

## EL CUERPO VESTIDO. TEORÍA CRÍTICA DE LA MODA

ÁNGEL OCTAVIO ÁLVAREZ SOLÍS

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE (INSTITUTO DE ESTÉTICA), CHILE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4685-6176>

La moda es un proceso social con el cual los objetos culturales, sean prácticas sociales, formas estéticas o creencias políticas, mantienen prestigio o popularidad durante un periodo específico de tiempo. Al ser aceptados intensamente por un grupo, algunos de estos objetos son convertidos temporalmente en un elemento de “moda” y, posteriormente, su vigencia concluye cuando la aceptación entra en un punto de saturación o de descrédito (Rocamora y Smelik, 2019; Barnard, 2017). Por consiguiente, la moda no es exclusiva de los fenómenos vestimentarios ni de las ideas que circulan socialmente en cada época: la moda es una serie de cambios recurrentes en las elecciones de cualquier grupo socialmente relevante (Hurlock, 1929). Sin embargo, la moda, además de ser un objeto artístico o la compulsión humana que tiende hacia lo nuevo, es una industria: la industria más contaminante del mundo (Cline, 2014) y una de las más alienantes, explotadoras y normalizadoras del capitalismo contemporáneo (Daphné, 2020). A partir de este hecho, no es extraño que exista un rechazo profundo de la moda y que cualquier intento por teorizarla concluya en una condena moral, o en una legitimación de las contradicciones inherentes del capitalismo contemporáneo (Marcketti y Karpova, 2020). La principal contradicción de la moda es que puede disciplinar los cuerpos y multiplicarlos en estilos, puede unir o separar a los grupos sociales por medio de la imitación y la distinción, pues la moda reprime y emancipa, esclaviza y libera, uniforma y deforma.

Con base en lo anterior, el ensayo problematiza la relación entre moda y pensamiento para indicar las principales pautas para elaborar una teoría crítica de la moda en lengua castellana. Para conseguir tal fin, el ensayo está dividido en tres partes. La primera, sistematiza la formación teórica de la moda como campo disciplinario y postula una cartografía desde sus orígenes como teoría de la imitación social hasta sus desarrollos actuales como teoría crítica. La segunda, reconstruye los principales debates y argumentos sobre la violencia o necesidad de la moda surgidos al interior de la discusión del feminismo académico. Sin los debates entre feminismo y moda, la teoría crítica de la moda no hubiese sido institucionalmente posible. Por último, en la tercera parte se discuten las principales líneas proyectivas de la teoría crítica de

la moda a partir de problemas vinculados con el racismo, la crisis ambiental o las disidencias corporales contemporáneas. El objetivo de esta sección es mostrar la relevancia ética, política y epistemológica de la teoría crítica de la moda para plantear, intervenir e intensificar algunos de los problemas sociales más relevantes de nuestro presente.

#### LA FORMACIÓN DE UN OBJETO TEÓRICO: LA TEORÍA DE LA MODA

Los estudios sobre la moda están diversificados en tres campos disciplinarios, aunque complementarios entre sí: la antropología de la indumentaria, la sociología de la moda y la filosofía de la vestimenta. La antropología de la indumentaria investiga el significado del adorno y la ornamentación en las comunidades humanas y explica etnográficamente el fundamento del vestir. Uno de los supuestos de este modelo antropológico es que no existe formación de comunidad sin un pacto vestimentario, pero la necesidad de vestimenta surge como consecuencia de una simbolización de las jerarquías sociales (Luvaas y Eicher, 2019; Weiner y Schneider, 1991; Turner, 1967; Hiler, 1930). La sociología de la moda indaga en los procesos sociales de formación de los signos vestimentarios y analiza el sistema de la moda para construir un patrón del cambio histórico en la sociedad. Esta aproximación sociológica parte del supuesto de que la moda, como la religión o la ciencia, es un hecho social. Esto implica que la moda, además de servir como criterio de integración y distinción social (Bourdieu, 1979), explica los signos de clase inscritos bajo las formas de capital cultural supuesto en el capitalismo artístico o cosmético (Moreno, 2016; Lipovetsky, 2013). Por último, la filosofía de la vestimenta, inaugurada tempranamente por la novela filosófica *Sartor Resartus* de Thomas Carlyle (1836), busca responder a la pregunta ontológica acerca de por qué el ser humano es un animal que necesita la vestimenta para identificarse, distinguirse y apropiarse del cuerpo como unidad cosmética (Bari, 2020). La filosofía de la vestimenta considera que la ropa condiciona la sensibilidad epocal y asume a la moda como un problema “metafísico” con profundas implicaciones éticas, estéticas y políticas (Álvarez, 2021; Coccia, 2011; Calefato, 2002). La conclusión de esta operación epistemológica es que la moda es un objeto sofisticado con una alta complejidad simbólica que requiere de la intervención de múltiples saberes, pues la moda es un lugar de concentración disciplinaria. La moda es, así, un objeto multifuncional de la cultura moderna donde el cruce disciplinar entre la antropología, la historia, la sociología y el psicoanálisis coinciden para explicar los fundamentos del cambio social.

Un dato relevante de los estudios de la moda es que la definición o el acotamiento es menos importante que la investigación de las contradicciones inherentes de los fenómenos ocasionados por este tipo de arte, industria u objeto cultural. Las dificultades para definir a la moda están asociadas, principalmente, a su imprecisión, ambigüedad y ubicuidad semánticas: *moda* remite a la noción latina acerca de la medida o patrón regulador de las

elecciones (*modus*), a una versión del tiempo que vincula con lo moderno (*to modé*), o a los modos de un individuo en un espacio social determinado (*maneries*). Asimismo, el término *moda* mantiene un parecido de familia con términos como *vestimenta*, *estilo*, *cambio*, *gusto*, *bienes*, *lujo*, entre otros conceptos próximos al lenguaje de la estética, las artes del diseño y la industria textil. Estas afinidades semánticas generan definiciones generales de la moda que denotan su dificultad para adquirir precisión epistémica. Por ejemplo, el diccionario decimonónico de Merriam-Webster (1989) define a la moda con base en su operación temporal como “el predominio de un estilo (como un vestido) en un tiempo determinado”.

En cambio, en un registro menos lexicográfico, aunque más filosófico, Walter Benjamin vinculó la moda con la materia al conducirla hacia el *sex appel* de lo inorgánico: “Toda moda conecta el cuerpo vivo con el mundo inorgánico. En el viviente percibe la moda los derechos del cadáver” (Benjamin, 2005, p. 106). Décadas más tarde, la socióloga Joanne Entwistle asumirá que la moda es la práctica corporizada que “incluya todo y denote todas las cosas que las personas le hacen a sus cuerpos” (Entwistle, 2000, p. 40). Por lo tanto, el problema con estas definiciones deflacionarias o esteganografías es que indican bajo qué forma metafísica opera la moda (el tiempo), sobre qué sujeto se predica (el cuerpo) o en qué objetos recae (la sociedad), pero no ofrece una definición por su género próximo y diferencia específica. La moda es un concepto impreciso en disputa política.

Por lo anterior, cabe precisar que aunque la moda sea un concepto esencialmente impugnado (Gallie, 1956), existen dos componentes básicos articulados por una afinidad electiva entre el espacio y el tiempo. Por su espacio de experiencia, la moda es aquello que remite a la producción material y simbólica de los procesos vestimentarios. Por su horizonte de expectativa, la moda es un modo recorte sobre el tiempo posibilitado por una estructura definitiva: la *modernidad* (Blumenberg, 1966). Por lo anterior, no resulta extraño la existencia de dos formas de organización de las teorías de la moda que, salvo notables excepciones, están unidas entre sí. La teoría de la moda como una *teoría filosófica del tiempo presente* y la teoría de la moda como una *teoría del cuerpo vestido*. Las primeras teorías conciben a la moda como objeto de pensamiento y discuten cómo la moda genera las condiciones filosóficas para problematizar conceptos como *caducidad*, *ritmo*, *constante*, *mutabilidad*, *vigencia*, *duración*, *modernidad*, *tiempo presente* (Mateucci y Marino, 2016), conceptos que recuerdan las ensoñaciones de Baudelaire al sugerir que la moda permite extraer lo eterno de lo transitorio (Baudelaire, 1863). Las segundas teorías consisten en el estudio sistemático del vestido como símbolo de la interacción entre el cuerpo y la sociedad. Su campo de estudio comprende tanto las prácticas de producción, promoción y consumo del vestido como el análisis semiótico, retórico y comunicativo del lenguaje de la moda (Reilly, 2020; Davis, 1992). Como explicación del cuerpo vestido, este conjunto de teorías argumenta la importancia de la vestimenta en las formas de construcción de la subjetividad y

muestra por qué la moda es un caso ejemplar de significación social, tal como pensó Roland Barthes al describir este proceso como “dar significado a lo insignificante” (Barthes, 1967, p. 32).

Inicialmente, la teoría de la moda no distinguió entre teoría del tiempo presente y teoría del cuerpo vestido. De hecho, las primeras investigaciones teóricas sobre la moda son difíciles de clasificar metodológicamente en la medida en que aparecen dispersas en diferentes tipos de textos filosóficos, históricos, artísticos y poéticos (Beaton, 1954). Del siglo xvi hasta el xviii no existió una teoría general de la moda a pesar de que la aparición del término fue incrementando su uso público en la lengua. Para mediados del siglo xix, el término se había convertido en un concepto socialmente relevante al formar parte del lenguaje ordinario de las principales lenguas occidentales (Cumming, 2017). Por consiguiente, la teoría de la moda fue sumando investigaciones teóricas desde finales del siglo xix hasta la separación disciplinaria del objeto de estudio en el siglo xx, según la división intelectual del trabajo universitario.

En cuanto a disciplina, como la moda en tanto objeto de investigación autónoma no poseía la legitimidad académica suficiente, los primeros tratados sobre la moda son epistemológicamente nebulosos y están dispersos entre anotaciones sociológicas sobre la imitación indumentaria, la reflexión de la vestimenta como estructura metafísica y la capacidad simbólica de la ropa para transmitir mensajes sociales inscritos en el cuerpo. Los primeros tratados teóricos sobre la moda, cuyo objetivo es proponer una teoría de la emulación social, son la *Teoría de la clase ociosa* de Thorstein Veblen (1899) y la *Filosofía de la moda* de Georg Simmel (1905). Ambas investigaciones utilizan la moda para postular hipótesis acerca del comportamiento social de las élites, particularmente de cómo las clases altas generan un estilo de vestimenta, lenguaje y comportamiento imitable por las clases bajas en un modelo de transmisión de “derramamiento hacia abajo” (*Trickle Down Model*). Lo importante de estas primeras investigaciones sobre la moda es que tienen el objetivo específico de elaborar una teoría social de la moda con base en el estudio de las élites: una teoría confeccionada con argumentos sociológicos, principios psicológicos y datos históricos que buscan justificar el fundamento simbólico de la diferencia de clase.

Algunas décadas más tarde —ya con la moda convertida en una industria de prestigio—, la teoría de la moda adquirió autonomía epistemológica: pasó de servir de ejemplo para postular una teoría del cambio social o de un estudio de caso de las prácticas civilizatorias de la Europa moderna para convertirse en una teoría de las transformaciones vestimentarias. Si las obras de Veblen y Simmel generaron una apertura disciplinaria al estudio de la moda es porque los saberes sociológicos especializados comenzaron a organizar el objeto de estudio de manera independiente, ya que estos saberes estuvieron en mejores condiciones epistemológicas para una sistematización sobre el fenómeno de la moda. Precisamente, el primer tercio del siglo xx fue una época fecunda

respecto del análisis social de la moda, pues autores como Herbert Spencer, Alfred Kroeber, Edmond Globot, Jhon Carl Flügel y James Laver, entre otros teóricos de la sociedad, iniciaron una reflexión sistemática sobre la moda.

Para Herbert Spencer, la moda se distingue de los comportamientos rituales en tanto persiguen la igualdad mediante la imitación de clase y no por la investidura de una jerarquía social. La moda es así un incentivo democrático y principio del orden social (Spencer, 1898). Años más tarde —ya consolidada la sociología como saber institucional—, Alfred Kroeber postuló la hipótesis acerca de que la vestimenta sirve para registrar el ritmo del cambio histórico y, por extensión, que existen algunas “prendas ejemplares” que marcan simbólicamente el inicio y fin de una época. Por ejemplo, Kroeber probó que el largo de las faldas constituye un lugar privilegiado para pensar el “cambio” de las tendencias en relación con la apertura pública a la sexualidad humana (Kroeber, 1919). En sintonía con Kroeber y bajo el influjo de la sociología francesa más funcionalista, Edmond Goblot señaló que la moda es una “barrera” (*barrière*) que permite explicar la distinción de clase sin que ello implique la intervención de los individuos. La moda es una cuestión sociológica de primer orden para establecer las relaciones de clase con base en la metáfora de atracción y repulsión social y no un problema estético o artístico de tipo individual (Globot, 1925). En la década de 1930 e inspirado por el psicoanálisis freudiano, John Carl Flügel escribió una psicología del vestido para sugerir que la decoración, el pudor y la protección constituyen los tres elementos que dan origen a la vestimenta. La finalidad de estas funciones antropotécnicas del vestido es despertar el interés sexual y la simbolización de la genitalidad con el objetivo de trazar la diferencia sexual con base en la performatividad de género operada por el ornamento (Flügel, 1930). Finalmente, el historiador de arte James Laver generó una investigación de corte histórico e iconográfico en la que aventuraba como variable explicativa la relación entre moda y gusto a partir del impacto vestimentario de la modernidad. El dato relevante para la formación de la teoría de la moda es que la obra de Laver fue la primera en defender la moda como objeto historiable que requiere sus propios métodos historiográficos, conceptos teóricos y aplicaciones discursivas. Así, obras como *Taste and Fashion* (1937), *Style in Costume* (1949), *Clothes* (1953), *Dandies* (1968), *Modesty In Dress* (1969) o *A Concise History of Costume* (1968) —hoy día revisada y titulada como *Costume and Fashion* (2020)— establecieron las pautas historiográficas para las investigaciones posteriores acerca de la historia de la moda y posibilitaron la distinción metodológica entre la moda, las artes aplicadas, el diseño y la indumentaria. Laver apoyó su documentación histórica con el marco analítico proveniente de la obra de Veblen y Flügel, y con este conjunto de obras concluye el periodo de la teoría social de la moda. Por lo anterior, la teoría social de la moda coincide con el tiempo que Michael Carter tipificó como *Fashion Classics* (Carter, 2003), periodo de discusión que termina en la década de 1960 cuando el “lenguaje” comenzó a ser el paradigma investigativo de las ciencias sociales y humanas.

Con la aparición del giro lingüístico, los estudios sociales de la moda se transformaron en estudios del lenguaje de la moda. La discusión teórica sobre la sociedad dependió, en cierto grado, de la crítica política de la sociedad burguesa y de la emergencia del cuerpo como actor semiótico, dando paso a lo que David Le Breton tipificó como la *condición corporal contemporánea* (Le Breton 1985, 1990). A partir de este momento, la moda fue analizada como un lenguaje, como un sistema de comunicación formal. La semiología y la lingüística estructural fueron las disciplinas que comenzaron a discutir el problema comunicativo de la moda en las sociedades occidentales. Al respecto de esta opción por el lenguaje, la contribución más importante de este periodo fue *El sistema de la moda*, de Roland Barthes, publicado en 1967. Una obra fundamental en la cual la moda no tiene relación con el vestido o los atuendos, sino con el ritmo, con las escalas históricas, con el tiempo socialmente significativo. Para Barthes, la moda es una actividad significativa, una lengua, una retórica y, como tal, posee una codificación que permite la inteligibilidad de un mensaje compartido socialmente. A diferencia de las premisas sociológicas de Flügel o Globot, para Barthes el vestido no es exclusivamente una metáfora de la sociabilidad o un marcador de clase, sino una significación corporal que permite pensar la relación del cuerpo con la sociedad: un lenguaje simbólico especializado (Barthes, 1967).

En consecuencia, la obra de Barthes sirvió para iniciar el estudio de la moda como campo disciplinario autónomo y como una estructura de comunicación semiótica superior. La obra de Barthes inauguró los estudios de moda como programas de investigación científica (Marrone, 2021). La interpretación estructuralista de la moda fue, entonces, replicada con diferentes variaciones metodológicas y posteriormente puesta en crisis epistemológica por algunos semiólogos coetáneos a Barthes debido a su presunta abstracción y formalismo. Yuri Lotman, por ejemplo, sostendrá una posición similar al afirmar que la moda encarna la novedad sin ningún motivo aparente, puesto que al transformar lo insignificante en algo significativo opera como un “metrónomo cultural” (Lotman, 1999). En cambio, Umberto Eco irá más lejos al sostener la posibilidad de una ciencia de la moda en la medida en que el lenguaje del vestido, además de transmitir funciones ideológicas, expresa un sistema de significación sofisticado altamente codificado por una estructura simbólica (Eco, 1976). Por último, Nicola Squicciarino sostendrá que la vestimenta tiene la peculiaridad de ser un modo de comunicación no verbal vinculado principalmente con el lenguaje corporal. Para Squicciarino, el vestido “habla” por medio del cultivo de la propia imagen de manera que es un asunto psicosocial de primer orden (Squicciarino, 1988). Por lo tanto, la semiótica contribuyó a la explicación de la moda como un lenguaje y forma parte del segundo paradigma de la relación entre moda y sociedad (Volli, 2001; Lurie, 1981). Si la teoría social de la moda era en el fondo una teoría de la movilidad social, la teoría del lenguaje de la moda abrió la discusión a un modelo menos formalista en el que la moda es capaz de capturar la experiencia de los cuerpos, particularmente la

experiencia de cuerpos que encarnan más fuertemente la diferencia de género y la diferencia racial articuladas por el fenómeno vestimentario. El género, la raza y las identidades sexo-diversas comenzaron a ser variables fundamentales en el tratamiento de la moda.

Precisamente, en la década de 1990 aparecieron los estudios de la moda como experiencia corporal. Fomentado por la globalización de los estudios culturales y el prestigio de las investigaciones con perspectiva de género, la experiencia de la moda fue el último objeto teórico para articular la relación entre cuerpo y cultura. En este periodo destacan los trabajos pioneros de Joanne Entwistle, Jean Baudrillard, Gilles Lipovestky y la aparición de la primera revista académica dedicada exclusivamente a la teoría de la moda: *Fashion Theory. The Journal of Dress, Body & Culture* (1997). La mayoría de los artículos publicados en este periodo postularon a la moda como el centro articulador entre el cuerpo y la ideología en las condiciones contemporáneas del capitalismo. En este periodo de esplendor académico, las investigaciones estuvieron concentradas en problematizar los efectos modernos, modernizadores y reaccionarios de la moda para las democracias occidentales (Kawamura, 2020).

Una discusión relevante de este periodo fue la división teórica entre los apoletas y los detractores de la potencia modernizadora de la moda. Para los defensores de la modernización, la moda tiene la capacidad de incrementar las experiencias de libertad de los cuerpos. Por ejemplo, Joanne Entwistle defendía que la moda es una práctica corporal contextualizada, a pesar de que devela la contradicción entre estructura social y agente. Su especificidad cultural es que la moda es un sistema de comunicación vestimentaria que sólo es posible en contextos de modernización: “un sistema de vestir que se encuentra en sociedades donde la movilidad social es posible; cuenta con sus propias relaciones de producción y consumo, que una vez más, se encuentran en todo tipo de sociedades” (Entwistle, 2000: 59). En el mismo tenor, Gilles Lipovetsky sostendrá que la moda representa el objeto más genuino de las sociedades modernas, ya que se trata de una forma específica de cambio social independiente de cualquier objeto particular. La moda es así un indicador que incrementa la racionalidad social de las democracias modernas debido a que favorece la autonomía individual y la agencia moral: “la forma moda es un instrumento de racionalidad social, racionalidad invisible, no medible, pero imprescindible para adaptarse rápidamente a la modernidad, para acelerar las mutaciones en curso” (Lipovetsky, 1987: 76).

En un sentido opuesto al entusiasmo modernizador de la moda, Jean Baudrillard atenderá la lógica reificadora de la moda por medio de una crítica a la economía política del signo: ubica a la moda en el flujo continuo de los signos de distinción económica con el fin de promover una lógica de movilidad acrecentada, pero crítica que la moda sólo crea la ilusión del cambio social por medio del consumo. Para Baudrillard, la moda fomenta falsas expectativas de movilidad social con el pretexto del aniquilamiento de las clases

y, por el contrario, las consolida de una manera simbólica, antes que material. La moda cambia todo, los objetos, para no cambiar nada, las clases: “la moda es una de las instituciones que restituye mejor, que fundamenta con el pretexto de abolirla, la desigualdad cultural y la discriminación social [...] Lo efímero ‘moderno’ de los objetos (y otros signos) es de hecho un lujo de herederos” (Baudrillard, 1976: 34). En este tenor, Ugo Volli detectará que la moda y la democracia son incompatibles. Apoyado en Barthes, aunque metabolizado italianamente para una recuperación de la semiótica como método crítico, Volli concluye que si la moda es un sistema, es un sistema que carece de significado. La propiedad significativa de la moda es, en última instancia, la de no comunicar. Por consiguiente, el problema no es el método de la semiótica, sino la “moda” como objeto cultural o pensamiento semiótico, ya que carece de consistencia significativa y, al mismo tiempo, constituye una manifestación perversa de la sociedad de consumo. La democracia es incompatible con la moda toda vez que el narcisismo impuesto por la moda disemina leyes irracionales sobre el sistema económico y la lógica social. Por lo tanto, la moda es un mal cultural que debería desaparecer. Ugo Volli conminó de manera retórica: “estamos hartos de la moda” (Volli, 1988: 5).

En síntesis, la teoría de la moda posee tres fases distintivas a lo largo de su formación durante el siglo xx. Comenzó como una teoría social para pensar el comportamiento de las élites (1899-1958), se transformó posteriormente en el análisis del lenguaje del cruce entre ideología y cuerpo (1967-1990) para, finalmente, dar paso al estudio de la experiencia de las identidades corporales (1991-2022). Este último estilo de razonamiento consolidará epistemológicamente un tipo de investigación que generará las condiciones institucionales para el advenimiento de los estudios críticos de la moda (*Critical Fashion Studies*). No obstante, la cartografía disciplinaria de los estudios de la moda no es excluyente de una *arqueología de la moda* no documentada por la historia del campo; esto es, la aportación subterránea de pensadores que, aunque sus argumentos, escrituras e intenciones teóricas no tenían a la moda como objeto principal, contribuyeron indirectamente a la consolidación de la teoría crítica de la moda. Este es el caso de obras pertenecientes a la cultura alemana de principios del siglo xx como *Lujo y capitalismo* de Werner Sombart (1921), el panfleto estético *Ornamento y delito* de Adolf Loos (1913), el *Libro de los pasajes* de Walter Benjamin (1982) o, en un diálogo oculto con Aby Warburg, Ernest H. Gombrich (1980) cuestionándose cuál es la aportación de la moda a la historiografía del arte. La comunión entre los estudios de la moda y la arqueología de la moda condicionó así la aparición de la teoría crítica de la moda que, en Iberoamérica comenzó a ser un campo fértil de estudio de manera intermitente, aunque temprana (Ortega y Gasset, 1926; Rivière, 1977, 1992, 2013; Lozano, 2015) y en Latinoamérica apenas recientemente inicia su historia documental y crítica (Montalva, 2017; Croci y Vitale, 2011).

La teoría crítica de la moda es un campo multidisciplinario de reciente aparición institucional que problematiza el impacto político y normativo de la moda en la sociedad humana y su impacto en el mundo. Lejos de reducir la moda a la simple capacidad vestimentaria, la teoría crítica de la moda evalúa reflexivamente cómo el fenómeno de la moda cuestiona o mantiene un vínculo entre las estructuras de poder de las sociedades modernas y los regímenes de aparición física de los cuerpos. Por esta razón, la teoría crítica de la moda concibe a la *moda* como índice de realidad y transformación de cambio político, ya que indaga en los supuestos éticos, los alcances públicos, la sustentabilidad ambiental y las formas estéticas de la potencia crítica de los regímenes vestimentarios. A diferencia de la teoría estándar de la moda promovida durante el siglo xx (*Fashion Theory*), la teoría crítica de la moda no analiza los objetos de la moda desde una dimensión descriptiva o estrictamente sociológica ni psicológica, sino que concentra su energía teórica en cuestionar las formaciones simbólicas y la patogénesis de los estilos de vida de la sociedad contemporánea. El supuesto de este enfoque es que la moda no trabaja exclusivamente con mercancías, fantasías o productos de la sociedad de consumo reducidas a su valor de uso, sino que la moda transfigura los objetos vestimentarios y, al pensarlos como las intensidades vitales que produce el valor de cambio, admite que son proyecciones materiales de las identidades, de los sentimientos, de las expectativas y creencias sobre el mundo, puesto que la moda representa “el soporte general de la cultura en la sociedad” (Coccia, 2020: 92).

En consecuencia, la teoría crítica de la moda, antes que un programa de investigación o un estudio de campo, constituye uno de los últimos impulsos de la teoría crítica bajo las condiciones institucionales del agotamiento de la crítica tradicional (Sutter, 2020), cuyo objetivo consiste en problematizar la subjetividad contemporánea y teorizar cómo la moda modifica materialmente las prácticas políticas y estéticas de los agentes sociales en el Capitaloceno (Gardetti y Torres, 2017; Sue, 2017). La teoría crítica de la moda investiga los procesos de resignificación cosmética de algunos conceptos provenientes del feminismo, la teoría del género, el racismo y la teoría de la no-discriminación, las disidencias corporales, la teoría *queer* y la ecología profunda, para impugnar el automatismo identitario de nuestra época con base en la *catabolización crítica* (García, 2020) de las relaciones éticas, estéticas y políticas del fenómeno vestimentario. Por lo tanto, la teoría crítica de la moda describe, deconstruye e interviene los procesos de metamorfosis corporal orientados por las nuevas tecnologías de la moda y cuestiona radicalmente cómo la ontología del capitalismo contemporáneo contribuyó a legitimar el concepto de *estilo de vida* (Yodanis, 2021) como un modo de vida imperial (Brand y Wissen, 2017). De tal manera, lo que más importa normativamente a la teoría crítica de la moda es postular a la moda como un objeto de pensamiento, como un lugar de producción conceptual capaz de pensar la relación entre vida cotidiana y crisis ecológica del capitalismo.

## FEMINISMO, MODA Y ANTIMODA

Desde sus comienzos hasta la década del ochenta, la actitud principal del feminismo respecto de la moda es la hostilidad. La moda ha sido considerada principalmente un instrumento de dominación masculina. El cruce entre moda y género tiene antecedentes más remotos a la aparición de las investigaciones feministas y, en tal caso, remite a finales del siglo XIX, pues sólo en las últimas dos décadas del siglo XX, la aversión a la moda comenzó a cambiar de orientación crítica. En el primer momento del surgimiento de la conciencia feminista, el vestido es concebido como un símbolo de la dependencia económica de la mujer hacia el varón (Rabinovitch-Fox, 2021). Algunas de las primeras feministas militantes como Amelia Bloomer o Elizabeth Cady criticaron el vestido femenino por su capacidad para inmovilizar a la mujer y ocasionarle daños a la salud. Las formas de la vestimenta femenina fueron así objeto de disputa política ya que, contrario al artificio victoriano que encorseta el cuerpo de las mujeres, existen vestimentas más funcionales que posibilitan la libertad corporal de la mujer.

Desde sus inicios, el feminismo y la antimoda son dos fenómenos vinculados entre sí. Contra el rigorismo victoriano, las feministas que realizaron las primeras críticas a la moda sostuvieron que el vestido reprime el “cuerpo natural” y que, justo por esta razón corporal, era necesario confeccionar prendas más prácticas, más confortables, más higiénicas, más “naturales” como el pantalón (Bard, 2010). El problema que detectaron las feministas de fin de siglo, entonces, es que el vestido es más que una prenda inhibidora de la agilidad corporal: es el símbolo de la represión masculina, pues el vestido ostenta la dependencia económica de la mujer, inmoviliza el cuerpo para las artes libres y causa daños serios a la salud física. Por ejemplo, en el tiempo que se introdujo la bicicleta en Europa como artefacto emancipador femenino (Erskine, 1897), la revista parisina *La Bicyclette* (1893) respondió a la controversia sobre la masculinización de la vestimenta femenina al indicar que el dilema entre el pantalón varonil y el vestido femenino es resuelto por la *falda-calzón* de los ciclistas, ya que cumple con los criterios de higiene corporal y libertad del alma necesarios para una vida natural. Al respecto, Louis Baudry de Saunier estimó: “en verdad llegará un día en que, sin formar parte de la escuela un poco exagerada de la reivindicación feminista, y sin llevar precisamente calzones, física y moralmente, las mujeres vestirán un traje más cómodo que el de nuestros días. ¿Por qué asustarnos por lo que se admitirá mañana?” (Saunier, 1891).

La percepción negativa del impacto normativo de la moda en el cuerpo de las mujeres será una constante del feminismo de la primera y la segunda ola (Wilson, 2022). De hecho, el rechazo de la moda fue repetida por las feministas de la década de 1960 para quienes la moda convierte a las mujeres en objetos pasivos de la mirada masculina, en cuerpos cosificados para la instrumentación del deseo masculino. Precisamente, la posición crítica contra la

moda de feministas connotadas como Simone de Beauvoir o Betty Friedan es que la moda abre una brecha política y simbólica entre la división de los géneros. La moda femenina convierte a la mujer en un “ídolo” destinado al cultivo de la apariencia; en cambio, la moda masculina promueve en los hombres proyectos de autotrascendencia. Por consiguiente, el feminismo de los sesenta considera que la moda, además de deformar físicamente el cuerpo de las mujeres y disponerlo en exhibición cosmética, impide que puedan ejercer su corporalidad libremente, naturalmente. Mientras la elegancia masculina puede ser signo de estatus o de poder, la elegancia femenina requiere tiempo, riqueza y cuidado, condición incompatible con la vida laboral de las mujeres que no están condenadas a la vida doméstica. La moda es, por tanto, “la esclavitud de las mujeres” como explicó categóricamente Simone de Beauvoir (1949), pues vuelve a las mujeres dependientes de la obsesión narcisista por la apariencia física. La moda acontece como un obstáculo para la liberación femenina: “el propósito de las modas a las que la mujer está esclavizada es a no revelarla como un individuo independiente, sino para ofrecerla como ‘presa’ de los deseos masculinos; por lo tanto, la sociedad no busca promoverle sus proyectos, sino frustrárselos” (Beauvoir, 1949: 183).

Con la tercera ola del feminismo —particularmente en la década de 1980—, algunas feministas retomaron los argumentos principales contra la moda por parte de sus predecesoras, pero introducirán una variable nueva: la discusión sobre la belleza. En efecto, las feministas de esta época argumentaron que la moda es enemigo de las mujeres debido a que la moda reproduce, material y simbólicamente, la naturaleza opresiva del ideal femenino de belleza. Para esta época, la belleza es una aspiración normativa imposible de perseguir, un imperativo estético que genera sentimientos de imperfección permanente. La belleza es un mal cultural que se disfraza de bien natural. Algunas obras pioneras como *The Beauty Trap. Exploring Woman’s Greatest Obsession* de Nancy Baker (1984) o *Face Value. The Politics of Beauty* de Robin Lakoff y Raquel Scherr (1984) inauguraron una discusión académica sobre el impacto nocivo de las demandas de belleza y ofrecieron argumentos feministas de por qué es necesario abandonar el ideal de belleza femenino para aspirar a una vida con plenitud moral. La complicidad entre moda y belleza queda expuesta de manera negativa y, por extensión, la tesis principal es que el apoyo de una forma incrementa la intensidad represiva de la otra: a mayor promoción de la moda, mayor será la reproducción de un ideal de belleza imposible de cumplir y, viceversa, a menor aspiración del perfeccionamiento estético, menor será el impacto normativo de la moda en el cuerpo de las mujeres. Por lo tanto, la moda y la belleza constituyen dos armas letales contra el bienestar de las mujeres que deben ser erradicadas para una emancipación auténtica (Polhemus, 1978).

El debate académico de la década de los ochenta se concentró contra la normatividad estética de la moda y estuvo articulado por una discusión intensa contra el concepto de *belleza física*. Altamente enriquecido por otros

debates políticos provenientes del feminismo liberal, del multiculturalismo como lógica cultural de la globalización y del cuestionamiento estético de la publicidad y los medios de comunicación masivos, dicha década fue la época dorada de la discusión académica entre feminismo y moda como un tema de estudio serio que demanda una intervención pública documentada (Wilson, 1985; Silverman, 1986; Evans y Thornton, 1989; Young, 1990, 1994; Hollander, 1993, 1994; Scott, 2005). No obstante, aunque esta época enmarcó la discusión feminista contra la moda, la obra definitiva, el cierre discursivo de este periodo es el libro de Naomi Wolf, *The Beauty Myth. How Images of Beauty Are Used Against Women* (1991). Con esta obra altamente influyente, Wolf puso a circular una tesis relevante para los estudios feministas de la moda: que la moda y la industria de la belleza violentan a las mujeres por medio de una mistificación de su apariencia física, pero que este mito de la belleza no procede exclusivamente de dichas prácticas. La moda no es la única responsable de reproducir el dominio del cuerpo femenino mediante la regulación de la belleza física, pues la cirugía cosmética y la cultura *fitness* han contribuido —quizá con mayor impacto en los cuerpos— con la vulneración de la estabilidad emocional de las mujeres al promover la idea, por demás poco cuestionada, de que la “salud es belleza” (Steele, 1985). La moralización de la belleza por medio de la justificación de la salud es todavía, hoy día, un recurso impugnado por el “sentido común” feminista (Jeffreys, 2014).

La razón de esta apreciación sociológica es que, aunque el capital político y el impacto de la mujer en la esfera pública ha incrementado con el tiempo (Chapkis, 1988), este cambio ha generado una mayor presión para que muchas mujeres aspiren a estándares de belleza física que comprometen su salud física y psicológica. La demanda de participación pública de las mujeres no estuvo exenta de criterios cosméticos. Por consiguiente, Naomi Wolf y muchas de las feministas de la década de los ochenta abogaron por una eliminación de los criterios normativos de la belleza física y promovieron “el retorno al cuerpo natural”, tal como lo sostuvieron las primeras feministas al concebir que el cuerpo sin artificio, el cuerpo sin adorno o maquillaje es el cuerpo originario: la “mujer natural” (Chernin, 1983).

El último remanente de la antimoda contemporánea la resguardan las feministas sensibles a las disidencias corporales, como las defensoras del *Body positive* o los activismos gordxs (Ellison, 2020). Como lo indica el término, el *Body positivity* es un movimiento surgido en la academia anglosajona que promueve la aceptación moral de cualquier tipo de belleza corporal. Su tesis principal es que no debe existir ninguna jerarquía estética en la morfología de los cuerpos, ya que la belleza estética es idéntica en cualquier tipo de cuerpo con independencia de su género, raza o capacidad diferente. Posicionadas desde la forma digital del activismo contemporáneo, las feministas *body-positive* no sólo denuncian que los cuerpos detenten jerarquías simbólicas de poder y grados de deseabilidad erótica, según los estándares de belleza occidentales, sino que la moda es la responsable de este mal cultural y uno de

los instrumentos idóneos para hacer reversible los efectos perversos de la industria de la belleza. La moda puede ser, entonces, una afirmación positiva de cualquier tipo de cuerpo, ya que la gordofobia es el nuevo lenguaje del clasismo y el racismo: “el tamaño corporal tiene conexiones muy fuertes con la ansiedad cultural en lo que se refiere a clase, raza y género. Los debates y sentimientos respecto a la clase, raza y género se han trasladado a los debates y sentimientos respecto a la gente gorda (Tovar, 2018: 63). Por consiguiente, la gordofobia, los trastornos alimenticios y los trastornos mentales generados por la ansiedad de la belleza no son exclusivos del cuerpo de las mujeres, sino de los imperativos de delgadez promovidos por la industria de la moda que, en casos límite, producen nuevos tipos de dismorfia corporal inusitada. Lo significativo de esta aproximación crítica es que postula a la gordofobia como un efecto de los problemas antropológicos de la condición corporal del presente y no un asunto directamente vinculado con la moda. En tal caso, es un tipo de moda en particular, aunque no la moda en general, los agentes causantes de la opresión simbólica del cuerpo de las mujeres por medio de los estereotipos de belleza.

En definitiva, la antimoda ha sido una constante teórica de los debates feministas, ya que la moda tiene la capacidad de oprimir el cuerpo de la mujer (primera ola), condenarla a una condición de servidumbre voluntaria (segunda ola) o de desestabilizar psíquica y corporalmente a la mujer mediante tecnologías de histerización colectiva (tercera ola); sin embargo, esta percepción negativa de la moda será combatida una década más tarde cuando el feminismo encuentre, por medio de la politización de las discusiones universitarias, una afirmación positiva de la moda (Grosz, 1994). La moda como un soporte simbólico capaz de producir una agencia feminista tuvo que esperar una década más.

A comienzos de la década de 1990, algunas feministas resignificaron el impacto normativo de la moda y orientaron el debate hacia una valoración más positiva que sus predecesoras (Modleski, 1991). La moda aparece en este momento de la discusión como un medio o un dispositivo para promover la emancipación femenina, como un instrumento para favorecer la movilidad social de grupos socialmente desaventajados y como un recurso simbólico para potenciar las políticas de identidad de minorías sexuales y disidencias corporales. Por tal motivo, la década de los noventa coincide con la rehabilitación de la moda como una forma de expresión individual, de promoción de la creatividad humana y, sobre todo, como un medio cosmético que asegura la consolidación de algunas prácticas libertarias. En el contexto de la celebración del mundo globalizado y el fin simbólico de la guerra fría, la moda acontece como un objeto teóricamente productivo, justo en el momento en que aparecen en escena los sujetos de la “nueva izquierda” (*New Left*) y las políticas de la identidad comienzan a formar parte de la *lingua franca* de la razón universitaria metropolitana.

El principal supuesto de esta aproximación en favor de la moda es que la mayoría de los procesos de cambio de apariencia física pueden ser liberadores para los agentes, principalmente para los cuerpos cuya identidad corporal no está altamente heteronormada o para los agenciamientos feministas contemporáneos. Para conseguir tal objetivo es necesario dismantelar el prejuicio patriarcal que sostiene que la moda es un asunto exclusivamente femenino, ya que la moda no tiene género en la medida en que la ropa permite desestabilizar simbólicamente la formación de la diferencia sexual. Por esta razón, el principal argumento del feminismo defensor de la moda es que el cuerpo debe “desnaturalizarse”, pues no existe el cuerpo “natural” —tal como defendían las feministas de la primera y la segunda ola—, no existe la desnudez total y tampoco existe algo “fuera” de la cultura. El cuerpo natural es una invención teológica, una convención social, una ficción especulativa, como muchas otras ficciones e invenciones que circulan en el lenguaje ordinario y científico. El cuerpo natural es, por tanto, una forma cultural que legitima a la estética occidental como un proceso universal (Balsamo, 1996).

Las feministas apologetas de la moda acusaron a sus predecesoras de incubar un “ascetismo puritano” (Lamas, 2018), de ser negacionistas de la potencia política del capital erótico (Hakim, 2011), de actuar como cómplices de un enemigo igual de peligroso que el orden patriarcal: el capitalismo (Fraser, 2013). No es extraño, entonces, que si existe un linaje originario entre capitalismo y protestantismo (Weber, 1904), esta forma de “feminismo puritano” sea compatible con las versiones protestantes del cuerpo (Kleinig, 2021). Evidentemente, el ascetismo de este tipo de feminismo no es similar a las prácticas corporales del siglo XVI o XVII, pero resguardan una similitud formal ya que ambos coinciden con la regulación de la fuerza vestimentaria: la higienización de los espacios laborales en tanto estructuras normalizadoras del neoliberalismo, la devaluación de la agencia femenina con un control policial de los deseos, y la correlación entre abuso sexual y vestimenta “sexy” en el cual la ropa es efecto y no causa del abuso (Kennedy, 1993).

Una de las principales obras que sistematizó el conjunto de argumentos surgidos del intercambio productivo entre feminismo y moda fue el libro de Diane Crane, *Fashion and Its Social Agendas* (2000). El principal argumento de Crane es que el conjunto de investigaciones feministas apologetas de la moda sostuvo la necesidad de “desnaturalizar” el cuerpo y, por extensión, de no condicionar el vestido a la biología, la diferencia sexual o la genitalidad. Un punto que destaca esta vertiente académica del feminismo es que, en el relato platónico de enemistad contra el cuerpo, Occidente inventó el concepto de *naturaleza* como un concepto normativo: lo natural aparece como lo esencialmente valioso, lo que debe seguirse para cumplir las normas de lo fundamentalmente bueno, bello y verdadero. Contra esta concepción normativa de la naturaleza, las feministas de la década de los noventa reaccionaron en favor del discurso de la moda. Si la tesis principal de las feministas que denunciaron la belleza física como mal moral es que la moda reprime el cuerpo natural, el

feminismo sensible a la moda sostendrá que la moda prueba que el cuerpo natural es culturalmente imposible, que no existe nada fuera de la cultura, ya que el cuerpo tiene una historia, es historia. Lo “natural” es siempre un atributo artificial. Por ejemplo, en este periodo, Elizabeth Wilson criticó la noción de *cuerpo natural* por medio de la complejidad cultural del vestido (Wilson, 1987). Linda Scott sostuvo que, frente al blanqueamiento del feminismo académico, el proceso de adornar el cuerpo es una forma artificial que dista de ser algo estrictamente natural (Scott, 2005). Con una argumentación más antropológica, Hollander (1993, 1994) probó que la equivalencia entre cuerpo natural y cuerpo desnudo constituye una falsa asociación debido a que la noción de *desnudez* depende del sentido del vestir y la función simbólica de la ropa. Por lo tanto, la vestimenta es una convención social, incluida la desnudez ya que, previo al contrato sexual (Pateman, 1988) existe un contrato vestimental que entiende el cuerpo vestido y el abandono de la desnudez como la forma originaria de ingreso al mundo humano (Álvarez, 2020).

Un argumento repetido por parte de las feministas antimoda fue que la vestimenta oprime el cuerpo natural porque la moda confecciona prendas incómodas para la mujer y promueve una visión del lujo que no es compatible con las necesidades materiales de la humanidad. Contra esta interpretación funcionalista de la vestimenta, las feministas en favor de la moda sostendrán que las “necesidades”, lujos o privilegios son nociones relacionales dependientes de cada comunidad. Cada cultura tipifica la “funcionalidad” de la ropa y cada comunidad otorga un sentido a la noción de ligereza y naturalidad cosmética, de manera que no existen criterios universales de comodidad en la vestimenta (Young, 1994). La estética del no-maquillaje, la defensa del rostro “natural” por parte de un sector del feminismo, es un proceso de occidentalización que, en el fondo, intenta instaurar la estética blanca occidental como criterio universal (Parezo, 1999). El problema con el proceso de occidentalización es que, en las defensas de etnicidad o racialidad de muchas académicas feministas, existe un inconsciente eurocéntrico, cuya valoración estética es compatible con los procesos más violentos del capitalismo: el adornar el cuerpo es un gesto con mayor “carga étnica” que las prácticas de aseo y de higiene occidentales (Scott, 2005). Por consiguiente, lo que está en el fondo de la apología de la estetización corporal es la admisión de la pulsión del ornato contra la negación puritana de las potencias expresivas del cuerpo, que hace pasar por “útil” o “natural” lo que, en su origen y fundamento, tiene orígenes religiosos protestantes. Un argumento que recuerda los debates culturalistas decimonónicos acerca de la oposición entre clasicismo y barroquismo, la oposición capitalista entre utilidad e improductividad, o bien del protestantismo como forma de vida superior al catolicismo, capaz de concebir el ornamento como un delito (Foster, 2002; Loos, 1913).

De hecho, la crítica más fuerte de las feministas apologetas de la moda es que sus predecesoras utilizaron argumentos protestantes en contra de la moda compatibles con la subjetivación capitalista: las feministas antimoda son

subjetividades neoliberales que reproducen y difunden la forma de vida del capitalismo al privilegiar lo utilitario por encima de lo estético. La demanda por mantener la “simpleza del vestido” es deudora de la idea del alma pura y el cuerpo limpio del puritanismo anglosajón, cuyo objetivo oculto es el control del deseo femenino y la sexualidad de las mujeres (Kidwell, 1989). La diferencia con otras formas de control previas estriba en que, en lugar del saber sacerdotal o el poder de un *pater familias*, son las propias mujeres quienes prescriben la forma correcta del deseo. Por lo tanto, algunas académicas concluyeron que no existe incompatibilidad entre feminismo y moda, ya que el rechazo “feminista” de la sensualidad en la vestimenta o de la capacidad emancipadora del capital erótico es el resultado de una forma de dominio no cuestionada: el dominio académico de protestantes blancos educados en las universidades de élite y de mujeres de clase media que imponen a otras mujeres normas cosméticas. Tales normas cosméticas del feminismo académico están fundamentadas en un *ethos* de blanquitud camuflado como crítica a la belleza occidental (Scott, 2005: 13).

En síntesis, el feminismo antimoda es una variante de *white feminism* que oculta su “naturalización ideológica” al no introducir la perspectiva interseccional en sus análisis: desconoce las diferencias de clase, olvida la racialización del cuerpo de algunas mujeres y estandariza el concepto de *belleza* al rechazar la erotización de la vestimenta. Es más, el feminismo antimoda no es capaz de explicar las agencias cosméticas de las disidencias corporales debido a que su horizonte epistémico está basado en sistemas simbólicos de *blanquitud* (*whiteness*), pues sólo puede cuestionar el influjo positivo de la vestimenta una subjetividad que no la necesita para mejorar su calidad de vida (Mernisi, 2007). Por el contrario, la vestimenta favorece la movilidad de grupos socialmente desaventajados, consolida la performatividad de identidades violentadas históricamente, evita la discriminación laboral por motivos de raza, género o clase, y resignifica las gramáticas del ascenso profesional entre mujeres (Geczy y Karaminas, 2017).

La conclusión de las feministas pro moda es que la moda puede ser un apoyo crítico para fortalecer la igualdad entre mujeres, promover la libertad individual y generar relaciones fraternas entre las diversidades corporalidades, tal como lo han probado la historia cosmética del feminismo y de las disidencias sexuales. Las feministas pro moda sostienen que como no es posible salir del discurso de la moda y, por extensión, que la antimoda es una “tendencia”, una “moda más” del feminismo blanco, se sigue que el feminismo académico no es sensible al pluralismo corporal. Esta falta de “sensibilidad” se debe a que el *White feminism* es ciego a las causas cosméticas de la discriminación múltiple, ya que desconoce los mecanismos de liberación cosmética de grupos subalternos y de experiencia cotidiana de las mujeres que, al no ser favorecidas por sistemas de privilegio, pueden padecer el orden patriarcal de manera más violenta por razones coloniales (Vergès, 2021). Por esta razón, este tipo de feminismo —especialmente el feminismo anglosajón

de la década de los ochenta— resguarda un “ascetismo puritano”, de premisa involuntaria, que reproduce la visión cristiana del cuerpo al negar la importancia de la vida erótica en el espacio público.

Por último, las feministas defensoras de la moda advierten que el consumo de moda no es manipulación ideológica ni una infantilización de los deseos femeninos, antes bien constituye una repuesta a las diversidades vestimentarias, principalmente del cuerpo de las mujeres que ha encontrado en la moda un impulso económico para la promoción de la igualdad, un recurso simbólico para aparecer políticamente en la esfera pública, un medio estético para producir la identidad como grupo articulado socialmente, una semiótica para articular las gramáticas del movimiento feminista, y una práctica ética para defender las expresiones de la libertad femenina. La moda es, así, parte de la condición humana que, como ha argumentado recientemente el grupo *The Fashion Praxis Collective*, genera la posibilidad de que las mujeres dejen de ser un *qué* de la industria para devenir en un *quién* del estilo.

#### MODA, RACISMO Y CRISIS AMBIENTAL

La relación estrecha entre pensamiento y moda aparece con la modernidad. La palabra moda guarda una filiación semántica con el término *modernidad* en la medida en que ambas son deudoras de la querrela filosófica entre los antiguos y los modernos. Como probó Reinhart Koselleck (1979), si la modernidad es un tiempo nuevo en el que confluyen un espacio de experiencia con el horizonte de expectativas es porque la temporalización de la historia implicó una “simultaneidad de lo no simultáneo” (*Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen*) (Koselleck, 1979: 58). Esta simultaneidad o confluencia de tiempos abierta por la modernidad supuso que la moda aconteciese con las intensidades temporales de la modernidad. Precisamente, desde la publicación del primer diccionario imperial del castellano, la lengua española ha mantenido una equivalencia entre moda y modernidad. En el *Tesoro de la lengua castellana* (1611), la moda refiere a los modos de lo moderno porque presenta lo nuevo en relación con lo viejo, “lo que nuevamente es hecho en respeto de lo antiguo” (Covarrubias, 1611). Por consiguiente, si la moda mantiene relación con las “costumbres modernas”, como dictó Sebastián de Covarrubias, es porque no existe moda en la Antigüedad y porque la moda no puede ser reducida a cambio de vestimenta ni de estilos; por el contrario, la moda es un auténtico gesto moderno que tiene su propia condición de posibilidad en la estratificación del tiempo, del tiempo llamado *moderno*. Por lo tanto, la moda registra un problema de temporalidad, opera como un índice de realidad histórica, puesto que sirve como soporte argumentativo para pensar los regímenes de historicidad inscritos en la Modernidad. La moda es el tiempo de lo nuevo inscrito bajo el flujo temporal de la modernidad.

La modernidad emergió, entonces, como una sensibilidad filosófica cuando los sujetos “modernos” entendieron que existía una forma de *estar á la mode*, de habitar un tiempo nuevo porque el tiempo viejo comenzó a desvanecerse. La modernidad inventó conceptualmente a la antigüedad. Por esta razón, la moda es lo que “pasa de moda”, lo que queda rezagado, lo que se enterra al tiempo, porque la moda es el tiempo suspendido, el tiempo que mide el registro continuo de las sensibilidades. De este hecho, Roland Barthes concluyó que si la moda es tiempo, tal información posee secretamente una demanda: el derecho del presente sobre el pasado (Barthes, 1967).

Inicialmente, como la filosofía o la historia del arte no se interesaron por la relación entre moda y modernidad, la sociología fue el campo disciplinario que teorizó el impacto de la moda en las sociedades modernas. Una de las primeras investigaciones que pensó el cruce epistemológico entre moda y modernidad fue la obra de Paul Nystrom, *Economy and Fashion* (1928). La aportación de esta obra pionera fue la distinción entre la moda como estructura social (*Fashion*) y la moda como entusiasmo pasajero, como furor o *engovement* (*Fad*). Tal distinción supone la articulación y diferencia entre dos ritmos temporales en la moda: la temporalidad larga generada por la estructura “moderna” de la moda y la temporalidad corta dependiente de los ciclos de los estilos y cambios generacionales.

Como puede notarse, la explicación de Nystrom postuló una hipótesis presente en la mayoría de los estudios sociológicos de la moda: el recurso cíclico de la moda. Los ciclos de la moda implican una dialéctica entre la continuidad histórica ofrecida por la estructura de la moda y las tendencias cambiantes de cada época; sin embargo, lo que no explica Nystrom del ciclo de la moda es si tales ciclos son evolutivos, discontinuos o lineales. La sociología de la moda contemporánea demuestra que el flujo de los ciclos de la moda es dependiente de la movilidad de las clases sociales, pues, a diferencia de las castas o los estamentos, las clases admiten movilidad social con base en la imitación e innovación en las formas de vida (Godart, 2010). Por consiguiente, existen tres modelos explicativos de la dialéctica entre moda y modernización con base en el supuesto de la movilidad social de las clases. Primero, el modelo de “derramamiento hacia abajo” (*Trickle down*), un modelo donde las clases populares imitan el estilo y la moda de las clases altas (Campbell, 2021). La idea principal de este modelo es que las clases inferiores imitan el gusto de las clases altas por razones de prestigio y distinción (Bourdieu, 1979). El estilo de las clases altas, una vez que está ampliamente difundido en un contexto social, pasa a ser rechazado y se inventa un estilo nuevo inicialmente no imitable. Veblen (1898) y Simmel (1904) fueron los dos primeros en fundamentar sociológicamente este modelo y corresponde históricamente con el momento en que la industria de la moda es básicamente una industria manufacturera. Segundo, el modelo de “derramamiento hacia arriba” (*Trickle up*): un modelo en el que las clases altas se apropian de los estilos de las clases plebeyas, las culturas juveniles y la vestimenta callejera (*Street style*). Una de las propulsoras

de este modelo de análisis es la socióloga Diana Crane, quien argumentó que la ropa influye actualmente en la formación de la identidad de los agentes sociales, pero ya no principalmente como un asunto de clase o de género, sino como la proyección de un estilo de vida (Crane, 2012). En este caso, la industria del lujo y la alta costura absorben los estilos plebeyos elaborados “desde abajo” o de las vestimentas “étnicas” de las culturas indígenas para postular una coincidencia entre identidad grupal y morfología de la moda. Tercero, el modelo “derramamiento cruzado” (*Trickle across*) sostiene que la transferencia y contaminación de estilos ocurre de manera horizontal o cruzada, ya que la moda no es exclusiva de un grupo socioeconómico dominante. Éste genera la percepción de una apertura democrática de la industria de la moda en la que la industria del lujo replica comportamientos de la *Fast Fashion*. Precisamente, Dick Hebdige (1979), bajo la influencia de su mentor Stuart Hall, argumentó la importancia de las subculturas para la proliferación de estilos y postuló una hipótesis fundamental para las actuales sociologías de la moda: las vestimentas subalternas —como la vestimenta de la clase obrera inglesa (*working class clothes*)— tienen la capacidad simbólica de irrumpir en un modelo hegemónico y convertirse en un factor de influencia para la construcción de una nueva hegemonía. Como las sociedades contemporáneas son sociedades de código múltiple, la ropa tiene una potencia política única: inhibe y facilita la comunicación de la orientación sexual, el género, la edad, la nacionalidad o el origen étnico (Hebdige, 1979).

A partir de los tres modelos expuestos (*trickle down, trickle up, trickle across*) puede concluirse que la sociología de la moda es un campo disciplinario útil para explicar los procesos de modernización política de cada época, pero que no resuelve el problema de cómo es posible la continuidad histórica de la moda, la influencia política de la vestimenta en periodos de larga duración, o bien si la moda es una constante antropológica de las sociedades modernas. Precisamente, el primero en investigar la moda como una estructura definitiva, como un objeto moderno de larga duración fue René König.

Inspirado por el trabajo de Norbert Elias, König publicó *Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozeß* (1985) y llegó a postular a la moda como un proceso civilizatorio anunciando que aunque ella dependa de múltiples variables históricas, es un crisol universal. Al respecto de la estructura universal de la moda, König concluyó lo siguiente: “la moda ejerce su influencia en todas partes y en todos los sistemas sociales, aunque en cada caso determinados factores de efectividad determinen su especial relevancia. La cosa en sí es, por tanto, universal, pero los acentos son distintos” (König, 1985: 275). Como proceso civilizatorio o equipamiento ofrecido por la cultura, la moda funciona como una constante antropológica inscrita en el orden social. La moda es, así, una estructura civilizatoria, producto de la modernidad capitalista, que depende de los procesos psicogenéticos y sociogenéticos de la formación del individuo.

Por consiguiente, la obra de König ha servido para precisar una discusión normativa y no meramente descriptiva sobre la relación entre moda y modernidad. Una discusión que ya estaba en ciernes en el ensayo de Baudelaire *Le Peintre de la vie moderne* (1863, comentada talmúdicamente por Walter Benjamin en *Das Passagen-Werk* (1982) y puntualizada de manera detallada por Ulrich Lehmann en su obra *Tigersprung. Fashion in Modernity* (2000). Esta serie de libros permitieron problematizar la moda en la modernidad, pues si la moda es una forma social atravesada por la estructura del capitalismo, muchos de los problemas de la lógica cultural del capitalismo son transferidos al campo de la moda. El lado oscuro de la moda es entonces una continuación de las demandas irresueltas del mundo moderno. Por ejemplo, los problemas de la devastación ecológica, la normalización cosmética de los cuerpos, el fortalecimiento del racismo estructural o la represión simbólica de las disidencias corporales constituyen algunos de los principales problemas con los que se enfrenta la teoría crítica de la moda.

Una de las acusaciones sociológicas más recurrentes contra la moda es que estandariza el gusto y uniforma los estilos. Con base en esta operación estetizante, la moda produce un malestar en los cuerpos diversos, particularmente en el cuerpo de las mujeres y el cuerpo de sujetos racializados. Precisamente, la relación entre racismo y moda es problemática, pues la moda ha sido una de las industrias que más ha contribuido a la perpetuación de prácticas racistas (Kaiser y Green, 2021). Asociada a la discriminación racial y a la estigmatización social, la moda es una forma estética de disciplinamiento corporal en la que los cuerpos racializados padecen con mayor encono las influencias negativas del sector.

No obstante, la moda ha servido igualmente para cuestionar el supremacismo racial e intervenir en el desmantelamiento del privilegio blanco respecto de la normatividad cosmética de los cuerpos. La capacidad de la moda para exponer o invisibilizar las gramáticas del conflicto social ha sido retomada por algunos de los representantes de la teoría crítica de la raza (*Critical Race Theory*) para denunciar los efectos del racismo en la moda, ya que el racismo es una experiencia cotidiana para la mayoría de las personas de color. El punto principal es que la industria de la moda no tiene interés en acabar con el racismo estructural porque beneficia a las élites blancas, pero pueden existir las condiciones simbólicas idóneas para que sea la misma industria la que cuestione estas formas de privilegio o elitismo. De hecho, a pesar de que el sistema capitalista de la moda homogeneiza la vestimenta, existen algunos marcadores de identificación racial que singularizan políticamente los cuerpos. Los marcadores de identificación racial son símbolos asociados a una forma de racialidad vinculada con las diversidades corporales. Para algunos sujetos racializados, la ropa constituye una expresión simbólica de primer orden que manifiesta la diversidad corporal y las posibilidades emancipatorias de los cuerpos ya que, a diferencia de los cuerpos blancos normados por la norma estética occidental, los sujetos racializados emplean la vestimenta para la búsqueda de mejoras

laborales, la profesionalización en sus campos de estudio, la uniformidad para perder las marcas de clase y la transmisión de autoridad en contextos de violencia social altamente codificada (Rubinstein, 2001).

Por consiguiente, una de las preguntas fundamentales de la teoría crítica de la moda es si la moda es un discurso racializante o si la moda puede servir para combatir el racismo. Contra la tesis de Veblen acerca de que los individuos se visten para comunicar estatus social o riqueza, los teóricos de la raza vinculados con la moda sostienen que los cuerpos racializados adquieren una vestimenta para identificarse como un grupo político de base racial (Buckley y Clark, 2017), o para aparecer de forma identitaria en el espacio público, pero no para imitar a las clases privilegiadas. La moda es así un sistema de signos para teatralizar una identidad (*To perform*) y no un instrumento coactivo que uniforma los estilos. Por lo tanto, la moda es necesariamente un lenguaje racializado (Bos, 2000) y puede ser una forma de expresión política sin blanqueamiento: una representación de resistencia racial.

Las dinámicas raciales de la moda son equivalentes a las lógicas de subalternidad que padecen las representaciones indígenas y étnicas, pero, a diferencia de la relación entre moda y feminismo, la moda es productora de hegemonía cultural. Los cuerpos racializados o identificados étnicamente son más proclives a emplear la moda para obtener agencia moral y capacidad de aparición pública en tanto son cuerpos obligados a “negociar la belleza” (Hansen y Madison, 2013). Si la ropa tiene la capacidad semiótica de significar una situación social, también tiene la potencia de impugnar los procesos de blanqueamiento que obligan a los sujetos racializados a normar sus cuerpos. La manera de impugnar tal proceso es cuestionando radicalmente los procesos de occidentalización, ya que la belleza occidental ha sido históricamente excluyente asociadas a la gente de piel blanca (Cole y Deihl, 2015).

En consecuencia, el supuesto más importante para una crítica racial de la moda es disociar la belleza del cuerpo blanco. Las estrategias para conseguirlo son básicamente dos: la política de la respetabilidad y la política de los estilos. La primera destaca el adorno u ornato como artefacto político; por ejemplo, el afro como peinado reivindicativo surgido en la década de 1960 contra el alisamiento del cabello por parte de las culturas afroamericanas. La segunda asume las marcas de la herencia étnica como la piel y las emplean como un instrumento político productor de un “orgullo racial”. La idea de fondo con esta valoración del estilo racializado es la subversión de los símbolos de opresión, ya que se asume que el ensamblaje étnico o racial de los cuerpos es la condición para generar una identidad política históricamente consistente. La crítica racial de la moda es una crítica a la blanquitud de la industria de la moda, pero no una crítica a los efectos modernizadores de la moda como estructura. No es extraño, por tanto, que exista una correlación entre moda y negritud presente en teóricas como Enrica Picarelli, defensora del *Afrosartorialism*, o que algunos fotógrafos como Innocent Mukheli, Justice Mukheli y Vuyo Mpantsha, provenientes de Soweto, Johannesburgo, utilicen su trabajo

artístico para mostrar cómo la moda permite luchar contra algunos estereotipos visuales acerca de África.

El problema entre moda y racismo se intensifica cuando se introducen variables interseccionales como el género, la etnicidad o las disidencias sexuales. Por ejemplo, el cruce entre feminismo y racismo en el campo de la moda aparece como un problema mayor en la medida en que las mujeres de color o afrodescendientes son instrumento mercantil de la moda, una venta en el mercado de las identidades globales, pues mientras muchos sujetos racializados son excluidos sustancialmente, sus culturas son convertidas en mercancía diseñadas para el consumo de una sociedad blanca y patriarcal (Kawamura y Jong, 2022). Las feministas negras, cuya aproximación crítica ha planteado las directrices acerca de la correlación entre moda y racismo, discuten el impacto neutralizador de la moda en los procesos de liberación femenina y sus ventajas cuando dichas directrices son puestas en práctica por mujeres racializadas. Ruth Frankenberg, por ejemplo, fue una de las primeras feministas que introdujo la variable racial en el análisis de la moda y describe cómo las mujeres de color son fetichizadas por medio de una noción de belleza exótica “a falta de feminidad y fealdad” (Frankenberg, 1997: 12). La exotización es así el inverso de la occidentalización —un ejercicio de compensación cultural— y la negritud una especie de blanquitud invertida —una posición heredada de la “culpa blanca”—. En cambio, Janell Hobson cuestiona si las mujeres de color dedicadas a la moda son agentes de cambio social o si sólo son objetos sexuales, ya que no existe evidencia suficiente de que las mujeres de color obtengan poder del reconocimiento de belleza (Hobson, 2018). La conclusión de Hobson es que las mujeres de color consideradas como bellas no tienen el poder de elevar el estatus de todas las mujeres de color. Por tal motivo, el problema de la relación entre moda, feminismo y racismo trasciende el uso simbólico de modelos de color para excusar el racismo estructural, o de la denuncia de estereotipos raciales en pasarelas y publicidad, para proponer una desjerarquización y denuncia de la violencia estética padecida por la mayoría de las mujeres. El problema, entonces, es cómo transformar el concepto de belleza occidental sin que ello implique reintroducir los fenómenos de la antimoda, cuyo sesgo ideológico tiende a ser conservador.

Para responder a ambos problemas, Karen Hanson (1990) publicó en la década de los noventa un artículo pionero respecto de la ausencia académica de la filosofía de la moda y de las principales razones por las cuales no existe una reflexión disciplinaria sobre el objeto en disputa: el miedo filosófico a la moda. En el marco del pensamiento feminista, Hanson argumentó la existencia de un temor filosófico a la moda y postuló una correlación entre el rechazo a la moda y la masculinidad filosófica. El miedo filosófico a la moda es distinto del fenómeno de la antimoda. La antimoda persigue frenar el impacto normativo de la moda en la subjetividad; en cambio, el miedo filosófico de la moda supone una doble matriz genealógica por la cual el término moda y

filosofía aparecen históricamente disociados entre sí. Por un lado, la filosofía ha sido una práctica mayoritariamente masculina; por el otro, la filosofía resguarda una operación patriarcal fundacional condenando los asuntos sensibles al lado de la sinrazón o de la irracionalidad.

La tesis fundamental de Hanson es que la moda no es un objeto universal según el masculinismo filosófico. Como la práctica filosófica ha estado históricamente legitimada por una razón androcéntrica y la moda ha sido asociada a una preocupación exclusiva de las mujeres, se sigue que la moda no ha sido pensada como un objeto “universal”. La moda acontece únicamente como un caso singular, un fenómeno importante, quizá el más importante de lo menos importante en el mundo humano, como sugirió Kant en sus análisis antropológicos de la moda (Kant, 2014). La falta de sensibilidad filosófica respecto de la moda está motivada, entonces, porque en los principios fundamentales de la filosofía moderna está ausente la diferencia sexual, la separación estricta entre razones y pasiones, y la postulación de un supuesto “sujeto universal” neutro, cuyo alcance epistemológico depende de una normatividad estricta: un sujeto abstracto, incorpóreo, libre de condiciones empíricas como el género, la etnicidad y la nacionalidad. El cogito cartesiano, el sujeto trascendental kantiano o el espíritu hegeliano son así algunos de los modos “neutrales” del sujeto moderno que hacen que el principio de subjetividad moderna sea un principio universal supuestamente libre de condicionamientos epocales. La historia de las sensibilidades prueba así que la abstracción del sujeto filosófico moderno es un supuesto filosófico no justificado desde el punto de vista de la perspectiva racial o de la diferencia de género.

En consecuencia, la filosofía contemporánea fundada con los criterios epistémicos de la universalidad filosófica condenó a la moda al engaño epistémico, a la fantasía corporal o a la ideología política ya que, anclada a la historicidad de las formas, la moda sigue siendo un malentendido del cuerpo. Si se aceptan tales premisas provenientes de la epistemología moderna, la moda queda condenada a ser la máxima representación de la sociedad de masas (Adorno, 1970), un efecto no deseado de las industrias culturales (Horkheimer, 1967), una práctica de alienación o reificación de los cuerpos (Baudrillard, 1976), o un fenómeno frívolo de la sociedad de espectáculo (Lipovetsky, 1987). El problema con estas apreciaciones filosóficas del fenómeno de la moda radica en que ocultan un menosprecio aristocrático por la cultura popular y, por extensión, invisibilizan los fundamentos patriarcales de la filosofía moderna. Precisamente, el argumento de Hanson es que el desprecio por la moda está relacionado con la estructura patriarcal universitaria, cuya fundamentación es estrictamente filosófica.

Por lo anterior, el fundamento del miedo filosófico a la moda tiene su origen en el miedo filosófico al cuerpo por las siguientes razones. En primer lugar, no es fácil deslindarse de un prejuicio epistemológico occidental: la superioridad del alma respecto del cuerpo. Ya sea en la forma platónica, tomista, cartesiana o kantiana, el alma operó cognitivamente como el principio rector del acceso al conocimiento del mundo y el cuerpo como un ente

pasivo (Vanzago, 2009). Será hasta el primer cuarto del siglo xx —por el impulso de la fenomenología, el existencialismo, la sociología del cuerpo y las ciencias cognitivas— que el cuerpo comenzó a adquirir protagonismo filosófico. El llamado “giro corporal” emergió como un punto de investigación filosófica, como el modo corporal del pensamiento filosófico que había sido, hasta el momento, neutralizado por la filosofía moderna (Nancy, 2004). Por esta razón, las prácticas sociales y los objetos culturales asociados directamente con el cuerpo, como la moda, la alimentación o la enfermedad, fueron tipificados como “objetos infrafilosóficos”, como “objetos menores” que no están en condiciones epistemológicas para ser pensados de manera rigurosa, pues no son objetos “universales” dignos del alma, la conciencia o la mente. Hasta la normalización del giro lingüístico, la moda será interpretada como un lenguaje universal y será discutida desde la semiótica, la lingüística y los estudios de retórica, pero no en el campo de la filosofía académica.

En segundo lugar, la estética filosófica occidental ha sido predominantemente una estética incorpórea, una estética sin cuerpo, una estética de los sentidos mayores, precisamente por otorgar a la categoría de lo bello, lo sublime, el genio y el gusto, el único modo en que la experiencia sensible es capaz de devenir en experiencia estética. Desde Aristóteles hasta Baumgarten, el problema con la forma racionalista de plantear la discusión filosófica sobre la sensibilidad (*Aisthesis*) es que ofrece una teoría normativa de los sentidos en la que los “sentidos mayores” (la vista y el oído) tienen prioridad epistémica respecto de los llamados “sentidos menores” (olfato, gusto, tacto) (Korsmeyer, 1999). El sentido de la visión mediante la escultura antigua y la pintura moderna (Winckelmann, 2007), o el sentido de la escucha por medio de la música clásica, son los únicos sentidos productores de las manifestaciones artísticas superiores (bellas artes) debido a su desapego del cuerpo y su capacidad para conocer “espiritualmente” el mundo. En cambio, los sentidos menores poseen poco rendimiento estético y epistémico debido a que en la historia de la percepción de sí son los sentidos más apegados al cuerpo, a lo orgánico y a la materia (Vigarello, 2014). La moda es tipificada, por estas razones, como un corolario de las artes visuales o un efecto artístico no deseado del impacto de la teoría normativa de las artes.

Por consiguiente, la moda es considerada por la filosofía como un objeto epistemológicamente deficiente y una práctica estéticamente inferior. La moda no ofrece conocimiento sobre el mundo externo o sobre el conocimiento de sí como otros fenómenos del arte, como la literatura, las artes plásticas o el cine. Análogamente, la moda es valorada estéticamente como el último eslabón de las bellas artes y no como una manera democrática de intervención corporal en la esfera pública. La alta costura o el alto diseño son, acaso, las únicas prácticas estéticas de estar en condiciones artísticas para formar parte de una estética de la moda, pero no la moda urbana, las modas disidentes o los estilos vestimentarios propios de las disidencias sexuales. La filosofía de la

moda y su correlato, la estética de la moda, es un campo derivado de la filosofía institucional que busca cuestionar, problematizar y desnaturalizar las genealogías conceptuales del concepto de belleza que nutre el inconsciente estético de la moda en la historia de la humanidad (Svendsen, 2004).

Por último, uno de los problemas fundamentales de la teoría crítica de la moda, que hoy toma un patrón de urgencia mundial, es la relación entre moda, sustentabilidad y capitalismo. Al inicio del milenio, un hecho constatable fue que la moda comenzó a influir en la mayoría de la población, tanto en las sociedades de capitalismo acelerado como en sociedades altamente precarizadas, o en sociedades donde la moda acontecía únicamente como un fenómeno de la industria del lujo. Esta diseminación de la moda al espacio de la vida cotidiana no implicó, como defienden algunos liberales optimistas (Alsaleh, 2017), que la moda esté en un proceso de apertura democrática o que el lujo vestimentario esté al alcance de todos, sino que fenómenos como la “moda rápida” (*fast fashion*) han generado un aceleramiento de la producción de ropa sin calcular el daño ambiental o la reactivación de prácticas estrictamente colonialistas motivada por las industrias manufactureras.

El despliegue capitalista de la industria de la moda, especialmente el sistema occidental de la moda, está vinculado directamente con las transformaciones estéticas ocasionadas por la invención del capitalismo industrial (Sombart, 1921). Este proceso histórico implicó una ruptura con los modos de producción artesanales y con la lógica aristocrática de la élite para trazar un puente entre la industria textil y la burguesía (Engels, 1845). De hecho, cuando Marx escribió sobre la economía política del capitalismo (industrial) tenía como horizonte histórico la industria textil y su sucedáneo, la industria de la moda (Stallybrass y Jones, 2021). El desarrollo capitalista de la moda estuvo relacionado directamente con el proceso de producción industrial a grado tal que la moda se convirtió rápidamente en sinónimo de modernización. Aunado a lo anterior, la moda decimonónica era designada como uno de los identificadores culturales más relevantes de la forma de vida moderna descrita por los primeros críticos del capitalismo, razón suficiente para que las naciones carentes de una “industria de la moda” fueran tipificadas por Europa como sociedades primitivas, como “pueblos sin moda” (Wilson, 2003: 13). La historia entre la moda y el capitalismo industrial no termina en este momento.

Hoy día, la crítica de la economía política como crítica a la dominación capitalista está dirigida principalmente al impacto del algoritmo en los procesos de subjetivación y control del *bigdata* (Forte y Campana, 2017), a la reconfiguración de potencias coloniales al modo de un tecnofeudalismo (Durand, 2020) o a la normalización del capitalismo de plataformas (Srnicek, 2016), sin realizar una crítica radical a la industria de la moda como en su momento lo hicieron Marx y Engels. No obstante, Tansy Hoskins (2014) o Ulrich Lehmann (2019), por ejemplo, ponen en circulación la interacción entre moda y capitalismo desde un enfoque estrictamente materialista. Si en su primer libro Lehmann (2000) argumentó que la moda tuvo la capacidad revolucionaria de marcar la diferencia

entre épocas y, motivado por Walter Benjamin, consideró que la modernidad aceleró un proceso revolucionario en el orden estético, político y filosófico “a salto de tigre”, el segundo libro indica cómo las nuevas estructuras de trabajo en la fabricación de prendas y textiles son capaces de ofrecer una crítica política acorde con los tiempos posdemocráticos. Para Lehmann es necesario sustituir el enfoque culturalista de la moda por una crítica materialista capaz de exponer la necesidad de comprometerse intelectual y militantemente contra los actuales modos de producción de la moda. Pensar la relación entre capitalismo y moda depende, en este sentido, de extender la discusión sobre la identidad y la representación de la moda por un análisis económico-político de las condiciones laborales de la industria y sus efectos devastadores en la crisis climática contemporánea. El trabajo de Lehmann, más que realizar una crítica materialista del sistema de la moda, constituye un ejemplo —aunque por demás eurocéntrico— de escritura teórica en tiempos de catástrofe (Stengers, 2009).

La necesidad de cambio en la forma del análisis culturalista radica en que, si la moda utiliza el pasado para inventar la novedad, promover una política de lo nuevo e instaurar una ruptura con todas las temporalidades previas (Reilly, 2020), entonces la moda encuba, como ninguna otra manifestación capitalista, los principios anárquicos de la modernidad. El problema es que, como indicó Walter Benjamin, no existe modernidad sin catástrofe, modernidad sin devastación que, en este caso, se traduce como catástrofe ambiental. No es casual, por lo tanto, que la industria de la moda sea la industria con mayores índices de contaminación ambiental en el mundo y, a su vez, que los países que más consumen ropa no son necesariamente los países que más la producen. El Sur global (África y Latinoamérica) son así los mayores cementerios de ropa de los países del Norte global (Estados Unidos y Europa) (Brooks, 2015). Si la moda es la cultura hegemónica de la subjetivación capitalista y la mayor industria contaminadora del mundo, se sigue que la moda es impensable sin la forma cosmética del capitalismo contemporáneo. Este dato registra que las políticas de la apariencia física, la industria cosmetológica o la ética de la imagen de sí producto de una sociedad de la exposición no son un asunto exclusivo de mujeres o de cuerpos racializados, antes bien constituye el último proceso de antropogénesis del capitalismo.

En definitiva, la relación entre capitalismo y moda es una relación dramática que no puede ser explicada por medio de la obsolescencia programada (Bartels, Ermel, Sandbord y Pecht, 2012) ni únicamente a través de explicaciones sociológicas o culturales, ya que la moda bajo el esquema del capitalismo cosmético resguarda el inconsciente aristocrático de las democracias contemporáneas. Esto no significa, como sostienen algunos investigadores (McRobbie, 1998) que, aunque es posible pensar a la moda sin industria (una abstracción ideológica), ello no implica que la moda ofrezca momentos de insurrección contra la racionalidad productiva del capitalismo. La moda puede ser aliada de los procesos anticapitalistas contemporáneos y ayudar a diseñar estrategias contra la crisis

climática si y sólo si se configura una nueva crítica de la economía política que tenga como sustrato la crítica al capitalismo cosmético.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor (1970), *Ästhetische Theorie*, Erste Auflage, Frankfurt [*Teoría estética*, Hyspamérica, Buenos Aires, 1984].
- Alsaleh, Nour (2017), *Fashionable Street-Style & the Democratization of Luxury*, LAP Lambert, Saarbrücken.
- Álvarez, Ángel O. (2020), “Cuerpo vestido y teología de la desnudez”, en F. Castro y C. Mendiola (coords.), *El retorno del cuerpo. De abyecciones y vulnerabilidades*, Editorial Navarra, México.
- (2021), *Filosofía de la apariencia física*, Taugenit, Madrid.
- (2023), *El armario de los filósofos*, Metales Pesados, Santiago.
- Baker, Nancy C. (1984), *The Beauty Trap: Exploring Woman's Greatest Obsession*, Franklin Watts, California.
- Balsamo, Anne (1996), *Technologies of the gendered body. Reading cyborg women*, Duke University Press, Durham.
- Bard, Christine (2010), *Une Histoire du pantalon*, Éditions du Seuil, Paris [Historia crítica del pantalón, Tusquets, México, 2012].
- Bari, Shahidha (2020), *Dressed. A Philosophy of Clothes*, Basic Books, New York.
- Barnard, Malcolm (2017), *Fashion Theory. A Reader*, Taylor and Francis, New York.
- Bartels, Bjoern; Ulrich Ermel, Peter Sandbord y Michael G. Pecht (2012), *Strategies to the Prediction, Mitigation and Management of Product Obsolescence*, John Wiley & Sons, New Jersey.
- Barthes, Roland (1967), *Système de la mode*, Éditions du Seuil, Paris [*El sistema de la moda*, Gustavo Gili, Barcelona, 1978].
- Baudelaire, Charles (1863), *Le Peintre de la vie modern*, Œuvres complètes, volume I, Bibliothèque de la Pléiade, Paris [*El pintor de la vida moderna*, Visor, Madrid, 2006].
- Baudrillard, Jean (1976), *L'Échange symbolique et la mort*, Gallimard, Paris [*El intercambio simbólico y la muerte*, Monte Ávila, Caracas, 1980].
- Beaton, Cecil (1954), *The Glass of Fashion*, Weidenfeld and Nicolson, London.
- Beauvoir, Simone de (1949), *Le Deuxième Sexe, essai philosophique*, Gallimard, Paris [*El segundo sexo*, Cátedra, Madrid, 1998].
- Benjamin, Walter (1982), *Das Passagen-Werk*, Suhrkamp, Frankfurt am Main [*Libro de los pasajes*, Akal, Madrid, 2005].
- Blumenberg, Hans (1966), *Die Legitimität der Neuzeit*, Suhrkamp, Frankfurt am Main [*La legitimación de la Edad Moderna*, Pretextos, Valencia, 2008].
- Bos, Renè ten (2000), *Fashion and utopia in management thinking*, John Benjamins, Amsterdam.
- Bourdieu, Pierre (1979), *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Les Éditions de Minuit, Paris [*La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid, 2002].

- Brand, Ulrich y Markus Wissen (2017), *Imperiale Lebensweise. Zur Ausbeutung von Mensch und Natur im globalem Kapitalismus*, Oekom Verlag, Frankfurt am Main [Modo de vida imperial. Vida cotidiana y crisis ecológica del capitalismo, Tinta Li-món-Fundación Rosa Luxemburgo, Buenos Aires, 2021].
- Brooks, Andrew (2015), *Clothing Poverty. The hidden world of fast fashion and second-hand clothes*, Zed Books, London.
- Buckley, Cheryl y Hazel Clark (2017), *Fashion and Everyday Life: London and New York*, Bloomsbury, London.
- Busch, Otto von y Lucia Cuba (2014), *The Fashion Condition*, SelfPassage-The Fashion Praxis Collective, New York.
- Calefato, Patrizia (2002), *Segni di moda*, Palomar, Bari.
- Campbell, Colin (2021), *Consumption and Consumer Society. The Craft Consumer and Other Essays*, Palgrave Macmillan, New York.
- Carlyle, Thomas (1836), *Sartor Resartus. The Life and Opinions of Herr Teufelsdröckh*, James Munroe and Company, Boston. [Sartor Resartus o El sastre remendado. Vida y opiniones del señor Teufelsdröckh, Biblok, Madrid, 2015].
- Carter, Michael (2003), *Fashion Classics from Carlyle to Barthes*, Berg, New York.
- Chapkis, Wendy (1988), *Beauty secrets. Beauty and the politics of appearance*, The Women's Press, London.
- Chernin, Kim (1983), *Womansize. The tyranny of slenderness*, The Women's Press, London.
- Cline, Elizabeth (2014), *Moda desechable. El escandaloso costo de la moda barata*, Paidós, México.
- Coccia, Emanuele (2011), *La vita sensibile*, Il Mulino, Roma [La vida sensible, Marea, Buenos Aires, 2018].
- (2020), "Por un totemismo", en L. de Sutter, *Poscrítica*, Isla Desierta, Buenos Aires.
- Cole, Daniel J. y Nancy Deihl (2015), *The history of modern fashion*, Hachette UK, London.
- Covarrubias Horozco, Sebastián de (1611), *Tesoro de la lengua castellana o española*, con las adiciones de Benito Remigio Noydens publicadas en la de 1674, edición de Martín de Riquer, Horta I. E, Barcelona, 1943.
- Crane, Diana (2000), *Fashion and Its Social Agendas*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Croci, Paula y Alejandra Vitale (comps.) (2011), *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*, La marca, Buenos Aires.
- Cumming, Valerie, Cecil W. Cunnington y Phillis E. Cunnington (2017), *The Dictionary of Fashion History*, Bloomsbury, London.
- Daphné, B. (2021), *Made-Up. A True Story of Beauty Culture under Late Capitalism*, Coach House Books, Toronto.
- Davis, Fred (1992), *Fashion, Culture and Identity*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Durand, Cédric (2020), *Technoféodalisme. Critique de l'Économie numérique*, Zones, Paris [Tecnofeudalismo, crítica de la economía digital, La Cebra, Buenos Aires, 2021].

- Eco, Umberto (1972), "El hábito hace al monje", en P. Croci (comp.), *Psicología del vestir*, Lumen, Barcelona.
- Ellison, Jenny (2020), *Being Fat. Women, Weight, and Feminist Activism in Canada*, Toronto University Press, Toronto.
- Engels, Friedrich (1845), *Die Lage der arbeitenden Klasse in England*, Verlag Otto Wigand, Leipzig [La situación de la clase obrera en Inglaterra, Akal, Madrid, 2020].
- Entwistle, Joanne (2000), *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*, Polity, Cambridge [El cuerpo y la moda. Una visión sociológica, Barcelona, Paidós, 2002].
- Erskine, F. J. (1897), *Cycling: What to Wear and How to Ride*, British Library, London [Damas en bicicleta. Cómo vestir y normas de comportamiento, Impedimenta, Madrid, 2014].
- Evans, Caroline y Minna Thornton (1989), *Women and fashion. A new look*, Quartet Books, London.
- Flügel, John C. (1930), *The Psychology of Clothes*, Hogarth, London [Psicología del vestido, Melusina, Madrid, 2015].
- Forte, Maurizio y Stefano Campana (eds.) (2017), *Digital Methods and Remote Sensing in Archaeology*, Springer, London.
- Foster, Hal (2002), *Design and Crime (And Other Diatribes)*, Verso Books, New York [Diseño y delito, Akal, Madrid, 2010].
- Frankenberg, Ruth (1997), *Displacing Whiteness: Essays in Social and Cultural Criticism*, Duke University Press, Durham.
- Fraser, Nancy (2013), *Fortunes of feminism. From state-managed capitalism to neoliberal crisis*, Verso Books, New York [Fortunas del feminismo, Traficante de Sueños, Madrid, 2015].
- Gallie, Walter B. (1956), "Art as an Essentially Contested Concept", *The Philosophical Quarterly*, vol. 6, núm. 23, pp. 97-114.
- García, Tristan (2020), "Por una metabolización", en L. de Sutter, *Poscrítica*, Isla Desierta, Buenos Aires.
- Gardetti, Miguel Angel y Ana L. Torres (2017), *Sustainability in Fashion and Textiles*, Taylor and Francis, London.
- Geczy, Adam y Vicki Karaminas (2017), *Critical Fashion Practice*, Bloomsbury, London.
- Globot, Edmond (1925), *La barrière et le niveau. Étude sociologique sur la bourgeoisie française moderne*, Félix Alcan, Paris [La barrera y el nivel: estudio sociológico de la burguesía francesa moderna, Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, Madrid, 2003].
- Godart, Frédéric (2010), *Sociologie de la mode*, La Découverte, Paris [Sociología de la moda, Edhasa, Buenos Aires, 2012].
- Gombrich, Ernst H. (1980), *Ideals and Idols. Essays on Values in History and in Art*, E. P. Dutton, London [Ideales e ídolos. Ensayos sobre los valores en la historia del arte, Debate, Madrid, 2004].
- Grosz, Elizabeth (1994), *Volatile bodies. Toward a corporeal feminism*, Allen & Unwin, Sydney.

- Hakim, Catherine (2011), *Erotic Capital. The Power of Attraction in the Boardroom and the Bedroom*, Basic Books, New York [*Capital erótico. El poder de fascinar a los demás*, Debate, México, 2012].
- Hansen, Karen Tranberg y D. Soyini Madison (2013), *African Dress: Fashion, Agency, Performance*, Bloomsbury, London.
- Hanson, Karen (1990), "Dressing down dressing up. The philosophic fear of fashion", *Hypatia*, vol. 5, núm. 2, pp. 107-121.
- Hebdige, Dick (1979), *Subculture: The Meaning of Style*, Methuen, London.
- Hiler, Hilaire (1930), *From nudity to raiment. An introduction to the study of costume*, The Educational Press, New York.
- Hobson, Janell (2018), *Venus in the Dark: Blackness and Beauty in Popular Culture*, Routledge, London.
- Hollander, Anne (1993), *Seeing through clothes*, University of California Press, Berkeley.
- (1994), *Sex and suits. The evolution of modern dress*, Alfred A. Knopf, New York.
- Horkheimer, Max (1967), *Kritik der instrumentellen Vernunft*, Fischer Verlag, Frankfurt [*Crítica de la razón instrumental*, Editorial Sur, Buenos Aires, 1973].
- Hoskins, Tansy E. (2014), *Stitched Up: The Anti-Capitalist Book of Fashion*, Pluto Press, London [*Manual anticapitalista de la moda*, Txalaparta, Navarra, 2017].
- Hurlock, Elizabeth B. (1929), "Motivation in fashion", *Archives of Psychology*, vol. 17, núm. 111.
- Jeffreys, Sheila (2014), *Beauty and Misogyny. Harmful cultural practices in the West*, Taylor and Francis, London.
- Kaiser, Susan B. y Denise N. Green (2021), *Fashion and Cultural Studies*, Bloomsbury Visual Arts, London.
- Kant, Immanuel (2014), *Antropología en sentido pragmático*, Fondo de Cultura Económica/Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Kawamura, Yuniya (2020), *Doing Research in Fashion and Dress*, Bloomsbury, London.
- y Jung-Whan Marc de Jong (2022), *Cultural Appropriation in Fashion and Entertainment*, Bloomsbury Publishing, London.
- Kennedy, Duncan (1993), *Sexy Dressing, etc. Essays on the Power and Political of Cultural Identity*, Harvard University Press, Harvard [*Abuso sexual y vestimenta sexy*, Siglo XXI Editores, México, 2018].
- Kidwell, Claudia B. (1989), "Gender symbols or fashionable details?", en C. B. Kidwell y V. Steele, *Men and women. Dressing the part*, Smithsonian Institution Press, Washington, DC.
- Kleinig, John W. (2021), *Wonderfully Made. A Protestant Theology of the Body*, Lexham Press, Boston.
- König, René (1973), *The Restless Image. A Sociology of Fashion*, Allen & Unwin, London.
- (1985), *Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsproeze*, Springer, Wiesbaden [*La moda en el proceso de la civilización*, Engloba, Valencia, 2002].

- König, René (1998), *Soziologie und Humanist. Text aus vier Einstellungen*, Verlag Leske + Budrich, Opladen.
- Korsmeyer, Carolyn (1999), *Making Sense of Taste: Food and Philosophy*, Cornell University Press, Ithaca NY.
- Koselleck, Reinhart (1979), *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten*, Surkamp, Fráncfort del Meno [*Futuro-pasado. Para una semántica de los tiempos históricos*, Paidós, Barcelona, 1998].
- Kroeber, Alfred L. (1919), "On the Principle of Order in Civilization as Exemplified by Changes of Fashion", *American Anthropologist*, vol. 21, núm. 3, pp. 235-263.
- Lakoff, Robin y Raquel L. Scherr (1984), *Face Value. The Politics of Beauty*, Routledge & Kegan Paul, London.
- Lamas, Marta (2018), *Acoso. ¿Denuncia legítima o victimización?*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Laver, James (1937), *Taste and Fashion. From the French Revolution to the Present Day*, Harrap, London.
- (1968), *A Concise History of Costume*, Thames and Hudson, London [*Breve historia del traje y la moda*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1988].
- Le Breton, David (1985), *Corps et sociétés. Essai de sociologie et d'anthropologie du corps*, Librairie des Méridiens, Paris.
- (1990), *Anthropologie du corps et modernité*, Presses Universitaires de France, Paris [*Antropología del cuerpo y modernidad*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2002].
- Lehmann, Ulrich (2000), *Tigersprung. Fashion in Modernity*, Massachusetts Institute of Technology Press, Boston.
- (2019), *Fashion and Materialism*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Lipovetsky, Gilles (1987), *L'Empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*, Gallimard, Paris [*El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*, Anagrama, Barcelona, 2006].
- (2013), *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Paris: Gallimard [*La estetización del mundo. Vivir en la era del capitalismo artístico*, Anagrama, Barcelona, 2015].
- Loos, Adolf (1913), "Ornament und Verbrechen", en A. Loos (ed.), *Sämtliche Schriften en zwei Bänden, Erster Banda*, Viena [*Ornamento y delito*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1972].
- Lotman, Yuri M. (1999), *Cultura y explosión. Lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social*, Gedisa, Barcelona.
- Lozano, Jorge (comp.) (2015), *Moda. El poder de las apariencias*, Casimiro, Madrid.
- Lurie, Alison (1981), *The Language of Clothes*, Heinemann, London [*El lenguaje de la moda*, Paidós, Barcelona, 1994].
- Luvaas, Brent y Joanne B. Eicher (eds.) (2019), *The Anthropology of Dress and Fashion: A Reader*, Bloomsbury, New York.
- Marcketti, Sara y Elena Karpova (eds.) (2020), *The Dangers of Fashion*, Bloomsbury Publishing, Indiana.
- Marrone, Gianfranco (2021), "Roland Barthes. El sentido de la moda", *Indumenta. Revista del Museo del Traje*, núm. 4, pp. 21-32.

- Matteucci, Giovanni y Stefano Marino (eds.) (2016), *Philosophical Perspectives on Fashion*, Bloomsbury, London.
- McRobbie, Angela (1998), *British Fashion Design. Rag Trade or Image Industry?*, Routledge, London.
- Mernissi, Fatema (2007), "Size 6. The Western Women's Harem", en N. Cook (ed.), *Gender Relations in Global Perspective*, Canadian Scholars Press, Ottawa.
- Merriam-Webster (1989), *Webster's dictionary of English usage*, Merriam-Webster Publishers, Massachusetts.
- Modleski, Tania (1991), *Feminism without women. Culture and criticism in a 'postfeminist' age*, Routledge, London/New York.
- Montalva, Pía (2017), *Apuntes para un diccionario de la moda*, Hueders, Santiago de Chile.
- Moreno, José L. (2016), *La cara oscura del capital erótico. Capitalización del cuerpo y trastornos alimentarios*, Akal, Madrid.
- Nancy, Jean-Luc (2004), *58 indices sur le corps*, Éditions Nota Bene, Montréal [58 indicios sobre el cuerpo, La Cebra, Buenos Aires, 2008].
- Nystrom, Paul H. (1928), *Economics of Fashion*, The Ronald Press Company, Los Angeles.
- Ortega y Gasset (1916), "Cambio en las generaciones", *Obras Completas de José Ortega y Gasset*, vol. 4, 2005, Taurus, Madrid.
- Parezo, Nancy J. (1999), "The Indian Fashion Show", en B. Phillips y B. Steiner (eds.), *Unpacking Culture. Art and Commodity in Colonial and Postcolonial Worlds*, University of California Press, Berkeley.
- Pateman, Carole (1988), *The Sexual Contract*, Oxford University Press, Oxford [El contrato sexual, Anthropos, Barcelona, 1995].
- Polhemus, Ted (1978), *Fashion and Anti-fashion. An Anthropology of Clothing and Adornment*, Thames & Hudson, London.
- Rabinovitch-Fox, Einav (2021), *Dressed for Freedom*, University of Illinois Press, Illinois.
- Reilly, Andrew (2020), *Introducing Fashion Theory*, Bloomsbury, London.
- Rivière, Margarita (1977), *La moda, ¿comunicación o incomunicación?*, Gustavo Gilli, Barcelona.
- (1992), *Lo cursi y el poder de la moda*, Espasa, Madrid.
- (2013), *Historia informal de la moda*, Plaza y Janés, Madrid.
- Rocamora, Agnès y Anneke M. Smelik (eds.) (2019), *Thinking Through Fashion. A Guide to Key Theorists*, Bloomsbury, Indiana.
- Rubinstein, Ruth (2001), *Dress Codes. Meanings and Messages in American Culture*, Routledge, New York.
- Saunier, L. Baudry de (1891), *Le cyclisme théorique et pratique*, Ollendorff, Paris.
- Scott, Linda M. (2005), *Fresh lipstick: Redressing fashion and feminism*, Palgrave Macmillan, New York.
- Silverman, Kaja (1986), "Fragments of a fashionable discourse", en T. Modleski, *Studies in entertainment: Critical approaches to mass culture*, Indiana University Press, Bloomington.

- Simmel, Georg (1905), "Philosophie der Mode", *Moderne Zeitfragen*, nr. 11, hg. von Hans Landsberg, Berlin, pp. 5-41 ["Filosofía de la moda", *Revista de Occidente*, núm. 1, 1923].
- Sombart, Werner (1921), *Luxus und Kapitalismus*, Duncker & Humblot, München [*Lujo y capitalismo*, Alianza, Madrid, 1996].
- Spencer, Herbert (1898), *Principles of Sociology*, Completon, London [*Principios de Sociología*, Revista de Occidente, Buenos Aires, 1947].
- Squicciarino, Nicola (1988), *Il vestito parla. Considerazioni psicosociologiche sull'abbigliamento*, Armando Editore, Roma [*El vestido habla. Consideraciones psicosociológicas sobre la indumentaria*, Cátedra, Madrid, 2015].
- Srnicek, Nick (2016), *Platform Capitalism*, Polity, Cambridge [*Capitalismo de plataformas*, Caja Negra, Buenos Aires, 2018].
- Stallybrass, Peter y Ann R. Jones (2021), *Renaissance Clothing and the Materials of Memory*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Steele, Valerie (1985), *Fashion and eroticism*, Oxford University Press, New York.
- Stengers, Isabelle (2009), *Au temps des catastrophes. Résister à la barbarie qui vient*, La Découverte, Paris [*En tiempos de catástrofes. Cómo resistir a la barbarie que viene*, Nuevos Emprendimientos Editoriales, Barcelona, 2017].
- Sue, Thomas (2017), *Fashion Ethics*, Taylor and Francis, London.
- Sutter, Laurent de (2019), *Postcritique*, Presses Universitaires de France, Paris [*Poscrítica*, Isla Desierta, Buenos Aires, 2020].
- Svendsen, Lars (2004), *Fashion: A Philosophy*, Reaktion Books, London.
- Tovar, Virgie (2018), *Tienes derecho a permanecer gorda*, Melusina, Madrid.
- Turner, Victor (1967), *The Forest of Symbols*, Cornell University Press, Ithaca [*La selva de los símbolos*, Siglo XXI Editores, Madrid, 2020].
- Vanzago, Luca (2009), *Breve storia dell'anima*, Il Mulino, Bolonia [*Breve historia del alma*, Fondo de Cultura Económica, México, 2011].
- Veblen, Thorstein (1899), *The Theory of the Leisure Class*, Modern, New York [*Teoría de la clase ociosa*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004].
- Vergès, Françoise (2021), *A Decolonial Feminism*, Pluto Press, New York.
- Vigarello, Georges (2014), *Le Sentiment de soi. Histoire de la perception du corps. (xvi<sup>e</sup>-xx<sup>e</sup>)*, Éditions du Seuil, Paris [*El sentimiento de sí. Historia de la percepción del cuerpo (s. xvi-s. xx)*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2017].
- Volli, Ugo (2001), *Contro la moda*, Feltrinelli, Milano.
- Weber, Max (1904), "Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus", *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, bd. 20, pp. 1-54 [*La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Fondo de Cultura Económica, México, 2012].
- Weiner, Annette B. y Jane Schneider (eds.) (1991), *Cloth and Human Experience*, Smithsonian Books, Washington DC.
- Wilson, Elizabeth (2003), *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*, Tauris, London.
- \_\_\_\_\_ (2022), *Unfolding the Past*, Bloomsbury, London.
- Winckelmann, Johann J. (2007), *Reflexiones sobre la imitación de las obras griegas en la pintura y la escultura*, Fondo de Cultura Económica, Madrid.

Wolf, Naomi (1991), *The beauty myth*, Vintage, London [*El mito de la belleza*, Continta me tienes, Madrid, 2020].

Yodanis, Carrie (2021), *Vestirse. Conformidad e imitación en el vestir y la vida diaria*, Alianza, Madrid.

Young, Iris M. (1990), *Throwing like a girl and other essays in feminist philosophy and social theory*, Indiana University Press, Bloomington.

\_\_\_\_\_ (1994), "Women recovering our clothes", en S. Ferriss (ed.), *On fashion*, Rutgers University Press, New Brunswick.