

# REVISTA DE ANTROPOLOGÍA VISUAL

Número 33 - Santiago, 2025 - 1/23 pp.- ISSN 2452-5189



## Desde los tobillos hasta sobre la rodilla: la representación de la falda en las revistas *Eva*, *Margarita* y *Rosita* (1940-1967)

Al Nur Sabag Degand<sup>1</sup>

**RESUMEN:** Este artículo analiza las representaciones de la falda en mujeres chilenas a través de las revistas *Eva*, *Rosita* y *Margarita* de la Editorial Zig-Zag, entre finales de 1940 y 1967. Se argumenta que estas publicaciones funcionaron como vehículos discursivos que difundieron normas y códigos sobre la indumentaria, particularmente en relación con la falda. El estudio propone que la indumentaria actúa como un código cultural, fuente y testimonio de un pasado remoto. La metodología empleada se centra en un análisis sociodiscursivo de las representaciones de esta prenda en las secciones de moda e indumentaria de dichas revistas. De esta manera, se identifican cuatro transformaciones principales de la falda en Chile: falda larga (1940-1950), falda media (1955-1960), falda corta (1960-1965) y la minifalda (1967).

**PALABRAS CLAVE:** Revistas femeninas, representaciones, falda, mujeres chilenas.

From the ankles to above the knee: the representation of the skirt in the magazines *Eva*, *Margarita*, and *Rosita* (1940-1967)

**ABSTRACT:** This article analyzes Chilean women's representations of the skirt in the magazines *Eva*, *Rosita*, and *Margarita* published by Zig-Zag between the late 1940s and 1967. It argues that these publications functioned as discursive vehicles that disseminated norms and codes regarding clothing, particularly those related to the skirt. The study proposes that clothing acts as a cultural code, a source, and testimony to a distant past. The methodology employed focuses on a socio-discursive analysis of the representations of this garment in the fashion and clothing sections of these magazines. In this way, four main transformations of the skirt in Chile are identified: long skirt (1940-1950), mid-length skirt (1955-1960), short skirt (1960-1965), and the miniskirt (1967).

**KEYWORDS:** Women's magazines, representations, skirt, chilean women.

<sup>1</sup> Licenciada en Historia, Universidad de Concepción. Diplomada en Gestión de Archivos y Colecciones Patrimoniales de las Artes, Pontificia Universidad Católica de Chile y Magíster en Historia, Universidad de Concepción. ORCID: 0009-0004-1110-5219  
Email: [asabag2019@udec.cl](mailto:asabag2019@udec.cl)

## Introducción

A lo largo de la historia, la falda ha sido mucho más que una simple prenda de vestir. En el contexto chileno, se ha configurado como un artefacto cultural, un marcador simbólico del tiempo y una huella visible de los desplazamientos sociales, políticos y de género vividos por las mujeres. Desde los modelos de lunares que evocaban la frescura optimista de la posguerra hasta las minifaldas de los años sesenta que sacudieron las convenciones morales, cada silueta ha encarnado una forma particular de estar en el mundo. En su diversidad de formas y largos, la falda —como tipo específico de indumentaria— no solo ha respondido a los dictámenes de la moda, sino que ha expresado discursos sobre el cuerpo, la identidad y la presencia femenina en el espacio público de un país en transformación. Como toda prenda de vestir, se erige como el último tejido blando que se agita y reluce en el espacio público, con más gritos que silencios (Montalva, 2023).

Este artículo se propone rastrear tales representaciones, comprendiendo que las faldas, tal como aparecieron en las revistas femeninas chilenas, no solo vistieron cuerpos, sino que modelaron subjetividades y delinearon los contornos de lo femenino en la modernidad local<sup>2</sup>. En particular, el estudio se centra en las revistas *Eva*, *Rosita* y *Margarita*, publicadas entre finales de la década de 1940 y 1967 por parte de la Editorial Zig-Zag. Así, estas publicaciones son leídas aquí como dispositivos culturales atravesados por las lógicas de la cultura de masas y como escenarios donde se reflejan, negocian y proyectan modelos de feminidad.

De esta manera, las revistas se conciben como auténticas vitrinas —o escaparates públicos, en el sentido propuesto por Ledezma (2005)— que permiten asomarse al Chile de mediados del siglo XX. Aunque compartieron la impronta de la misma casa editorial, cada una desarrolló un perfil propio, diferenciado tanto en su propuesta editorial como en su orientación de clase: *Eva*, dirigida a los sectores altos; *Margarita*, a las clases medias; y *Rosita*, a los sectores populares. Tales distinciones resultan esenciales para comprender las representaciones de la falda en cada caso<sup>3</sup>.

Lo notable de estos semanarios es que no se limitaron a reproducir discursos sobre la feminidad o los ideales normativos del “ser mujer” de la época. También constituyeron un espacio para la representación de los cuerpos vestidos de las mujeres chilenas y, más aún, un lugar de legitimación para la producción escrita de autoras que participaron como editoras, articulistas o columnistas. En ese sentido, la escritura misma devino otra forma de posicionamiento femenino en el espacio público (Montero, 2018).

<sup>2</sup> Diversos trabajos e investigaciones han abordado el análisis de las revistas femeninas en Chile, su consumo y su papel en el espacio público. Entre ellos, destacan los estudios de Francisca Pérez Godoy y Carmen Gloria, *Territorios imaginarios de lo doméstico: vida cotidiana en las revistas femeninas 1930-1960. El caso de Margarita*, así como *Estado, mujer y hogar en Chile: el rol disciplinario en publicaciones de época*. En la misma línea, se encuentran las investigaciones de Marcela Saa y Óscar Aguilera sobre *Revista Margarita*, entre ellas *Dispositivo visual y normalización de lo juvenil en revista Margarita (1934-1939)*. Asimismo, la obra de Cecilia García-Huidobro y Paula Escobar, *Historia de las revistas chilenas*, ofrece un panorama general de estos soportes y de la industria editorial en el país. Por su parte, Fernanda González Duque examina el caso de *Revista Rosita* en *Revistas femeninas y desarrollo de la fuerza laboral femenina en Valparaíso: análisis del sistema gráfico de la revista Rosita (1947-1972)*. También se encuentra la tesis de Licenciatura en Historia de Ana María Ledezma, *La sociedad en vitrina: mujeres en la publicidad. Chile 1950-1960*, y el trabajo de Pía Montalva, *Morir un poco. Moda y sociedad en Chile. 1960-1970*, que explora la moda y el rol discursivo de las revistas femeninas. En cuanto a *Revista Rosita*, cabe mencionar el estudio de Stefanie Pacheco-Pallahual, *Perfiles y modelos de mujer en las revistas del siglo XX en Chile: el caso de Revista Rosita*, así como los aportes de Enrique Vergara Leyton sobre publicidad y consumo en las revistas femeninas, como es el caso de *Eva*, presentes en *Publicidad y representación de la mujer en revistas femeninas: una aproximación al caso de revista Eva* y en su artículo *Mujer y consumo a través de la gráfica en Chile*.

<sup>3</sup> La revista *Eva* se constituyó como un soporte impreso que, al situarse a la vanguardia de las tendencias de moda y de los discursos “liberadores” de su época, proyectó dichas transformaciones en sus representaciones de la indumentaria. El caso de la falda no fue una excepción. En la prensa femenina de mediados del siglo XX, puede observarse una correlación directa entre el tipo de falda representado y el público lector al que se dirigía cada publicación: en *Rosita* predominaba la falda larga; en *Margarita*, la falda a media pierna; y en *Eva*, la falda corta y la minifalda. Esta diferenciación visual respondía a los discursos de género que las editoriales buscaban reforzar según la clase social de sus lectoras. En el caso de las mujeres de sectores populares, se promovían roles de madres y esposas dentro de un marco fuertemente doméstico, lo que se traducía en representaciones persistentes de faldas largas. Por el contrario, *Margarita* y, con mayor énfasis, *Eva* —dirigidas a mujeres de clase media y alta, respectivamente— ampliaban la oferta comunicacional hacia una presencia femenina más activa en el espacio público, algo que también se plasmaba en sus representaciones visuales: en ambas, la falda acertaba progresivamente su largo, simbolizando la modernidad y la autonomía asociadas a la “mujer moderna” de su tiempo, en especial, hacia las *lolitas* chilenas.

Un caso paradigmático es *Margarita* (1934), uno de los primeros semanarios femeninos de circulación semanal —publicado cada jueves— que se inscribió de lleno en una cultura de masas en expansión. Su aparición amplió y diversificó el público lector de la Editorial Zig-Zag, abriendo sus páginas a mujeres de clases medias (Santa Cruz & Ossandón, 2005). Con el tiempo, se consolidó bajo el lema “la revista chilena para la mujer”, alcanzando más de 1.900 números publicados y posicionándose en un rango intermedio entre *Eva* y *Rosita*, tanto por su orientación editorial como por su precio: en 1945, la suscripción anual costaba \$120, la semestral \$60 y el ejemplar semanal \$2,40.

En cuanto a su estructura, la publicación interpelaba a mujeres presentes tanto en el espacio público como en el doméstico (Pérez & Godoy, 2009), desplegando un abanico de secciones que incluía moda nacional e internacional, belleza, salud y cuidado corporal —siempre joven y delgado— (Aguilera & Saa, 2016), narrativa breve (novelas y cuentos), economía doméstica, el popular “Molde de Margarita”, orientación sobre profesiones y oficios, manualidades, recetas, reportajes, noticias de cine, juegos, rompecabezas, cartas románticas, chistes y horóscopos. Entre sus secciones más célebres destacó “¿Quiere usted casarse?”, de amplia resonancia entre sus lectoras. *Margarita* contó, además, con colaboraciones de autores y autoras de renombre, como Marcela Paz, Joaquín Díaz Garcés y Hernán del Solar (García Huidobro & Escobar, 2012). Entre sus primeras editoras —todas mujeres— sobresale María Teresa Budge de Escobar, quien dirigió la revista hasta 1953, año en que cambió su nombre a *Confidencias de Margarita* y pasó a estar bajo la dirección de Alicia Romero de Benavides.

Once años después, la misma casa editorial presentó uno de sus semanarios femeninos más emblemáticos: *Eva*, autodenominada “la revista moderna de la mujer”. Con más de 1.500 números publicados, sus brillantes iconografías y fotografías importadas ofrecían un soporte visual moderno y carismático que cautivó a un público selecto en Chile: las clases medias altas y altas, algo que se evidenciaba tanto en su contenido editorial como en sus precios.

Reconocida como una de las publicaciones más populares de su época, *Eva* emulaba con éxito modelos editoriales extranjeros (Leyton et al., 2020). Destacaba por la incorporación de fotografías a color con modelos —un adelanto notable para el contexto nacional— y por el uso de tipografías elaboradas, lo que reforzaba su imagen de modernidad. Su propuesta temática era amplia: moda nacional e internacional, artículos firmados por autores reconocidos, recetas de cocina, reportajes sobre el extranjero, crónicas sociales, salud y belleza, publicidad de productos cosméticos, datos curiosos y orientaciones para el estudio profesional de la mujer. A ello se sumaban consejos para el cuidado infantil, labores domésticas, cuentos y novelas, poesía, publicidad y horóscopos.

Su carácter exclusivo se expresaba también en su precio: en 1945 costaba \$3 y en 1967 \$2,50 —equivalente a aproximadamente 2.500 pesos chilenos actuales—, lo que la convertía en una de las revistas más caras del circuito comercial chileno. Este alto valor no solo restringía su acceso a lectoras con poder adquisitivo, sino que también condicionaba las posibilidades reales de seguir las tendencias de moda e indumentaria que promovía, muchas de ellas difíciles de sostener por las exigencias económicas y sociales que implicaban (Montalva, 2004).

El desarrollo editorial de *Eva* se sostuvo gracias al trabajo de varias mujeres destacadas, entre ellas Mary Ann Ellis, Elena Gómez de la Serna y Chislaine Helfmann. En 1956, Lenka Franulic asumió la dirección, aunque su gestión se extendió apenas un año debido a críticas que cuestionaban su experiencia, centrada principalmente en el periodismo político. En 1958, el cargo pasó a Carmen Manchado, quien aportó una trayectoria de una década (García Huidobro & Escobar, 2012). Sin embargo, la irrupción de *Paula* supuso un golpe decisivo: la competencia creciente precipitó una profunda crisis en *Eva*, marcando el inicio de su declive.

Finalmente, en 1947 surgió *Rosita* como respuesta al auge de una nueva cultura de masas que caracterizó la segunda mitad de la década de 1940 y la de 1950. Atenta a esta expansión, la Editorial Zig-Zag decidió diversificar su público lector y, de manera estratégica, orientó esta nueva publicación exclusivamente hacia mujeres de sectores populares. El resultado fue una

revista ilustrada de carácter magazinesco, centrada en la moda pero adaptada a las necesidades prácticas y económicas de este grupo social.

Más allá de su perfil como revista de modas, *Rosita* articuló un discurso fuertemente anclado en el ámbito doméstico. Promovía de forma reiterada la costura como oficio legítimo y deseable para las mujeres, junto con la dedicación a las labores propias de la maternidad y el rol de esposa<sup>4</sup>. La inclusión de moldes de ropa y patrones de bordado —pensados tanto para el trabajo doméstico como para talleres de costura— no solo respondía a un interés práctico, sino que reforzaba un modelo femenino centrado en la producción y el cuidado del hogar. Este sello distintivo se mantuvo durante toda su trayectoria, convirtiéndola en un soporte fundamental para miles de mujeres chilenas. Con un total de 1.242 números publicados (Pacheco-Pailahual et al., 2021) hasta su cierre en 1972, *Rosita* no solo ofreció entretenimiento, sino que también operó como herramienta de trabajo en el ámbito privado (González Duque, 2019), especialmente a través de su célebre sección “Los moldes de Rosita” y sus apartados dedicados a la confección de vestuario y decoración del hogar.

Su frecuencia de publicación evolucionó con el tiempo: comenzó como mensual, pasó luego a quincenal y, debido a su éxito, se transformó en un semanario que aparecía todos los martes. En cuanto a su precio, en 1945 costaba \$4 y, al finalizar sus publicaciones en 1972, su valor era de E°2 —equivalente a unos 2.000 pesos chilenos actuales—. Su historia editorial estuvo marcada por el trabajo de destacadas mujeres, entre ellas se cuentan Valentina Ruiz e Italia Marescotti —esta última colaboradora durante varios años hasta su fallecimiento en 1961—, así como Marta Glukman S., Teresa Prieto de Covarrubias y Carmen Cruzat de Errázuriz, quien tuvo la responsabilidad de cerrar el ciclo editorial en 1972.

En cuanto a su contenido, *Rosita* combinaba moda, tendencias, salud y belleza, publicidad, narrativa breve y consejos prácticos para el hogar. Entre sus secciones más reconocidas figuraban “El correo de Rosita”, “El correo del corazón” —espacio dedicado a cartas románticas—, apartados de recetas y moldes de ropa, así como la sección crítica “Comentarios de Rosita”, donde las editoras expresaban opiniones sobre asuntos políticos, sociales y culturales. Será en estas secciones, donde la revista reforzaba un discurso doméstico, que, en caso de que la mujer deseara trabajar, recomendaban optar por la costura para no descuidar de las “labores femeninas”, tales como la maternidad y el matrimonio como ejes centrales de su identidad y proyección social.

Como podemos estudiar desde estos precedentes, las revistas femeninas expandieron su público lector en respuesta a la creciente incorporación de las mujeres en el espacio público. Es decir, no había una única forma de ser mujer y, por tanto, era necesario soportes que hicieran posible acercarse a ellas. Esta nueva visibilidad se expresa en su rol no sólo como consumidoras de una prensa inscrita en los circuitos comerciales, sino también como trabajadoras asalariadas, profesionales y estudiantes, en un contexto de expansión educativa y laboral desde la década de 1940<sup>5</sup>. Lejos de ser receptoras pasivas, estas mujeres se constituyeron como actrices de un

<sup>4</sup> Este enfoque se ejemplifica claramente en una editorial de agosto de 1953, que afirmaba:

“Naturalmente hay muchas excepciones, pero sigo siendo una convencida de que la vida de la mujer casada debe desarrollarse dentro del hogar. Y si desea trabajar por algún motivo, puede escoger una actividad que pueda desarrollar en casa sin abandonar ese maravilloso refugio” (Revista Rosita, 1953, N°249).

De manera similar, en una edición de 1950, la revista reafirmaba esta postura al señalar:

“Profesiones hay numerosas; la costura nos parece la más indicada; basta algún curso, que les quitará pocas horas y que las capacitará, con ayuda de la práctica, para trabajar en el propio hogar, sin sacrificios. Aunque esta nueva profesión no le producirá tanto (...) el hecho de permanecer en casa le permitirá hacer gran economía de tiempo y dinero (...) Y qué alegría para el esposo, cuando retorna al hogar, encontrar a alguien que lo espera con la comida que a él le gusta y rodeado de sus hijos” (Rosita, 1950, N°112).

Estos fragmentos permiten evidenciar cómo Rosita promovía un modelo de feminidad orientado a la reclusión doméstica, incluso al abordar el trabajo femenino, reforzando los valores tradicionales de la familia y el hogar como espacios naturales para la realización de las mujeres.

<sup>5</sup> El *Censo de 1940* permite constatar el significativo avance en la incorporación de las mujeres a la educación superior, con cifras sin precedentes en décadas anteriores, particularmente entre mujeres de clase media. Este proceso impulsó la emergencia de profesiones especializadas y la apertura de nuevos rubros en el espacio público, convirtiéndose la educación superior en una plataforma clave para el desarrollo y proyección de las mujeres en esta esfera (pp. 212-213).

proceso de reconfiguración de los modos de consumo (Vergara *et. al*, 2023) y de los imaginarios asociados al vestir.

Desde esta perspectiva, el análisis de la indumentaria como fuente histórica se vuelve central, no solo por su proximidad con la vida cotidiana, sino porque permite reconstruir cómo ciertas prácticas, estilos y lenguajes del cuerpo dialogan con las estructuras sociales y los regímenes de sentido. La falda, como fragmento del vestir, se vuelve archivo: un vestigio material que testimonia sobre los cuerpos que la llevaron, los contextos que la moldearon y las disputas que la atravesaron (Montalva, 2023). Este trabajo propone identificar cuatro grandes momentos en dicha transformación: la falda larga (fines de los años 40 y 50), la falda media (1955-1960), la falda corta (1960-1965) y la minifalda (1967).

¿Por qué elegir la falda como objeto de estudio? Dada su persistencia y transversalidad: la falda ha acompañado a generaciones de mujeres chilenas sin distinción de clase ni época, revelándose como una prenda versátil, cómoda y profundamente política. Además, por el espacio que ocupa en las revistas femeninas, vitrinas del acontecer cotidiano que registran y amplifican las transformaciones del vestir. La reducción de su largo —*desde los tobillos hasta por encima de la rodilla*— no pasó inadvertida: generó debate, reacciones encontradas y comentarios reiterados en las secciones de moda, dejando testimonio de los conflictos culturales que implicaba. Por último, porque la ropa no es solo tela: es una construcción social cargada de sentidos, fabricada por sujetos históricos con posiciones ideológicas. Que una falda se acorte no es apenas una tendencia, sino una manifestación densa de los procesos económicos, culturales y simbólicos que estructuran la vida social<sup>6</sup>.

Metodológicamente, este estudio se fundamenta en un exhaustivo trabajo de archivo y en la taxonomización derivada del fichaje sistemático de las tres revistas analizadas. El procedimiento contempló la selección minuciosa de imágenes entre 1945 a 1967, incluidas en sus secciones de moda e indumentaria, con especial atención a los reportajes e ilustraciones que representaran de manera visual y simbólica los cuerpos vestidos con falda. Estas secciones, al constituir el núcleo editorial de estos *magazines* —considerando que, en su mayoría, eran publicaciones especializadas en moda—, solían ubicarse en las primeras páginas de cada número.

Teniendo clara esta selección de imágenes, pasamos a nuestro análisis teórico que se sustenta desde una tríada de autores. Primero, se recurre a la teoría sociodiscursiva de Marc Angenot (2012), quien plantea que los discursos no pueden analizarse de manera aislada, sino como parte de una totalidad ideológica y simbólica donde se despliegan tensiones y hegemonías. Este marco nos permite comprender las representaciones del vestir como fragmentos interconectados con la cultura que los produce.

Para el análisis de las imágenes y sus textos asociados, se adopta la propuesta de Roland Barthes sobre la retórica de la imagen como marco de interpretación. Según Barthes, las imágenes están cargadas de una significación intencional: poseen atributos construidos para transmitir un mensaje claro, persuasivo y eficaz (Barthes, 1986). Su lectura contempla tres niveles: el mensaje lingüístico (los textos que anclan la interpretación), la imagen denotada (sus componentes visibles) y la imagen connotada (los sentidos culturales y simbólicos que la dotan de profundidad). Esta metodología permite descomponer las imágenes en sus dimensiones estructurales para abordar cómo se configura una feminidad deseable, elegante, juvenil y delgada, junto a una prenda que muta en sus largos.

<sup>6</sup> En el caso chileno, es posible identificar un conjunto de investigaciones que constituyen un fértil estado del arte para el estudio de la relación entre indumentaria e historia. Entre ellas destacan los trabajos realizados por el Museo Histórico Nacional a través de su Departamento Textil, en particular la obra *Pasado de Moda: Historias de una colección* (2023), escrita por Emilia Müller y Catalina Rivera. Asimismo, sobresale el estudio sobre las mantas en Chile, desarrollado por Isabel Alvarado y Verónica Guajardo bajo el título *Manta y Mantos. Cubrir para lucir*. También merece mención el trabajo de Fanny Espinoza, *Zapatos femeninos. Seducción paso a paso*, que explora la dimensión simbólica y material del calzado femenino. De igual manera, resulta imprescindible reconocer la labor pionera de Pía Montalva, cuyas investigaciones, desarrolladas desde inicios de la década de 2000, han abierto un campo de estudio en torno a la moda y su vínculo con la historia social y política de Chile. Entre sus obras más influyentes se encuentran *Morir un poco. Moda y sociedad en Chile* (2004) y *Tejidos Blandos. Indumentaria y violencia política en Chile 1973-1990*.

Por último, el análisis se nutre de la perspectiva de Georges Balandier (1994) sobre la imagen y el poder en las sociedades mediatizadas. Balandier concibe la imagen como un dispositivo normativo que no solo refleja el mundo, sino que actúa sobre él. Las imágenes proyectadas en la prensa femenina son portadoras de una fuerza social: constituyen ideales, moldean percepciones y articulan discursos dominantes sobre el cuerpo vestido. Por tanto, las representaciones de la falda en las revistas no son neutrales, sino que se inscriben en la lógica de un poder simbólico que actúa sobre los cuerpos y las subjetividades.

A través de esta mirada, la falda se revela como un objeto profundamente histórico, un archivo textil del deseo, la disciplina, la libertad y la transformación. Su análisis nos permite entrar en el corazón de una época, para comprender cómo, entre dobladillos, costuras y estampados, se tejió también una parte de la historia de las mujeres chilenas.

### Entre representaciones, revistas femeninas y la indumentaria como archivo

Estudiar las representaciones de una prenda de vestir en la prensa femenina —considerando su rol histórico, discursivo y su transformación a lo largo del tiempo— exige delimitar un marco teórico conceptual que permita abordar dicha temática con profundidad. Este apartado se organiza en dos grandes secciones: por un lado, una reflexión conceptual sobre las representaciones y su estudio en la prensa femenina; por otro, una aproximación a la categoría de indumentaria/cuerpo, incluyendo las referencias teóricas que sustentan su análisis.

Entendemos por representación aquellos recursos visuales e iconográficos presentes en las páginas de las revistas estudiadas. No obstante, nuestro análisis no se limita al contenido visual, sino que también incluye el textual, dado que —como señala Roland Barthes— “la estructura de la fotografía dista de ser una estructura aislada; mantiene, como mínimo, comunicación con otra estructura, que es el texto (titular, pie o artículo) que acompaña siempre a la fotografía de prensa” (Barthes, 1986, p.12). Estas dos estructuras —la lingüística y la visual— conforman un mensaje complejo, donde cada una conserva su especificidad, pero dialoga con la otra. Por ello, nos centraremos en la representación iconográfica y su textualidad acompañante, ya que juntas configuran los modos en que se desea significar aquello que se muestra.

Desde un panorama general, seguimos la definición propuesta por Felipe Victoriano y Claudia Darrigrandi, quienes entienden las representaciones como “el resultado de un acto cognitivo por medio del cual se produce un signo o símbolo que se instaura como el ‘doble’ de una presunta ‘realidad’ o de un ‘original’ (...) imágenes que producen de sí los sujetos que participan de una cultura y época determinada” (Victoriano y Darrigrandi, 2009, p. 249-250). Esta comprensión enfatiza que las representaciones no sólo evocan una realidad ausente, sino que construyen imágenes culturales que organizan y codifican sentidos compartidos.

Complementamos esta aproximación con Roger Chartier, quien plantea que las representaciones pueden entenderse, por una parte, como la exhibición de una ausencia, en tanto sustituyen un objeto o realidad ausente; y por otra, como la exposición de una presencia, al presentar de manera pública una imagen o persona. Ambas dimensiones —la develación de una ausencia y la construcción de una presencia— conviven en las revistas femeninas, donde las imágenes no solo documentan, sino que también escenifican y modelan (Chartier, 1992, p.57-58).

El género magazine y semanarios femeninos, en el cual se inscriben las revistas y representaciones analizadas, enfatiza esta operación de mostrar-decir, en la cual la visualidad cobra un protagonismo indiscutible (Ossandón, 2005). Así, las imágenes no sólo representan, sino que también ejercen poder, pues “el poder de las imágenes y las imágenes como poder conforman una hegemonía de lo visible que fabrica unos modos de ver modernos” (Silva-Escobar, 2023, p. 5-6). Las imágenes, en tanto dispositivos de enunciación iconográfica, no son neutras: organizan y direccionan formas de percepción, afecto y conducta.

Ahora bien, este poder visual debe ser leído críticamente. Lejos de ser reflejos fieles de la realidad, las imágenes funcionan como espejos deformantes que condensan discursos, puntos de vista y posiciones ideológicas (Silva-Escobar, 2023). Esta condición exige una lectura atenta a los modos de producción, circulación y recepción, en especial cuando estas imágenes forman parte de medios de comunicación masiva, donde se activan múltiples estrategias visuales y retóricas (Burke, 2001). Las revistas femeninas, en particular, construyen una visualidad codificada en torno a los ideales de género, el cuerpo y la indumentaria, que promueve ciertos ideales y prescripciones sobre el ser mujer<sup>7</sup>.

En este estudio, nos enfocamos en las representaciones presentes en las secciones de moda e indumentaria de las revistas *Eva*, *Margarita* y *Rosita*, donde observamos la producción de un mensaje visual y textual sobre los cuerpos vestidos. Estas representaciones proponen modelos de feminidad codificados según normas de estilo, horarios, estaciones del año, combinaciones cromáticas y estándares de elegancia, apuntando a una guía visual del vestir. En ellas, se reitera la figura de la mujer elegante como ideal hegemónico.

De esta manera, consideramos a estas revistas femeninas como escaparates discursivos (Ledezma, 2005), es decir, como espacios editoriales que no solo exhiben ropa, sino que también transmiten significados culturales sobre el vestir femenino. Así estas “vidrieras públicas” (Kircher, 2005) configuran una visualidad cuidadosamente construida, que mediatiza prácticas, subjetividades y deseos, especialmente en lo que respecta a la presencia femenina en el espacio urbano.

Ahora bien, la emergencia de estas revistas debe situarse en el marco de la expansión de la industria cultural chilena durante las primeras décadas del siglo XX. En este periodo, la editorial Zig-Zag se consolidó como un actor clave en la modernización de los medios de comunicación, impulsando diversas publicaciones dirigidas al público femenino. Este segmento lector, en progresiva incorporación al espacio público, fue identificado como un nuevo nicho de mercado, sensible a la imagen, a la moda y a las narrativas del consumo.

Publicaciones como *Familia* (1910), *Elite* (1936), *Margarita* (1934), *Eva* (1942) y *Rosita* (1947) representan el despliegue de una estrategia editorial que, inspirada en modelos europeos y estadounidenses, promovió la figura de la mujer consumidora (García Huidobro & Escobar, 2012). Estas revistas fueron centrales en la divulgación de las tendencias de la moda, ofreciendo moldes, consejos y patrones que permitían incluso su reproducción doméstica. A través de estas páginas se democratizaba el acceso visual a la moda, aun cuando el discurso de clase seguía operando en la distinción de públicos.

Así, el género magazine y los semanarios femeninos, con su estructura flexible y visualidad exuberante, funcionó como un vehículo privilegiado para articular saberes, normas y deseos modernos (Ossandón y Santa Cruz, 2005). Estas publicaciones no solo informaban o entretenían: moldeaban prácticas cotidianas (Pérez & Godoy, 2009) y subjetividades femeninas desde el registro visual y textual, consolidando la moda como un lenguaje común y como una pedagogía de género. Por tanto, se asocia una nueva discursividad femenina entre las páginas de estos soportes impresos, la cual apuntaba hacia la moda e indumentaria y sus reflejos en el espacio público.

En cuanto a la categoría de indumentaria/cuerpo, planteamos que el vestir es una práctica corporal contextualizada, que, mediante la indumentaria, prepara y presenta al cuerpo en el espacio público. De esta manera, la ropa se convierte en una “experiencia íntima del cuerpo y una presentación pública del mismo” (Entwistle, 2003, p.12), siendo el resultado de prácticas sociales determinadas por las limitaciones de la cultura y sus normas (Squiccirino, 1986). Esta reflexión subraya cómo el cuerpo no solo se cubre con prendas, sino que se comunica en el

<sup>7</sup> En este marco, *Revista Margarita* y, especialmente, *Rosita*, se inscriben en una visualidad codificada que reproduce y refuerza los valores tradicionales de género. Esta última, por su parte, se encuentra particularmente atravesada por un discurso doméstico orientado a las clases populares. En el caso de *Margarita*, al estar dirigida a las clases medias, se advierte una apertura —aunque tenue— hacia una representación más pública y moderna de la mujer; no obstante, persisten en sus páginas nociones domésticas y roles de género, tal como han sido abordados en los estudios de Oscar Aguilera, Marcela Saa, Francisca Pérez y Carmen Gloria Godoy.

espacio social, proyectando una imagen que se construye y negocia constantemente en interacción con otros actores y discursos.

Por tanto, en palabras de Pía Montalva (2023) entenderemos a la indumentaria como:

Las diferentes vestimentas y adornos que, al cubrir la totalidad o porciones del cuerpo desnudo, lo inscriben en un tiempo y un espacio determinado; y que, en su relación con este cuerpo, participan de la construcción de un relato identitario de los sujetos. La indumentaria considera elementos tridimensionales cuya forma ha sido diseñada para encajar o envolver alguna parte del cuerpo (pantalón, zapato, camisa, guante, reloj, anillo, collar, gorro, etc.); bidimensionales que carecen de una configuración predeterminada y cuyo aspecto final dependerá directamente del modo como se ubiquen y sostengan alrededor del cuerpo (poncho, manta, frazada, bufanda, pañuelo, etc.); y otros como la pintura cosmética y los tatuajes que no pertenecen a priori a ninguna de las dos categorías anteriores y, sin embargo, al revestir la piel, y por añadidura al cuerpo, participan en ambos. En la vida cotidiana, la indumentaria satisface necesidades de carácter funcional (protección, abrigo, pudor, higiene), estético (embellecimiento) y social (integración, diferenciación) que definen la apariencia y el accionar del cuerpo en el espacio público (Montalva, 2023, p. 29-30).

Esta definición amplia permite comprender la indumentaria no solo como una capa exterior, sino como una construcción que dialoga con el cuerpo y lo proyecta hacia otros significados. Distintos autores abordan este tema desde perspectivas complementarias. John Flügel, en su *Psicología del vestido* (2015), destaca cómo la indumentaria no solo es funcional, sino que constituye una parte esencial de nuestras relaciones sociales. Es lo primero que nos permite reconocer al otro, dándonos pistas sobre su sexo, ocupación, nacionalidad y posición social. Para Flügel, la ropa cumple tres propósitos fundamentales: protección, adorno y pudor, los cuales se entrelazan y conforman un sistema de significados que va más allá de lo práctico, revelando también el sentido simbólico de la vestimenta.

En cuanto a la relación entre la indumentaria y el sentido de clase, podemos recurrir a la propuesta teórica de George Simmel (1934), quien analizó cómo la moda y la indumentaria reflejan las tensiones sociales de la modernidad. Para Simmel, la indumentaria responde a un proceso de imitación y distinción dentro de las clases sociales. Las altas buscan diferenciarse de las bajas, pero cuando las últimas imitan estas tendencias, la indumentaria pierde su función distintiva y se renueva constantemente. La moda, por tanto, se entiende como un proceso dinámico que oscila entre la necesidad de igualarse y la de distinguirse, lo cual produce un movimiento constante de cambio e innovación en las apariencias (Simmel, 1934, p. 144). Este vaivén, entre la imitación y la distinción, crea una relación intrínseca entre las modas, las clases sociales y los signos de estatus, donde la indumentaria no solo cumple una función estética, sino que es también un marcador de poder y distinción social.

Por último, desde una perspectiva histórica, la indumentaria tiene un valor simbólico significativo, ya que, como representación de su tiempo, se convierte en un indicio crucial de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales (Squiccirino, 1986) y, como documento histórico, la indumentaria permite comprender los valores y prácticas de diferentes épocas (Müller y Rivera, 2023). Esta perspectiva histórica del vestir, permite evidenciar cómo las representaciones de la falda en las revistas femeninas funcionan como herramientas analíticas para entender los procesos históricos, específicamente en lo que respecta a los cambios sociales en Chile durante el siglo XX. Al vincular la indumentaria con el cuerpo, se revela una paradoja: el cuerpo se convierte en el espacio donde se dan las transformaciones más visibles y, al mismo tiempo, las más superficiales, creando una tensión entre lo que es propio y ajeno. Este vínculo cuerpo-indumentaria es único en su capacidad de transformar el cuerpo en un archivo de significados y símbolos culturales, pero también en una de las manifestaciones más inmediatas y visuales de las transformaciones de una época.

## La falda en Chile (1940-1967): Transformaciones sociales, culturales y simbólicas

El Chile de finales de la década de 1940 se encontraba inmerso en importantes transformaciones socioculturales, entre las cuales destaca la creciente incorporación de las mujeres al espacio público urbano (Carrasco, 2008). Este fenómeno estuvo marcado por hitos como el ingreso femenino a las universidades, los procesos de profesionalización y la obtención del sufragio. Tales avances fueron ampliamente difundidos por la prensa escrita, en especial a través de las revistas femeninas, que desempeñaron un papel clave en la configuración del imaginario de la “mujer moderna”.

En paralelo, la prensa y las industrias editoriales atravesaban un proceso de institucionalización que condujo a una creciente concentración de medios en torno a grandes conglomerados editoriales (Montero, 2018, p. 187-188), siendo la Editorial Zig-Zag uno de los más influyentes del período. Este proceso facilitó la expansión de la cultura de masas en las ciudades y en la vida cotidiana de los sujetos (Lefebvre, 1972), fomentando una incipiente sociedad de consumo que se reflejaba de manera evidente en los medios de comunicación. No es casual, por tanto, que bajo el sello de Zig-Zag surgieran revistas femeninas de gran circulación como *Margarita* (1934), *Eva* (1942) y *Rosita* (1947), dirigidas explícitamente a un público femenino urbano que comenzaba a ser comprendido también como un nuevo sujeto consumidor.

En este escenario, las páginas de estas publicaciones funcionaron como espacios de articulación de nuevas discursividades visuales vinculadas a la moda y la indumentaria, elementos que las mujeres adoptaron como estrategias de posicionamiento en el espacio público. La ropa, y en particular la falda —prenda que centra nuestro análisis—, no sólo respondía a criterios estéticos, sino que también encarnaba normas, valores y códigos que orientaban el comportamiento y la autorrepresentación femenina.

Proponemos que las revistas femeninas constituyen una fuente visual privilegiada para el estudio de esta prenda, al permitir identificar cuatro grandes mutaciones en sus largos y significados durante el período estudiado: la falda larga (1940-1950), la falda media (1955-1960), la falda corta (1960-1965) y la minifalda (a partir de 1967). Cada una de estas transformaciones da cuenta de un proceso cultural y social que permite reafirmar el carácter de la indumentaria como código y testimonio histórico.

En los siguientes apartados, analizaremos las representaciones de estas variantes de la falda en las revistas mencionadas, observando cómo sus formas y usos dialogan con el devenir histórico de sus portadoras. Esta lectura nos permitirá entender la indumentaria no sólo como reflejo, sino como un dispositivo activo en la construcción de subjetividades femeninas en contextos específicos de cambio político, social, económico y cultural.

### *La falda larga (1940-1950): Conservadurismo, elegancia y tensiones en el vestir público*

Durante la década de 1940, la falda larga se consolidó como una prenda clave dentro de los discursos sobre el vestir femenino promovidos en revistas chilenas como *Margarita*, *Eva* y *Rosita*. Esta prenda no respondía únicamente a criterios estéticos o funcionales, sino que participaba activamente en la producción de un imaginario de feminidad normado, donde la moral pública, la discreción y el decoro visual ocupaban un lugar central.

El largo específico de esta falda —que se extendía desde la cintura hasta unos 33 a 35 centímetros por encima del suelo— puede leerse como una prolongación visual de los ideales de belleza heredados del siglo XIX. En ese periodo, la parte inferior del cuerpo femenino (piernas, caderas, tobillos) era relegada al anonimato mediante múltiples capas de tela que negaban su visibilidad y movilidad. Por tanto, lo inferior del cuerpo se concebía apenas como un soporte para lo verdaderamente deseable: el rostro, el busto, la cintura, el cuello y las manos, zonas que sí eran visibilizadas y valoradas socialmente (Vigarello, 2005).



Imagen 1. "Faldas". Revista *Rosita*, n°50, 1949.



Imagen 2. "New Look". Revista *Margarita* n° 781, 1949.

Sin embargo, la progresiva incorporación de las mujeres al espacio público durante las primeras décadas del siglo XX comenzó a tensionar esta lógica. La necesidad de desplazarse con mayor soltura en entornos urbanos impulsó una transformación en la silueta femenina, estilizando la parte inferior del cuerpo y acortando las faldas ligeramente para permitir una mayor movilidad. El resultado fue una prenda funcionalmente más cómoda, que acompañaba a las mujeres en su inserción en la vida pública, sin desafiar del todo los ideales de género vigentes.

Este nuevo modelo de falda larga, que dejaba ver los tobillos, debe situarse en el contexto internacional de posguerra, en el que emergió una propuesta de refeminización de la silueta y el vestir de las mujeres. Se consideraba que los cuerpos femeninos se habían "militarizado" durante el conflicto bélico, y que era necesario restaurar su elegancia y delicadeza (Diez Garde, 2017). En este marco surge la colección *Corolla* de Christian Dior en 1947 y su célebre *New Look*, que marcaría un punto de inflexión en las pautas del vestir femenino.

La llegada de esta tendencia a Chile en la década de 1950 se vio favorecida por convenios entre Dior y la tienda *Los Gobelinos* en Santiago, lo que permitió la recepción de moldes y prendas originales de la colección (Montalva, 2004, p.27-28). Así, se consolidó una estrecha conexión con la moda parisina, especialmente en las páginas de *Eva*, *Margarita* y *Rosita*, donde el *New Look* fue ampliamente celebrado por las lectoras (Imagen 2). Este estilo, inspirado en la nostalgia



la mujer evita exhibir demasiado sus piernas. De todas maneras, me parece obvio agregar que cada mujer debe llevar únicamente aquella pollera que a su criterio la haga verse mejor, evitando el ridículo o la exageración (Revista Eva, n°143,1947, p.22-23 "¿Faldas cortas o faldas largas?").

"¿Falda larga? ... ¿falda corta?... Es este un verdadero problema, con las consecuencias pertinentes, sino le damos pronta solución (...) Sería imposible conciliar el dinamismo de nuestra vida de mujeres de trabajo con falditas largas y estrechas que nos privaran de soltura y comodidad. Aceptarán un centímetro más las mujeres que viven para cuidar su elegancia y creo que verán bien sólo en la tarde, en las visitas o en el teatro. Por mi parte, me quedo con la falda corta, porque estoy convencida de que a la mujer le da un aire deportivo y juvenil. Lo que piensa una maestra." (Revista Eva n°143, 1947, p.22-23 "¿Faldas cortas o faldas largas?").

Prefiero la falda larga —aunque no la llevo— porque encuentro que es elegante y estiliza ciertos cuerpos femeninos. Pero creo que debe usarse sin exageración; no hasta los tobillos, por ejemplo, sino hasta media pierna que es una medida discreta a mi modo de ver. Magda la Estrella Morena (Revista Margarita, "¿Largas o cortas?", n°750, 1948, p.21).

He leído el artículo que aparece en su revista y, a pesar de todas que en él exponen, siento comunicarle que no estoy de acuerdo con esta nueva moda que, a mi parecer, es nefasto para la mujer (...) El nuevo estilo envejece y de ninguna manera es práctico para la mujer que tiene que trabajar, ir en carro y en micro y dedicarse a otras mil actividades que esas enormes polleras harán imposibles e incómodas. A.G de L (Revista Margarita, "¿Largas o cortas?", n°750, 1948, p.21).



Imagen 4. "¿Largas o cortas?". Revista Margarita, n°750, 1948.

Estas tensiones fueron ampliamente discutidas en las páginas de las revistas, en las que la falda larga aparecía como objeto de deseo, símbolo de feminidad y elemento de distinción social, pero también como prenda en disputa. El largo de la falda se volvió un asunto político en sí mismo: ¿hasta dónde debía llegar el ruedo para no parecer provocador, pero tampoco anticuado?, ¿qué largo permitía proyectar juventud sin perder sobriedad?, ¿cómo equilibrar elegancia y movilidad?

Las revistas femeninas, en tanto vitrinas discursivas de lo social y lo cultural, evidencian estas contradicciones y permiten ver cómo la moda era vivida y discutida por las mujeres como un espacio de negociación cotidiana. Las representaciones gráficas y textuales en estos medios nos muestran que la falda larga no solo reflejaba una moral visual conservadora, sino también una transición hacia nuevas formas de habitar el espacio público. Desde esta perspectiva, el vestir no era un acto superficial, sino una práctica cargada de significados sociales, políticos y culturales, capaz de modelar cuerpos, tiempos y subjetividades.

Así, entre las décadas de 1940 y 1950, la falda larga logró consolidarse como una prenda persistente en la sociedad chilena, aunque no

exenta de transformaciones. Mientras que en París se establecían lineamientos específicos que ubicaban el ruedo entre 10 y 25 centímetros del suelo, en Chile las mujeres adaptaron esos parámetros a sus propias condiciones materiales y culturales (Imagen 5). El resultado fue una falda más corta, amplia y funcional, que se estabilizó en un largo aproximado de 33 a 35 centímetros sobre el suelo. Esta adaptación es documentada por revista *Rosita*, que no solo alentaba a sus lectoras a confeccionar sus propias prendas, sino que también especificaba con claridad el largo “adecuado” para su uso cotidiano. El éxito y la circulación de este modelo se reflejan ampliamente en las imágenes, consejos y apartados editoriales de *Eva*, *Margarita* y *Rosita*, donde la falda larga fue representada como un símbolo de elegancia práctica y feminidad moderna:

“En tanto los diseñadores continúan entre las partidarias y las detractoras de la falda larga, no cabe duda, en general todas las mujeres han bajado unos centímetros el ruedo de sus polleras. Las que no tienen suerte de que sus vestidos posean una basta suficiente, se ven en el dilema de andar fuera de la moda o desechar su traje. En previsión a esa idea, los modistas han lanzado las ideas de las piezas, listas y coseletes de géneros opuestos y colores contrastados, como los que aparecen aquí” (Revista *Eva*, “Faldas más largas”, n°121, 1948) (Imagen 6).

“En los años anteriores una falda era corta o larga, según se llevara de día o de noche. Pero ahora no sólo los vestidos se han alargado notablemente (...) Es así como el gusto de una mujer que sabe vestirse se revela ahora, no sólo por el modelo elegido, sino que por el largo de la falda. La verdadera elegancia, es por así decirlo, cuestión de centímetros” (Revista *Eva*, “El largo de la falda”, n°121, 1947) (Imagen 5).



Imagen 5. “El largo de la falda”, Revista *Eva*, n°121 1947.

Imagen 6. “Faldas más largas” Revista *Eva*, n°121 1948.

### *La falda media (1955-1960): Transición, modernidad y trabajo femenino*

Durante la década de 1950, el largo de las faldas femeninas experimentó una transformación significativa que ubicó el ruedo en una altura media, entre la mitad de la pantorrilla y la parte baja de la rodilla (Imagen 7). Esta modificación no sólo respondió a exigencias prácticas del contexto urbano y laboral en expansión, sino que también representó una negociación simbólica entre el decoro tradicional y una nueva disposición del cuerpo femenino hacia la movilidad, la acción y la visibilidad social.

Este cambio en la silueta no puede comprenderse sin atender al nuevo acontecer de las mujeres chilenas en el espacio público. A comienzos de los años cincuenta, los procesos de modernización social y política abrieron oportunidades inéditas, especialmente para los sectores medios urbanos. En 1952, las mujeres votaron por primera vez en una elección presidencial, consolidando su reconocimiento como sujetas políticas. Paralelamente, su creciente participación en el ámbito educativo y laboral —documentada en los censos de la época— dio lugar a una feminidad pública articulada en torno al estudio, la profesionalización y el trabajo.

En este escenario emergió con fuerza la figura de la “mujer moderna”, aquella formada en liceos, institutos técnicos o universidades, que ocupaba un lugar activo en la ciudad. Ya no restringida al hogar, esta mujer circulaba con naturalidad por oficinas, escuelas, hospitales, tiendas y universidades. Carpetas, libros o carteras en mano, transitaba como estudiante, secretaria, enfermera, profesora o visitadora social. Su presencia sostenida en espacios públicos reconfiguró el régimen visual de la feminidad urbana, dotándolo de atributos como la eficiencia, la pulcritud y la elegancia funcional.



Imagen 7. Revista *Eva*, n°723, 1959.

El crecimiento de la clase media chilena en la posguerra, junto con la expansión del aparato estatal y la apertura de nuevas trayectorias profesionales para las mujeres, cimentó las condiciones para que este modelo femenino se afirmara. Aunque aún sujetas a los mandatos de la feminidad tradicional, estas mujeres comenzaron a encarnar un nuevo modo de estar en el mundo: disciplinado, autosuficiente, educado y móvil. En este contexto, la vestimenta —y en particular el largo medio de la falda— funcionó como un código visual que equilibraba las exigencias morales con las prácticas: facilitaba el movimiento sin abandonar los márgenes del decoro, proyectando profesionalismo sin renunciar a la feminidad.

Esta nueva visibilidad fue también profundamente performativa. No se trataba solo de ocupar espacios, sino de aprender a habitarlos con los gestos, las actitudes y las apariencias adecuadas. La falda media no era meramente una tendencia estética, sino una tecnología de género que ayudaba a constituir a estas mujeres como sujetas modernas. Las revistas femeninas como *Eva*, *Rosita* y *Margarita* fueron agentes activos en esta configuración, proponiendo modelos de vestir que respondían a estas nuevas demandas: faldas a media pierna,

blusas bien planchadas y trajes de dos piezas, todo cuidadosamente diseñado para armonizar elegancia, sobriedad y funcionalidad.

Estas publicaciones asumieron un rol pedagógico (Pérez, 2019), orientando a sus lectoras en la construcción de una imagen adecuada para los nuevos espacios públicos. El largo medio se propuso como el punto justo entre contención moral y eficiencia moderna. Su diseño admitía múltiples variaciones —rectas, plisadas, lisas o a cuadros—, lo que permitía combinaciones versátiles según el contexto: oficina, universidad o espacios de sociabilidad diurna. A través de moldes, consejos de costura e indicaciones de estilo, las revistas incentivarono además la confección casera como una extensión del repertorio femenino moderno.

En suma, la falda media no fue simplemente una moda, sino un signo material de profundas transformaciones culturales. Encarnó la transición hacia nuevos roles sociales y profesionales para las mujeres, legitimando su presencia sostenida en el espacio público. Así, el vestir —y particularmente la falda— se constituyó en un código visual que inscribió estas nuevas subjetividades femeninas en el paisaje urbano chileno de mediados del siglo XX.



Imagen 8. Revista *Rosita*, n°646, 1960.

*Falda corta (1960-1965): Juventud y cuerpo en movimiento*

Durante el período comprendido entre 1960 y 1965, la sociedad chilena experimentó el auge de una cultura juvenil que trajo consigo importantes transformaciones, especialmente en el ámbito de la indumentaria. Un claro ejemplo de este cambio fue el acortamiento de las faldas, que comenzaron a situarse por encima de la rodilla, reflejando una tendencia global que encontró un terreno fértil en la juventud chilena. Este fenómeno no fue aislado, sino que formó parte de un proceso más amplio, en el que las tendencias extranjeras fueron adoptadas con entusiasmo por un público juvenil ávido de nuevas formas de expresión.

El protagonismo de los jóvenes durante esta época puede interpretarse como una contracultura, entendida, según Bennett (2001), como una reacción ante la desilusión con las estructuras de poder impuestas por la cultura



Imagen 9. Revista *Margarita*, n°1036, 1954.

parental y su rechazo a los valores de la sociedad dominante. Siguiendo las ideas de Clark (1976), esta contracultura no sólo se opuso a la cultura parental, sino que también desafió las instituciones que representaban el sistema social establecido, como la familia, la escuela, el matrimonio y los medios de comunicación. En este contexto, el movimiento hippie surgió como una de las manifestaciones más representativas de esta resistencia juvenil, simbolizando el cuestionamiento tanto de las normas sociales como de las expectativas de la cultura adulta.

A nivel internacional, este periodo estuvo marcado por movimientos sociales que impulsaron los derechos civiles, el feminismo y una mayor conciencia política entre los jóvenes. En Chile, esta revolución cultural y social cuestionó los valores tradicionales, la sexualidad, el consumismo y el papel de la juventud en la vida cotidiana. En este contexto, la indumentaria se convirtió en un espejo de las transformaciones sociales, políticas y culturales que definieron la década. Uno de los cambios más significativos fue la aparición de la falda corta, que se ubicaba aproximadamente cinco centímetros por encima de la rodilla. Esta prenda, que ganó popularidad entre las jóvenes, fue adoptada como una respuesta a las tendencias extranjeras que circulaban en el espacio público, consolidándose como un símbolo de modernidad y rebeldía juvenil.

La falda corta (1960-1965) se incorporó al espacio público en diversas variantes: plisada, lisa, de lunares, floreada, a cuadros, con líneas y, gradualmente, en colores más llamativos. Uno de los ejemplos más representativos fue la falda de mezclilla (Imagen 10), que se destacó por su novedad y adaptabilidad. Este cambio marcó el fin de la moda formal que había predominado en las décadas anteriores, abriendo paso a una estética más relajada, fresca y juvenil.



Imagen 10. Revista *Eva*, n°1080, 1965.

De este modo, la falda corta se convirtió en un emblema de la transformación cultural, especialmente dirigida a un público juvenil como las jovencitas o lolitas chilenas.

Las industrias editoriales y de la moda jugaron un papel crucial en la consolidación de las juventudes como un nuevo público, tanto lector como consumidor, dentro de la cultura de masas que emergió en la década de 1960. Durante este período, se evidenció una redefinición en las estrategias comerciales, pues los sectores productivos comenzaron a percibir a la juventud no solo como un grupo demográfico más, sino como un mercado potencial con características y demandas propias. En el ámbito editorial, revistas como *Eva* se adaptaron a esta nueva realidad, incorporando en sus páginas representaciones de mujeres jóvenes que se alineaban con los ideales de la juventud moderna: rebeldes, independientes y, por supuesto, modernas. A través de sus consejos de moda, estas publicaciones se convirtieron en vehículos de difusión de tendencias que no solo reflejaban, sino que también promovían un cambio en las expectativas de vestir de las mujeres jóvenes. Por primera vez, no solo existían revistas y modas para madres o para niñas, sino que las jovencitas comenzaron a ser el foco principal de la industria, generando una segmentación de público que respondía a las aspiraciones de esta nueva cultura juvenil.

Paralelamente, la industria de la moda, al igual que la editorial, supo captar este cambio y ofreció una oferta diversa que reflejaba las transformaciones sociales, políticas y culturales de la época. La falda corta, en particular, se convirtió en un símbolo de esta transformación. Si bien las mujeres jóvenes ya no se ajustaban a las estrictas normas de elegancia que dominaban las décadas anteriores, la falda corta ofrecía una opción de vestir que no solo respondía a las nuevas corrientes estéticas, sino que también se alineaba con la creciente necesidad de expresar una identidad propia, ajena a los moldes tradicionales. Este cambio en la moda no fue una simple cuestión de estilo, sino una manifestación del creciente poder de las jovencitas como consumidoras activas y participantes de una cultura de masas que las visibilizaba como una fuerza emergente dentro del paisaje social.



Imagen 11. Revista *Eva*, n°1073, 1965.



Imagen 12. Revista *Eva*, n°1161, 1967.

La irrupción de la falda corta en los guardarropas de las jóvenes chilenas representó, entonces, más que una elección estética. Fue un acto de apropiación de la moda, un símbolo de la incorporación de las jovencitas al espacio público de manera autónoma. Este cambio no solo implicaba una modificación en los códigos de vestimenta, sino que reflejaba una reconfiguración más amplia de los roles de las mujeres jóvenes en la sociedad. Al adoptar la falda corta, las jovencitas no solo se diferenciaban de las generaciones anteriores, sino que también se apropiaban de una narrativa de rebeldía y modernidad, conformando una nueva imagen femenina que, aunque aún ligada a los ideales de feminidad, se distanciaba de los patrones dominantes del pasado.

La recepción de esta tendencia fue fuertemente promovida por la revista *Eva*, que se erigió como un referente de la moda juvenil en ese momento. A través de sus páginas, la revista presentó un ideal "juvenil" que reflejaba este cambio en las expectativas de vestir, marcado por una estética de frescura, modernidad y rebeldía (Imagen 11). Este ideal de juventud se consolidó a medida que la minifalda empezó a tomar protagonismo, representando una ruptura con el tradicional modelo de elegancia que había caracterizado la moda chilena en décadas anteriores. En lugar de la sobriedad, la moda juvenil priorizaba la espontaneidad y la energía asociadas a la juventud.

Además, esta transformación en la moda estuvo estrechamente relacionada con la doble función que asumió la revista *Eva* a partir de la década de 1960, consolidándose como un medio transversal que alcanzaba tanto a madres como a jóvenes. Esta capacidad de adaptación permitió que *Eva* se convirtiera en una de las publicaciones más leídas en Chile, adaptando sus contenidos a la nueva cultura juvenil sin abandonar por completo los valores tradicionales. La revista supo manejar con habilidad la tensión entre tradición y modernidad, al mismo tiempo que introducía reivindicaciones para las jóvenes modernas que comenzaban a acercarse a sus páginas. De este modo, *Eva* no solo reflejó los cambios sociales, sino que también desempeñó un papel activo en la configuración de la nueva imagen de las jóvenes, con la falda corta como uno de los elementos clave en esta transformación.

En conclusión, el fenómeno de la falda corta entre 1960 y 1965 representa una manifestación visual de la contracultura juvenil chilena, cuyo auge estuvo vinculado a una serie de transformaciones sociales y culturales globales. La indumentaria, y particularmente el cambio en la longitud de las faldas, se configuró como un vehículo de expresión de la juventud, la rebeldía y la modernidad, simbolizando el cuestionamiento de los valores tradicionales y el surgimiento de una nueva identidad femenina que ya no se limitaba al espacio privado, sino que se expandía con fuerza en el espacio público.

#### *Minifalda (1967): Libertad, erotización del cuerpo femenino y disputa simbólica*

La notable influencia del ideal de juventud y la adopción de sus tendencias en la moda marcaron cambios significativos en la forma de vestir, especialmente en relación con la falda. A finales de la década de 1960, esta prenda redujo notablemente su longitud, llegando a situarse unos 20 centímetros por encima de la rodilla (Imagen 12). Esta tendencia reflejaba no sólo el auge de una cultura juvenil chilena que impactaba en los ámbitos social, político y cultural, sino también la llegada de nuevas corrientes extranjeras en la moda. Entre ellas, destaca la figura de Mary Quant, diseñadora inglesa a quien se atribuye la creación y popularización de la minifalda, inicialmente entre las jóvenes británicas y, posteriormente, como un fenómeno global.

Esta nueva tendencia surgida hacia 1966 revolucionó el mundo de la moda y redefinió la manera de vestir de las mujeres. Aunque hubo disputas entre André Courrèges y Mary Quant sobre quién fue su verdadero creador, se reconoce que fue Quant quien logró democratizar la minifalda, impulsándola como un símbolo de liberación femenina. La propia diseñadora afirmó: "No importa quién sea el inventor. Por mi parte, creo que ni yo ni Courrèges la hicimos; fue la calle quien la concibió primero" (Pinto, 2005, p.70-71). Así, la minifalda marcó el fin de las siluetas rígidas que habían predominado en décadas anteriores, abriendo paso a un estilo más juvenil y dinámico, con mayor variedad de colores, patrones y diseños inspirados en la ropa infantil.

En Chile, la minifalda comenzó a ganar visibilidad hacia 1967, principalmente entre las *lolitas* —jóvenes adolescentes— que adoptaron esta audaz tendencia en los espacios públicos. Las revistas femeninas, como *Eva*, reflejaron rápidamente esta transformación, registrando los cambios que esta prenda introducía en la estética cotidiana y abriendo debates sobre su significado y repercusiones sociales. No obstante, su irrupción no estuvo exenta de controversia: el uso de la minifalda evidenció un fenómeno complejo de erotización y sexualización del cuerpo femenino, particularmente en las jóvenes que se atrevían a lucirla (Imagen 13). La visibilidad de

las piernas, convertidas en un nuevo centro de atracción y deseo, puso en tensión las normas tradicionales de género y moralidad, generando debates sobre su impacto en la percepción de la feminidad.

Hacia 1967, la falda corta alcanzó así su máxima expresión con la irrupción de la minifalda, fenómeno que acentuó las tensiones ya presentes en el espacio público. Más que una simple continuidad de las transformaciones iniciadas a principios de la década, la minifalda se consolidó como un símbolo de libertad individual, pero también como un objeto de disputa en torno a los cuerpos femeninos y sus representaciones sociales. Su adopción masiva coincidió con una creciente apropiación del cuerpo femenino como superficie de expresión personal, marcando un quiebre radical respecto de los códigos tradicionales de feminidad y decoro.

Este doble movimiento —liberador y objetualizador— ubicó a la minifalda en el centro de una disputa simbólica en la cultura chilena. Por un lado, permitió a las mujeres jóvenes ejercer un control mayor sobre su apariencia y proyectar una imagen de autonomía frente a las normas conservadoras. Por otro, su exposición pública generó respuestas ambivalentes: fascinación, censura y, en muchos casos, resistencia por parte de sectores que la consideraban una amenaza a las buenas costumbres.

La prensa, la publicidad y las revistas femeninas jugaron un rol fundamental en la difusión y regulación de los discursos sobre la minifalda. Publicaciones, principalmente *Eva*, continuaron promoviendo una imagen juvenil moderna, aunque enfrentaron crecientes tensiones entre el deseo de proyectar modernidad y la necesidad de mantener ciertos límites morales en la representación del cuerpo femenino. La moda, lejos de ser un terreno neutral, se convirtió en un campo de batalla simbólico donde se negociaban constantemente las fronteras de lo permitido y lo transgresor.

La erotización del cuerpo femenino asociada al uso de la minifalda se reflejó explícitamente en las revistas femeninas de la época (Imagen 14). Un ejemplo ilustrativo es el fragmento publicado en *Eva* en 1966:

Lógicamente, mientras más suben las faldas más bajan las miradas masculinas. Cuando se

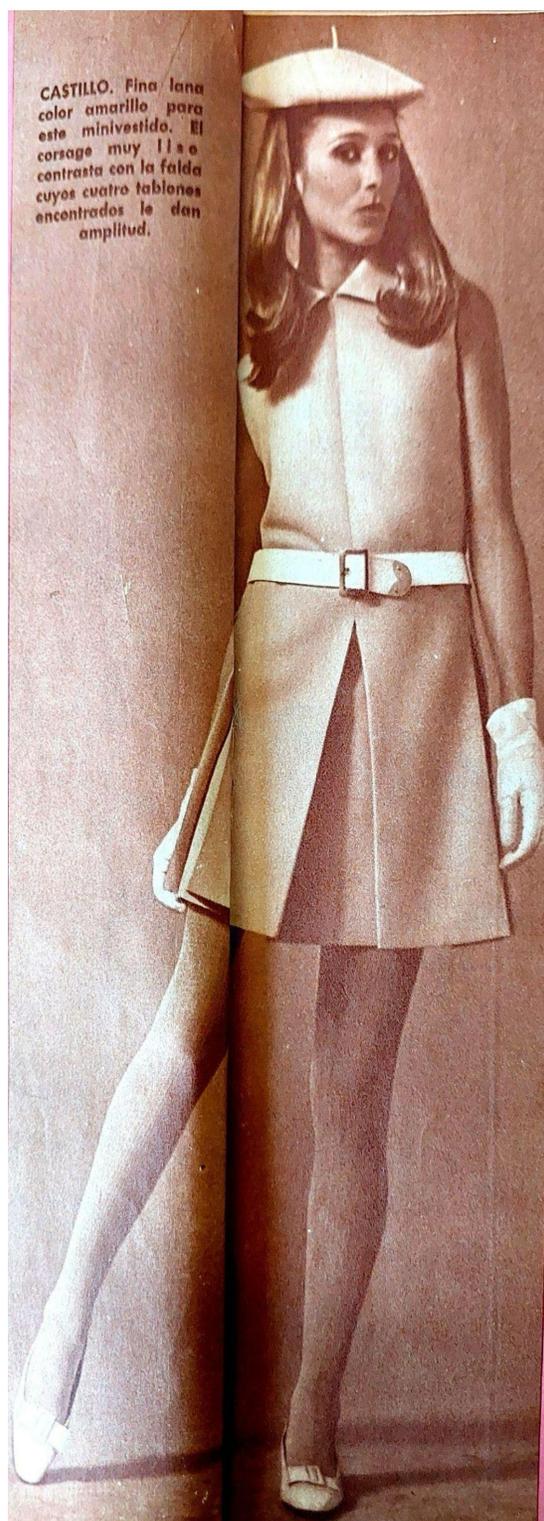


Imagen 13. Revista *Eva*, n°1161, 1967.

Imagen 14. Revista *Eva*, n°1108, 1966.

les acusa por ello, los varones protestan. '¿Qué quieren? —dicen— ¿Qué cerremos los ojos? No cabe duda, si esta tendencia se mantiene, tendrán muchas oportunidades en buses, trenes, restaurantes, de cerrar —o abrir— bien los ojos (Revista *Eva*, n°1108, 1966.)

Además de la exposición callejera, la representación en medios gráficos de mujeres luciendo minifaldas, tanto jóvenes como adultas y madres, evidenció cómo esta prenda redefinió no solo la moda, sino también las normas de género y las dinámicas de sociabilidad en los espacios urbanos.

Así, la minifalda no solo reconfiguró los códigos de género, sino que también transformó las percepciones sobre el espacio público. El cuerpo femenino vestido con minifalda reclamaba visibilidad, presencia activa y derecho a habitar la ciudad desde una lógica distinta a la del recato tradicional. La minifalda de 1967 se convirtió en un emblema de una juventud que no solo quería vestirse de manera diferente, sino también vivir de manera diferente, desafiando las jerarquías de edad, género y clase social que estructuraban la sociedad chilena de la época.

En suma, la minifalda condensó las tensiones entre libertad y control, autonomía y sexualización, apertura cultural y moralismos conservadores. Su historia permite comprender cómo

un cambio aparentemente superficial en la moda reflejó y aceleró transformaciones profundas en las dinámicas sociales, políticas y simbólicas del Chile de mediados del siglo XX.

## Conclusiones

La falda, entendida no solo como una prenda de vestir, sino como un artefacto simbólico y un testimonio histórico, ha sido el hilo conductor de este estudio que entrelaza moda, cultura visual y transformaciones de género en el Chile de mediados del siglo XX. A través de su representación en las revistas femeninas *Eva*, *Margarita* y *Rosita* —verdaderos escaparates discursivos de la modernidad editorial—, ha sido posible identificar no solo las variaciones estilísticas de esta prenda, sino también las tensiones sociales, culturales y políticas que estas variaciones condensan.

A lo largo del periodo analizado, la falda experimentó cuatro mutaciones fundamentales — larga, media, corta y minifalda— que no solo respondieron a criterios estéticos o funcionales, sino que dialogaron estrechamente con los procesos históricos que transformaron la vida de las mujeres. La falda larga, propia de las décadas de 1940 y 1950, reprodujo un ideal de feminidad conservador, asociado al recato, la elegancia y la distinción social. Su uso, sin embargo, no fue estático: se adaptó a los contextos materiales de las mujeres chilenas, generando debates en torno al equilibrio entre el decoro y la movilidad.

Con la irrupción de la falda media, hacia mediados de los años 50, comenzó a delinearse un nuevo horizonte de posibilidades. Este largo intermedio, funcional y elegante, simbolizó el ingreso sostenido de las mujeres al espacio público en calidad de trabajadoras, estudiantes y profesionales. Fue también el momento en que la indumentaria empezó a operar como tecnología de género, modulando la corporalidad femenina en sintonía con las nuevas exigencias de modernidad, productividad y disciplina visual.

La falda corta y la minifalda, surgidas entre 1960 y 1967, marcaron un quiebre tanto estético como simbólico. En ellas se cristalizó el auge de una cultura juvenil transnacional que desafiaba los valores tradicionales, a la vez que incorporaba el cuerpo femenino como superficie de expresión, autonomía y deseo. Sin embargo, lejos de ser una simple emancipación, estas nuevas formas del vestir pusieron en evidencia un fenómeno persistente: la erotización y sexualización del cuerpo de las mujeres en el espacio público. La visibilidad corporal no siempre implicó libertad, sino que reactivó antiguos mecanismos de control, juicio moral y vigilancia social.

Desde esta perspectiva, la falda no es una prenda neutra ni un mero accesorio del vestir. Es un código visual cargado de sentido, un archivo portátil que documenta las luchas, conquistas y contradicciones de la experiencia femenina moderna. Su análisis permite rastrear no solo cómo las mujeres han sido representadas, sino también cómo han negociado su presencia en un espacio urbano tradicionalmente masculino, desafiando estereotipos, apropiándose de nuevas identidades y tensando las fronteras entre lo público y lo privado.

En definitiva, este recorrido por las representaciones de la falda en las revistas femeninas revela que la moda no es un espejo pasivo de la historia, sino un lenguaje cultural activo, capaz de modelar subjetividades, producir imaginarios y disputar sentidos. Cada pliegue, cada dobladillo, cada centímetro de tela se vuelve aquí un documento histórico que da cuenta de una narrativa más amplia: la lenta y persistente irrupción de las mujeres en el centro del relato social, político y simbólico de la nación.

## Bibliografía

- Aguilera, Oscar & Saa, Marcela (2016). Dispositivo visual y normalización de lo juvenil en revista Margarita (1934-1939). *Cuadernos.info*, (38), 201-216
- Angenot, M. (2012). *El discurso social: Los límites de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Balandier, G. (1994). *El poder en escenas: De la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos y voces*. Barcelona: Paidós.
- Bennet, A. (2001). *Cultures of popular music*. United Kingdom: Open University Press.
- Burke, Peter. (2001) *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona: Crítica
- Carrasco, Ana María. (2008) "Espacios conquistados. Un panorama de las organizaciones de las mujeres chilenas." En *Mujeres chilenas: Fragmentos de una Historia* de Sonia Montecinos. Santiago: Catalonia
- Censos de Población y Vivienda en Chile 1940, 1952 y 1960
- Chartier, R. (1992). *El mundo como representación: Estudios sobre historia cultural*. Barcelona: Gedisa.
- Clark, J., Hall, S., Jefferson, T., & Roberts, B. (1976). Subcultures, cultures and class: A theoretical overview. En S. Hall & T. Jefferson (Eds.), *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain* (pp. 57-71). London: Hutchinson.
- Díez Garde, J. L. (2017). Modelo del mes: Los modelos más representativos de la exposición. Christian Dior, 1949. *Museo del Traje*. <https://www.cultura.gob.es/mtraje/dam/jcr:fd26709c-c7f4-48c7-9326-15fe0101b905/mdm05-2017.pdf>

- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.
- Flügel, J. (2015). *Psicología del vestido*. Tenerife: Melusina.
- Fukai, A. (2022). *Historia de la moda: Del siglo XVIII al siglo XX*. Colonia: Taschen.
- García Huidobro, Cecilia y Escobar, Paula. (2012) *Una Historia de las revistas chilenas*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales
- González Duque, Fernanda. (2019). *Revistas femeninas y desarrollo de la fuerza laboral femenina en Valparaíso: Análisis del sistema gráfico de la revista Rosita (1947-1972), como estrategia didáctica para el aprendizaje informal de la costura* (Proyecto de título: Ámbito investigación patrimonial). Universidad del Desarrollo.
- Kircher, M. (2005). La prensa escrita: Actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia*, (10), 115-122.
- Ledezma, A. M. (2005). *La sociedad en vitrina: Mujeres en la publicidad. Chile 1950-1960* (Tesis de licenciatura). Universidad de Chile.
- Lefebvre, H. (1972). *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza
- Montalva, P. (2004). *Morir un poco: Moda y sociedad en Chile, 1960-1970*. Santiago: Catalonia.
- Montalva, P. (2023). *Tejidos blandos: Indumentaria y violencia política en Chile, 1973-1990*. Santiago: Paidós.
- Montero, C. (2018). Y también hicieron periódicos: Cien años de prensa de mujeres en Chile. 1850-1950. Santiago: Hueders.
- Müller, E., & Rivera, C. (2023). *Pasado de moda: Historias de una colección*. Santiago: Museo Histórico Nacional.
- Ossandón, C. (2005). Zig-Zag o la imagen como gozo. En C. Ossandón & E. Santa Cruz (Eds.), *El estallido de las formas: Chile en los albores de la "cultura de masas"*. Santiago: LOM.
- Ossandón, C., & Santa Cruz, E. (Eds.). (2005). *El estallido de las formas: Chile en los "albores" de la cultura de masas*. Santiago: LOM. Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/123635>
- Pacheco Pailahual, S., Cuminao Rojas, R., Saldías Maldonado, B. y Nitrihual-Valdebenito, L. (2021). Perfiles y modelos de mujer en las revistas del siglo XX en Chile el caso de Revista Rosita. *Historia y comunicación social*, 26(2).
- Pérez, F. y Godoy, G. (2009). Territorios imaginarios de lo doméstico: Vida cotidiana en las revistas femeninas 1930-1960: El caso de Margarita. *Revista Chilena de Antropología Visual*, (13), 104-128.
- Pérez, F. (2019). Estado, mujer y hogar en Chile. El rol disciplinario en publicaciones de época. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (37), 29-48.
- Pinto, F y Cancela, D. (2005) *Moda para principiantes. Vanguardias del Siglo XX*. Buenos Aires: Era Naciente.
- Quinaya, D. (2018). La moda en la historia. *Revista Oblicua*, (12), pp.24-44
- Silva-Escobar, J. P. (2023). Imagen y poder: Representaciones, discursos y política en Iberoamérica. Autoctonía. *Revista de Ciencias Sociales e Historia*, 3(1), 1-21.
- Simmel, G., (1934). "Filosofía de la moda", en *Cultura femenina y otros ensayos*. *Revista de Occidente*, 139-174.
- Squiccirino, N. (1986). *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid: Cátedra.
- Vergara Leyton, E., de Simone, L., Armstrong, P., & Quiroz, D. (2020). Publicidad y representación de la mujer en revistas femeninas: Una aproximación al caso de revista Eva. *Revista 180*, (46), 15-25.
- Vergara Leyton, E., De Simone, L., Gómez-Lorenzini, P., y Labarca, C. (2023). Mujer y consumo a través de la gráfica en Chile. *Grafica*, 11(21), 59-66. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.226>
- Victoriano, F., & Darrigrandi, C. (2009). Representación. En M. Szurmuk & R. McKee Irwin (Coords.), *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. México: Siglo XXI Editores.
- Vigarello, G. (2005). *Historia de la belleza*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

### *Revistas*

Revista Eva, N°1073, 1965.

Revista Eva, N°1080, 1965.

Revista Eva, N°1108, 1966.

Revista Eva, N°1161, 1967

Revista Eva, N°121, 1947.

Revista Eva, N°143, 1947.

Revista Eva, N°723, 1959.

Revista Margarita, N° 781, 1949.

Revista Margarita, N°1036, 1954.

Revista Margarita, N°750, 1948.

Revista Rosita, N°50, 1949.

Revista Rosita, N°112, 1950.

Revista Rosita, N°249, 1953.

Revista Rosita, N°646, 1960.