



CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GALICIA

GABINETE
TÉCNICO DE
Igualdade

De la moda a la moda



Con la financiación de:



CONSELLERÍA DE
PROMOCIÓN DO
EMPREGO E IGUALDADE



De la moda a la moda

Tirando de diccionario:

moda

1. f. *Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en de terminado país.*
2. f. *Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos.*
3. f. *Conjunto de la vestimenta y los adornos de moda.*
4. f. *Estad.* *Valor que aparece con mayor frecuencia en un conjunto de datos*

Tirando de la moda (vestimenta) como impulso hacia la igualdad a lo largo del siglo XX:

- Vestidas de morado, verde y blanco, las mujeres sufragistas inglesas consiguen el voto femenino a principios de siglo. Con las siglas GWM (*Give Women Votes*), que recogía, por una parte, el slogan “*Dad el voto a las mujeres*”, y, por otro, las iniciales de los colores que las representaban: *violet* (violeta), que simbolizaba la libertad, *green* (verde), que simbolizaba la esperanza, y *white* (blanco), como símbolo de pureza. Como eran conscientes de que en aquella época la imagen lo era todo, optaron por una moda delicada, teñida de esos colores. En 1928 estas luchadoras consiguen que la mujer vote en igualdad de condiciones que los varones, poniendo de manifiesto que es posible ser competente y capaz sin necesidad de perder el estilo personal ni renunciar a la apariencia que cada cual desee.
- Vestidas con faldas cortas y con un maquillaje resaltado, las mujeres “*flappers*”, movimiento de las mujeres que surgió en Estados Unidos y fue seguido por muchas jóvenes en Europa, trasladaban la rebeldía ante las normas sociales. Fumaban, conducían automóviles, hablaban de libertad sexual y asistían a locales clandestinos en donde bailaban charlestón con desenfreno.
- Vestidas como hombres, las *garçonenes*, en los años 20, que, aprovechando los aires que se respiraban en Europa, venidos desde más allá del océano (vivir al estilo americano significaba más bienestar social, vivir mejor, comodidades y libertades...), iniciaron transformaciones que empezaron en la forma de vestir: adiós cinturas perfiladas, y hola a trajes parecidos a los de los hombres, rectilíneos, con corbata o esmoquin, complementados por peinados cortos. Es el estilo *garçonne*, que reclamaba y exigía libertad de expresión y un cambio de las costumbres y de la moral existentes. La mujer estaba cansada de ser considerada un “*adorno*” del hombre, y adquiere una nueva dimensión social. Ser *garçonne* es andar de forma natural, vestir ropa cómoda, poder fumar en público si se desea, y poder opinar en tertulias sobre temas que antes tenían vetados, como la economía o la política. Pero la intención no es ser como los varones, sino

dejar de ser sus esclavas. No quieren provocar, sino defender la igualdad con los hombres en el plano social.

- Coco Chanel (Gabrielle Bonheur) aparece en este contexto de “*agitación femenina*” de los alegres años 20, la recordada diseñadora francesa que revoluciona la alta costura durante los años de entreguerras. Libera a la mujer de la tiranía del corsé, y trabaja modelos de vestimenta que mezclan conceptos de hombre y mujer, respondiendo a la tendencia femenina con ansias de libertad. Su aportación a la moda y los deseos imperiosos de aquellas mujeres durante los años 20 marcarían todo un momento en la historia de la sociedad del siglo XX. Su “*petite robe noire*” sigue siendo un fondo de armario símbolo de la elegancia.

- Las “*Sinsombrero*”, intelectuales de la Generación del 27 que reclamaban su espacio en un mundo que no estaba pensado para ellas. Mujeres ilustradas y comprometidas a nivel social y cultural, que se quitaron el sombrero como muestra de rebeldía y modernidad; valientes que desafiaron las tradiciones para reclamar independencia, autonomía y formación igual a la de los varones. Son conocidas por ese nombre porque un día en los años 20 del pasado siglo, dos de estas pensadoras, Maruja Mallo y Margarita Manso, pasearon por la Puerta del Sol de Madrid con Salvador Dalí y García Lorca quitándose el sombrero, actitud transgresora que trataba de romper con las normas establecidas y encorsetadas, y, de forma metafórica, liberar ideas al prescindir del complemento de moda que tapaba la cabeza (gesto a lo que muchos viandantes respondieron con insultos e incluso lanzamiento de piedras).

Aunque esta efervescencia de los años 20 se vino abajo en los 30 por la Gran Depresión tras la caída de la Bolsa de Nueva York en octubre del 29 y el nazismo en Europa...la historia está llena de ejemplos de cómo las mujeres reclamaron derechos femeninos a través de la moda, transgrediendo los códigos de vestimenta supuestos e impuestos para cada género como forma de protesta y de alzar la voz pidiendo igualdad.

Se considera que el acceso de la mujer al uso del pantalón fue la primera gran batalla ganada a la desigualdad existente. Christine Bard, en su ensayo “*La historia política del pantalón*”, refleja como la incorporación del uso cotidiano de esta prenda de vestir por el colectivo femenino (prohibido por ley, nada menos), supuso un desafío al dominio masculino y un paso importante hacia el deporte y la salud para las mujeres.

- En la década de los sesenta *aparecen las "swinging"* (sobre todo en Inglaterra), mujeres modernas, optimistas y hedonistas, que bailaban con minifalda, estampados psicodélicos y botas tipo “*gogó*” al ritmo de Los Beatles. Es la época “*hippie*”, en la que las mujeres dan grandes pasos en su liberación. Se caracteriza por poner en tela de juicio los valores tradicionales, la guerra, los roles sexuales y de género, y reivindicar el examen de las culturas y el retorno a la naturaleza.

- En los años 70 aparecen movimientos juveniles que se identifican con un

grupo y se oponen al *status quo*, como las pandilleras japonesas “*sukeban*”, que para ello se vestían con uniformes escolares.

Hoy en día, las mujeres (occidentales) visten como quieren, estudian, acceden al mercado laboral, y la normativa les reconoce igualdad de derechos y oportunidades...pero todavía queda mucho camino por recorrer para llegar a la igualdad real.

Y, en este punto, vamos a recordar el título con el que empezaba este artículo, y pasar **de la moda (vestimenta) a la moda (estadística)**.

Tiremos otra vez de diccionario, quedándonos con las acepciones relacionadas con matemática y estadística:

moda	<i>4. f. Estad. Valor que aparece con mayor frecuencia en un conjunto de datos</i>
mediana	<i>9. f. Mat. Elemento de una serie ordenada de valores crecientes de forma que la divide en dos partes iguales, superiores e inferiores a él.</i>
media	<i>34. f. Mat. Número que resulta al efectuar una serie determinada de operaciones con un conjunto de números y que, en determinadas condiciones, puede representar por sí solo a todo el conjunto. La media puede ser aritmética o geométrica</i>

Y ahora, pasamos directamente al ámbito de la igualdad y su normativa en España.

Constitución Española (CE):

En su artículo 14 proclama el derecho a la igualdad y a la no discriminación por razón de sexo, y en el 9.2 consagra la obligación de los poderes públicos de promover las condiciones para que la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas.

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres:

En 2007, las Cortes Generales de España aprobaron la llamada Ley de Igualdad de Género, por la necesidad constatada de tratar normativamente un problema de desigualdad entre hombres y mujeres que la sociedad, sin la intervención de los poderes públicos, no era capaz de combatir.

Se basó, principalmente, en los artículos 14 y 9 de la CE ya mencionados.

Elementos como paridad, no discriminación por sexo, igualdad de oportunidades, violencia de género o conciliación de la vida personal, familiar y laboral fueron conceptos que esta Ley introdujo hace ya 15 años y que siguen de plena actualidad, porque todavía no se han conseguido los objetivos que se establecían en su exposición de motivos.

Uno de los aspectos más importantes sobre los que se centró la Ley de Igualdad fue en la desigualdad latente en el ámbito de las relaciones laborales y el acceso al empleo sufrida por la mujer.

El pleno reconocimiento de la igualdad formal ante la ley, a pesar de que ha sido un paso decisivo, ha resultado insuficiente. Y continúa el desarrollo normativo para lograr los objetivos establecidos.

Vamos a centrarnos en la normativa que regula el Registro Salarial (recordemos, obligatorio para todas las empresas, independientemente del número de personas trabajadoras):

- *El Real Decreto-lei 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación, que regula el registro salarial.*
- *Real Decreto 902/2020 de 13 de octubre para garantizar la equidad en la remuneración salarial entre hombres y mujeres, que insiste en la importancia de la igualdad salarial y en el principio de transparencia.*

Objetivo de la normativa:

Que las empresas (tal y como establece el artículo 28 del E.T.) paguen por la prestación de un trabajo de igual valor la misma retribución, satisfecha directa o indirectamente, y cualquiera que sea la naturaleza de la misma, salarial o extrasalarial, sin que pueda producirse discriminación alguna por razón de sexo en ninguno de los elementos o condiciones de aquella.

Para ello, establece la **obligación para las empresas de contar con un Registro Salarial**, un documento en el que se hacen constar todos los valores medios de los salarios de la plantilla de una empresa, incluyendo, además, los complementos salariales y las percepciones extrasalariales, desagregados por sexo y distribuidos por grupos profesionales, categorías profesionales o puestos de trabajo iguales o de igual valor.

Todo lo anterior se informa en un documento que debe incluir (desagregado por sexos):

- Los valores medios del salario fijo (normalmente el salario base).
- Valores medios de complementos salariales (plus por antigüedad, plus de guardias, plus de nocturnidad, plus de turnicidad...).
- Valores medios de las percepciones extrasalariales (dietas, kilometraje...).

Además, hay que tener el elemento comparativo por categoría, grupo, puesto trabajo igual en función de la jornada o la hora trabajada.

Asimismo, **se presentará también desglosada por sexo la media aritmética y la mediana** de lo percibido por cada uno de estos conceptos para cada grupo y categoría profesional, nivel, puesto o cualquier otro sistema de clasificación.

Esta información deberá, también, estar desagregada en atención a la naturaleza de la retribución, incluyendo salario base, complementos salariales y percepciones extrasalariales, especificando de modo diferenciado cada percepción, y, en caso de que la diferencia supere el 25% entre géneros, la empresa debe justificar el motivo (será legal siempre que sea por una razón justificable, por ejemplo, una responsabilidad o formación específica en el mismo puesto, la antigüedad...).

¿A dónde queremos llegar?

Pues queríamos aprovechar el título para aclarar una confusión relativamente frecuente entre tres medidas de tendencia central (es decir, que pretenden resumir en un único valor un conjunto de valores): **la media, la mediana y la moda**:

- **Media** (también conocida como promedio): El valor que se obtiene al dividir la suma de un conglomerado de números entre la cantidad de ellos.
 - ⇒ Características: considera todas las puntuaciones, el numerador de la fórmula es la cantidad de valores, y cuando hay puntuaciones extremas no se obtiene una representación exacta de la muestra.
- **Mediana**: Es el valor que ocupa el lugar central de un conjunto de datos numéricos cuando éstos están ordenados de menor a mayor.
 - ⇒ Características: la medida no depende de los valores de las variables, solo de su orden, suelen ser valores enteros y se puede calcular, aunque los números que se encuentren arriba y abajo no tengan límites.
- **Moda**: Es el valor que más se repite dentro de un conjunto de datos. Se conoce como bimodal cuando existen dos modas, multimodal cuando se repiten más de dos valores, amodal cuando en un conglomerado de datos no se repiten valores, y moda adyacente cuando dos valores continuos tienen la misma cantidad de repeticiones (en este caso se saca el promedio de ambos).
 - ⇒ Características: Los valores que se presentan pueden ser cuantitativos y cualitativos, y es una muestra clara (pero no en contexto de análisis retributivos con enfoque de género...).

La más utilizada (en distintos contextos), por su grado de utilidad, es la media. Pero, como es la más afectada por los valores extremos, cuando en una población se presentan casos que cuentan con datos muy por arriba o por debajo de los que presenta el resto del grupo, es recomendable (dependiendo de lo que se quiera observar) la mediana.

Conclusión:

En el registro salarial no se contempla el cálculo de la moda.

Pero hemos aprovechado el título del artículo para, además de aclarar una duda relativamente frecuente, dar un pequeño paseo por la evolución de la igualdad entre mujeres y hombres a través de la vestimenta, y recordar nuestra normativa sobre la materia (que nunca viene mal...). Tres en uno.

Esperamos que resulte interesante... y, sobre todo, útil.