenta, sería conocido como “power dressing”, abriendo un nuevo espacio para la construcción de un nuevo tipo de sujeto femenino, como más tarde sería presentado por Hillary Clinton y Angela Merkel con sus trajes pantalón (Entwistle, 2020, p. 288).

Esta lucha feminista por la igualdad de derechos a través de los pantalones parece subrayar el argumento de Simmel de que la moda es una fuerza emancipadora (1957, p. 551). Sin embargo, aunque los pantalones se convirtieron en un símbolo de la igualdad de derechos, no liberaron a las mujeres. De hecho, ocurrió todo lo contrario. A finales del siglo XX, los pantalones de las mujeres se volvieron muy femeninos, diferenciándose en los cortes de los pantalones de los hombres. Algunos se volvieron muy ajustados, de una forma que recuerda al corsé, y causaron algunos problemas de salud como el síndrome “skinny jeans”. Estos nuevos pantalones volvieron a atrapar a las mujeres en la tradicional interpretación femenina del género que controla y moldea sus movimientos. En su artículo “Lumbar Thought”, Eco explica cómo los vaqueros ajustados no solo vigilan sus movimientos, sino que también le impiden pensar con claridad. Sostiene que las prendas femeninas

—tacones altos, fajas, sostenes, pantimedias, suéteres ajustados— están concebidas para imponer un comportamiento, y lo que es peor: «la sociedad ha impuesto armaduras a las mujeres, obligándolas a descuidar el ejercicio del pensamiento» (Eco, 1986, pp. 192-193).

Junto con los vaqueros ajustados, el diseño sexista sigue constituyendo una práctica opresiva. Los juguetes sexistas, por ejemplo, enseñan a los niños el significado social de ser niño o niña. Los objetos de consumo para adultos (como las maquinillas de afeitar, diferentes para hombres y mujeres) orientan la actuación de género de los adultos (donde los hombres son duros y las mujeres suaves), y refuerzan la jerarquía de género. Caroline Criado Perez ha demostrado cómo muchos objetos se diseñaron pensando en hombres, incluido el equipamiento de seguridad de los automóviles (como los maniqués de testeo de accidentes basados en el cuerpo masculino o los cinturones de seguridad, que no se diseñaron para acomodar los pechos femeninos), lo que hizo que fuera casi 45 por ciento más probable que las mujeres sufrieran lesiones graves, y 17 por ciento más probable que ellas murieran en accidentes de automóvil (2019, pp. 186-191). Estos ejemplos de diseño revelan cómo la política de género se entretrejió de forma invisible en diferentes productos —desde pantalones hasta cinturones de seguridad de automóviles— para crear estructuras de poder y una realidad opresiva que se percibe como “verdadera”.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

Este artículo presenta una metodología de investigación para el diseño opresivo que se basa en un debate sobre los valores y discursos político-sociales que se codifican y reproducen a través de las prestaciones de los objetos de diseño. Esto ocurre cuando el trabajo de un diseñador se lleva a cabo en el contexto de sistemas culturales, socioeconómicos y políticos claramente definidos y establecidos. Estos campos de poder, como explica Foucault, están mediados por el lenguaje, las normas, los valores y los órdenes discursivos, y los diseñadores los traducen en productos materiales y visuales. En consecuencia, y siguiendo a Latour, el artículo mostró cómo estos objetos de diseño influyen activamente en sus usuarios. Anne-Marie Willis explica que «nosotros diseñamos nuestro mundo, mientras nuestro mundo actúa sobre nosotros y nos diseña» (2006, p. 70). Estos asuntos teóricos se demuestran a través del diseño de moda. Mediante la integración de las teorías de Butler y Latour, el documento presenta cómo los valores imbuidos en la vestimenta dictan los roles sociales de género y se vuelven opresivos.

Para sacar a la luz esos valores imbuidos, aunque invisibles, y el poder del diseño, el artículo sugiere aplicar la metodología genealógica de Foucault a los objetos materiales. Del mismo modo que Foucault descubre el poder del discurso, revelar los valores inscritos en los objetos de diseño cuando entran en uso podría permitirnos identificar los sistemas de conocimiento en que se basa el poder, así

como su impacto político, social y psicológico en nuestra vida cotidiana. Esta nueva información es importante para establecer la práctica de justicia de diseño propuesta por Costanza-Chock (2018), quien explica que la aparición de “valores en el diseño” constituye un cambio importante en el pensamiento y la práctica de este. En consecuencia, los diseñadores podrán evaluar y elegir qué codificar en los objetos diseñados para liberar al objeto, haciendo que deje de ser opresivo. En el contexto de los pantalones, en la actualidad este tipo de justicia puede verse en artículos diseñados por marcas de moda de género fluido como Telfar, Eckhaus Latta, Hood by Air y Gypsy Sport, así como en la moda callejera, como es el caso de la tribu japonesa *jendaresu-kei* (estilo sin género). Estas nuevas prendas de género no binario subrayan que comprenden la opresión y pretenden conducirnos hacia la emancipación de género utilizando el poder del diseño de moda.

Esta metodología tiene sus limitaciones, ya que los textos y las imágenes históricas no siempre proporcionan información sobre dónde, por qué, por quién y para qué fueron los objetos por primera vez creados. ¿A quién servían? Además, muchos textos históricos europeos estaban dedicados a la clase alta y no presentan el trabajo de los artesanos. En el contexto de esta investigación, por ejemplo, incluso el acontecimiento titulado “nacimiento de la moda” constituye una huella histórica esquiva entre los estudiosos de la moda. La metodología también indica otra limitación: la forma en que se ocupa de un área geográfica específica y no se refiere a la historia global. Por ejemplo, la moda nació, por supuesto, en distintos lugares del mundo con valores diferentes.

La investigación también abre nuevos asuntos para seguir indagando cómo aplicar esta metodología a diferentes historias del diseño en todo el mundo. También propone investigar las diferentes relaciones sujeto-objeto más allá de la influencia de la materialidad del objeto, como propone Latour. En el contexto del género y la moda, nos conduce a investigar el poder que la vestimenta tiene para crear activamente un discurso social y, más concretamente, a indagar en las diferentes formas en que las nuevas prendas de género no binario implementan un cambio activo en el discurso contemporáneo de género y en las relaciones de poder. **D**

REFERENCIAS

- ARVANITIDOU, Z., & GASOUKA, M. (2013). Construction of Gender through Fashion and Dressing. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11), Article 11. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n11p11>
- BARTHES, R. (1990). *The Fashion System*. University of California Press.
- BOUCHER, F. (1987). *20,000 Years of Fashion: The History of Costume and Personal Adornment*. Harry N. Abrams.
- BRAIZAZ, M. (2019). Femininity and Fashion: How Women Experience Gender Role Through their Dressing Practices. *Cadernos de Arte e Antropologia*, 8(1), Article Vol. 8, No 1. <https://doi.org/10.4000/cadernosaa.2001>
- BUTLER, J. (1991). Imitation and Gender Insubordination. En D. Fuss (Ed.), *Inside/out: Lesbian Theories, Gay Theories* (pp. 13–31). Routledge.
- CAVALLARO, D., & WARWICK, A. (1998). *Fashioning the Frame: Boundaries, Dress and the Body*. Berg.
- COSTANZA-CHOCK, S. (2018). Design Justice: Towards an Intersectional Feminist Framework for Design Theory and Practice. *Proceedings of the Design Research Society 2018*.
- CRANE, D. (2000). *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*. University of Chicago Press.
- CRIAO PEREZ, C. (2019). *Invisible Women: Exposing Data Bias in a World Designed for Men*. Random House.
- ECO, U. (1986). *Travels in Hyper Reality*. Harcourt Brace Jovanovich.
- ENTWISTLE, J. (2000). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*. Polity.
- ENTWISTLE, J. (2001). The Dressed Body. En J. Entwistle & E. Wilson (Eds.), *Body Dressing* (pp. 33–58). Berg. <https://doi.org/10.2752/9780857854032/BODRESS0006>
- ENTWISTLE, J. (2015). Bruno Latour Actor-Network-Theory and Fashion. En A. Rocamora & A. Smelik (Eds.), *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists* (pp. 269–284). I.B. Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755694785.ch-016>
- ENTWISTLE, J. (2020). 'Power Dressing' and the Construction of the Career Woman. En M. Barnard (Ed.), *Fashion Theory: A Reader* (pp. 285–296). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315099620-31>
- FALLAN, K. (2008). Architecture in Action: Traveling with Actor-Network Theory in the Land of Architectural Research. *Architectural Theory Review*, 13(1), 80–96. <https://doi.org/10.1080/13264820801918306>
- FISHER, W. (2016). "Had it a Codpiece, 'twere a man indeed": The Codpiece as Constitutive Accessory in Early Modern English Culture. En B. Mirabella (Ed.), *Ornamentalism: The Art of Renaissance Accessories* (pp. 102–129). University of Michigan Press.
- FLÜGEL, J. C. (1969). *The Psychology of Clothes*. Hogarth.
- FOUCAULT, M. (1988). On the Ways of Writing History. En J. D. Faubion (Ed.), *Essential Works of Foucault 1954–1984: Volume 2: Aesthetics* (pp. 279–296). The New-York Press.
- FOUCAULT, M. (1976). *The History of Sexuality*. Penguin.
- FOUCAULT, M. (1977). Nietzsche, Genealogy, History. En D. Bouchard (Ed.), *Language, Counter-memory, Practice: Selected Essays and Interviews* (pp. 139–164). Cornell University Press.
- GORGUET BALLESTEROS, P. (2017). Women in Trousers: Henriette d'Angeville, a French Pioneer? *Fashion Practice*, 9(2), 200–213. <https://doi.org/10.1080/17569370.2016.1215112>

- KRARUP, T. (2021). Archaeological Methodology: Foucault and the History of Systems of Thought. *Theory, Culture & Society*, 38(5), 3–24. <https://doi.org/10.1177/0263276420984528>
- LATOUR, B. (1987). *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Harvard University Press.
- LATOUR, B. (1994). On Technical Mediation: Philosophy, Sociology, Genealogy. *Common Knowledge*, 3(2), 29–64.
- LATOUR, B. (2004). Nonhumans. En S. Harrison, S. Pile, & N. Thrift (Eds.), *Patterned Ground: Entanglements of Nature and Culture* (pp. 224–227). Reaktion.
- LATOUR, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press.
- LATOUR, B. (2009). A Collective of Humans and Nonhumans: Following Daedalus's Labyrinth. En D. M. Kaplan (Ed.), *Readings in the Philosophy of Technology* (pp. 156–172). Rowman & Littlefield.
- LEMIRE, B. (2016). A Question of Trousers: Seafarers, Masculinity and Empire in the Shaping of British Male Dress, c. 1600–1800. *Cultural and Social History*, 13(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/14780038.2016.1133493>
- LIAO, S., & HUEBNER, B. (2021). Oppressive Things. *Philosophy and Phenomenological Research*, 103(1), 92–113. <https://doi.org/10.1111/phpr.12701>
- MAYOR, A. (2016). *The Amazons: Lives and Legends of Warrior Women across the Ancient World*. Princeton University Press.
- PERROT, P. (1994). *Fashioning the Bourgeoisie: A History of Clothing in the Nineteenth Century* (R. Bienvenu, Trad.). Princeton University Press.
- PIPONNIER, F., & MANE, P. (1997). *Dress in the Middle Ages* (C. Beamish, Trad.). Yale University Press.
- REILLY, A. (2021). *Introducing Fashion Theory: From Androgyny to Zeitgeist*. Bloomsbury.
- RIBEIRO, A. (1986). *Dress and Morality*. Berg.
- RIELLO, G. (2020). *Back in Fashion: Western Fashion from the Middle Ages to the Present*. Yale University Press.
- SCHNEIDER, J., & WEINER, A. B. (1986). Cloth and the Organization of Human Experience. *Current Anthropology*, 27(2), 178–184. <https://doi.org/10.1086/203416>
- SIMMEL, G. (1957). Fashion. *American Journal of Sociology*, 62(6), 541–558.
- STEELE, V. (1989). *Men and Women: Dressing the Part*. Smithsonian.
- SUTERWALLA, S. (2012). Cut, Layer, Break, Fold: Fashioning Gendered Difference, 1970s to the Present. *Women's Studies Quarterly*, 41(1/2), 267–284.
- TURNER, M. (2019). *Chaucer: A European Life*. Princeton University Press.
- TYNAN, J. (2015). Michel Foucault: Fashioning the Body Politic. En A. Rocamora & A. Smelik (Eds.), *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists* (pp. 184–199). I.B. Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755694785.ch-011>
- WILLIS, A.-M. (2006). Ontological Designing. *Design Philosophy Papers*, 4(2), 69–92. <https://doi.org/10.2752/144871306X13966268131514>
- WISSINGER, E. (2015). Judith Butler: Fashion and Performativity. En A. Rocamora & A. Smelik (Eds.), *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists* (pp. 285–299). I.B. Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755694785.ch-017>