

Joanne Entwistle

**El cuerpo y la moda
Una visión sociológica**

PAIDÓS
CONTEXTOS

2002 Barcelona



BIBLIOTECA DIGITAL

TEXTOS SOBRE SOCIOLOGÍA

SOCIOLOGÍA POR ESPECIALIDADES

FICHA DEL TEXTO

Número de identificación del texto en clasificación sociología: 2465

Número del texto en clasificación por autores: 7324

Título del libro: El cuerpo y la moda. Una visión sociológica

Autor (es): Joanne Entwistle

Editor: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Registro de Propiedad: ISBN: 84-493-1258-2

Año: 2002

Ciudad y País: Barcelona – España

Número total de páginas: 287

Fuente: <https://es.scribd.com/doc/6553449/Joanne-Entwistle-El-Cuerpo-y-La-Moda>

Temática: Sociología de la moda

Título original: *The Fashioned Body*

Originalmente publicado en inglés, en 2000, por Polito Press, Cambridge, RU, en asociación con Blackwell Publishers, Ltd., Oxford, RU

Traducción de Alicia Sánchez Mollet

Cubierta de Mario Eskenazi

© 2000 Joanne Entwistle

© 2002 de la traducción, Alicia Sánchez Mollet

© 2002 de todas las ediciones en castellano,

Ediciones Paidós Ibérica, S. A.,

Mariano Cubí, 92 – 08021 Barcelona

Y Editorial Paidós, SAICF,

Defensa, 599 – Buenos Aires

<http://www.paidos.com>

ISBN: 84-493-1258-2

Depósito legal: B.20.177-2002

Impreso en España – Printed in Spain

*Este libro está dedicado a la
Memoria de mi abuela
Winnie Cowhig*

Sumario

Agradecimientos	5
Introducción	6
1. Dirigirse al cuerpo	11
2. Teorías sobre la moda y el vestir	51
3. Moda, indumentaria y cambio social	93
4. Moda e identidad	130
5. Moda y género	161
6. Moda, adorno y sexualidad	206
7. La industria de la moda	236
Conclusión	269
Bibliografía	273

Agradecimientos

Este libro no se habría podido realizar sin la ayuda y el apoyo de una serie de personas que desempeñaron un papel importante en mi vida durante la época en la que lo escribí. Agradezco a la Universidad de North London (UNL) el respaldo que ha prestado a mi investigación desde el principio así como la concesión de una excedencia para estudiar en la primavera-verano de 1999, a fin de que pudiera completar el manuscrito. También quiero dar las gracias a mis compañeros de la UNL por su colaboración durante este período, especialmente a Elizabeth Wilson, que tuvo la amabilidad de leer las versiones anteriores de este libro y participó en toda la investigación; también a Milly Williamson y Des Freedman por animarme cuando lo he necesitado. Asimismo, quiero dar las gracias a los estudiantes de la UNL por su entusiasmo e interés en el material de los seminarios. Gracias también a Reina Lewis y a Sean Nixon por su apoyo, consejo y compañerismo intelectual, especialmente en los primeros días de mi investigación en la British Library. Puesto que algunas de las ideas de este libro han surgido de mi tesis doctoral, quisiera expresar mi gratitud al personal del Goldsmiths' College por la ayuda que me ha prestado. Estoy especialmente agradecida a Helen Thomas por haber supervisado la investigación y por su guía intelectual y apoyo constante. Gracias también a Paul Filmer, Ros Gilí, Chris Jenks, Celia Lury, Angela McRobbie y Mica Nava por sus valiosos comentarios y a Ruth Thackeray por su esmerado consejo editorial. El personal de la biblioteca fotográfica del Victoria and Albert Museum se prestó amablemente a localizar algunas de las ilustraciones. Por último, estoy en deuda con Don Slater por su orientación intelectual y consejo editorial desde el principio hasta el final, así como por cocinar tantas cenas excelentes durante toda esa etapa. Su apoyo y aliento nunca podrán ser recompensados, pero jamás serán olvidados.

Introducción

La moda está pensada para el cuerpo: es creada, promocionada y llevada por el cuerpo. La moda va dirigida al cuerpo y este último es el que ha de ir vestido en casi todos los encuentros sociales. En Occidente, y cada vez más también fuera de él, la moda estructura la mayor parte de nuestra experiencia del vestir, aunque, tal como expongo en este libro, no es el único factor que influye en la vida cotidiana, puesto que otros factores, como el sexo, la clase social, los ingresos y la tradición, también influyen. El vestido de moda es aquel que encarna la última tendencia estética; es la prenda definida en un momento dado como deseable, bella y popular. Al manifestar la última tendencia estética y al poner a disposición del público ciertos tipos de prendas, la moda ofrece la «materia prima» para la vestimenta diaria, fabricada por multitud de entidades que operan en una variedad de sitios. Para comprender la moda se necesita comprender la relación entre los distintos organismos que operan dentro del sistema de la moda: escuelas técnicas de moda y sus alumnos, diseñadores y firmas de diseño, sastres y costureras, modelos y fotógrafos, así como editores, distribuidores, minoristas, compradores, tiendas y consumidores. Es decir, estudiar la moda implica ir desde la producción hasta la distribución y el consumo: sin las innumerables costureras y sastres no habría prendas que consumir; sin la promoción de la moda que realizan los intermediarios culturales, como los periodistas de moda, la «moda» en su función de marcar el último estilo no llegaría muy lejos; y sin la aceptación de los consumidores, los trajes de moda se quedarían colgados en las fábricas, en las tiendas y en los armarios. Así, cuando hablamos de moda, nos estamos refiriendo simultáneamente a una serie de organizaciones interconectadas y con puntos de coincidencia implicadas en la producción y promoción del vestido, así como en las acciones de las personas al actuar sobre sus cuerpos cuando se «visten».

Fine y Leopold (1993; también Leopold, 1992) en su explicación sobre la moda arguyen que ésta es un «sujeto híbrido»: el estudio de la moda requiere comprender la «interrelación entre formas de producción altamente fraccionadas y los igualmente diversos y, a veces, volátiles patrones de demanda (Fine y Leopold, 1993, pág. 93). Así pues, el estudio de la moda abarca el «concepto dual» de la moda como «fenómeno cultural y como un aspecto de la fabricación cuyo énfasis recae en la tecnología de producción» (Leopold, 1992, pág. 101). Sin embargo, este carácter híbrido no suele ser reconocido en las obras de este género que tiende hacia un aspecto u otro de la moda sin admitir las relaciones entre los distintos elementos de la producción y el consumo. Según Leopold (1992, pág. 101), esta dualidad ha provocado una separación «en la que las historias del consumo y de la producción aran grandes surcos paralelos y distantes». La historia del consumo sigue la trayectoria de la subida y la caída en la demanda de un producto y la vinculan a los desarrollos sociales. Tiende a centrarse en la psicología del individuo y en el propio objeto de moda y lo contempla como «la encarnación de los valores sociales y culturales que prevalecen en un momento y lugar específicos» (Fine y Leopold, 1993, pág. 93). En el marco de este tipo de literatura, la producción se vuelve pasiva, las explicaciones la presentan no sólo como un reflejo de la demanda del consumidor, sino que en muchas ocasiones lo hacen como un reflejo de los fluctuantes (e irracionales) deseos de las mujeres. El segundo estudio de la moda desde el prisma de la producción afronta la historia industrial y la del suministro. Esta literatura traza las innovaciones en la tecnología, así como el crecimiento y la organización del trabajo dentro de la industria de la moda. Lanza suposiciones generales sobre las razones del aumento de la demanda, pero no se detiene en los detalles, ni en las características específicas de la misma en algunos mercados de la indumentaria, de modo que, tal como dice Leopold (1992, pág. 101), la historia de la producción textil no ha contribuido mucho a la comprensión del «sistema de la moda». Además, estas obras varias no están interconectadas para ofrecer una concepción integrada.

Tanto Fine como Leopold exponen un argumento para un análisis materialista de la moda. Señalan la necesidad de la especificidad histórica en el análisis del sistema de la moda, arguyen que dentro del sistema de la moda hay diferencias en el suministro de ropa. No hay un solo «sistema de la moda», sino una serie de sistemas que producen prendas para distintos mercados. Junto a la producción masiva, persisten pequeños sistemas de prendas «hechas a medida» en la alta costura y en los diseños exclusivos que funcionan con formas de producción, técnicas de mercado,

distribución y consumo bastante distintas a las de la producción en serie para el gran público. Una historia sobre la moda que se precie de ser completa habrá de reconocer las diferentes prácticas dentro de la industria de la moda y reunir las prácticas de producción y consumo, vinculadas y superpuestas de manera decisiva. Sin embargo, hasta la fecha, la teoría social no ha realizado muchos intentos de unir el abismo que media entre la producción y el consumo. La sociología, los estudios culturales y la psicología se han inclinado por el lado del consumo, mientras que la teoría económica, el marketing y la historia industrial se han decantado por examinar el desarrollo de la producción. Este libro ofrece un resumen de toda la bibliografía que existe sobre este tema y, así, explora la que existe sobre el consumo y sobre la producción, aunque trata la primera con más detalle. La razón para ello es la importancia contemporánea que poseen las obras sobre el consumo, que han aumentado exponencialmente desde los ochenta en comparación con la bibliografía sobre la producción. Esto significa que este libro replica hasta cierto punto la división que existe entre la literatura sobre el consumo y sobre la producción: sólo el capítulo 7 trata específicamente de la literatura sobre la producción, mientras que los otros capítulos se centran más en el consumo y en el sentido de la moda. No obstante, comparto la opinión de Fine y Leopold respecto a que esta división es artificial y que los nuevos estudios sobre la moda y el vestir han de citar las interconexiones entre la producción y el consumo. Por consiguiente, en este libro expongo que una visión sociológica de la moda debería reconocer las conexiones entre producción y consumo, teniendo en cuenta la relación entre las diferentes agencias, instituciones, personas y prácticas.

También argumento que dicho estudio debería conectar la moda con la prenda cotidiana, puesto que ambas están estrechamente vinculadas. La moda es un determinante importante en el vestir de diario, pero ésta sólo es ampliamente reconocida cuando las personas la integran en su vestuario. Sin embargo, de nuevo, hallamos un cisma dentro de la bibliografía, entre los estudios sobre la moda (como sistema, idea o estética) y los estudios sobre la indumentaria (como en los significados que adoptan distintas prácticas de vestir y de adornarse). La literatura sobre la moda procedente de la sociología, los estudios culturales, la historia de la indumentaria y la psicología tienden a ser teóricas y a pasar por alto los mecanismos por los cuales la moda se traduce en prenda cotidiana. En gran parte de estas obras, la «moda» suele ser estudiada como un sistema abstracto y se buscan explicaciones teóricas para explicar sus misteriosos movimientos. Por otra parte, los estudios sobre el vestir, realizados principalmente por

antropólogos, suelen tener un criterio empírico: examinan la ropa de todos los días dentro de comunidades específicas e individuos concretos y, dado que principalmente se enfocan en pueblos no occidentales y tradicionales, poco tienen que contar sobre la moda, tal como la vivimos en Occidente. Las explicaciones de los psicólogos sobre la indumentaria también están limitadas, puesto que tienden a ser individualistas, en lugar de sociales, en sus análisis sobre las prácticas del vestir. En este libro expongo que la división entre moda y vestir es tan problemática como la diferenciación entre producción y consumo, y sugiero que se necesita una sociología de la moda-vestir para salvar las diferencias que existen entre estas distintas literaturas y que contemple el modo en que la moda determina el vestir y cómo este último interpreta la moda. Esa visión acabaría con la tendencia de cosificar la moda y convertirla en un sistema abstracto, lo cual, tal como indico en el capítulo 2, conduce a una generalización excesiva y a una simplificación que pasa por alto la complejidad de la moda. Esta literatura excesivamente teórica se niega a examinar el lugar que ocupa la moda en la cultura y el modo en que es interpretada, aceptada o rechazada por las personas en su experiencia cotidiana de vestirse. En otras palabras, estas explicaciones no tienen demasiada importancia para la experiencia de la moda en las vidas cotidianas de las personas.

En el capítulo 1 se introduce y desarrolla el concepto de la «práctica corporal contextualizada» como marco para salvar el abismo entre la moda y el vestir. Este marco intenta comprender la moda como un determinante estructural sobre el vestir, pero examina la forma en que la moda se traduce en la indumentaria cotidiana. Con ello, se centra en el cuerpo como el vínculo entre ambos: la moda expresa el cuerpo, creando discursos sobre el mismo que se traducen en prendas, mediante las prácticas corporales de vestirse que realizan las personas. Dicho de otro modo, la moda se materializa en la vida cotidiana. Esta situación del cuerpo en el centro del análisis de la moda-vestir nos permite examinar prácticas y estrategias desde el micronivel de la experiencia individual del vestir, hasta el macronivel de la industria de la moda, las estrategias corporativas y el marketing, que han de tener presente el cuerpo cuando diseñan, hacen publicidad y venden la moda.

Este libro pretende básicamente detallar la forma en que se ha pensado y se ha escrito sobre la moda. Por consiguiente, se centra en la actitud de los intelectuales respecto a la misma, en examinar cómo los teóricos sociales han intentado ignorar el cuerpo (e indirectamente la moda); cuando han contemplado la moda-vestir, han intentado despersonificarla. Los intelectuales que han escrito sobre la moda han hecho todo lo posible para

excluir al cuerpo y para concentrarse en otros aspectos como los escritos sobre moda (Barthes, 1985), fotografías de moda (Ewen, 1976; Evans y Thornton, 1989; Lewis y Rolley, 1997) o la teoría general, por ejemplo, la «emulación» y la competitividad social (Simmel, 1971; Veblen, 1953) o la «zona erógena cambiante» (Laver, 1950, 1995). Hay algunas excepciones: Tseélon (1997), Wilson (1985, 1992) y Wright (1992), por ejemplo, investigan el modo en que la moda actúa sobre el cuerpo. Pero, en general, no se ha tenido en cuenta la forma específica en que se manifiesta la moda. Lo mismo ha sucedido con la relación entre los discursos entre el cuerpo y la corporeidad. Incluso la literatura que tiene en cuenta el cuerpo intenta enfocarse en el cuerpo textual o discursivo y no en el cuerpo vivo y experimental que se manifiesta mediante las prácticas del vestir. Ataviarse en la vida cotidiana está relacionado con la experiencia de vivir y actuar sobre el cuerpo, pero a este aspecto personificado del vestir no se le ha concedido mucha importancia en las obras de este género, tal como indico en los capítulos 1 y 2.

Este libro ofrece un resumen de la literatura existente sobre moda y vestir, y se ocupa de las formas (tremendamente inadecuadas) en que han sido concebidos. Sin embargo, al proponer un estudio sobre la moda-vestir como práctica corporal contextuada, también apunta a exponer un marco para un futuro análisis sociológico, como veremos en los capítulos 1 y 2. El capítulo 1 también expone los recursos teóricos para dicho estudio desde la perspectiva del cuerpo y de la corporeidad. El resto de los capítulos destaca algunas de las principales preocupaciones y temas que han despertado el interés de los teóricos que trabajan en toda una gama de disciplinas. La mayoría de las obras de estos capítulos, tal como he mencionado antes, se centra en el consumo más que en la producción. Concretamente, suelen explicar la moda como una forma moderna específica de vestir; la aparición de esta tendencia se explica en el capítulo 3. Gran parte de la bibliografía sobre este tema se centra en la forma en que la moda expresa la identidad en la modernidad y la posmodernidad; este tema se trata en el capítulo 4. Dos temas relacionados con la identidad —y, de hecho, con el cuerpo—, concretamente el género y la sexualidad, se comentan con detalle en los capítulos 5 y 6. Al criticar lo escrito sobre el tema desde la perspectiva de la práctica corporal contextuada, este libro apunta no sólo a mostrar algunas de las formas en que el cuerpo y la idea de la práctica contextuada se pueden incluir en estas obras, sino que señala la dirección de una futura sociología de la moda y el vestir.

CAPÍTULO

1

Dirigirse al cuerpo

VESTIR Y EL CUERPO

«Hay un hecho evidente y prominente sobre los seres humanos», dice Turner (1985, pág. 1) al comienzo de su libro *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social*, «tienen cuerpos y son cuerpos». Es decir, el cuerpo constituye el entorno del yo, es inseparable del yo. Sin embargo, lo que Turner omite en su análisis es otro hecho evidente y prominente: que los cuerpos humanos son cuerpos vestidos. El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos. La desnudez es totalmente inapropiada en casi todas las situaciones sociales e incluso en situaciones donde se exhibe demasiada carne (en la playa, en la piscina, incluso en el dormitorio); es probable que los cuerpos que se encuentran en estas situaciones vayan adornados, aunque sólo sea con joyas o con perfume: cuando a Marilyn Monroe se le preguntó qué llevaba puesto para irse a la cama, ésta respondió que sólo llevaba Chanel número 5, lo cual ilustra cómo el cuerpo, incluso sin adornos, puede seguir adornado o embellecido de algún modo. El vestir es un hecho básico de la vida social y esto, según los antropólogos, es común en todas las culturas humanas: todas las personas «visten» el cuerpo de alguna manera, ya sea con prendas, tatuajes, cosméticos u otras formas de pintarlo. Es decir, ninguna cultura deja el cuerpo sin adornos, sino que le añade algo, lo

embellece, lo resalta o lo decora. En casi todas las situaciones sociales, se requiere que aparezcamos vestidos, aunque lo que constituye la «prenda» varíe de una cultura a otra, puesto que lo que se considera apropiado dependerá de la situación o de la ocasión. Un traje de baño, por ejemplo, sería inadecuado y escandaloso para ir a comprar, mientras que bañarse con abrigo y con zapatos sería absurdo para el propósito de nadar, pero quizás apto como reclamo publicitario para recoger fondos. El significado cultural del vestir comprende todas las situaciones, incluso aquellas en las que se puede ir desnudo: hay estrictas reglas y códigos para cuando pódeme aparecer desnudos. Aunque los cuerpos puedan ir desnudos en ciertos espacios, sobre todo en la esfera privada del hogar, en el terreno social casi siempre se requiere que un cuerpo vaya vestido apropiadamente, hasta el punto de que la ostentación de la carne, o su exposición inadvertida en público, es molesta, perturbadora y potencialmente subversiva. Los cuerpos que no se conforman, los que se saltan las convenciones de su cultura y no llevan las prendas apropiadas, son considerados subversivos en lo que respecta a los códigos sociales básicos y corren el riesgo de ser excluidos, amonestados o ridiculizados. El streaker que se quita la ropa y echa a correr desnudo por el campo de cricket o por el estadio de fútbol llama la atención hacia estas convenciones en su acto de romperlas: de hecho, si una mujer hace lo mismo, se considera «una infracción del orden público», mientras que el exhibicionista puede ser castigado por «exposición indecente» (Young, 1995, pág. 7).

La ubicua naturaleza del vestido parece apuntar al hecho de que la ropa o los adornos son uno de los medios mediante los cuales los cuerpos se vuelven sociales y adquieren sentido e identidad. El acto individual y muy personal de vestirse es un acto de preparar el cuerpo para el mundo social, hacerlo apropiado, aceptable, de hecho, hasta respetable y posiblemente incluso deseable. Vestirse es una práctica constante, que requiere conocimiento, técnicas y habilidades, desde aprender a atarse los cordones de los zapatos y abrocharse los botones de pequeño, hasta comprender los colores, las texturas y las telas y cómo combinarlas para que se adecuen a nuestros cuerpos y vidas. La ropa es la forma en que las personas aprenden a vivir en sus cuerpos y se sienten cómodos con ellos. Al llevar las prendas adecuadas y tener el mejor aspecto posible, nos sentimos bien con nuestros cuerpos y lo mismo sucede a la inversa: aparecer en una situación sin la ropa adecuada nos hace sentir incómodos, fuera de lugar y vulnerables. En lo que a esto respecta, la ropa es una experiencia íntima del cuerpo y una presentación pública del

mismo. Moverse en la frontera entre el yo y los demás es la interfase entre el individuo y el mundo social, el punto de encuentro entre lo privado y lo público. Este encuentro entre la experiencia íntima del cuerpo y el ámbito público, mediante la experiencia de la moda y el vestir, es el tema de este capítulo.

Tal es la fuerza del cuerpo desnudo que, cuando se permite aparecer así, como en el caso del arte, se rige por convenciones sociales. Berguer (1972) argumenta que dentro del arte y de las representaciones de los medios de difusión hay una diferencia entre ir sin ropa y el desnudo; este último se refiere al modo en que los cuerpos, incluso sin adornos, están «vestidos» por las convenciones sociales y sistemas de representación. Perniola (1990) también ha considerado la forma en que las distintas culturas, particularmente la de la Grecia clásica y la judaica, expresan y representan la desnudez. Según Ann Hollander (1993), el vestido es esencial para nuestra comprensión del cuerpo hasta el punto de que nuestra forma de ver y representar el cuerpo desnudo está influida por las convenciones del vestir. Tal como ella dice: «El arte prueba que la desnudez no es experimentada ni percibida universalmente en mayor medida que la indumentaria. En cualquier momento, el yo sin adornos tiene más afinidad con su propio aspecto vestido que con cualquier otra entidad humana sin ropa en otros momentos o lugares» (1993, pág. xiii). Hollander señala las formas en las que las representaciones de desnudos en el arte y en la escultura corresponden a las modas dominantes del momento, de modo que el desnudo nunca está desnudo, sino «vestido» con las convenciones contemporáneas del vestir.

Los cuerpos desnudos o semidesnudos que rompen con las convenciones culturales, especialmente las del género, son potencialmente subversivos y se los trata con horror o con burla. Las mujeres que practican culturismo de competición, como las que aparecen en la película documental *Pumping Iron II: The Women* (1984), suelen verse como «monstruosas», pues sus músculos desafían las suposiciones culturales profundamente arraigadas y suscitan las preguntas siguientes: «¿Qué es un cuerpo de mujer? ¿Se llega a un punto en que el cuerpo de la mujer se transforma en algo más? ¿Cuál es la relación entre un cierto tipo de cuerpo y la «feminidad»? (Kuhn, 1998, pág. 16; véanse también Schulze, 1990; St. Martin y Gavey, 1996). En el culturismo, los músculos son como la ropa, pero a diferencia de ésta son supuestamente «naturales». Sin embargo, según Annette Kuhn:

los músculos son una especie de travestismo, especialmente para las mujeres culturistas: mientras los músculos se pueden considerar como prendas, la formación de músculos en la mujer implica una transgresión de las barreras propias de la diferencia sexual (1998, pág. 17)

Con estas ilustraciones, es evidente que los cuerpos son potencialmente molestos. Las convenciones del vestir pretenden transformar la carne en algo reconocible y significativo para una cultura; es fácil que un cuerpo que no encaja, que transgrede dichos códigos culturales, provoque escándalo e indignación y que sea tratado con desprecio o incredulidad. Ésta es una de las razones por las que la indumentaria es una cuestión de moralidad: vestidos de forma inadecuada nos sentimos incómodos, estamos expuestos a la condena social. Según Bell (1976), llevar las prendas apropiadas es tan importante que incluso las personas que no están interesadas en su aspecto se vestirán con la suficiente corrección como para evitar la censura social. El autor arguye que, en este sentido, entramos en el ámbito de los sentimientos «prudenciales, éticos y estéticos, y en la mecánica de lo que podríamos denominar conciencia de la elegancia» (1976, págs. 18-19). Bell nos da un ejemplo de una barba de cinco días con la que no se podía ir al teatro sin sufrir la censura y desaprobación «exactamente comparable a la ocasionada por una conducta incorrecta». De hecho, con frecuencia se habla de la ropa en términos morales, con palabras como «impecable», «muy bien», «correcta» (1976, pág. 19). Pocos son inmunes a la presión social y la mayor parte de la gente se siente incómoda cuando comete errores en el vestir, como darse cuenta de que lleva la bragueta desabrochada o descubrir una mancha en la chaqueta. Por consiguiente, tal como expone Quentin Bell: «Nuestras prendas forman demasiada parte de nosotros para que la mayoría nos sintamos totalmente indiferentes por su estado: es como si la tela fuera una extensión del cuerpo o incluso su espíritu» (1976, pág. 19).

Este hecho básico del cuerpo —de que, en general, debe presentarse apropiadamente vestido— señala un aspecto importante del vestir, es decir, su relación con el orden social, si bien con el orden microsociedad. Esta importancia del vestir en el orden social parece convertirlo en un tema primordial de la investigación sociológica. Sin embargo, la tradición clásica dentro de la sociología no ha sabido reconocer la importancia de la indumentaria, en gran parte debido a que ha descuidado el cuerpo y las cosas que éste hace. Últimamente, la sociología ha empezado a reconocerla, pero esta literatura todavía es marginal y relativamente

escasa en comparación con otras áreas sociológicas. Parece que ha surgido una sociología del cuerpo que se hermanará con la literatura sobre el vestir y la moda. Sin embargo, estas obras, al igual que sucede con la principal corriente sociológica, también han tendido a no examinar la vestimenta. Mientras la sociología no ha sabido reconocer la importancia de la indumentaria, las obras sobre historia, estudios culturales, psicología y demás, donde se suelen examinar, lo han hecho casi pasando por alto la importancia del cuerpo. Los estudios sobre la moda y el vestir tienden a separar el vestido del cuerpo: la historia del arte celebra la prenda de vestir como un objeto, analizando el desarrollo de la confección a lo largo de la historia y considerando la fabricación y el detalle del traje (Gorsline, 1991; Laver, 1969); los estudios culturales suelen entender el vestir semiológicamente, como un «sistema de signos» (Hebdige, 1979; Wright, 1992), o analizar los textos y no los cuerpos (Barthes, 1985; Brooks, 1992; Nixon, 1992; Triggs, 1992); la psicología social contempla los significados y las intenciones del vestir en la interacción social (Cash, 1985; Ericksen y Joseph, 1985; Tseélon, 1992a, 1992b, 1997). Todos estos estudios tienden a descuidar el cuerpo y los significados que éste aporta a la indumentaria. Sin embargo, el vestido de todos los días no se puede separar del cuerpo vivo, que respira y al que adorna. La importancia del cuerpo para el vestido es tal que los casos en los que la prenda se presenta divorciada del cuerpo son extrañamente alienantes. Elizabeth Wilson (1985) capta la importancia del cuerpo en términos de comprensión del vestir y describe la incomodidad que uno siente ante la presencia de los maniqués del museo de la indumentaria. Lo inquietante del encuentro procede del «polvoriento silencio» y quietud de los trajes y de una sensación de que el museo está «habitado» por los espíritus de los seres humanos vivos cuyos cuerpos adornaron una vez esas prendas:

El observador se mueve con una sensación de pánico creciente por el mundo de los muertos [...]. Al contemplar los trajes que tuvieron una estrecha relación con seres humanos que yacen ya desde hace mucho en sus tumbas, experimentamos el sentido de lo inexplicable, pues los trajes forman parte de nuestra existencia hasta tal punto que al mover identidades, congeladas en su exposición en los mausoleos de la cultura, indican algo comprendido sólo a medias, siniestro, amenazador, la atrofia del cuerpo y la evanescencia de la vida (Wilson, 1985, pág. 1).

Al igual que la concha abandonada de cualquier criatura parece muerta y vacía, la toga o el traje una vez abandonado parece sin vida, inanimado y alienado de su propietario. Esta sensación de alienación del cuerpo es aún más profunda cuando la prenda o los zapatos todavía llevan las marcas del cuerpo, cuando la forma de los brazos o de los pies son claramente visibles. Sin embargo, la prenda cotidiana siempre es algo más que una concha, es un aspecto íntimo de la experiencia y la presentación de la identidad y está tan estrechamente vinculada con la identidad de estos tres —prenda, cuerpo e identidad— que no se perciben por separado, sino simultáneamente, como una totalidad. Cuando el traje es separado del cuerpo-identidad, como en el caso del museo de la indumentaria, captamos sólo un fragmento, una instantánea parcial del vestido, y por ende nuestra comprensión queda limitada. El museo de la indumentaria convierte el traje en un fetiche, explica cómo se fabricó, las técnicas de costura, los bordados y adornos empleados, así como la etapa histórica en la que fue usado. Lo que no nos puede decir es cómo se llevó ese traje, cómo se movía cuando estaba en un cuerpo, cómo sonaba al moverse y cómo hacía sentir a quien lo llevaba. Sin un cuerpo, un traje carece de plenitud y de movimiento, no está completo (Entwistle y Wilson, 1998).

Una perspectiva sociológica sobre el vestir requiere apartarse del concepto de la prenda como objeto y contemplar en su lugar la forma en que el traje encarna una actividad y está integrado en las relaciones sociales. El análisis de Wright sobre la confección (1992) reconoce la forma en que el vestido influye en el cuerpo y cómo la prenda, deliberadamente pequeña (como las mallas o los pantalones que no llegan a los tobillos) pretende resaltar partes concretas del cuerpo. Sin embargo, en general, los estudios sobre la vestimenta no tienen en cuenta la forma en que ésta actúa sobre el cuerpo y sigue siendo necesario considerar la prenda que usamos todos los días como práctica personificada: cómo actúa el vestido en un cuerpo fenoménico que se mueve y de qué forma es una práctica que implica acciones individuales de prestar atención al cuerpo con el cuerpo. En este capítulo se consideran los recursos teóricos para una sociología del vestir que reconozca el significado del cuerpo. Propongo la idea del vestir como una práctica corporal contextualizada a modo de marco teórico y metodológico para comprender la compleja relación dinámica entre el cuerpo, la ropa y la cultura. Este marco reconoce que los cuerpos están constituidos socialmente, que están siempre ubicados en la cultura y que el resultado de las prácticas individuales dirigidas al cuerpo, es

decir, la «vestimenta», es el resultado de «vestirse» o de «estar vistiéndose». Examinar las influencias estructurales sobre el cuerpo vestido requiere tener en cuenta las restricciones históricas y sociales del mismo, limitaciones que influyen sobre el acto de «vestirse» en un momento dado. Además, es necesario que el cuerpo físico esté constreñido por la situación social y, por ende, es el producto del contexto social, tal como ha dicho Douglas (1973, 1984).

Convertirse en un miembro competente implica conocer las normas culturales y las expectativas exigidas al cuerpo, algo que Mauss (1973) ha examinado en términos de «técnicas corporales». Goffman (1971) ha descrito enérgicamente las formas en que las normas y expectativas culturales se imponen en la «presentación del yo en la vida cotidiana» en la medida en que los individuos intentan «salvar las apariencias» y buscan ser definidos por los demás como «normales». Vestirse requiere atender consciente o inconscientemente a estas normas y expectativas, cuando se prepara el cuerpo para presentarlo en un entorno social en particular. La expresión «estar vistiéndose» capta esta idea del vestirse como una actividad. Vestirse es, por consiguiente, el resultado de *prácticas* socialmente constituidas, pero puestas en vigor por el individuo: las personas han de atender a su cuerpo cuando «se están vistiendo» y es una experiencia tan íntima como social. Cuando nos vestimos, lo hacemos dentro de las limitaciones de una cultura y de sus normas, expectativas sobre el cuerpo y sobre lo que constituye un cuerpo «vestido».

La mayor parte de los teóricos sobre los que hablo no relacionan específicamente su explicación del cuerpo con la ropa, pero yo he intentado extraer las implicaciones de cada perspectiva teórica para el estudio del cuerpo vestido. El tema principal se centra en los usos y limitaciones de los criterios estructuralistas y postestructuralistas, puesto que éstos han influido en el estudio sociológico del cuerpo; concretamente los trabajos de Mauss (1973), Douglas (1973, 1984) y el criterio postestructuralista de Foucault (1911, 1980) son pertinentes en cualquier discusión sobre el cuerpo en la cultura. Sin embargo, otra tradición, la de la fenomenología, especialmente la de Merleau-Ponty (1976, 1981), también se ha ido haciendo cada vez más influyente en términos de producir una explicación de la corporeidad. Estas dos tradiciones teóricas, según Crossley (1996), han sido consideradas por algunos como inconmensurables, pero, tal como él mismo dice, pueden ofrecer visiones diferentes y complementarias del cuerpo en la sociedad. Según la línea de Csordas (1993, 1996) y Crossley (1995a,

1995b, 1996), a mi entender una explicación del vestir como práctica contextualizada requiere beber de las fuentes de estas dos tradiciones diferentes, el estructuralismo y la fenomenología. El estructuralismo ofrece el potencial para comprender el cuerpo como un *objeto socialmente constituido y contextualizado*, mientras que la fenomenología ofrece el potencial para comprender el vestir como una *experiencia corpórea*. En lo que se refiere a una explicación del cuerpo vestido como un logro práctico, hay otros dos teóricos que son especialmente importantes: Bordieu (1984, 1994) y Goffman (1971, 1979). Sus puntos de vista se expondrán al final de este capítulo para ilustrar las formas en que una sociología del cuerpo vestido podría unir el abismo que separa las tradiciones del estructuralismo, el postestructuralismo y la fenomenología.

RECURSOS TEÓRICOS

El cuerpo como un objeto cultural

Todos los teóricos de los que se habla en este capítulo se pueden describir en general como «constructivistas sociales», en el sentido en que toman el cuerpo como algo que pertenece a la cultura y no meramente a una entidad biológica. Esto va en contra de las perspectivas que aceptan lo que Chris Shilling (1993) denomina «cuerpo naturalista». Estos criterios, como, por ejemplo, la sociobiología, consideran el cuerpo «una base biológica presocial sobre la cual se fundan las superestructuras del yo y de la sociedad» (1993, pág. 41). Puesto que el cuerpo tiene una presencia «evidente» como fenómeno «natural», este criterio «naturalista» es atractivo y, de hecho, resultaría extraño sugerir que éste es un «objeto socialmente» construido. Sin embargo, dado que el caso es que el cuerpo posee una presencia material, también es cierto que el material del cuerpo siempre está siendo interpretado culturalmente en todas partes: la biología no se encuentra excluida de la cultura sino que está dentro de ella. La suposición comúnmente aceptada de que la biología no pertenece a la cultura fue, durante mucho tiempo, una de las razones por las que los teóricos sociales descuidaron el cuerpo como objeto de estudio. Aunque ahora éste sea un objeto de investigación en el campo de la antropología, de los estudios culturales, literarios, de la teoría del cine y la feminista, vale la pena destacar las formas en que la teoría social clásica descuidó o reprimió anteriormente el cuerpo, puesto que esto puede explicar, al menos en parte, la razón por la que tanto ha olvidado el vestir.

Turner (1985) da dos razones para justificar su descuido académico del cuerpo. En primer lugar, la teoría social, concretamente la sociología, heredó el dualismo cartesiano que daba prioridad a la mente y a sus propiedades de conciencia y de razón sobre el cuerpo y a sus propiedades de emoción y de pasión. Además, como parte de sus críticas tanto del conductismo como del esencialismo, la tradición sociológica clásica tendió a evitar las explicaciones del mundo social que tenía en cuenta al cuerpo humano, centrándose en su lugar en el actor humano como un creador de signos y de significados. Asimismo, la preocupación sociológica por la historicidad y el orden social en las sociedades modernas, a diferencia de las cuestiones ontológicas, no parecía involucrar al cuerpo. Tal como arguye Turner, en lugar de naturaleza-cultura, la sociología se ha preocupado del yo-sociedad o de la agencia-estructura. Otra razón para el olvido del cuerpo es que lo trató como un fenómeno natural, no social, y, por consiguiente, no como un objeto legítimo para la investigación sociológica.

Sin embargo, cada vez se reconoce más que el cuerpo tiene una historia y esto ha influido en establecer el cuerpo como objeto primordial de la teoría social (Bakhtin, 1984; Elias, 1978; Feher y otros, 1989; Laquer y Gallagher, 1987; Laquer y Bourgois, 1992; Sennett, 1994). Norbert Elias (1978) señala las formas en que nuestra comprensión y experiencias modernas sobre el cuerpo son históricamente específicas y surgen de procesos sociales y psicológicos que se remontan al siglo XVI. Examina de qué modo los desarrollos históricos, como la centralización cada vez mayor del poder en manos de un número más reducido de señores con la aparición de la aristocracia y cortes reales, sirvieron para frenar la violencia entre las personas y los grupos, e inducir a un mayor control social sobre las emociones. Las cortes medievales exigían códigos de conducta cada vez más elaborados e instauraron en los subditos la necesidad de controlar sus cuerpos para convertirse en personas con «buenas maneras» y «cívicas». Las cortes medievales, como centros relativamente móviles, promovieron la idea de que el propio éxito o fracaso dependían de la demostración de las buenas maneras, de la civilización y del ingenio y, en este aspecto, el cuerpo era el portador de la posición social, tema posteriormente investigado en la cultura contemporánea por Bourdieu (1984, 1994) en su explicación sobre el «capital cultural» y el *habitus*. El impacto de estos avances fue la promoción de nuevas estructuras psicológicas que sirvieron para inducir una mayor conciencia de uno mismo como «individuo» en un cuerpo con identidad propia.

Junto a las historias sobre el cuerpo, la antropología ha influido) especialmente en términos de establecer la legitimidad del cuerpo como objeto de estudio social (Benthall, 1976; Berthelot, 1991; Featherstone 1991a; Featherstone y Turner, 1995; Frank, 1990; Polhemus, 1988; Polhemus y Proctor, 1978; Shilling, 1993; Synnott, 1993; Turner, 1995, 1991). Turner (1991) da cuatro razones para ello. En primer lugar, la antropología se ocupaba en un principio de cuestiones ontológicas y de la dicotomía naturaleza-cultura; esto la llevó a considerar el modo en que el cuerpo, como objeto de la naturaleza, fue mediado por la cultura. Una segunda característica de la antropología fue su preocupación por las necesidades y por cómo éstas son afrontadas por la cultura, área de interés que se enfoca en parte en el cuerpo. Hay dos clases más de áreas de interés que se centran en el cuerpo como entidad simbólica: por ejemplo, el cuerpo en la obra de Mary Douglas (1973, 1979b, 1984) se considera como un sistema de clasificación primario para las culturas, el medio a través del cual se representan y manejan los conceptos de orden y desorden; en el trabajo de personas como Blacking (1977) y Bourdieu (1984), el cuerpo se considera como un importante portador de la clase social.

Para el antropólogo Marcel Mauss, la cultura da forma al cuerpo y describe con detalle lo que él denomina las «técnicas del cuerpo», que son «el modo en que de sociedad en sociedad los seres humanos [*sic*] saben cómo usar sus cuerpos» (1973, pág. 70). Estas técnicas corporales son un medio importante para la socialización de los individuos en la cultura: de hecho, el cuerpo es el medio por el que un individuo llega a conocer una cultura y a vivir en ella. Según Mauss, el modo en que los hombres y las mujeres llegan a usar sus cuerpos es diferente, puesto que las técnicas corporales tienen género. Hombres y mujeres aprenden a caminar, a hablar, a correr, a luchar de forma diferente. Además, aunque diga poco sobre la ropa, sí comenta el hecho de que las mujeres aprenden a andar con tacones, *hazaña* que requiere entrenamiento para ser realizada con éxito y que, como consecuencia de la socialización, no es practicada por la mayoría de los hombres.

Douglas (1973, 1979b, 1984) también ha reconocido el cuerpo como un objeto natural moldeado por las fuerzas sociales. Ella sugiere, por tanto, que existen «dos cuerpos»: el cuerpo físico y el cuerpo social. Resume la relación entre ambos en Símbolos naturales: exploraciones en cosmología:

[...] El cuerpo social restringe el modo en que se percibe el cuerpo físico. La experiencia física del cuerpo, siempre modificada por las categorías sociales mediante las cuales es conocido, mantiene una particular visión de la sociedad. Existe un continuo intercambio de significados entre los dos tipos de experiencia corporal, de modo que cada una de ellas refuerza la categoría de la otra (1973, pág. 93).

Según Douglas, las propiedades fisiológicas del cuerpo son, pues, el punto de partida para la cultura, que hacen de mediadoras y las traduce en símbolos significativos. De hecho, la autora arguye que hay una tendencia natural en todas las sociedades a representar el cuerpo, puesto que el mismo y sus propiedades fisiológicas, como sus productos residuales, alimentan a la cultura con un rico recurso para el trabajo simbólico: «El cuerpo es capaz de alimentar a un sistema de símbolos natural» (1973, pág. 12). Esto significa que el cuerpo es un medio de expresión altamente restringido, puesto que está muy mediatizado por la cultura y expresa la presión social que tiene que soportar. La situación social se impone en el cuerpo y lo ciñe a actuar de formas concretas; de hecho, el cuerpo se convierte en un símbolo de la situación. Douglas (1979b) da el ejemplo de la risa para ilustrar esto. La risa es una función fisiológica: empieza en la cara, pero puede afectar a todo el cuerpo. Ella pregunta: «¿Qué es lo que se comunica? La respuesta es: información sobre el sistema social» (1979b, pág. 87). La situación social determina el grado en que el cuerpo se puede reír: cuantas menos restricciones, más libre está el cuerpo para reír en voz alta. De este modo, el cuerpo y sus fronteras expresan simbólicamente las preocupaciones del grupo en particular en el que se encuentra y, en realidad, se convierte en un símbolo de la situación. Los grupos que se preocupan por las amenazas contra sus fronteras culturales o nacionales pueden manifestar este temor mediante rituales en torno al cuerpo, especialmente rituales de contaminación e ideas sobre la pureza (1984). El análisis de Douglas (1973) sobre el pelo «a lo rastafari» y el pelo liso también ilustra la relación entre el cuerpo y el contexto. El pelo «a lo rasta», una vez símbolo de rebeldía, puede verse entre esos profesionales que están es una posición de crítica de la sociedad, concretamente, entre académicos y artistas. El pelo liso, sin embargo, es más habitual entre los conformistas, como abogados y banqueros. Este enfoque en el cuerpo como símbolo ha conducido a Turner (1985) y a Shilling (1993) a considerar el trabajo de Douglas no tanto una antropología del cuerpo, sino más bien «una antropología del simbolismo del riesgo y, podemos añadir, de ubicación y estratificación social» (Shilling, 1993, pág. 73).

No cabe ninguna duda de que este análisis se puede extender a la indumentaria y los complementos. La ropa en la vida cotidiana es el resultado de las presiones sociales y la imagen del cuerpo vestido puede ser un símbolo del contexto en el que se encuentra. Las situaciones formales como bodas y funerales tienen normas de vestir más elaboradas que las situaciones informales y tienden a incluir más «reglas», como la estipulación sobre el traje de etiqueta y el esmoquin. Este traje a su vez transmite información sobre la situación. En dichas situaciones formales también podemos hallar códigos convencionales de género impuesto con mayor rigidez que en los entornos informales. Las situaciones formales, como entrevistas de trabajo, reuniones de negocios y actos formales nocturnos, tienden a exigir claras fronteras de género en el vestir. Una situación que exija «traje de noche» no sólo tenderá a ser formal sino que la interpretación de dicha prenda tendrá unas claras connotaciones de diferencia de género: generalmente eso se traduce en traje largo para la mujer y traje de etiqueta y esmoquin para el hombre. Los hombres y mujeres que opten por invertir este código e intercambiar las prendas se arriesgan a ser excluidos del evento. Otras situaciones específicas que requieren claros códigos de vestir para hombres y mujeres se dan en el terreno profesional, especialmente en las profesiones antiguas como la abogacía, los seguros y las finanzas de la City. Aquí, una vez más, las barreras de género suelen estar claramente marcadas por la obligación, unas veces explícita y otras implícita, del uso de la falda en la mujer. El color también tiene género, sobre todo en el trabajo: el traje pantalón que llevan los hombres en la City normalmente es negro, azul o gris, pero las mujeres que ejercen las profesiones tradicionales pueden llevar rojos brillantes, naranjas, turquesas y demás. Las corbatas de los hombres añaden un elemento decorativo a los trajes, puesto que pueden ser claras, incluso chillonas, pero esto es por lo general contrarrestado por un fondo oscuro y formal. El lugar de trabajo profesional, con sus normas y expectativas, reproduce las ideas convencionales de lo «femenino» y lo «masculino» mediante la imposición de códigos particulares de vestir. De este modo, los códigos de vestir forman parte de la actuación de los cuerpos en el espacio y funcionan como medio para disciplinarlos a que actúen de formas concretas. Según la idea de Douglas sobre el cuerpo como símbolo de la situación, la imagen del cuerpo transmite información sobre la situación. Incluso dentro de cada profesión existe algún grado de variación respecto a la formalidad de la presentación del cuerpo; cuanto más tradicional sea el lugar, más formal será y mayores serán las presiones que

se ejerzan sobre el mismo para que se vista según los códigos particulares estrictamente regidos por el género. Más adelante volveré a este tema, cuando examine las aplicaciones del trabajo de Foucault en el análisis del poder del vestir, que es un discurso de género sobre cómo actúa el vestir en el puesto de trabajo.

Mientras la antropología ha influido en sugerir cómo el cuerpo ha sido moldeado por la cultura, Turner (1985) sugiere que el trabajo del historiador y filósofo Michel Foucault es el que verdaderamente ha demostrado la importancia del cuerpo en la teoría social, contribuyendo con el mismo a la inauguración de la sociología del cuerpo. A diferencia de los teóricos sociales clásicos que ignoran o reprimen el cuerpo, la historia de la modernidad de Foucault (1976, 1977, 1979, 1980) coloca al cuerpo humano en el centro del escenario, al considerar el modo en que las disciplinas emergentes de la modernidad estaban principalmente enfocadas en la actuación de los cuerpos individuales y de las poblaciones de cuerpos. Su explicación del cuerpo como objeto moldeado por la cultura nunca ha sido aplicada específicamente a la ropa, pero su importancia es considerable para comprender la moda y el vestir como puntos de partida para los discursos sobre el cuerpo.

La influencia de Foucault

La explicación de Foucault sobre la modernidad se centra en el modo en que poder y conocimiento son interdependientes: no hay poder sin conocimiento, ni conocimiento que no esté implicado en el ejercicio del poder. Según Foucault, el cuerpo es el objeto que utiliza el conocimiento-poder moderno y al que invierte de poder, puesto que «nada es más material, físico, corpóreo que el ejercicio del poder» (1980, págs. 57-58). Las ideas de Foucault sobre las relaciones entre el poder-conocimiento están implícitas en su noción de discurso. Los discursos para Foucault son regímenes de conocimiento que dictan las condiciones de la posibilidad de pensar y hablar: en cualquier momento, sólo algunas frases pueden ser reconocidas como «ciertas». Estos discursos tienen repercusiones en el modo en que actúa la gente, puesto que no son meramente textuales, sino que se ponen en práctica en el micronivel del cuerpo. El poder invierte en cuerpos y en el siglo XVIII y XIX esta inversión sustituye a los rituales en torno al cuerpo del monarca: «En lugar de los rituales que sirvieron para restaurar la integridad corporal del monarca, se emplean remedios y recursos

terapéuticos como la segregación de los enfermos, el control de los contagiosos y la exclusión de los delincuentes» (Foucault, 1980, pág. 55). Turner (1985) sugiere que el trabajo de Foucault nos permite ver cómo los cuerpos individuales son manipulados por el desarrollo de regímenes específicos, por ejemplo la dieta y el ejercicio, que hacen que el individuo se responsabilice de su propia salud y de estar en forma (la disciplina del cuerpo), y la forma en que son controlados y coordinados (biopolítica) los cuerpos de las poblaciones. Estos dos aspectos están íntimamente relacionados, en especial respecto al modo en que se consigue el control, concretamente mediante un sistema de vigilancia o de panopticismo. Esto se encuentra forzosamente ilustrado en *Vigilar y castigar*, donde Foucault describe cómo los nuevos discursos sobre la criminalidad desde finales del siglo XVIII en adelante dieron como resultado nuevos métodos para tratar a los «criminales», es decir, el sistema de prisiones. Desde principios del siglo XIX han surgido nuevas formas de pensar sobre la criminalidad: se dijo que los «criminales» se podían «reformular» (en lugar de ser considerados como seres inherentemente «malvados» o poseídos por el diablo) y se impusieron nuevos sistemas para estimular esta reforma. Concretamente, el sistema de vigilancia fomenta que los prisioneros se relacionen con ellos mismos y con sus cuerpos y que actúen de ciertas formas. Esto se ve apoyado por la organización del espacio en los edificios modernos en torno al principio de «un ojo omnividente»: un observador invisible pero omnipresente como el descrito en la década de 1780, a finales del siglo XVIII por Jeremy Bentham (1843) en su diseño para la prisión perfecta, el «Panóptico». Esta estructura permitía la máxima capacidad de observación: las celdas bañadas en luz están dispuestas alrededor de una torre central de vigilancia que siempre está oscura, con lo que los prisioneros no pueden saber cuándo ni por quién son observados. Esta estructura es empleada por Foucault a modo de metáfora de la sociedad moderna que él vio como «carcelaria», dado que es una sociedad basada en la observación institucional, en las escuelas, hospitales, barracones militares, etc., cuya meta última es la «normalización» de los cuerpos y de la conducta. La disciplina, en lugar de ser impuesta sobre el cuerpo de «carne y hueso» a través de la tortura y el castigo físico, actúa mediante el establecimiento del cuerpo «vigilado por la mente», que advierte a los individuos que controlen su propia conducta. Sin embargo, mientras que desde el siglo XVIII hasta principios del XX «se creía que la inversión en el cuerpo por parte del poder tenía que ser fuerte, laboriosa, meticulosa y constante», Foucault sugiere que a mediados del siglo XX esto dio

paso a una forma más «liberal» de poder sobre el cuerpo y a nuevas inversiones en la sexualidad (1980, pág. 58). El poder para Foucault es «relaciones de fuerza»; no es propiedad de nadie ni de ningún grupo de individuos, sino que invierte en todas partes y en cualquier persona. Aquellos en quienes el poder ha invertido en sus cuerpos pueden, por consiguiente, derrocar a ese mismo poder ofreciéndole resistencia o derrotándolo. Por ende, arguye que donde haya poder habrá resistencia al mismo. Una vez que el poder ha invertido en cuerpos, «surgen inevitablemente las reivindicaciones y afirmaciones como respuesta, las del propio cuerpo contra el poder, las de la salud contra el sistema económico, las del placer contra las normas morales de la sexualidad, el matrimonio, la decencia [...] el poder, tras haber invertido en el cuerpo, se haya expuesto a un contraataque del mismo» (1980, pág. 56). Esta idea de «discurso inverso» es muy poderosa y puede ayudar a explicar la razón por la que los discursos sobre la sexualidad a partir del siglo XIX en un principio solían etiquetar y patologizar los cuerpos y los deseos; por consiguiente, crearon tipos sexuales como el «homosexual». Estas etiquetas fueron adoptadas para nombrar los deseos individuales y producir una identidad alternativa.

Las visiones de Foucault se pueden aplicar a la sociedad contemporánea, que fomenta que las personas se responsabilicen de ellas mismas. Tal como observa Shilling (1993), los peligros potenciales para la salud han alcanzado proporciones globales. Sin embargo, en Occidente, los gobiernos les dicen a las personas que han de responsabilizarse de sus propios cuerpos como buenos ciudadanos. Los discursos contemporáneos sobre la salud, la imagen y demás vinculan al cuerpo y a la identidad, y sirven para promover ciertas prácticas de cuidados corporales típicas de la sociedad moderna. El cuerpo en las sociedades occidentales contemporáneas está sujeto a fuerzas sociales de un índole bastante distinta al modo en que se experimenta el cuerpo en las comunidades tradicionales. A diferencia de las comunidades tradicionales, el cuerpo está menos sometido a los modelos heredados de cuerpos socialmente aceptables que eran básicos para la vida ritual, las ceremonias comunales de una comunidad tradicional, y más ligado a los conceptos modernos de identidad «individual» y personal. Según Shilling (1993) y otros (Giddens, 1991; Featherstone 1991b), se ha convertido en un «proceso más reflexivo». Nuestros cuerpos son considerados como «coberturas» del yo, que se concibe como único y singular.

Mike Featherstone (1991a) investiga el modo en que se experimenta el cuerpo en la «cultura de consumo» contemporánea. Arguye que desde principios del siglo XX ha habido un espectacular aumento en los regímenes de autocuidado del cuerpo.*El cuerpo se ha convertido en el centro de un «trabajo» cada vez mayor (ejercicio, dieta, maquillaje, cirugía estética, etc.) y hay una tendencia general a ver al cuerpo como parte del propio yo que está abierto a revisión, cambio y transformación. El crecimiento de regímenes de estilo de vida más sanos son testimonio de esta idea de que nuestros cuerpos están inacabados y son susceptibles al cambio. Los manuales de ejercicios y los vídeos sobre este tema prometen la transformación de nuestros estómagos, caderas, muslos y demás partes del cuerpo. Ya no nos contentamos con ver el cuerpo como una obra completada, sino que intervenimos activamente para cambiar su forma, alterar su peso y silueta. El cuerpo se ha convertido en parte de un proyecto en el que hemos de trabajar, un proyecto cada vez más vinculado a la identidad del yo de una persona. El cuidado del cuerpo no hace referencia sólo a la salud sino a sentirse bien: cada vez más, nuestra felicidad y realización personal está sujeta al grado en que nuestros cuerpos se ajustan a las normas contemporáneas de salud y de belleza. Los libros sobre salud y los vídeos para estar en forma se complementan, ofreciéndonos una oportunidad para sentirnos mejor, más felices y más sanos. Giddens (1991) observa cómo los manuales de autoayuda se han convertido en una creciente industria en los últimos tiempos, que nos anima a pensar y a actuar sobre nosotros mismos y nuestros cuerpos de formas concretas. El vestir encaja en este «proyecto reflexivo» general como algo en lo que se nos insta a tener cada vez más en cuenta: los manuales sobre «vestirse para triunfar» (como el clásico de Molloy, *Women: Dress for Success*, 1980), los servicios de asesoramiento de imagen (el «Color Me Beautiful», basado en el modelo estadounidense, quizá sea el ejemplo más evidente) y programas de televisión (como el *Clothes Show* y *Style Challenge* en Reino Unido) que están ganando una gran popularidad, todos ellos fomentan la visión de que podemos transformarnos según nuestra forma de vestir.

Featherstone (1991a) argumenta que el aumento de productos asociados con las dietas, la salud y *elfitness* no sólo demuestra la creciente importancia que tiene nuestro aspecto, sino la que se le concede a la conservación del cuerpo en esta última sociedad capitalista. Aunque la dieta, el ejercicio y otras formas de disciplina corporal no sean del todo nuevas para la cultura de consumo, actúan para disciplinar al

cuerpo de nuevas formas. Con el paso de los siglos y en todas las tradiciones, se han recomendado distintas disciplinas corporales: el cristianismo, por ejemplo, ha defendido durante mucho tiempo disciplinar el cuerpo mediante la dieta, el ayuno, las penitencias y demás. Sin embargo, mientras se empleaba disciplina para mortificar la carne, como una *defensa* contra el placer que era considerado pecaminoso en la cristiandad, en la cultura contemporánea, las técnicas como la dieta son empleadas para *aumentar* el placer. El ascetismo ha sido sustituido por el hedonismo, la búsqueda del placer y la gratificación de las necesidades y deseos del cuerpo. La disciplina del cuerpo y el placer de la carne ya no están enfrentadas; en su lugar, la disciplina del cuerpo mediante la dieta y el ejercicio se ha convertido en una de las claves para *conseguir* un cuerpo atractivo y deseable que a su vez proporcionará placer.

Discursos sobre el vestir

Dado que Foucault no dijo nada sobre la moda o el vestir, sus ideas acerca del poder-conocimiento en un principio no parecen tener una gran aplicación para el estudio del cuerpo vestido. Sin embargo, su criterio sobre el poder y su dominio sobre el cuerpo se pueden utilizar para hablar sobre el modo en que los discursos y las prácticas del vestir actúan para disciplinar el cuerpo. Tal como he dicho al principio de este capítulo, el cuerpo vestido es un producto de la cultura, el resultado de las fuerzas sociales que ejercen presión sobre el cuerpo. Por consiguiente, la explicación de Foucault plantea una forma de pensar sobre la estructurada influencia de las fuerzas sociales sobre el cuerpo, a la vez que ofrece un modo de cuestionarse las opiniones más habituales sobre la indumentaria moderna. Es bastante común considerar la indumentaria del siglo XX más «liberada» que en siglos anteriores, especialmente en el siglo XIX. El estilo de prendas que se llevaban en el siglo XIX ahora nos parece rígido y que oprimía el cuerpo. El corsé parece un perfecto ejemplo de la disciplina corporal del siglo XIX: para las mujeres era obligado, y a las mujeres que no lo llevaban se las consideraba inmorales (o «ligeras», que metafóricamente se refiere a las ballenas del corsé sueltas). Como tal, el corsé se puede ver como algo más que una prenda de vestir, como algo vinculado a la moralidad y a la opresión social de las mujeres. Por el contrario, los estilos de vestir actuales se consideran más relajados, menos rígidos y físicamente menos constrictivos: habitualmente se llevan prendas informales y los códigos

genéricos no parecen tan restrictivos. Sin embargo, esta historia con vención al de la creciente «liberación» del cuerpo se puede explicar de un modo distinto si aplicamos el criterio foucaultiano a la historia de la moda: un contraste tan simple entre los estilos de los siglos XIX y XX ha demostrado ser problemático. Tal como arguye Wilson (1992), en lugar del corsé de huesos de ballena del siglo XIX, tenemos el corsé de músculos moderno que exigen las normas contemporáneas de belleza. Ahora la belleza requiere una nueva forma de disciplina en lugar de que ésta no exista en absoluto: para conseguir el vientre firme que exige el guión, se ha de hacer ejercicio y controlar lo que se come. Mientras el estómago de la encorsetada mujer del siglo XIX sufría la disciplina desde fuera, la mujer del siglo XX, al hacer dieta y ejercicio, ha disciplinado a su estómago mediante la autodisciplina (una transformación de los regímenes disciplinarios, algo parecido *si* concepto de Foucault del paso del cuerpo de «carne y hueso» al del cuerpo «vigilado por la mente»). Lo que se ha producido ha sido un cambio *cualitativo* en la disciplina más que uno cuantitativo, aunque se podría argüir que la autodisciplina que requiere el cuerpo moderno es más fuerte y exigente por parte de la mujer que la requerida por la usuaria del corsé.

El concepto del poder de Foucault se puede aplicar al estudio de la indumentaria para considerar los modos en que el cuerpo adquiere significado y es influido por las fuerzas sociales y discursivas y para ver cómo están implicadas estas fuerzas en el ejercicio del poder. Las feministas como McNay (1992) y Diamond y Quinby (1988) alegan que Foucault no trata el tema del género, característica esencial de la construcción social del cuerpo. Sin embargo, aunque haya estado «ciego para el género», se pueden aplicar sus conceptos teóricos e ideas sobre cómo el cuerpo recibe la influencia del poder para explicar el género. A este respecto, podemos usar sus ideas y discurso sobre el poder para examinar de qué modo la ropa desempeña una función vital al marcar las fronteras de género que el sistema de la moda está redefiniendo en cada temporada. Gaines (1990, pág. 1) arguye que la indumentaria favorece que «el género sea evidente o natural», cuando, de hecho, el género es una construcción cultural que la ropa ayuda a reproducir. Los códigos del vestir reproducen el género: la asociación de las mujeres con trajes de noche largos o en el ámbito profesional, con faldas, y la de los hombres con esmoquin y pantalones es arbitraria, pero a pesar de todo es considerada como «natural», así que la feminidad se plasma en el traje de gala, y la masculinidad en el traje de etiqueta y el esmoquin. La obra de Butler sobre la funcionalidad (1990, 1993), influida por Foucault,

contempla más el género como producto de los estilos y de las técnicas como el vestir que cualquier otra cualidad* esencial del cuerpo. Ella defiende que la naturaleza arbitraria del género se revela de un modo más evidente en los *drag queens*, quienes exageran las técnicas y las vuelven antinaturales. Asimismo, Haug (1987), recurriendo claramente a Foucault, desnaturaliza las técnicas y estrategias comunes empleadas para hacerse «femenina»: el cuerpo «femenino» es un efecto de estilos, de postura corporal, conducta e indumentaria. A pesar del hecho de que Foucault pasa por alto el género en su explicación sobre el cuerpo, sus ideas sobre el modo en que éste es moldeado por las prácticas discursivas proporciona un marco teórico con el que examinar la reproducción del género a través de tecnologías corporales concretas.

Otro ejemplo de cómo la indumentaria está íntimamente relacionada con el género y, de hecho, con el poder es el modo en que los discursos sobre el vestir la convierten en una cosa «femenina». Tseélon (1997) ofrece una serie de ejemplos sobre cómo se ha asociado históricamente a las mujeres con las «trivialidades» del vestir, a diferencia de los hombres, que se considera que están por encima de estas preocupaciones mundanas tras haber renunciado al traje decorativo (Flügel, 1930). Tal como sugiere Tseélon (1997), las mujeres han sido definidas a lo largo de la historia como triviales, superficiales, banales e incluso malvadas, debido a que han sido relacionadas con las vanidades del vestir en los discursos que abarcan desde el campo de la teología hasta el de la moda. Además, los discursos sobre la moda han hecho de la mujer el objeto de la misma, incluso su víctima (Veblen, 1953; Roberts, 1977). La ropa no se consideraba un asunto de igual interés para el hombre como para la mujer y, además, la supuestamente «natural» disposición femenina a arreglarse y embellecerse sirvió para hacer de ella un ser «débil» o «estúpido» y, por ende, merecedor de la condena moral. Un análisis foucaultiano podría ofrecer una visión sobre cómo la mujer es considerada más próxima a la moda y a la «vanidad», quizás al examinar al igual que ha hecho Efrat Tseélon (1997), tratados específicos sobre las mujeres y el vestir, como los que se encuentran en la Biblia o en las Epístolas de san Pablo.

Estas asociaciones de las mujeres con el vestir continúan incluso hoy en día y se demuestran por el hecho de que lo que lleva una mujer sigue siendo un asunto de mayor preocupación moral que lo que lleva un hombre. Las pruebas podemos hallarlas en los casos de acoso sexual en el trabajo, en las agresiones sexuales y en las violaciones. Los discursos sobre la sexualidad femenina y el aspecto de la mujer, dentro de

instituciones como la jurisprudencia, relacionan más a las mujeres con el cuerpo y la indumentaria que a los hombres. Wolf (1991) observa que los abogados en los casos de violación en todos los estados americanos, salvo en Florida, pueden citar legalmente lo que llevaba puesto la mujer en el momento del ataque y decir si su ropa era o no «sexualmente provocativa». Lo mismo sucede en otros países. Lees (1999) demuestra que los jueces en el Reino Unido, en los casos de violación, con frecuencia basan sus sentencias en cómo iba vestida una mujer en el momento del ataque. Una mujer puede ser contrainterrogada y se puede mostrar su ropa como prueba de su culpabilidad en la agresión o como una evidencia de su consentimiento al acto sexual. En un caso, los zapatos de una mujer (que no eran de piel sino «de los más baratos del mercado») fueron utilizados para dar a entender que era demasiado «vulgar» (1999, pág. 6). De este modo, la indumentaria se utiliza discursivamente para crear a la mujer que «lo estaba pidiendo». Aunque ni Wolf ni Lees recurren a Foucault, es posible imaginar un análisis del discurso de los casos legales, como el de los que se construye el concepto de una mujer «víctima» culpable, mediante un discurso sobre la sexualidad, la moralidad y el vestir. Además, a la mujer se le exige más en su aspecto que al hombre, y el énfasis en la imagen femenina sirve para añadir lo que Wolf (1991) denomina un «tercer turno» al trabajo y a las tareas del hogar que realizan las mujeres. De ahí que el cuerpo femenino sea una desventaja potencial en el mundo laboral. Las mujeres están más identificadas con el cuerpo, como Ortner (1974) y otros han sugerido; las pruebas antropológicas parecen confirmarlo (Moore, 1994). La asociación cultural con el cuerpo da como consecuencia mujeres que tienen que controlar sus cuerpos y su aspecto con mucho más cuidado que los hombres. Por último, los códigos del vestir en situaciones particulares imponen regímenes más severos a los cuerpos femeninos que a los masculinos. De este modo, los discursos y regímenes del vestir están vinculados al poder de diversas y complejas formas, sujetando los cuerpos de las mujeres a un mayor escrutinio que los de los hombres.

Volviendo al tema de la indumentaria en el puesto de trabajo, podemos aplicar las ideas de Foucault para demostrar cómo las prácticas discursivas e institucionales del vestir influyen sobre el cuerpo y se emplean en los trabajos como parte de las estrategias institucionales y corporativas de dirección. Carla Freeman (1993) recurre a la noción de poder de Foucault, especialmente a su idea del Panóptico, para

examinar de qué modo se utiliza la vestimenta en una corporación de procesamiento de datos, *Data Air*, como estrategia de disciplina corporativa y control sobre las empleadas femeninas. En esta empresa, un estricto código de vestir insiste en que las empleadas vestan «elegante-mente» a fin de proyectar una imagen «moderna» y «profesional» de la corporación. Si su forma de vestir no se ajusta a estas reglas, son sometidas a medidas disciplinarias por sus jefes e incluso las pueden mandar a casa a que se cambien de ropa. La oficina abierta propició la imposición de este código del vestir porque somete a las mujeres a la constante mirada de sus jefes. Estas prácticas son comunes en muchas oficinas, aunque los mecanismos para imponer los códigos del vestir varían mucho. Algunas corporaciones utilizan discursos específicos sobre el vestir, clasificando como ropa «elegante» o «profesional», por ejemplo, y estrategias particulares, como la imposición de uniformes y códigos del vestir en el trabajo, para ejercer control sobre los cuerpos de los trabajadores.

Tal como he demostrado, el marco de Foucault es bastante útil para analizar la práctica del vestir contextualizada. Concretamente, este concepto de discurso es un buen punto de partida para analizar las relaciones entre las ideas sobre el vestir, el género y las formas de disciplinar el cuerpo. Sin embargo, hay problemas con este concepto de discurso, así como dificultades que surgen de su conceptualización del cuerpo y del poder, es decir, su incapacidad de reconocer la corporeidad y el agente. Estos problemas surgen de la filosofía postestructuralista de Foucault y ahora quiero resumirlos para sugerir cómo esta perspectiva teórica, aunque útil en muchos aspectos, también es problemática para el estudio del vestir como práctica contextualizada.

Problemas con la teoría y el método de Foucault

Foucault, como postestructuralista, no nos dice demasiado sobre cómo el individuo adopta y traduce los discursos. Es decir, la suya es una explicación del cuerpo procesado socialmente y nos dice cómo se habla del cuerpo y cómo se influye sobre él, pero no proporciona una explicación de la práctica. Para comprender la moda y el vestir, su marco no describe la ropa tal como ésta es vivida y experimentada por las personas. Por ejemplo, la existencia del corsé y su conexión con los discursos morales sobre la sexualidad femenina poco o nada nos dice sobre cómo sentían las mujeres victorianas dicha prenda, sobre cómo elegían acordonársela y cuánto apretársela y cuáles eran las sensaciones

corporales que les producía. Ramazanoglu (1993) alega que el concepto de discurso inverso es potencialmente muy útil para las feministas, pero en su análisis no está totalmente desarrollado. Podría parecer que, al conceder importancia al cuerpo, la indumentaria abre un potencial para que las mujeres lo usen para sus propios fines. De modo que mientras algunas feministas (Roberts, 1977) ven el corsé como una prenda cuyo fin es el de disciplinar a la mujer y hacerla «dócil» y servil, una «esclava exquisita», Kunzle (1982) ha dicho en relación a las mujeres encorsetadas (y también algunos hombres) que no eran pasivas, ni víctimas masoquistas del patriarcado, sino asertivas social y sexualmente. Lo que Kunzle sugiere es que las mujeres en mayor medida que los hombres han utilizado su sexualidad para ascender por la escala social y, si se acepta su análisis, quizá se podría contemplar como un ejemplo de «discurso inverso». El autor ilustra (sin pretenderlo, puesto que no habla de Foucault) que una vez se ha investido poder en el cuerpo femenino como cuerpo sexual, ésta tiene el potencial de utilizarlo en su propio beneficio.

La particular forma de postestructuralismo de Foucault no tiene en cuenta, pues, el tema de la práctica. En su lugar *presupone* efectos, en el plano de la práctica individual, tomando sólo como referencia el discurso, de modo que «lee» textos *como si* fueran práctica, en lugar de suponer una posible influencia estructuradora sobre la misma que no necesariamente ha de ser llevada a cabo. Al asumir ese discurso, automáticamente se producen efectos sociales, el método de Foucault «reduce el agente individual al de un loro socializado que ha de hablar-actuar de una determinada forma de acuerdo con las normas del lenguaje» (Turner, 1985, pág. 175). Al no poder ofrecer ninguna explicación sobre cómo se llevan a la práctica dichos discursos, Foucault tampoco puede dar una explicación adecuada sobre cómo es posible resistirse a los mismos. Más bien, produce una explicación de los cuerpos como los objetos controlados por el poder-conocimiento. Esto, tal como McNay (1992) arguye, da como fruto una explicación de los «cuerpos pasivos»; se supone que los cuerpos carecen por completo de capacidad de acción y de poder. Este concepto debilita la contención explícita de Foucault de que, una vez el poder ha invertido en cuerpos, está facilitando y produciendo su propia resistencia.

Turner (1985) elogia el trabajo de Volosinov como una alternativa a esta versión del estructuralismo. En la obra de Volosinov, el lenguaje es un sistema de posibilidades en lugar de reglas fijas; no tiene efectos uniformes, sino que los individuos lo adaptan y rectifican en el

transcurso de la acción. Bourdieu (1989) también proporciona una crítica del estructuralismo que reivindica conocer de antemano, por la mera existencia de las normas, cómo se producirá la acción humana. Intenta una «teoría de la práctica» que considera cómo los individuos se orientan a ellos mismos y a sus acciones hacia las estructuras, pero éstas no están totalmente determinadas por ellos. Su concepto de práctica tiene en cuenta el tempo de la acción, la forma en que, en el curso de la misma, los individuos improvisan más que limitarse a reproducir las reglas. (La crítica del estructuralismo por parte de Bourdieu se verá con más detalle al final de este capítulo.)

Este enfocarse en las estructuras (en contraposición a las prácticas) en la obra de Foucault está íntimamente relacionado con el segundo gran problema del estructuralismo y postestructuralismo, concretamente con la falta de cualquier explicación sobre el agente. Para Foucault, el cuerpo sustituye el concepto liberal-humanista del individuo y el marxista de la acción humana en la historia. Sin embargo, la visión de los «cuerpos pasivos» no explica cómo los individuos pueden actuar autónomamente. Si los cuerpos son producidos y manipulados por el poder, entonces esto parece contradecir la preocupación de Foucault por ver el poder como relaciones de fuerza que nunca son sólo opresivas. El antihumanismo extremo del trabajo de Foucault, especialmente en *Vigilar y castigar*, es puesto en tela de juicio por Lois McNay (1992) porque no deja sitio para los conceptos de subjetividad y experiencia. Con este problema en mente, McNay critica la atención que las feministas han prestado a este aspecto de su obra y recurre al último trabajo de Foucault sobre la «ética del yo». Destaca que el autor en su último trabajo desarrolla una visión sobre las cuestiones del yo y de cómo los yoes influyen en ellos mismos, contrarrestando de ese modo algunos de los problemas de sus anteriores análisis. Él se dio cuenta de los problemas que planteaba su trabajo y respondió a algunas de las críticas argumentando que:

[...] si uno quiere analizar la genealogía del sujeto en la civilización occidental, ha de tener en cuenta no sólo las tecnologías de la dominación, sino también las del yo [...]. Cuando estudiaba los asilos, las prisiones y demás, quizás insistí demasiado en las tecnologías de la dominación [...], es sólo un aspecto del arte de gobernar a la gente en nuestras sociedades (Foucault, en McNay, 1992, pág. 49).

De ahí que Foucault en su último trabajo empezara a examinar técnicas de subjetivización —cómo se relacionan los seres humanos y

cómo construyen el yo— y considerara, por ejemplo, cómo surge la sexualidad en el período moderno como un importante campo para la constitución del yo. En el segundo volumen de *Historia de la sexualidad*, Foucault (1985; también, 1986, 1988) sigue analizando cómo el yo llega a actuar sobre sí mismo con un deseo consciente de mejorar. Estas «tecnologías del yo» de algún modo contrarrestan los problemas de su anterior trabajo y son potencialmente útiles para comprender de qué forma los individuos se «moldean» a ellos mismos. Por ejemplo, los discursos sobre el vestir en el trabajo no tienen tanta fuerza cuando imponen cierto tipo de ropa en los cuerpos de los trabajadores, sin embargo, ésta aumenta cuando estimulan formas de pensamiento y actuación sobre el yo. El poder-vestirse se puede analizar como una «tecnología» del yo: en los manuales sobre el vestir y en los artículos de las revistas las «normas» del poder-vestirse son expuestas en términos de técnicas y estrategias para actuar sobre el yo para «vestirse para triunfar». De ahí que el discurso sobre el poder y el vestirse, que apareció en la década de los ochenta para abordar el tema de cómo debían presentarse en el trabajo las mujeres con profesiones cualificadas, invocara nociones del yo como «emprendedor». Como ya he mencionado antes (Entwistle, 1997b, 2000), la mujer que se identificó con el poder del vestir fue la que llegó a pensar en ella misma como un sujeto «emprendedor», alguien ambicioso, con iniciativa, individualista. Las técnicas para vestir que se exponen en estos manuales implicaban al yo y estimulaban a que uno actuara sobre su propio cuerpo de ciertos modos. No obstante, la dificultad con las «tecnologías del yo» de Foucault es que son peculiarmente incorpóreas y esto pone de manifiesto un problema endémico en su obra, es decir, la explicación del cuerpo.

El cuerpo frente a la corporeidad

Aunque el criterio de Foucault sobre el cuerpo sea útil, puesto que permite el análisis del mismo sin recurrir al determinismo biológico, a su cuerpo curiosamente le faltan características que parecen esencia les. Tal como hemos citado anteriormente, la explicación de Foucault sobre el cuerpo y su relación con el poder es problemática para feministas como McNay (1992) y Ramazanoglu (1993), porque no tienen presente la cuestión del género que, según ellas insisten, es vital para cualquier explicación del cuerpo y sobre cómo éste se ve manipulado por el

poder. Tal como arguye McNay (1992), no sólo el género es la diferencia más fundamental entre los cuerpos, sino que el poder no es equitativo respecto a los cuerpos femeninos y los masculinos.

Además, el análisis de Foucault es, a veces, internamente incoherente y su concepción sobre el cuerpo confusa. Turner observa que Foucault vacila entre cierta idea de un cuerpo material «real» y un cuerpo constituido por el discurso:

[...] A veces trata el cuerpo como una entidad real, como en los efectos del crecimiento de la población en el pensamiento científico o en su análisis del efecto de la ciencia penal sobre el cuerpo. Foucault parece tratar el cuerpo como un aspecto unificado y concreto de la historia humana que se mantiene constante a través de las épocas. Esa postura, sin embargo, no concuerda con su visión de las discontinuidades de la historia ni con su argumento de que el cuerpo es constituido por el discurso (1985, pág. 48).

Por una parte, la biopolítica de Foucault parece constituir un cuerpo concreto, una entidad material, manipulada por las instituciones y las prácticas; por la otra, su enfoque en el discurso parece producir un concepto del cuerpo que carece de materialidad fuera de la representación. Esta falta de definición es problemática, dado que la pregunta de qué es lo que constituye un cuerpo no se puede evitar, ¿tiene el cuerpo un carácter material fuera del lenguaje y de la representación? El cuerpo no puede ser al mismo tiempo un objeto material fuera del lenguaje y una única construcción lingüística. Terrance Turner considera que el cuerpo de Foucault es contradictorio y problemático en lo que respecta a la propia reivindicación del autor a criticar la esencia: es una «*tabula rasa* sin características a la espera de las animadas disciplinas del discurso [...], una unidad individual *a priori* que recuerda conciliadoramente a su gran rival, el sujeto trascendental» (1996, pág. 37). Además, el dominio del cuerpo discursivo en la obra de Foucault parece debilitar su objetivo de producir una «historia de los cuerpos» y de las inversiones e influencias del poder sobre los mismos. ¿Qué es más material y vital respecto al cuerpo que no sea su carne y sus huesos? ¿Qué hace el poder, sino influir, controlar y dominar el cuerpo material? Turner enfatiza sobre este punto, arguyendo que el concepto de Foucault sobre el cuerpo como la cosa más material es «claramente un espurio. El cuerpo de Foucault no tiene carne; es un engendro del discurso sobre el poder (que es de por sí una fuerza inmaterial similar al *maná*)» (1996, pág. 36).

La visión de Foucault niega el hecho de que, por difícil que pueda ser el acceso al cuerpo como un campo independiente, nosotros estamos encarnados y contenemos los parámetros de una entidad biológica y que esta experiencia, aunque esté mediatizada por la cultura, es fundamental para nuestra existencia. Los cuerpos no son simples representaciones; tienen una realidad concreta y material, una biología que, en parte, viene determinada por la naturaleza. Los cuerpos son producto de una dialéctica entre la naturaleza y la cultura. Este reconocimiento del cuerpo como un objeto natural no desemboca forzosamente en un biologismo y, de hecho, una serie de explicaciones constructivistas sociales reconoce el cuerpo como una entidad biológica, pero consideran el modo en que está sujeto a la construcción social (Douglas, 1973, 1979a, 1979b, 1984; Elias, 1978; Mauss, 1973). Sin embargo, si el cuerpo cuenta con su propia realidad física fuera o más allá del discurso, ¿cómo podemos teorizar esta experiencia?

Thomas Csordas (1993, 1996) tuvo presente estos temas y describe lo que él denomina un «paradigma de la corporeidad», como alternativa al «paradigma del cuerpo» que *caracteriza* al criterio estructura-lista. Su objetivo expreso es contrarrestar la «fuerte tendencia representativa» del paradigma semiótico-textual que se puede observar en obras como la de Douglas (1979a), Foucault (1977) y Derrida (1976). Csordas apela a un cambio para alejarse del marco semiótico-textualista y llegar a un concepto de corporeidad y de «estar en el mundo» extraído de la fenomenología. Nick Crossley hace una distinción similar, al decir que la «sociología del cuerpo», aunque «sociología carnal», examina lo «que hace el cuerpo» (1995b, pág. 43). El cambio metodológico que ambos reivindican «requiere que el cuerpo sea entendido como el ámbito existencial de la cultura, no como un objeto con el que «es bueno pensar», sino como un sujeto cuya «existencia es necesaria» (Csordas, 1993, pág. 135). Csordas defiende un estudio de la corporeidad que tome como referencia la fenomenología de Maurice Merleau-Ponty (1976, 1981), así como la «teoría de la práctica» de Pierre Bourdieu (1989). Su paradigma de la corporeidad marca, pues, un alejamiento de los textos para centrarse más en la *experiencia corporal* y la *práctica social*. Crossley también identifica la preocupación por la experiencia corporal con Merleau-Ponty y Erving Goffman. A continuación entraré en detalles respecto a las suposiciones teóricas y métodos lógicos subyacentes al «paradigma de la corporeidad», veremos primero la fenomenología y nos centraremos en el trabajo de Merleau-Ponty (1976, 1981), luego en el de Goffman (1971, 1972, 1976) y por último en el de Bourdieu (1989),

cuyos conceptos son especialmente útiles para desarrollar una explicación *sociológica* de la corporeidad.

Merleau-Ponty y la corporeidad

Merleau-Ponty (1976, 1981) sitúa el cuerpo en el centro de su análisis de la percepción. Según él, el mundo nos llega a través de la conciencia perceptiva, es decir, el lugar que ocupa nuestro cuerpo en el mundo. Merleau-Ponty hace hincapié en el sencillo hecho de que la mente está en el cuerpo y llega a conocer el mundo a través de lo que denomina el «esquema postural o corpóreo»: captamos el espacio externo, las relaciones entre los objetos y nuestra relación con ellos mediante nuestro lugar en el mundo y nuestro paso por él. De ahí que la meta de su trabajo sobre la percepción, tal como señala en *The Primacy of Perception*, es «restablecer las raíces de la mente en su cuerpo y en su mundo, en contra de las doctrinas que consideran la percepción como un simple resultado de la acción de las cosas externas sobre nuestro cuerpo, así como contra aquellos que insisten en la autonomía de la conciencia» (1976, págs. 3-4).

A raíz del énfasis de Merleau-Ponty en la percepción y la experiencia, los sujetos son reinstaurados como seres temporales y espaciales. En lugar de ser «un objeto en el mundo», el cuerpo forma nuestro «punto de vista sobre el mismo» (1976, pág. 5). La tendencia de Foucault a ver el cuerpo como un objeto pasivo es contrarrestada de este modo. Según Merleau-Ponty, llegamos a entender nuestra relación con el mundo a través de la situación de nuestros cuerpos física e históricamente en el espacio. «Lejos de ser meramente un instrumento u objeto en el mundo, nuestros cuerpos son los que nos dan nuestra expresión en el mismo, *la forma visible de nuestras intenciones*» (1976, pág. 5; la cursiva es mía). Es decir, nuestros cuerpos no son sólo el lugar desde el cual llegamos a experimentar el mundo, sino que a través de nuestros cuerpos llegamos a ser vistos en él. El cuerpo forma la envoltura de nuestra existencia en el mundo; la yoidad procede de esta ubicación en el cuerpo. Por consiguiente, para Merleau-Ponty, la subjetividad no es esencial ni trascendental: el yo está ubicado en el cuerpo, que a su vez está ubicado en el tiempo y en el espacio.

La noción del espacio es crucial para la experiencia vivida según Merleau-Ponty, dado que el movimiento de los cuerpos por el mismo es una característica importante de la percepción que las personas tienen sobre el mundo y su relación con los demás y con los objetos que hay

en él. Esta preocupación por el espacio también es evidente en el trabajo de Foucault, tal como he dicho antes. Foucault en su explicación del espacio reconoce sus dimensiones sociales y políticas, el modo en que éste se infunde de las relaciones de poder, algo que Merleau-Ponty pasa por alto. No obstante, la obra de Foucault carece por completo de explicación alguna acerca de cómo las personas experimentan el espacio, cómo lo usan y cómo se mueven por él; esto podemos hallarlo en la fenomenología. Para Merleau-Ponty, siempre somos sujetos en el espacio, pero nuestra experiencia acerca del mismo procede de nuestro movimiento alrededor del mundo y depende de nuestra comprensión de los objetos en ese espacio gracias a nuestra conciencia sensorial.

Al principio puede resultar difícil aplicar estos conceptos fenomenológicos, como un método filosófico, al análisis del cuerpo vestido. No obstante, al poner la corporeidad en primer plano y hacer énfasis en que toda experiencia humana procede de una posición corporal, Merleau-Ponty ofrece algunas visiones muy útiles para el análisis del vestir como práctica corporal contextualizada. El vestir en la vida cotidiana siempre está situado en el espacio y en el tiempo: al vestirnos nos orientamos hacia una situación y actuamos de formas concretas sobre el cuerpo. Sin embargo, uno no actúa sobre el cuerpo como si éste fuera un objeto inerte, sino como una envoltura del yo. En su lugar, nuestros cuerpos son, con las palabras de Merleau-Ponty que he citado más arriba, «la forma visible de nuestras intenciones», indivisible desde un sentido del yo. Por consiguiente, ¿qué podría ser un aspecto más visible del cuerpo-yo que el vestido? Al unificar el cuerpo y el yo y al centrarnos en las dimensiones experimentales de estar ubicados en un cuerpo, el análisis de Merleau-Ponty demuestra que el cuerpo no es meramente una entidad textual producida por las prácticas discursivas, sino el vehículo activo y perceptivo de la existencia.

Existen, sin embargo, una serie de problemas con la fenomenología de Merleau-Ponty. En primer lugar, descuida el género. El cuerpo se mueve en el tiempo y en el espacio consciente de su género y ésta es la razón por la que los hombres y las mujeres experimentan de modo distinto los espacios públicos de trabajo y por la que la presentación del cuerpo con la prenda de vestir también supone una experiencia diferente. Además, tal como se ha mencionado anteriormente, las mujeres suelen identificarse más con el cuerpo que los hombres y eso puede generar experiencias de corporeidad diferenciales: se podría decir que las mujeres tienen más tendencia a desarrollar una mayor conciencia

corporal y de ellas mismas como un ser corpóreo que los hombres cuya identidad no está tan situada en el cuerpo. En segundo lugar, la perspectiva de Merleau-Ponty sigue siendo filosófica: como método, no se puede aplicar fácilmente al análisis del mundo social.

No obstante, a pesar de estos problemas, tanto Crossley (1995a) como Csordas (1993) ven mucho potencial en el criterio de Merleau-Ponty y contemplan los trabajos de Goffman y Bourdieu respectivamente; estos dos últimos se inspiran en parte en la fenomenología, pero desarrollan ideas sobre la corporeidad que son más sociológicas que filosóficas en cuanto a que están basadas en la evidencia empírica de la práctica. La siguiente discusión aplica conceptos fenomenológicos al estudio del vestir y bebe no sólo de las fuentes de Merleau-Ponty, sino del trabajo de estos dos sociólogos, a fin de sugerir algunas formas en las que el estudio del vestir podría abordarlo como una práctica encarnada.

El vestir y la corporeidad

La fenomenología de Merleau-Ponty proporciona una forma de comprender las funciones del vestir tal como está constituido y es practicado a diario. La experiencia del vestir es un acto subjetivo de cuidar *al* propio cuerpo y hacer de él un objeto de conciencia, a la vez que es un acto de atención *con* el mismo. Comprender el vestir significa, pues, entender esta dialéctica constante entre el cuerpo y el yo: se requiere, como señala Merleau-Ponty, reconocer que «el cuerpo es el vehículo de la existencia en el mundo y tener un cuerpo es, para una criatura viva, estar integrado en un entorno definido, para identificarse con ciertos proyectos y estar siempre comprometido con ellos» (1981, pág. 82).

Al adoptar el concepto de Merleau-Ponty sobre la naturaleza dialéctica del cuerpo-yo, es posible examinar la *unidad* del cuerpo y del yo e investigar de qué modo éstos se constituyen mutuamente. Vestirse implica diferentes grados de conciencia en lo que se refiere a cómo uno piensa respecto al cuerpo y cómo presentarlo. A veces somos conscientes de nuestros cuerpos como objetos que se han de mirar, si se entra en espacios sociales concretos, mientras que en otras ocasiones y espacios, como en el hogar, no sintonizamos con nuestros cuerpos como objetos que han de ser contemplados. Esta sintonización con el cuerpo y con la conciencia corporal como un objeto en los espacios públicos se parece al concepto de Goffman de «centro del escenario» (1971): en los espacios

públicos podemos sentir que estamos en primer plano, mientras que, cuando estamos en casa, estamos «entre bastidores». En ciertas circunstancias uno también puede darse cuenta de su aspecto e indumentaria, es decir, si va vestido inapropiadamente. Si la vestimenta es variada y es siempre «contextual» (es decir, que se adapta a situaciones muy distintas), entonces puede suceder que haya algunos momentos en los que el acto de vestirse constituya un acto irreflexivo, similar a ir de compras o a recoger a los niños en el colegio y otros, cuando el acto de vestirse es consciente y reflexivo, como vestirse para una entrevista de trabajo o una reunión importante. Las diferentes prácticas del vestir suscitan, pues, preguntas fenomenológicas sobre la naturaleza de la conciencia del yo, por ejemplo, sobre cómo uno llega a convertirse en un objeto de atención. El estudio de Tseélon (1997) parece confirmar que hay diferentes estados para prestar atención a la indumentaria y a la imagen. Al pedir a las mujeres que entrevistó que describieran la ropa que llevaban en distintas ocasiones, éstas identificaron una serie de situaciones que variaban según el grado de atención que se les prestaba y en las que eran conscientes de lo que llevaban puesto: el grado más alto de autoconciencia del aspecto se manifestaba en ocasiones muy formales como en las bodas o en las entrevistas de trabajo; para estar en casa o para hacer la compra de la semana, tenían grados mucho más bajos de atención. Aunque la autora no recurre a la fenomenología para expresar un análisis de la conciencia corporal, sus descubrimientos se pueden utilizar para demostrar de qué modo el aspecto y, por ende, la indumentaria están sujetos a grados variables de conciencia según la situación. La conciencia del aspecto corporal está influida por el género: Berger (1972) ha sugerido que las mujeres más que los hombres ven sus cuerpos como objetos a los «cuales se ha de mirar» y eso en realidad puede transmitir información para las elecciones que realizan cuando se visten para ciertas situaciones. El análisis de Tseélon (1997) sobre cómo las mujeres se relacionan con su aspecto también parece ilustrar los diferentes niveles de conciencia corporal que influyen en sus elecciones. Las mujeres que entrevistó indican que son conscientes del yo y de su aspecto de formas bastante complejas: al sintonizar unas veces sí y otras no con la conciencia, en unas ocasiones se pierden en la temporalidad de la acción y en otras son sagazmente conscientes de la misma.

Estos patrones de conciencia corporal y de práctica del vestir no son individualistas, aunque se puedan experimentar en un plano muy individual. Sin embargo, tal como Tseélon (1997) identifica, hay

prácticas de vestirse que funcionan por encima del plano individual y han de ser vistas como sociales y culturales. Como he dicho al principio de este capítulo, vestirse es un logro técnico y práctico que se funda en el conocimiento social y cultural acumulado. En mi análisis del poder y del vestir (Entwistle, 1997b, 2000) expongo que vestirse es una práctica que se ha de aprender, a veces de las experiencias en el puesto de trabajo, otras mediante cursos ofrecidos por asesores de imagen. En muchas carreras y profesiones todavía predominan los hombres; para algunas mujeres que intentan abrirse camino en ciertas instituciones, es importante prestar mucha atención al cuerpo y a la ropa a fin de «controlar» o limitar la potencial sexualidad de sus cuerpos.

Para comprender el vestir en la vida cotidiana es necesario considerar las categorías socialmente construidas de la experiencia, es decir, el tiempo y el espacio. Tanto el tiempo como el espacio ordenan nuestro sentido del yo en el mundo, nuestras relaciones y encuentros con los demás y, en realidad, nuestra forma de cuidar de nuestros cuerpos y de los cuerpos de los demás mediante la indumentaria. Cuando nos vestimos, ya sea un acto inconsciente o no, constituimos el «yo» como una serie de continuos «ahoras». La práctica cotidiana de vestirse implica ser consciente del tiempo porque para introducirse en la experiencia de vestirse (al menos en Occidente) no podemos evitar las restricciones temporales de la moda. La experiencia de la moda impone un sentido externo del tiempo: cambios sociales, de hecho, la moda es temporal por definición. El tiempo está socialmente construido por el sistema de la moda mediante el círculo de las colecciones, los desfiles y las temporadas que sirven para detener el flujo del presente con proyecciones hacia el futuro. La moda ordena la experiencia del yo y del cuerpo en el tiempo, y esta ordenación del tiempo ha de ser explicada considerando las modas subjetivas de cuidar el propio cuerpo a través de la ropa y del estilo. El sistema de la moda, especialmente la moda de las revistas, está siempre congelando el flujo de las prácticas cotidianas del vestir y lo ordena en distintas categorías de pasado, presente y futuro («este invierno, el marrón es el nuevo negro» u «olvida el verde-lima del año pasado, el beige frío es el color de este verano»). El yo, a la vez que experimenta un tiempo interno indi-ferenciado, también está siempre «atrapado», congelado temporalmente por la moda. Basta con pensar en la incomodidad que solemos sentir al ver fotografías antiguas de nosotros mismos en las que nos vemos pasados de moda para constatar hasta qué punto la moda impone un sentido de tiempo en la

experiencia del yo adornado. Este momento de reflexión sobre la presentación del yo es un momento en que la duración interna, el flujo interno del tiempo, se detiene o interrumpe y el yo experimentado en el «ahora» ha de reflexionar en el yo «antiguo». De este modo, la sociología del vestir y las prácticas de la industria de la moda pueden utilizar estos términos fenomenológicos para ver cómo la experiencia de cuidar y presentar el cuerpo está social y temporalmente constituida. El espacio es la otra dimensión esencial para nuestra experiencia del cuerpo y de la identidad. Mientras el análisis de Foucault contempla el espacio en relación con el orden social y, en último término, con el poder, un análisis fenomenológico del mismo como el ofrecido por Merleau-Ponty considera el modo en que captamos el espacio externo a través de nuestra situación corporal o «esquema postural o corpóreo»; de ahí que «nuestro cuerpo no está en el espacio como las demás cosas, sino que lo habita o lo frecuenta» (1976, pág. 5). La preocupación por el espacio en la obra de Foucault y de Merleau-Ponty, aunque diferente desde el punto de vista metodológico, es uno de los puntos de contacto que Crossley (1996) identifica entre los dos teóricos. Se podría argüir que en términos espaciales —cómo es ordenado y experimentado— se ha de reconocer que el trabajo de Goffman es especialmente útil. El espacio es externo para los individuos, en cuanto impone reglas y normas particulares sobre ellos, e interno para los mismos, en cuanto es experimentado y, de hecho, transformado por ellos. Existe un orden moral para el mundo social que se impone en los individuos que generalmente suelen reconocer que existen formas «buenas» y «malas» de estar en el espacio, «correctas» e «incorrectas» de presentarse (y vestirse). En este aspecto, el trabajo de Goffman debe mucho a las ideas de Emile Durkheim, que dijo que la vida social no sólo está funcionalmente ordenada sino también moralmente regulada. Ser una «buena» persona requiere la conformidad de este orden moral: cuando nos vestimos hemos de orientarnos según los diferentes espacios que nos imponen ciertos tipos de reglas sobre cómo debemos presentarnos. Cuando fracasamos en cumplirlas, corremos el riesgo de censura o de desaprobación: una mujer invitada a una boda que se atreva a llevar blanco suele encontrarse con la desaprobación de los familiares, que lo consideran como un acto de mala educación o un insulto para la novia. Crossley (1995a), en su reconocimiento de las dimensiones morales y experimentales del espacio, considera que Goffman lleva el análisis de la conducta corporal en las situaciones sociales más lejos que Mauss o

Merleau-Ponty. Observa que Goffman desarrolla la idea de Mauss sobre las técnicas del cuerpo, no sólo reconociendo que cosas como el andar están social-mente estructuradas, sino considerando la situación en la que tiene lugar una actividad como el caminar y cómo el caminar no es sólo una parte del orden de interacción, sino que también sirve para reproducirlo. De ahí que para Goffman, los espacios de la calle, de la oficina, del centro comercial, funcionan con normas distintas y determinan cómo hemos de presentarnos y cómo hemos de interactuar con los demás. El espacio también es experimentalmente distinto según la hora del día: por la noche la calle es amenazadora y nuestra conciencia sensorial es más aguda que a la luz del día y la zona alrededor de nuestros cuerpos se amplía y la controlamos más de cerca. Goffman nos recuerda la naturaleza territorial del espacio y describe cómo hemos de franquear las muchedumbres, los espacios oscuros y silenciosos, etc.-Otro aspecto importante a tener en cuenta es que la acción transforma el espacio: franquear el espacio es sortear objetos y personas. Puesto que este sentido del espacio es tanto social como sensorial, Goffman (1972) ofrece un vínculo entre el análisis estructuralista y postestructuralista del espacio descrito por Douglas (1979a) y Foucault (1977) en términos de orden social y regulación del análisis fenomenológico del espacio experimental. Crossley (1995b) comenta que, aunque Merleau-Ponty sea bueno al describir el espacio y su percepción, Goffman proporciona explicaciones concretas sobre cómo ocurre esto en el mundo social.

Esta definición del espacio como movimiento estructuralista y la presentación del yo como algo que los individuos tienen que captar e interpretar es valiosa para una explicación del vestir como práctica corporal contextualizada. El vestir forma parte del orden microsociedad de la mayoría de los espacios sociales y, cuando nos vestimos, hemos de tener presentes las normas implícitas de dichos espacios: ¿hay un código del vestir que hemos de cumplir?, ¿a quién puede ser que nos encontremos?, ¿qué actividades es posible que realicemos?, ¿cuánto queremos destacar? (¿queremos destacar entre los demás asistentes o preferimos pasar desapercibidos?), y así sucesivamente. Puede que no siempre seamos conscientes de estos temas, quizá sólo en ciertas circunstancias, como en las situaciones formales, que exigen un alto grado de conciencia corporal y del vestir. Sin embargo, incluso aunque no nos ocupemos conscientemente de estos asuntos, interiorizamos ciertas reglas o normas del vestir que utilizamos inconscientemente a diario. Los espacios también tienen género: las

mujeres han de ir con más cuidado cuando han de aparecer en público, al menos en algunas situaciones; y el modo en que las mujeres experimentan los espacios públicos, como las oficinas, las salas de juntas, las calles solitarias por la noche, es muy probable que sea distinto a como los experimentan los hombres. En otra parte he mencionado (Entwistle, 1997a) que es más probable que la mujer profesional sea consciente de su cuerpo y del vestir en los espacios públicos laborales que en el hogar o incluso en su oficina privada. El espacio es experimentado territorialmente por las profesionales que suelen hablar de ponerse la chaqueta para asistir a las reuniones y cuando van de un lugar a otro dentro de su empresa y de quitársela cuando están en la intimidad de su despacho (la razón es cubrirse los pechos para evitar miradas con connotaciones sexuales por parte de los hombres). Tal como ilustra este ejemplo, los espacios laborales tienen distintos significados para las mujeres y éstas han desarrollado estrategias especiales de vestir para controlar las miradas de los demás, sobre todo las de los hombres, en los espacios públicos del trabajo. Asimismo, la indumentaria de una mujer para salir de noche puede incluir un abrigo que cubra una prenda que de otro modo resultaría peligrosa para la calle. En un club nocturno, las faldas cortas y los *tops* reducidos pueden ser perfectamente apropiados (según la confianza y las intenciones de la usuaria), pero en una calle solitaria a altas horas de la noche esa misma indumentaria se puede experimentar de modo distinto y hacer que te sientas vulnerable. El espacio impone sus propias estructuras en la persona, que, a su vez, puede idear estrategias de vestir encaminadas a controlar ese espacio.

Crossley (1995a) sugiere que se pueden hacer muchas otras conexiones fructíferas entre Goffman y Merleau-Ponty. Según él, ambos parten del dualismo cartesiano, esencial para gran parte del pensamiento sociológico clásico. El análisis de Goffman (1971) examina el papel crucial que desempeña el cuerpo en la interacción social. Su obra (1971, 1972, 1979) subraya cómo se encarna la «presentación del yo en la vida diaria». El cuerpo como vehículo del yo ha de ser «controlado» en la interacción diaria y el fracaso en controlar adecuadamente el propio cuerpo puede traer consecuencias embarazosas, el ridículo y el estigma. Este aspecto realizador del yo es especialmente útil para comprender e interpretar la práctica del vestir. Davis arguye que el vestir enmarca el yo encarnado y que sirve a modo de «una especie de metáfora visual para la identidad y, como corresponde especialmente a la sociedad abierta de Occidente, para registrar la ambivalencia

culturalmente establecida que resuena dentro y fuera de las identidades» (1992, pág. 25). Es decir, nuestra indumentaria no sólo es la forma visible de nuestras intenciones, sino que en la vida cotidiana el vestir es la insignia por la cual somos interpretados e interpretamos a los demás. El vestir forma parte de la presentación del yo; las ideas de bochorno y de estigma desempeñan un papel importante en la experiencia del vestir de todos los días y se pueden aplicar para hablar sobre las formas en las que la ropa ha de «hacer frente» a esto y también sobre cómo nuestra indumentaria puede ser la causa de nuestra vergüenza. Sin embargo, el ridículo no es simplemente el de dar un paso en falso, sino el de no poder cumplir los requisitos que exigen el orden moral del espacio social. Un sueño que se suele repetir en muchas personas es la experiencia de encontrarse desnudas de pronto, en medio de un lugar público: la ropa, o la falta de la misma en este caso, sirve de metáfora para los sentimientos de vergüenza, bochorno y vulnerabilidad en nuestra cultura, al igual que indican el modo en que el orden social exige que se cubra el cuerpo de alguna manera. Al ir vestidos inadecuadamente, nos sentimos vulnerables e incómodos, al igual que en el caso de que nuestra indumentaria nos «falle», como cuando perdemos un botón en un lugar público, nos manchamos la ropa o se nos descose el dobladillo. Estos ejemplos ilustran el modo en que el vestir forma parte del microorden de la interacción social y está íntimamente ligado al (bastante frágil) sentido del yo. El vestir es, por lo tanto, una dimensión esencial en la expresión de la identidad personal (un tema que veremos con más detalle en el capítulo 4). Para comprender el vestir en la vida cotidiana hemos no sólo de observar cómo los individuos recurren a sus cuerpos, sino cómo actúa la ropa entre los individuos y cómo supone una experiencia intersubjetiva, a la vez que subjetiva. Esto me lleva de nuevo al tema con el que he iniciado este capítulo, es decir, que el vestir es al mismo tiempo una actividad social e íntima.

Vestir, corporeidad y habitus

El trabajo de Bourdieu (1984, 1989, 1994) ofrece otro análisis sociológico de la corporeidad potencialmente útil, que no sólo construye un puente entre las ideas que dan prioridad ya sea a las estructuras objetivas o a los significados subjetivos, sino que proporciona una forma de pensar a través de la indumentaria como una práctica contextualizada. Bourdieu es crítico con los criterios que no reconocen la relación dialéctica entre las estructuras sociales por una

parte y el agente por otra. Los objetivistas, arguye, imponen sobre el mundo estructuras y reglas materializadas que se consideran independientes del agente y de la práctica, pero la ruptura de dichas estructuras no tiene por qué suponer el subjetivismo «que es incapaz de ofrecer una explicación de la necesidad del mundo social» (1994, pág. 96). Su «teoría de la práctica» es un intento de desarrollar una dialéctica entre ambos.

Su concepto de *habitus* es un intento de superar el carácter disyuntivo del objetivismo o del subjetivismo. El *habitus* es un «sistema de disposiciones duraderas y transponedoras» que son producidas por las condiciones particulares de una agrupación de clase social (1994, pág. 95). Estas disposiciones son materiales: se relacionan con el modo en que los cuerpos se desenvuelven en el mundo social. Todas las agrupaciones de clase tienen su propio *habitus*, sus propias disposiciones que son adquiridas mediante la educación, tanto formal como informal (a través de la familia, la escolarización y similares). El *habitus* es, por consiguiente, un concepto que vincula al individuo con las estructuras sociales: el modo en que vivimos en nuestros cuerpos está estructurado por nuestra posición social en el mundo, concretamente para Bourdieu, por nuestra clase social. El gusto es una manifestación obvia del *habitus* y, tal como parece indicar la propia palabra «gusto», es una experiencia tremendamente corpórea. El gusto forma parte de las disposiciones corporales de una agrupación de clase social: los gustos por comidas especiales, por ejemplo el caviar, se dice que son «adquiridos» (es decir, que son aprendidos, desarrollados o fomentados) y son indicativos de posición social; de este modo, el *habitus* es el resultado objetivo de condiciones sociales particulares, de «estructuras estructuradas», pero estas estructuras no se pueden conocer con antelación a la vivencia de su práctica, de manera que la noción de práctica vivida no es individualista, es más que «simplemente el agregado de la conducta individual» (Jenkins, 1992). Según McNay (1999), al poner la *corporeidad* en primer plano en su concepto de *habitus* y al alegar que el poder se reproduce activamente a través del mismo, Bourdieu proporciona un análisis más complejo y matizado del cuerpo que Foucault, cuyo «cuerpo pasivo» está inscrito en el poder y es una consecuencia del mismo. El potencial del *habitus* como concepto para pensar desde la óptica de la corporeidad es que proporciona un vínculo entre el individuo y lo social: el modo en que llegamos a vivir en nuestros cuerpos está estructurado por nuestra posición social en el mundo, pero estas estructuras son reproducidas únicamente mediante las acciones

materializadas de los individuos. Una vez adquirido el *habitus*, éste permite la generación de prácticas que siempre se pueden adaptar a las condiciones en las que se encuentra.

La perspectiva teórica y metodológica de Bourdieu es útil para superar la tendencia a los textos, pero no a las prácticas que, tal como menciono en el capítulo 2, podemos hallar en gran parte de la literatura sobre la moda. Su trabajo también propone conceptos útiles para un estudio del vestir como práctica corporal contextualizada: la forma de vestir en la vida cotidiana no se puede conocer antes que la práctica, recurriendo únicamente al examen de la industria de la moda o a los escritos sobre la misma. Las elecciones del vestir siempre están definidas dentro de un contexto en particular: el sistema de la moda proporciona la «materia prima» de nuestras elecciones, pero éstas se adaptan dentro del contexto de la experiencia vivida de la mujer, de su clase, raza, edad, ocupación, etc. Vestirse todos los días es una negociación práctica entre el sistema de la moda como sistema estructurado, las condiciones sociales de la vida cotidiana, como la clase, el género, etc., y las «reglas» o normas que rigen situaciones sociales particulares. El producto de esta compleja interacción no se puede conocer de antemano justamente porque el *habitus* improvisará y se adaptará a estas condiciones. La noción de *habitus* como un conjunto duradero y portátil de disposiciones da pie a cierto sentido de acción: nos permite hablar del vestir como un intento personal de adaptarnos a ciertas circunstancias y así reconoce las influencias estructurales del mundo social, por una parte, y de la acción de los individuos que elijen qué llevar, por la otra.

El *habitus* es útil para comprender de qué modo los estilos de vestir están marcados por el género y cómo éste se reproduce activamente a través de la ropa. Sin embargo, gran parte de la identidad de género se ha considerado un problema y, aunque hayan cambiado muchos roles de género, éste sigue atrincherado dentro de los estilos de los hombres y de las mujeres o, como lo expone McNay, «incrustados en disposiciones corporales inculcadas» que son «relativamente involuntarias, prerreflexivas» (1999, pág. 98). Regresando al tema del vestir en el trabajo, es evidente que existen estilos de vestir marcados por el género en los entornos laborales, especialmente en los trabajos administrativos y profesionales. En ellos observamos que el traje es el atavío «masculino» por excelencia, mientras que, a pesar de haber sido adoptado por las mujeres en los últimos tiempos, el suyo difiere en muchos aspectos del de los hombres. Las mujeres tienen más opciones de vestir en cuanto que, en la mayoría de los trabajos, pueden llevar

distintas faldas o pantalones con sus chaquetas; también disponen de una gama de colores más amplia que el habitual negro, gris y azul marino de la mayor parte de los trajes masculinos para la oficina convencional y una gama más extensa de joyería y complementos (Molloy, 1980; Entwistle, 1997a, 1997b, 2000).

Curiosamente, la adopción de la mujer de los trajes sastre está relacionada con la orientación de los cuerpos femeninos hacia el contexto del lugar de trabajo masculino y su *habitus* que designa el traje clásico masculino como el «uniforme» estándar. En este entorno, el traje cumple la función de disimular el cuerpo masculino, de ocultar sus atributos sexuales, tal como ha expuesto Collier (1998). La introducción de la mujer en este campo, primero como secretaria y luego como profesional, le obligó a adoptar una necesidad similar de uniformarse para que la designara como trabajadora y, por consiguiente, como figura pública, no privada. Sin embargo, tal como veremos en el capítulo 6, el cuerpo femenino siempre es, al menos potencialmente, un cuerpo sexual y las mujeres no han podido escapar por completo a esta asociación, a pesar de su desafío a la tradición y a la adquisición parcial, de la igualdad sexual. Es decir, todavía se ve a las mujeres como centradas en su cuerpo, mientras que se considera que los hombres lo trascienden. Por lo tanto, aunque una mujer lleve un traje sastre igual que un hombre, su identidad siempre será la de una «mujer profesional», su cuerpo y su género estarán fuera de la norma «masculina» (Sheppard, 1989, 1993; Entwistle, 2000). Eso no quiere decir que las mujeres sean corpóreas y los hombres no, sino que las asociaciones culturales no ven a los hombres tan centrados en el cuerpo como a las mujeres, de modo que para comprender la indumentaria femenina para el mundo laboral, cómo llegan a llevar la ropa que llevan, es necesario situar sus cuerpos dentro de un espacio social muy particular y reconocer la función de un *habitus* en particular.

El *habitus* de Bourdieu como perspectiva teórica y metodológica es útil para comprender el cuerpo vestido como resultado de las prácticas corporales contextualizadas. La fuerza de la explicación de Bourdieu reside en que no ve el vestir como producto ni de las fuerzas sociales opresivas ni de la acción, sino como un curso estable entre el determinismo y el voluntarismo. Tal como dice McNay: «Ofrece una teoría más dinámica de la corporeidad que el trabajo de Foucault, que no puede pensar desde la perspectiva de la materialidad del cuerpo y, por ende, duda entre el determinismo y el voluntarismo» (1999, pág. 95). Bourdieu da una explicación de la subjetividad que es corpórea por una

parte, a diferencia del cuerpo pasivo de Foucault y de su «tecnología del yo», y activa en su adaptación al *habitus*, por la otra. Como tal facilita una explicación del vestir que no recurre al voluntarismo y asume que uno es libre de moldearse a su gusto. El análisis de Polhemus sobre el «estilo de calle» (1994) es ilustrativo del criterio de la moda y del vestir, que ha tendido a definir los últimos trabajos en esta área. Con su idea del «estilo de supermercado», Polhemus argumenta que la reciente mezcla de las «tribus» de las jóvenes culturas ha supuesto que las fronteras entre grupos no estén tan claramente diferenciadas, a pesar de que su imagen del supermercado sugiera que la gente joven ahora es libre de elegir entre una gama de estilos como si estuvieran expuestos en los estantes del supermercado. No obstante, dicho énfasis sobre la expresión libre y creativa resta importancia a las restricciones estructurales de clase, género, situación e ingresos que establecían las barreras materiales en torno a la gente joven, así como a las restricciones en el trabajo en una serie de situaciones que sirven para crear parámetros respecto a la elección de la ropa.

En este capítulo se ha expuesto el marco teórico de una sociología del vestir como práctica corporal contextualizada. Dicho criterio requiere reconocer el cuerpo como entidad social y el vestir como el producto, tanto de los factores sociales como de las acciones individuales. El trabajo de Foucault puede contribuir a una sociología del cuerpo, pero está limitado por su descuido de la vivencia del cuerpo y de sus prácticas y del cuerpo como envoltura del «yo». Para comprender el vestir en la vida cotidiana es necesario entender no sólo cómo se representa el cuerpo dentro del sistema de la moda y de sus discursos sobre el vestir, sino también el modo en que éste se experimenta y vive, así como el papel que desempeña la indumentaria en la presentación del cuerpo-yo. No obstante, abandonar el modelo discursivo del cuerpo de Foucault no significa dejar a un lado por completo su tesis. Este entorno, tal como hemos visto, es útil para comprender las influencias estructurales sobre el cuerpo y el modo en que los cuerpos adquieren significados según los contextos.

El vestir implica acciones particulares dirigidas por el cuerpo sobre el cuerpo, que dan como resultado formas de ser y de vestir, por ejemplo, formas de caminar para acostumbrarse a los tacones altos, formas de respirar para acostumbrarse al corsé, formas de agacharse con una falda corta, etc. De este modo, el análisis del vestir como práctica contextualizada y corpórea nos permite ver la acción del poder en los espacios sociales (y especialmente cómo se genera este poder) y cómo

influye sobre la experiencia del cuerpo y da como fruto diversas estrategias por parte de las personas. He intentado ofrecer una explicación basándome en mis propias investigaciones (Entwistle, 1997a, 1997b, 2000) que examine el modo en que funciona el poder-vestir como discurso, cómo la mujer con carrera se ha de arreglar para acudir a su puesto de trabajo y cómo dicho discurso, con su conjunto de «reglas», se traduce en una práctica real de vestir en la vida cotidiana de una serie de mujeres profesionales. En resumen, el estudio del vestir como práctica corporal contextualizada exige, por una parte, estar entre los aspectos discursivos y representativos del vestir y el modo en el que el cuerpo-vestir está atrapado en las relaciones de poder y, por la otra, la experiencia corpórea del vestir y del uso de la ropa como medio por el cual los individuos se orientan hacia el mundo social.

CAPÍTULO

2

Teorías sobre la moda y el vestir

El capítulo anterior aboga por un estudio de la moda y el vestir que reconozca el modo en que éstos influyen en el cuerpo, crean discursos sobre el mismo, así como prácticas del vestir que actúan sobre el cuerpo vivo y fenoménico. Mientras la literatura sobre el cuerpo ha descuidado casi por completo la moda hasta la fecha, lo mismo ha sucedido a la inversa. Lo que se necesita es una explicación de la moda y el vestir que observe el modo en que están interrelacionados. La idea de la moda y el vestir como práctica corporal contextualizada reconoce una tensión sociológica muy básica entre estructura y agente: las estructuras como el sistema de la moda pueden imponer parámetros en torno al vestir; sin embargo, dentro de estas restricciones, las personas pueden ser creativas en sus interpretaciones de la moda y en sus prácticas del vestir.

En la literatura se emplean varios términos: «moda» y «vestido», «indumentaria», «traje», «adorno», «decoración» y «estilo» se encuentran entre los más utilizados; establecer la diferencia entre ellos será el punto de partida esencial de este capítulo. Cada disciplina tiene predilección por uno de ellos y, por consiguiente, una forma de comprender la terminología es localizar estas palabras dentro de las tradiciones disciplinarias. Por ejemplo, los términos «vestido» y «adorno» se asocian a la literatura antropológica, una de las ramas principales, que implica la búsqueda de universales y, por consiguiente, es un término que lo incluye todo y que denota todas las cosas que la gente hace a sus

cuerpos para modificarlos. Se dice que estas palabras describen un tipo de actividad más general que la «moda» o el «traje». El término «moda» conlleva el significado más específico de un sistema de vestir que podemos hallar en la modernidad occidental y como tal se suele usar dentro de la sociología o los estudios culturales y también lo utilizan los historiadores sociales o culturales de la moda, mientras que el término «traje» suele verse en los textos históricos. No obstante, aunque sea posible discernir una rama de literatura antropológica sobre el «vestir» que se distinga de una rama sociológica, histórica y cultural sobre la «moda», en la práctica el cuadro es más completo que todo esto. Lejos de emplear claramente uno u otro término y de definirlo con precisión, existe un considerable grado de confusión en las distintas ramas sobre este tema, dado que los múltiples autores emplean una serie de términos distintos, que a menudo utilizan indistintamente. Un repaso de esta literatura ilustra el hecho de que no existe un consenso sobre la definición y el uso de estas palabras y que no existe acuerdo sobre qué fenómeno concreto describen.

Los objetivos de este capítulo son dos: el primero es abordar la relativa falta de investigación sociológica sobre la moda y el vestir, y el segundo es resumir la literatura que ha surgido de la antropología, la historia del arte, los estudios culturales y la psicología social en relación con la moda y el vestir. Sin embargo, antes de emprender tal discusión, es necesario definir los términos «vestir» y «moda» y aclarar su interrelación. Esto implica considerar sus definiciones dentro de las distintas ramas de la literatura y las discusiones que éstos han suscitado.

DEFINICIÓN DE LOS TÉRMINOS

Sociología y antropología: definición de la diferencia

La antropología y las disciplinas de la modernidad (sociología, estudios culturales, psicología) adoptan distintos criterios en materia del cuerpo y de la forma de adornarlo. Turner (1985) ofrece un claro resumen de las diferencias importantes entre antropología y sociología, y de su libro podemos recoger los distintos puntos de vistas adoptados por ambas disciplinas en lo que respecta al adorno corporal y a hallar una aclaración en lo que concierne a las diferencias en la terminología. El autor observa que la antropología en sus comienzos en el siglo XIX se centraba en cuestiones ontológicas sobre la naturaleza de la humanidad, sobre todo en la diferencia entre naturaleza y cultura. El resultado de este interés fue el surgimiento de una rama principal preocupada por la

búsqueda de universales, es decir, aquello que pertenece a todos los pueblos y culturas. Prosigue observando que, por otra parte, la sociología clásica no está interesada en las distinciones ontológicas ni en los universales, sino en la historicidad y en las formas de la vida social que emerge con la modernidad.

Esta distinción entre antropología y sociología es histórica y ha cambiado en los últimos años: la antropología estudia ahora las sociedades occidentales modernas y no simplemente las comunidades tradicionales, mientras que, tal como se ha dicho en el capítulo 1, desde aproximadamente los años setenta ha surgido una sociología del cuerpo para responder a las preguntas sobre el cuerpo. La diferencia histórica entre ambas disciplinas ha creado tradiciones claramente distintas de escritura: un cuerpo de literatura antropológica preocupada por la explicación del «vostn» o del «adorno», que se evidencia en el trabajo de Barnes y Escher (1992), Cordwell y Schwarz (1979) y Polhemus y Proctor (1978), y otro sobre la «moda» en las sociedades modernas, producido por teóricos de la sociología, de los estudios culturales y de la psicología (Ash y Wilson, 1992; Bell, 1976; Flügel, 1930; Lurie, 1981; Simmel, 1971; Veblen, 1953; Wilson, 1985). Todavía existe esta diferenciación, aunque también hay una considerable fecundación cruzada entre las distintas disciplinas. La literatura antropológica contemporánea tiende a enfocarse en los significados y prácticas del adorno o del vestido en las culturas no occidentales o, en el caso de algunas colecciones antropológicas como las de Barnes y Eicher (1992), Cordwell y Schwarz (1979) y Polhemus y Proctor (1978), existen interesantes variantes interculturales que podrían incluir considerar el vestido también en el sistema de la moda occidental. Otra característica de esta antropología es una preocupación etnográfica referente a las prácticas que envuelven al vestido, la confección y la tela. Los autores de la literatura sobre la moda, a diferencia de los antropólogos, no están tan interesados en los relatos etnográficos de las prácticas en torno al vestir como en el sistema de la moda, que ellos tratan de un modo histórico o teórico más que etnográfico o empírico.

Definición del vestir

La primera preocupación antropológica con los universales condujo a antropólogos como Benthall (1976) y Polhemus y Proctor (1978) a decir que existía una propensión universal humana al adorno. Este argumento ahora es ampliamente aceptado por escritores sobre la moda y el vestir y la prueba antropológica de que todas las culturas «visten» el cuerpo y

que ninguna lo deja sin «adornar» se cita en todos los textos principales de esta área. En realidad, en los textos antropológicos contemporáneos sobre el vestir se da por hecho. La preocupación del siglo XIX por demostrar la universalidad del adorno ha sido desplazada por la de las prácticas y significados reales del adorno humano y los significados y prácticas de algunas prendas en particular (Barnes y Eicher, 1992).

Sin embargo, en las obras recientes sobre antropología todavía existe el deseo de definir un universal apropiado y un término que sirva para describir «todas las cosas que las personas hacen a sus cuerpos o colocan sobre ellos para hacer que la forma humana sea, a sus ojos, más atractiva» (Polhemus y Proctor, 1978, pág. 9), aunque el concepto de ser «atractivo» no es más que una explicación de las múltiples modificaciones corporales realizadas por varias culturas, tal como menciono más adelante. Los trabajos antropológicos como los de Roach y Eicher (1965), Polhemus y Proctor (1978) y Barnes y Eicher (1992) con frecuencia suelen mencionar en sus introducciones la necesidad de, tal como Roach y Eicher lo exponen, «la frase más descriptiva e inclusiva» para describir el acto humano de adornarse. Los términos «adorno» y «vestir» suelen utilizarlos muchos antropólogos como Roach y Eicher. «Vestirse», según ellos, sugiere «un acto» que enfatiza el «proceso de cubrirse», mientras que «el adorno hace hincapié en los aspectos estéticos de alterar el cuerpo» (1965, pág. 1). Dado que la forma de actividad que constituye la mayor parte del adorno en Occidente implica cubrir el cuerpo con prendas, a la inversa que la escarificación o el tatuaje, «vestirse» quizá sea el término más apropiado para usar en este proceso de este libro, puesto que capta la idea del acto (o series de actos) implicado. En realidad, esta actividad está claramente resumida en las palabras cotidianas que usamos para describir nuestras prácticas de preparar el cuerpo, como «estar vistiéndose» o «vestirse de etiqueta». Sin embargo, «vestirse» no excluye la posibilidad de incluir el concepto estético de «adorno»: las opciones realizadas al vestirse pueden ser tanto estéticas como «funcionales». Además, tal como se de muestra más adelante, en Occidente la práctica de «vestirse» se encuentra dentro del sistema de la moda, del cual una de sus dimensiones es la estética. El sistema de la moda no sólo proporciona prendas para llevar, sino que confiere belleza y atractivo a las mismas, a veces poniéndolas en contacto directo con el arte. Al hacerlo, involucra a la estética en la práctica diaria del vestirse. No obstante, antes de entablar discusión alguna sobre la moda, es preciso hallar una definición más concreta.

Definición de la moda

Barnes y Eicher (1992) y Polhemus y Proctor (1978) no están de acuerdo con el significado del término «moda». Polhemus y Proctor arguyen que «moda» hace referencia a un sistema de vestir especial, histórica y geográficamente confinado a la modernidad occidental. Barnes y Eicher, por el contrario, no reconocen la moda como un ejemplo especial del vestir y, de hecho, no hacen referencia a la misma salvo para argüir que es un error por parte de los investigadores considerar la moda como una «característica sólo de sociedades con una tecnología compleja» (1992, pág. 23). Por otra parte, los escritos producidos por las disciplinas de la modernidad —sociología, historia, estudios culturales, psicoanálisis y psicología social— han argumentado persuasivamente que la moda se ha de considerar como un sistema distintivo para la provisión de prendas. La moda es comprendida como un sistema histórico y geográfico específico para la producción y organización del vestir, que surgió en el transcurso del siglo XIV en las cortes europeas, especialmente en la corte francesa de Luis XIV, y que se desarrolló con el auge del capitalismo mercantilista (Bell, 1976; Finkelstein, 1991; Flügel, 1930; Laver, 1969, 1995; McDowell, 1992; Polhemus y Proctor, 1978; Rouse, 1989; Veblen, 1953; Wilson, 1985). La explicación de Wilson, por ejemplo, sitúa la moda como una característica en el surgimiento y el desarrollo de la modernidad occidental.

Todos estos autores están de acuerdo en que la moda emerge dentro de una clase particular de sociedad, en la que es posible la movilidad social. Un tema recurrente propuesto por Bell (1976), Simmel (1971) y Veblen (1953) y más recientemente por McDowell (1992) y Tseílon (1992a) es que, durante el movimiento hacia la sociedad capitalista y el surgimiento de la clase burguesa, la moda se desarrolló como un instrumento de la guerra por la posición social. Según ellos, la moda fue uno de los medios adoptados por la nueva clase capitalista para desafiar al poder aristocrático, en primer lugar, burlándose abiertamente de las leyes suntuarias impuestas por la realeza y la aristocracia y, en segundo lugar, adoptando la moda y estando al día en la misma en su intento de conservar su clase y distinción (Simmel, 1971; Veblen, 1953). Estos autores defienden la idea de que la «emulación» es un factor motivador en la moda (esta teoría se verá con más detalle más adelante y en el capítulo 3), de modo que, tal como Bell (1976) y Braudel (1981)

arguyen, la moda no se encuentra en la Europa medieval, que no ofrecía muchas oportunidades de movimiento social. Tampoco se encuentra en las culturas contemporáneas en las que existen rígidas jerarquías sociales, aunque ha desarrollado un mayor alcance gracias a la difusión global del capitalismo de consumo. La moda es, pues, un sistema particular de vestir que se encuentra bajo determinadas circunstancias sociales. Tseélon (1992a) dice que la historia de la moda se puede dividir en tres grandes etapas: clásica, modernista y posmodernista. El período clásico de la moda, desde el siglo XIV al siglo XVIII, vio el cambio del orden de la clase social con la expansión del comercio y el aumento de los «patricios urbanos». No obstante, el vestido todavía marcaba claramente «lo cortesano de lo corriente» a diferencia de lo que sucedería en las etapas moderna y posmoderna, en las que la relación entre la ropa y la jerarquía social fue progresivamente desafiada. J. C. Flügel (1930) en su influyente análisis hizo la distinción entre ropa «fija» y «cíclica»: este último tipo predomina en Occidente, «hecho que se ha de considerar como una de las características más notables de la civilización europea moderna» (Flügel, citado por Rouse, 1989, pág. 73). A diferencia del traje de «moda», el traje «fijo» es otro término para traje tradicional, como el quimono o el sari, que se caracterizan por su continuidad con el pasado en lugar de hacerlo por la lógica del «cambio por el cambio». Tal como observa Rouse (1989), este tipo de prenda también se puede hallar en Occidente en las comunidades tradicionales como la comunidad hasídica judía de Gran Bretaña. Asimismo, Polhemus y Proctor (1978) indican que la vestimenta oficial de la reina Isabel II es en gran medida inmune a la moda; su traje de coronación en 1953, por ejemplo, implica continuidad más que cambio. Existe, sin embargo, un consenso entre una serie de teóricos en lo que respecta a la definición de la moda como sistema de vestir caracterizado por una lógica interna de cambio sistemático y regular. Tal como expone Wilson, «la moda es el vestir cuya característica principal es la rapidez y el continuo cambio de estilos: la moda en cierto sentido es cambio» (1985, pág. 3). Igualmente, Davis añade que «es evidente que cualquier definición de *moda* que intente captar lo que la distingue del estilo, de la costumbre, del traje convencional o aceptable, de las modas más generalizadas ha de hacer hincapié en el elemento del *cambio* que con frecuencia asociamos al término» (1992, pág. 14).

No sólo se puede decir que la moda haya emergido bajo circunstancias sociales e históricas específicas y que haya desarrollado su propio ímpetu,

a diferencia de los trajes asociados a la sociedad feudal en Europa o a las comunidades tradicionales que existen hoy en día, sino que al definirla también se ha de tener en cuenta la dinámica económica, industrial y tecnológica actual de la confección bajo la influencia de la moda. «Moda» es un término general que se puede usar para referirse a una serie concreta de arreglos para la producción y distribución de la confección. La mayor parte de los historiadores como Bell (1976) y teóricos culturales como Wilson (1985) aceptan que el sistema de la moda se refiere a una industria en particular, a un sistema único y especial para la producción y el consumo de ropa que nació de los desarrollos históricos y tecnológicos en Europa. De hecho, dado el ímpetu del cambio sistémico inherente en el concepto de moda, se han desarrollado relaciones de producción muy particulares. La frase «sistema de la moda» tal como se emplea en muchos libros se refiere a la relación entre la fabricación, la comercialización y la distribución de la confección a los vendedores minoristas. Leopold (1992) en su explicación del sistema de la moda dice que ésta es un «sujeto híbrido» que requiere el estudio de la interconexión entre la producción y el consumo. Los análisis materialistas de Fine y de Leopold (1993) señalan la necesidad de la especificidad histórica en el análisis del sistema de la moda y arguyen que el sistema de la moda bajo el capitalismo incluye relaciones muy particulares de producción y distribución. Tal como se trata en el capítulo 7, hay diferentes modos *dentro* del sistema de la moda, puesto que la moda femenina está organizada de forma bastante distinta a la de los hombres y la infantil. Leopold (1992) afirma que la moda se ha de considerar un sistema complejo, de modo que pueda ser entendida no sólo como un fenómeno cultural, sino como un aspecto de fabricación y de tecnología, así como de comercialización y de venta al detalle. El mismo reconocimiento de la moda como «híbrido» comparten Ash y Wright (1988) y también Willis y Midgley (1973), que sugieren que el estudio de la moda requiere un criterio integrado que combine el estudio de la tecnología, la política, la economía, el contexto social, las comunidades y los individuos. No obstante, tal como sugiere Leopold (1992), dicho criterio todavía ha de surgir, ya que la mayor parte de la literatura sobre la moda centra su atención en el suministro o en el consumo.

Este consenso sobre la naturaleza de la moda como un aspecto de la modernidad occidental ha sido explícitamente desafiado por Craik (1993) y Barnes y Eicher (1992). Estos últimos no ofrecen una definición concreta de lo que quieren decir por dicho término, pero alegan que no hay razón

para diferenciar la moda como un sistema especial de vestir que se encuentra sólo en algunas culturas. De hecho, van tan lejos como para hablar de modas en escarificación, dando a entender que «las viejas modas en el diseño y la textura de la escarificación dan pie a otras nuevas» (1992, págs. 22-23). Este uso de la palabra «moda» es totalmente opuesto al de los autores arriba mencionados, que hablan de una definición específica estructural e histórica de la misma. Hay dos problemas con el argumento de Barnes y Eicher: no llegan a definir lo que quieren decir por moda (aunque parecen usar el término para referirse a cualquier traje que cambie) y critican a esos autores que la identifican con el estilo que cambia, basándose en que asumen que el traje tradicional no cambia. Sin embargo, esto es una representación equívoca de la idea de la moda utilizada por muchos autores como Polhemus y Proctor (1978) y Bell (1976) que desmienten que no se produzcan cambios en el traje tradicional. Aquí el uso que hace Flügel (1930) de la palabra «fija» es engañoso, puesto que implica que no se produce ningún cambio en la ropa tradicional, cuando lo más probable es que haya modificaciones, pero no con la misma rapidez y regularidad que en la moda de las sociedades modernas. Con esta idea en mente, Polhemus y Proctor (1978) distinguen la «moda» y la «antimoda», en lugar de la prenda «de moda» y la «fija». Por consiguiente, añaden que la «antimoda» (por ejemplo, el traje popular) no es fijo e inmutable, sino que cambia lentamente, a menudo tan despacio que los cambios son casi imperceptibles para las propias personas (Polhemus y Proctor, 1978). Bell (1976), asimismo, contrasta el traje moderno y tradicional cuando compara la vestimenta europea desde el siglo XIV con la ropa tradicional china. Comenta que debe haber habido variaciones en el vestir de una dinastía a otra, pero que éstas no son tan espectaculares como las que encontramos en Europa, donde el vestido de moda se caracteriza por la «lógica del cambio por el cambio». Volviendo al argumento de la escarificación (Barnes y Eicher, 1992): aunque ciertos estilos estén abiertos al cambio, éstos no están regidos por la lógica del cambio regular y sistemático de la moda en Occidente; su aplicación del término «moda» en este contexto es, por lo tanto, inapropiada.

Craik (1993) también ha atacado lo que ella considera etnocentrismo por parte de los autores que aplican el término «moda» sólo a las comunidades occidentales. Al igual que Barnes y Eicher (1992), ella tampoco define a lo que se refiere por moda y éste es el punto más débil de su argumento. Lo más cerca que llega de una definición es a sugerir que «en resumen, el sistema de la moda occidental va a la par con el ejercicio del poder», lo cual, continúa diciendo, también sucede en otros sistemas de la moda de otras culturas no occidentales: «El

ejercicio del poder no se puede asociar simplemente con el creciente desarrollo del capitalismo de consumo moderno» (Craik, 1993, pág. x). De este modo, está empleando una concepción bastante idiosincrásica y limitada de la moda que se centra en el poder y rechaza las otras características de la misma definidas por un gran número de historiadores y teóricos culturales. Prosigue rechazando la visión comúnmente aceptada de la moda como un sistema occidental del vestir alegando que se basa en privilegiar a la élite de las modas de la *alta costura* que poco o nada tienen que ver con la ropa de la calle que llevan la mayor parte de las personas en Occidente. Sin embargo, no depara en que la mayor parte de la literatura contemporánea sobre la moda ya no se ciñe sólo a la *alta costura*, sino que también incluye la ropa de todos los días o el «estilo de la calle» (Polhemus, 1994; Ash y Wilson, 1992). Resumiendo, la afirmación de Craik de que «los sistemas de la moda no deben ser confinados a conjuntos de arreglos particulares económicos o culturales» (1993, pág. x) no está cualificada y carece de fundamento, mientras que su propia concepción de la moda es vaga. Además, también se podría argüir que, al no deparar en las condiciones sociales e históricas específicas —incluyendo las condiciones de producción y consumo de la moda— que apuntalan el sistema de la moda, la que peca de etnocentrismo es ella, al universalizar la moda como un sistema de vestir que se encuentra en todas las culturas.

En resumen, las razones para considerar la moda como un sistema específico del vestir histórico y geográfico son rotundas y convincentes. Hay varias características que forman la definición comúnmente aceptada de la moda, tal como he dicho antes: es 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; se caracteriza por una lógica de cambio regular y sistemático.

LA ROPA COTIDIANA Y LA MODA

Tras haber señalado los términos principales que se utilizan —«vestirse» como una actividad de ataviar al cuerpo con un elemento estético (como en el «adorno») y la «moda» como un sistema específico de sistema de vestir—, ahora es posible hablar de la relación entre ambos. Una serie de autores, como Wilson (1985), ha dicho que el sistema de la moda proporciona la materia prima para la mayor parte de la ropa que se usa a diario, no sólo produciendo las prendas en sí, sino también los discursos

y las ideas estéticas en torno a las mismas. Estos discursos de la moda sirven para presentar los trajes como algo con sentido, de hecho, como algo hermoso y deseable; según expone Rouse (1989), la moda es algo más que una mercancía, es un «atributo con el que algunos estilos están dotados. Para que un estilo particular de confección se convierta en moda ha de ser llevado por algunas personas y ser reconocido como tal» (1989, pág. 69).

La moda, por lo tanto, no sólo se refiere a la producción de algunos estilos de élite o populares, sino también a la producción de ideas estéticas que sirven para estructurar la recepción y el consumo de estilos. El «sistema de la moda», definido por Leopold (1992), no sólo comprende la fabricación y la provisión de ciertos estilos de confección, sino también la comercialización, venta al detalle y procesos culturales; todo esto sirve para producir «moda» y al hacerlo estructura casi todas las experiencias del vestir cotidiano, a excepción de algunas formas de prácticas del vestir que se encuentran en las comunidades tradicionales y algunas veces religiosas de Occidente. Esta influencia estructural es tan fuerte que, como arguye Wilson (1985), incluso el vestido etiquetado como «anticuado» y el que es conscientemente opuesto a la moda tienen un sentido sólo debido a su relación con la estética dominante propagada por la moda. La ropa «alternativa» es alternativa en relación a los estilos que prevalecen y también, como en algunos casos, en relación al estilo de vida. De hecho, la concepción de un «uniforme» alternativo fue una de las características importantes en muchos de los movimientos utópicos del siglo XIX cuyo fin, según Luck, era dar a sus miembros un «aire familiar» que «marcara la diferencia con los forasteros, actuando así como un poderoso indicador de los valores compartidos y de las fronteras de la comunidad» (1992, pág. 202). Las distintas reformas en el vestir del siglo XIX adoptaron estilos opuestos a la estética de la moda del momento: las campañas contra el corsé plantearon una alternativa, cintura «natural» para las mujeres, mientras que el traje bifurcado fue propuesto por algunos pensadores utópicos y feministas como una alternativa a las faldas de crinolina de su tiempo (Luck, 1992; Newton, 1974; Ribeiro, 1992; Steele, 1985).

Sin embargo, la moda no es el único determinante en el vestir cotidiano. Una de las tendencias en la literatura de la moda es poner demasiado énfasis en la misma como la principal fuerza determinante de la vestimenta en cualquier circunstancia" Aunque la moda sea importante para definir los estilos en un momento dado, éstos siempre están mediatizados por otros factores sociales como la clase, el género, la etnia,

la edad, la ocupación, los ingresos y la forma del cuerpo, por nombrar unos pocos. No todas las modas son adoptadas por todos los públicos: en algunas ocasiones algunos aspectos de la moda pueden ser aceptados, mientras que otros son rechazados. Otros factores sociales importantes que influyen en las decisiones para la confección son los vínculos históricos con el traje tradicional nacional (por ejemplo, las faldas escocesas con sus típicos cuadros) y, en la vida cotidiana, con la situación o contexto social que uno tenga que frecuentar. Las distintas situaciones imponen diferentes formas de vestir, unas veces imponiendo «reglas» o códigos de vestir, otras simplemente mediante convenciones que aceptan la mayoría de las personas. Las bodas, los funerales, las entrevistas de trabajo, las compras, el senderismo, los deportes, las salidas nocturnas, etc., todas estas situaciones establecen formas concretas de vestirse y sirven para restringir las elecciones de indumentaria. Incluso cuando las personas eligen no tener en cuenta estos códigos del vestir, es probable que al menos sean conscientes de la presión a la que tendrán que hacer frente y que su decisión de no seguir las normas puede ser interpretada como una rebelión. Los factores que hemos enumerado no pretenden ser exhaustivos, sino que la intención es que sugieran algunos tipos de factores sociales que influyen en nuestra forma de vestir todos los días dentro del sistema de la moda. A continuación analizo con más detalle estos factores para demostrar cómo la moda es sólo un factor determinante más en el vestir. Polhemus y Proctor (1978) han considerado las influencias sociales que inciden en el vestir tanto en la cultura occidental como en las no occidentales. Sugieren, por ejemplo, que la clase queda claramente definida por la indumentaria y que estas asociaciones clasistas no proceden necesariamente de la moda. Observan que las personas que pertenecen a las clases altas llevan prendas que señalan su identidad, adoptando su «propio traje antimoda tradicional» (1978, pág. 68). Ponen el ejemplo del traje para ir a la ópera en Glyndebourne, al que nunca se le puede asignar una fecha precisa. El simbolismo de la cualidad y del estilo clásico adoptado por la clase bien contradice la visión de que «la moda es la prerrogativa de la clase alta» (1978, pág. 68). También citan el Burberry, un ligero chubasquero, generalmente de tela de gabardina, cuyo estilo poco ha cambiado con el paso de los años, como un ejemplo de la predilección de esta clase por la «antimoda». A veces se dice que las clases medias una vez utilizaron la moda como arma para su ascenso social y que ahora cuentan con sus propios estilos de vestir que resisten la moda: por ejemplo, aunque ha cambiado un poco con los años, el estilo general

de los hombres de negocios ha seguido siendo bastante coherente; igualmente, el estilo de clase media de Laura Ashley cambia poco cada temporada y no responde precisamente a las oscilaciones de la moda. Podría parecer que la clase es una característica del vestir y que desempeña una función para predisponer a las personas a estilos particulares, de los cuales no todos muestran el impulso de cambio de la moda, sino a veces todo lo contrario, el impulso de la continuidad de la antimoda. No obstante, el concepto de antimoda propuesto por Polhemus y Proctor, y su adopción por parte de una agrupación de clase social, sólo tiene sentido en relación con la moda. Dadas las arbitrarias oscilaciones de la moda, siempre es posible que un tema antimoda como el del Burberry pueda perder temporalmente parte de su asociación a una clase y se convierta en una moda más.

Es evidente que la clase tiene una relación material con la elección de la ropa. Concretamente, la clase tiende a determinar los ingresos y esto se ha de considerar como un factor en las elecciones de compra, de modo que, por ejemplo, sólo una minoría de las mujeres del mundo tienen los ingresos que se necesitan para comprar la alta costura (Colderidge, 1989) e incluso mucha ropa de confección sigue estando fuera del alcance de la mayoría de las personas. Sin embargo, la clase también estructura las decisiones en el vestir mediante el gusto. El gusto por las prendas de alta calidad tendrá una relación con la cantidad de dinero que se gaste: el concepto de la clase alta de «calidad y no cantidad» se reflejará no sólo en las decisiones sobre la cantidad gastada en artículos individuales, sino también en los tejidos elegidos (por ejemplo, seda, lino y cachemir, como opuestos a los sustitutos sintéticos). La predisposición a ciertos tipos de tejidos y el concepto de «calidad» puede venir explicada por la idea de «capital cultural» (Bourdieu, 1984). Saber lo que cuenta como calidad y reconocerla en las prendas de los demás requiere un conocimiento en la forma de «capital cultural». De hecho, en una época en la que todo el mundo lleva téjanos y ropa informal, lo que hace que la clase sea más difícil de discernir en el vestir, se podría alegar que existen graduaciones más sutiles de diferencias que exigen un grado aún mayor de capital cultural. Los que están «enterados» es fácil que distinguan un traje de Savile Row de uno de un minorista, un traje de un diseñador de su imitación barata en la calle. El gusto está estrechamente vinculado al cuerpo, en realidad, es una experiencia corporal, puesto que hablar de tener ganas de comer algo en particular o de comprar una prenda es referirse a las cualidades sensoriales del objeto en sí. Los orientadores del gusto de las clases son, en parte, orientadores corporales. Estos orientadores corporales están incluidos en el concepto de *habitus* de Bourdieu que hace referencia a las disposiciones

corporales de clases. Este concepto, tratado con más detenimiento en los capítulos 1 y 4, es empleado por Bourdieu para transmitir la idea de que la clase social es reproducida mediante las disposiciones corporales. Todas las clases tienen sus propias formas de habitar el cuerpo, andando, hablando, con los gestos y posturas, etc., que transmiten información sutil sobre su condición. Aunque él no lo mencione, esto se puede aplicar de igual modo a la indumentaria: un gusto por el lino, la seda o el cachemir conllevan indicaciones sutiles de la clase que se pueden usar para considerarse a uno mismo como «distinguido» o persona de «buen gusto». Los grupos de compañeros y en particular las subculturas juveniles también desempeñan su función al predisponer a sus miembros a estilos concretos de vestirse e implican el despliegue del «capital subcultural» en la interpretación y comprensión del estilo (Thornton, 1995). Tal como observa Brake (1985), el estilo es importante para destacar la identidad subcultural de un grupo, no sólo para los que se encuentran dentro de la subcultura, sino también para los de fuera. En su ya clásico estudio de las subculturas juveniles, Hebdige (1979) considera el importante papel desempeñado por el estilo en la subcultura. Observa que la subcultura saquea la cultura de consumo, adoptando ciertas mercancías como propias, con frecuencia hasta el punto en que éstas se convierten en algo simbólico para el grupo: el *scooter* para los *mods*, los impermeables o las ropas rasgadas de los *punks*. Este saqueo o «apropiación» muestra cómo la subcultura «infunde» sus propios significados en estos elementos, a menudo corrompiendo su significado original en la cultura principal. La adopción por parte de los *teddy boys* del traje pantalón de Savile Row es un ejemplo de un estilo de vestir «infundido» con un significado bastante distinto al de su asociación original como prenda de la clase social alta. El *zoot suit* en el cuerpo del *teddy boy*, se convirtió en una amenazadora agresión de la clase trabajadora (Cosgrove, 1989).

Otro aspecto en la elección de vestimenta es el que procede de la ocupación. Aunque puede que esto no afecte a todas las decisiones tomadas sobre la prenda, sólo las que pertenecen a las de uso diario, esta experiencia de vestirse puede suponer una significativa cantidad de tiempo, energía y gasto. Muchas ocupaciones dentro de las clases trabajadoras o bajas prescriben un uniforme o dictan claras normas sobre el vestir, restringiendo los tipos de prendas y colores aptos para el trabajo. Por otra parte, las profesiones, suelen operar con códigos de vestir menos rígidos que se dejan en manos del individuo para que éste los interprete. Tal como se muestra en mi análisis de las opciones de vestir de las mujeres profesionales (Entwistle, 2000), los distintos entornos ocupacionales proponen distintos códigos de vestir: en la jurisprudencia y en la banca tenderán a no conceder

demasiada importancia a la moda, como sucede en las profesiones creativas y de los medios de comunicación. Dentro de estas restricciones, las mujeres profesionales interpretan lo que es o no es apropiado llevar en el trabajo.

Por último, aunque los factores sociales de los que hemos hablado hasta el momento mediatizan las prendas cotidianas, no producen un único y uniforme método de vestir para una clase en particular o grupo ocupacional o paritario. La mayoría de las personas no llevan la misma ropa en todas las ocasiones, sino que adaptan su forma de vestir al contexto social en el que se encuentran. Éste es el caso de algunas subculturas, como los *mods*, quienes, como sugiere Hebdige (1979), adaptaron su ropa a las exigencias de su trabajo (generalmente administrativo) y a las del «fin de semana» cuando podían dedicar mayor atención a actividades subculturales como el vestir. Por consiguiente, la situación social desempeña un importante papel en estructurar las opciones del vestir.

Ahora pasaré a hablar del género, que quizá sea el único factor más importante en las prácticas del vestir en casi todas las situaciones donde encontramos cuerpos vestidos. La moda está «obsesionada con el género [...], está siempre trabajando y rehaciendo las barreras del género» (Wilson, 1985, pág. 117) y por ende cualquier consideración del vestir no puede dejar a un lado el reconocimiento de género. Esto se tratará con más detalle en el capítulo 5, pero es importante que aquí observemos que es difícil considerar el género como una categoría separada de la clase, del grupo paritario y de la ocupación, puesto que el concepto de género es constituido de modo distinto por cada uno de ellos y también según los contextos sociales. Los códigos de género varían enormemente, según todo el tipo de factores que operen en un contexto. La falda, por ejemplo, es la prenda con más carga genérica, que llevada casi exclusivamente por mujeres, al menos en Occidente, con frecuencia es explícitamente obligada en ciertos códigos de vestir, por ejemplo, en la de algunos restaurantes exclusivos y clubes nocturnos donde se supone que las mujeres han de estar «femeninas», o impuesta de una forma más sutil por la convención social como en el caso de ciertas profesiones, por ejemplo, en los negocios, en la política o en la jurisprudencia, donde se «prefiere» la falda. Sin embargo, también es posible para algunas mujeres no llevar nunca falda si su profesión y estilo de vida no lo exige, mientras que en una serie de distintos continentes las faldas las llevan los hombres (en una ceremonia oficial en Escocia, en una «noche *drag*» en un club, en un acontecimiento de moda de vanguardia, etc.). Si la moda está «obsesionada con el género» y juega

constantemente con la frontera del sexo, justamente el hecho de *cómo* lo hace y cómo el género se codifica en el vestir es algo muy variable y que depende de los factores que operan en el contexto social. El género se refracta a través de estos múltiples factores y se produce de modo distinto en situaciones distintas.

La discusión anterior indica la complejidad de la moda y la necesidad de emplear un análisis de la misma que examine las interacciones entre la moda y toda una serie de factores sociales. Para comprender el vestir en la vida cotidiana es necesario reconocer una amplia gama de factores sociales que enmarcan las decisiones individuales sobre las prendas, entre los cuales la moda es importante, pero en modo alguno el único factor.

VISIONES SOBRE LA MODA Y EL VESTIR

Sociología y moda

El descuido sociológico de la moda refleja la ubicación histórica de la misma dentro de las artes más que dentro de las ciencias sociales, aunque la consideración más superficial de la moda demuestra su importancia sociológica como fenómeno individual y social, activo aunque estructurado, creativo pero controlado: en resumen, un perfecto ejemplo de estructura y acción (Edwards, 1997, pág. 1).

Tal como señala la cita de Edwards, la moda ha sido durante mucho tiempo descuidada por la sociología, hecho que él explica en términos de su ubicación histórica en las artes. Este olvido es sorprendente cuando se considera que la moda ha sido importante en el desarrollo y en el carácter de la modernidad occidental y que hoy en día sigue siendo una industria de considerable valor económico y cultural. Además, cuando consideramos lo importante que es la moda al delimitar nuestras elecciones diarias de qué ropa ponernos, hasta qué grado es una influencia estructural primordial en la presentación del cuerpo todos los días, es bastante evidente que la sociología la ha desatendido mucho.

Las razones por las que la sociología no ha abordado la moda y las formas de vestir cotidianas que pueden verse en Occidente no están claras. Sin embargo, una explicación posible quizá sea que desde sus comienzos en el siglo XIX, la sociología ha tendido a enfocarse en la acción y en la racionalidad, hecho que supuso la subsiguiente represión del cuerpo como un objeto de investigación sociológica y por ende el rechazo de las prácticas, tales como el vestirse, que lo rodean (Benthall, 1976; Berthelot, 1991; Turner, 1985). Por otra parte, tal como

sugiere Polhemus (1988), la sociedad occidental ha considerado que la decoración y el adorno del cuerpo no era importante, que era algo efímero sin sentido, que no merecía un análisis serio. La moda también ha estado sujeta a los prejuicios que evitan que se la tome en serio; ha sido vista como algo trivial, frívolo, irracional, un despilfarro y algo feo. Bell arguye: «La aparente trivialidad de tales asuntos, la imposibilidad virtual de vincular nuestras decisiones sartoriales con las grandes pasiones espirituales de la humanidad, hacen que la ropa no sea sino más importante para aquellos que intentan comprender a sus compañeros humanos» (1976, págs. 16-17).

Incluso varios de los estudios clásicos que han intentado tratar la moda de una forma seria han sido presa de algunos de estos prejuicios (Baudrillard, 1981; Flügel, 1930; Veblen, 1953; véase también Wilson, 1985 para una explicación al respecto). Un ingrediente adicional que hace que la moda sea más propensa a la condena es su conexión con la «vanidad». Este es un ejemplo de cómo la moda suele ser el tema de la discusión moral y de la censura. Sin embargo, tal como Bell (1976) y McDowell (1992) especialmente señalan, este componente moral es un testimonio en sí mismo del poder y la importancia del vestir en el mundo social: «El hecho de que la moda sufra la carga de tantos condicionantes morales es una prueba de su poder e importancia dentro de la sociedad». Y, sin embargo: «En clara contradicción con este hecho, muchos autores han persistido en denigrar el interés en la moda como prueba de vanidad, o de algo peor, y critican a quienes demuestran algo más que un interés pasajero en el aspecto físico» (1992, pág. 15). A pesar de la influencia del posmodernismo, que ha servido para volver a evaluar las antiguas jerarquías de valores culturales, estos prejuicios todavía persisten y la moda sigue siendo el tema de la condena moral y estética (Baudrillard, 1981; Veblen, 1953).

Otra explicación para la baja posición que ocupa la moda frente al análisis sociológico, según Polhemus (1988) y Tseélon (1997), es su asociación con lo «femenino». El sujeto (¿u objeto?) de la moda se suele considerar que es la mujer que cae presa de las «terribles» delicias de la moda. Por otra parte, Polhemus (1988) arguye que las metas consideradas «frívolas» o «estúpidas» suelen asociarse con las mujeres. Hasta aproximadamente los ochenta, las prácticas de consumo relacionadas con las mujeres fueron omitidas o tratadas con sorna. Una serie de feministas, concretamente las asociadas con los estudios culturales, ha señalado que, dentro de la Academia, la conducta de la consumidora femenina, como la lectura de las novelas románticas o el

gusto por los culebrones, ha sido tradicionalmente degradada a absurda y trivial (por ej.: Ang, 1985; Radway, 1987). Por inferencia, condenar la moda como algo trivial, absurdo y banal ha supuesto la condena implícita de las mujeres y de la cultura de la mujer (Tseélon, 1997). Parte de esta condena de la moda procede de las feministas que no han pretendido criticar a las mujeres que llevan la moda, sino calificar la relación de la mujer con la moda como una explotación. Este tipo de crítica ha sido dirigida a ciertas prendas, como el corsé, que algunas feministas consideran opresivo (Roberts, 1977). Además de las críticas médicas y estéticas del corsé proclamadas por el Movimiento de Reforma en la Vestimenta, las voces feministas se han alzado contra él (véanse Kunzle, 1982; Newton, 1974; Steele, 1985, para un resumen de estas argumentaciones). La teoría feminista se ha vuelto bastante más confusa en el tema de la relación de la mujer con la moda, pero al menos ha empezado a reconocer el placer que aporta a las mujeres (Evans y Thornton, 1989; Wilson, 1985).

La moda, tal como arguye Edwards (1997), trata del individuo y de la sociedad, es una fuerza creativa por una parte y un fenómeno estructurado (y estructurador) por la otra, y tiene razón al señalar que sólo estos hechos hacen de ella una perfecta candidata para la sociología, que tradicionalmente se ha centrado en los temas de la estructura y de la acción. Sin embargo, estas cuestiones no han sido el centro de los estudios sobre la moda en las disciplinas que la han estudiado, puesto que los escritos sobre moda, desde la historia del arte, el psicoanálisis y la psicología social hasta los estudios culturales tienden a enfocarse en otros temas. Las investigaciones sobre la moda y el vestir en estas áreas se han preocupado de varias cuestiones, por ejemplo: ¿cómo y por qué cambia la moda como lo hace? (asunto de interés común en la historia de la indumentaria) o ¿qué significa la moda y de qué forma de comunicación se trata? (asunto de interés común en la psicología social y también en los estudios culturales). Existe, sin embargo, una tendencia en la literatura sobre la moda a buscar una teoría general o una explicación que se extralimite para justificar su presencia en la sociedad occidental. Esto con frecuencia conduce a explicaciones reduccionistas que niegan la complejidad de la moda. A mi entender, el estudio de la moda tiene que analizar el modo en que las fuerzas sociales que delimitan la vestimenta —como el sistema de la moda, la ubicación social, la clase, los ingresos, el género, la etnia, la región y la ocupación— estructuran la ropa que llevamos a diario. Es decir, abogo por un estudio de la moda y del vestir que analice cómo se

relacionan ambos: cómo la moda estructura la ropa y cómo la ropa siempre supone la interpretación creativa de la moda por parte de las personas. Dicho estudio da por hecho el argumento de Edwards de que la moda es un fenómeno que abarca al agente y a la estructura y contrarrestaría la tendencia hacia la generalización y la simplificación característica de la literatura actual.

Sobre la literatura de la moda

Hablar sobre la literatura de la moda implica atravesar muchas barreras disciplinarias. La diversidad de disciplinas y criterios dentro de la literatura son un testimonio más de la reivindicación de Leopold. de que la moda es un «sujeto híbrido» (1992, pág. 101). La moda es tratada como un aspecto de la industria, de la fabricación, de la comercialización, del diseño y la estética, del consumo del estilo de vida. Ha llamado la atención de teóricos de distintos campos que actúan bajo puntos de vistas muy distintos. El grado de interés que ha despertado la moda entre las múltiples disciplinas hace que el relativo silencio de la sociología sea aún más inquietante. Tal como he dicho anteriormente, la antropología ha tratado la indumentaria con más seriedad, como una característica universal de la cultura humana, aunque centre más su atención en la vestimenta no occidental. El análisis de la ropa occidental, concretamente el desarrollo de la moda, ha sido desarrollado por una serie de disciplinas, algunas estrechamente relacionadas con la sociología. Una rama principal es la historia de la indumentaria, que se desarrolló a raíz de la historia del arte como medio para datar las pinturas. Esta rama de la literatura investiga el desarrollo de los estilos y las técnicas del vestir, por lo general de la alta costura y de las modas de élite, y es muy descriptiva (por ej.: Gorsline, 1991; Kohler, 1963; Ri-beiro, 1983; Tarrant, 1994). De esta literatura han surgido los estudios culturales y sociales como los de Breward (1994), De la Haye (1988) y Hollander (1993, 1994), que intentan realizar un análisis del contexto cultural de la moda, y los de Taylor y Wilson (1989), que examinan los estilos de vestir desde la era victoriana hasta la actualidad, centrándose en lo que ha llevado a la gente «ordinaria». Otra rama de la literatura de la moda incluye historias y relatos contemporáneos sobre los aspectos económicos y tecnológicos del sistema de la moda (por ej.: Leopold, 1992; Fine y Leopold, 1993) y esos relatos (por ej.: Chapkis y Enloe, 1984; Coyle, 1982; Elson, 1984; Phizacklea, 1990; Ross, 1997) que examinan la explotación de los trabajadores dentro del sistema de la

moda. Los estudios culturales ahora también indagan en el sistema de la moda contemporáneo (Ash y Wright, 1988; Ash y Wilson, 1992; Davis, 1992; Craik, 1993) así como en la naturaleza de las representaciones de la moda (Brooks, 1989; Evans y Thornton, 1989, Lewis, 1996, Nixon, 1996). Este trabajo ha sido enmarcado en una serie de perspectivas teóricas: el análisis materialista marxista (Leopold, 1992), el estructuralismo (Barthes, 1985), la semiótica (Hebdige, 1979), el psicoanálisis (Flügel, 1930; Lewis y Rolley, 1997; Nixon, 1996; Silverman, 1986), la psicología social (Soloman, 1985; Tseélon, 1997) y el postestructuralismo (Entwistle, 1997a, 1997b; Nixon, 1996; Wilson, 1992).

Me gustaría investigar las distintas perspectivas que existen en relación con la moda. En la literatura podemos observar tres visiones, definidas no por la disciplina sino por los tipos de preguntas que formulan y por el enfoque teórico y metodológico que han seguido. La primera comienza con preguntas como: ¿por qué se lleva ropa?, interrogantes que suelen conducir a respuestas simplistas. Un segundo criterio dentro de la literatura aborda un análisis más sofisticado al explorar la relación de la moda con la «modernidad». Estas perspectivas teóricas, aunque amplias de miras, no ofrecen una explicación sobre cómo se *experimenta* y *práctica* la moda en el vestir cotidiano. Proporcionan una explicación teórica de la *moda* cuya consecuencia es el descuido del *vestir* como practicar. En general, también suelen fracasar en abordar el modo en que la moda está íntimamente conectada con el cuerpo; tratan la moda como un fenómeno social y comunicativo, pero no corporal. El tercer criterio no se preocupa tanto de las explicaciones teóricas como de examinar las prácticas específicas del vestirse en una cultura. Este interés en la práctica se puede hallar en algunas de las recientes obras antropológicas (Barnes y Eicher, 1992; Freeman, 1993; Hoodfar, 1991; Weiner y Schneider, 1991), donde se examina la importancia cultural, los significados y prácticas relacionadas con el adorno, así como en la psicología social (Cash, 1985; Ericksen y Joseph, 1985; Tseélon, 1992a, 1997), que observa lo que hace la gente y lo que quiere transmitir con su forma de vestir en la vida cotidiana. Sin embargo, son de valor limitado para una explicación de la moda en Occidente.

CRITERIOS TEÓRICOS LOS «POR QUÉ» Y SUS RESPUESTAS

Las primeras explicaciones sobre la moda y el vestir, y de hecho también muchas contemporáneas, solían empezar con preguntas como:

¿por qué llevamos ropa? También planteaban preguntas sobre la naturaleza de la moda: ¿por qué el sistema de la moda se basa en el cambio continuo?, ¿por qué cambian las modas de esta forma?, ¿por qué hay esa diferencia entre hombres y mujeres? El análisis de estas preguntas es bastante revelador respecto al modo en que se ha teorizado sobre la moda y también pueden demostrar que el pensamiento sobre la misma ha tenido una tendencia limitadora, lo que ha dado como resultado una teoría simplista sobre el vestir o la moda en su pretensión de querer abarcarlo todo. El resultado neto de este tipo de preguntas es la reducción de la moda a simples causas y efectos y a explicaciones exageradamente deterministas y reductoras.

Explicaciones teóricas del vestir y del adorno

Como respuesta a por qué nos adornamos, la antropología ha propuesto varias explicaciones distintas: protección, modestia, exhibición y comunicación, cada una de ellas más inclusiva que la anterior. Barnard (1996), Polhemus y Proctor (1978) y también Rouse (1989) ofrecen buenos resúmenes de estos distintos criterios y empiezan por observar las primeras influencias del antropólogo de finales del siglo XIX, Malinowski, que planteó la pregunta más limitada: ¿por qué llevamos ropa? Una respuesta es que los seres humanos tienen necesidades básicas, de las cuales una de las más fundamentales es la de proteger el cuerpo de los elementos. Sin embargo, esta teoría es problemática: en algunas culturas las personas no llevan ropa y, de hecho, tal como observa Rouse (1989), muchas de ellas pueden sobrevivir en temperaturas extremas sin la protección de la ropa. Esto se puede aplicar tanto a la ropa en Occidente como a las culturas no occidentales: las prendas reducidas se llevan por moda, con frecuencia independientemente de que haya temperaturas gélidas. Polhemus y Proctor (1978) y Rouse (1989) observan, pues, que esta explicación no tiene en cuenta el hecho de que muchos estilos de vestir, tanto en Occidente como en culturas tradicionales y no occidentales, no son prácticos y con frecuencia son incómodos.

La segunda explicación que se ha expuesto es la de la modestia: la ropa se lleva para cubrir los órganos sexuales. Sin embargo, las pruebas antropológicas muestran que no existe un concepto universal de modestia, sino un alto grado de variabilidad cultural, lo cual hace que este principio resulte problemático para basarse en él. Tal como observa Rouse (1989), la modestia y la vergüenza son relativas según el

contexto social. La literatura psicológica también se ha preguntado la razón por la que llevamos ropa y ha intentado explicar el hecho en términos de procesos psicológicos. El trabajo de Flügel (1930) en esta área constituye el texto clásico. No rechaza las dos teorías de la protección y de la modestia, pero propone una tercera que puede ser más significativa,*"el propósito de adornarse y exhibirse."La ropa no se lleva para esconder los mensajes sexuales, sino para hacernos sexualmente más atractivos. El autor adapta la visión psicoanalítica de Freud y prosigue sugiriendo que la ropa expresa dos tendencias contradictorias, la de la modestia y la de la ostentación, y también arguye que la ropa en sí misma (como la corbata masculina) puede simbolizar el órgano sexual. De este modo, los vestidos expresan una ambivalencia y esto le conduce a insinuar que «la utilización de indumentaria parece, en sus aspectos psicológicos, reflejar el proceso por el que se desarrolla un síntoma neurótico» (Flügel, 1930, pág. 20). La ropa, para Flügel, constituye «un sonrojo perpetuo en la apariencia de la humanidad (1930, pág. 21). Una cuarta explicación para el adorno, que surge de una propensión universal humana a comunicarse mediante símbolos, se ha convertido en el marco teórico dominante, aceptado por los antropólogos sobre el vestir y por los teóricos dedicados exclusivamente a la moda. Dado su predominio, esta explicación de la moda y el vestir como comunicación se trata con más profundidad más adelante, pero primero examinaré algunas de las teorías expuestas para explicar la moda.

Explicaciones teóricas sobre la moda

Hay numerosas historias sobre la moda que intentan hallar una explicación teórica sobre la misma. Esta literatura pretende explicar la moda como un sistema único de vestir y comprender por qué existe este sistema, quizá también recurriendo a la pregunta de por qué las modas cambian como lo hacen. Esta propensión a preguntar el «por-qué» sobre la moda es evidente en el ya clásico *Teoría de la clase ociosa*, del sociólogo de finales del siglo XIX Thorstein Veblen, publicado por primera vez en 1899 y reeditado en 1953. En esta teoría de la moda hay dos preguntas implícitas, la primera es ¿por qué existe un sistema de la moda? La respuesta es de las que necesitan historicismo, puesto que se podría argüir que nos dice más sobre la moda de finales del siglo XIX que sobre el significado de la moda actual. Veblen explica la moda en

términos de las características que él considera específicas de la clase de ocio, la nueva clase burguesa que adopta la moda como instrumento en la batalla por la posición social. La nueva burguesía emergente exhibe su riqueza a través de un conspicuo consumo, derroche y ocio. Puesto que la moda carece de utilidad, los miembros de esta clase la adoptan como medio para demostrar su distanciamiento de la función: sólo los ricos y los que tienen tiempo libre se pueden permitir desechar la ropa antes de que esté gastada. La ropa es un gran ejemplo de la expresión de la cultura pecuniaria, puesto que «nuestra indumentaria siempre es prueba y supone un indicativo de nuestra situación pecuniaria para todos los observadores a simple vista» (Veblen, 1953, pág. 119). La segunda pregunta propuesta por Veblen es: ¿por qué cambian las modas incesantemente? Sugiere que la necesidad del consumo y el derroche conspicuo pueden explicar la necesidad de que la moda siempre cambie. Sin embargo, esto no basta, puesto que deja por explicar no sólo el motivo para realizar y aceptar los cambios en el estilo, sino la razón por la que es necesaria la conformidad con la moda. Por el contrario, prosigue diciendo que derrochar es inherentemente ofensivo y ello hace de la futilidad y el gasto de la moda algo aborrecible y feo. Por consiguiente, sugiere que el movimiento de la moda y su seguimiento por parte de las personas se pueda explicar como nuestro intento de huir de la futilidad y la fealdad de la moda, acogiendo cada nuevo estilo como una liberación de la anterior aberración que imperaba hasta la fecha, que también se rechaza en toda su futilidad y despilfarro.

Según Veblen, los vestidos de las mujeres muestran esta dinámica más que los de los hombres, puesto que el único papel de la dama burguesa de la casa es demostrar su gran dominio en pagar, su pecuniaria fuerza de apartarse por completo de la esfera laboral. La propuesta de Veblen sobre la clase del ocio crea a la mujer burguesa como servil (compara su función con la de las sirvientas domésticas); son seres pasivos o un «bien inmueble de los hombres» y la ropa que llevan son un indicativo de esta condición. El traje femenino estuvo muy relacionado con la moda y por consiguiente fue un medio importante por el que la clase burguesa podía alardear de consumir y de ser elegantemente despilfarradora. El traje de la mujer victoriana fue también un importante indicativo del ocio indirecto. La mujer burguesa llevaba vestidos que evidentemente la incapacitaban para trabajar —elaboradas cofias, pesadas faldas, delicados zapatos y restrictivos corsés—, testimonio de su distancia del trabajo productivo y de su consumo de

ocio. Veblen condena estos rasgos del vestido de moda y lo denomina vestido basado en principios utilitarios y racionales que evocan los principios de muchos reformadores del vestir (para resumen, véase Newton, 1974).

Hay varios problemas con la teoría de Veblen. Su explicación de la moda y del cambio en la moda se basa en la idea de la emulación (cuyas limitaciones son examinadas con mayor detalle más adelante en el capítulo 3). Su análisis de la mujer burguesa carece de cualquier sentido de acción: la moda es concebida como una fuerza muy determinante y negativa en la vida de la mujer victoriana. Tanto Kunzle (1982) como Steele (1985) ofrecen una visión bastante distinta de la relación de la mujer victoriana con la moda y revisan la historia estándar de la moda del corsé como prenda opresiva para las mujeres (Veblen, 1953; Roberts, 1977). La exposición de Steele empieza por considerar el papel del exhibicionismo erótico en la moda, arguyendo que la imagen tradicional de la mujer victoriana como reprimida social y sexualmente «se ha de revisar por completo» (1985, pág. 3). Por el contrario, propone la visión de que «las modas victorianas giraban en torno a un ideal de belleza femenina en el que el erotismo desempeñaba un papel importante» (1985, pág. 3) y de este modo hay más continuidad entre los siglos XIX y XX de lo que se pensaba anteriormente. Kunzle (1982) va aún más lejos al decir que el corsé de la mujer victoriana no era un símbolo de una posición servil, sino que la mujer encorsetada era una persona asertiva sexual y socialmente. Tanto Kunzle como Steele ven a la mujer victoriana como un sujeto activo y apoyan su tesis con las pruebas históricas de lo que hacía la mujer victoriana en su práctica diaria (aunque Steele está de acuerdo con las pruebas de Kunzle sobre los amantes del corsé, extraídas de la correspondencia de los fetichistas del mismo, que según ella podrían haber exagerado en nombre de su efecto erótico).

También cabe destacar en este punto que la explicación de Veblen de la relación de las mujeres con el vestido, si alguna vez ha sido apropiada, ahora está definitivamente obsoleta. Tal como ya he comentado (Entwistle, 1997a, 1997b), la entrada de las mujeres en las profesiones trajo consigo un cambio en la dicotomía público-privado, producción-consumo, que había confinado a las mujeres al hogar y al reino del consumo. También trajo consigo un cambio en términos de actuación en torno a la ropa femenina. Como jugadora dentro del productivo mundo laboral y como ganadora de un sueldo por derecho propio, la mujer de carrera ya no es un «bien inmueble» masculino y su atuendo ya no es una muestra indirecta de ocio. Su entrada en el mercado laboral trajo consigo la aparición del vestido que no incapacitaba, sino que en realidad era casi «racional», al menos en su

objetivo principal de permitir que las mujeres se desarrollaran en el mundo y no sufrieran los impedimentos de la ropa femenina y elaborada.

A pesar de los problemas que plantea la solución de Veblen, ésta proporciona un buen ejemplo de estudio sociológico temprano y todavía influyente en la actualidad. Muchas de sus ideas se pueden hallar en el trabajo de otros teóricos de la moda y, de hecho, tal como declara Wilson (1985), en general las ideas de Veblen en su mayor parte no han sido contradichas por los escritores sobre la moda. Esto podría estar relacionado con el hecho de que es uno de los pocos teóricos sociales que han tratado la moda con algo de seriedad. Una lectura favorable sobre Veblen es la de la obra de Bell (1976), aunque su análisis produce una imagen mucho menos negativa de la moda y no la condena como algo desagradable o irracional. En el trabajo de Baudrillard (1981) observamos una línea de pensamiento similar:

[...] La moda está fabricando continuamente lo «bonito» basándose en una negación radical de la belleza, reduciendo la misma al equivalente lógico de la fealdad. Puede imponer los rasgos más excéntricos, antifuncionales y ridículos como eminentemente distintivos. Ahí es donde triunfa, en imponer y legitimar lo irracional de acuerdo con una lógica más profunda que la de la racionalidad (1981, pág. 79).

Wilson toma partido por la propuesta de Veblen y de Baudrillard sobre la moda como algo banal y un despilfarro. Al condenar la moda, Veblen asume que el mundo se debería organizar en torno a los valores utilitaristas. Este es un mundo donde «no hay lugar para lo irracional o lo no utilitario; es un ámbito totalmente racional» (Wilson, 1985, pág. 52). Otro problema con Veblen, según Wilson, es su explicación causal de los cambios de la moda. Su teoría de que la moda está en constante cambio en un intento de escapar de la fealdad y encontrar la belleza es limitadora y demasiado determinista. En su aserción de la utilidad del vestir, Veblen trata de encontrar una explicación «convinciente» para la moda como algo esencialmente inútil, innecesario e irracional, y no reconoce su naturaleza ambivalente y contradictoria, así como los placeres que aporta. Eo mismo sucede con Baudrillard, cuya exposición, según Wilson, es «demasiado simplificada y determinista» en cuanto que, al igual que Veblen, «no concede ningún papel a la contradicción, ni siquiera en lo que respecta al placer» (1985, pág. 53). Además el ataque de Baudrillard al consumo *per se* es en último término nihilista y da como resultado una visión de los individuos como si estuvieran atrapados en una «perfecta red de opresión» (1985, pág. 53).

El problema de la causalidad persigue otras tantas explicaciones clásicas sobre la moda y el vestir. Una serie de teóricos empiezan por hacer preguntas como: ¿por qué existe semejante sistema del vestir aparentemente «irracional» y por qué cambian las modas como lo hacen? Se han desarrollado muchas teorías para explicar la dinámica de la moda en términos de una lógica inherente al sistema de la moda. Hay tres teorías en particular que han influido bastante como entornos explicativos: la teoría de la emulación o «filtrado descendente»; la teoría del *Zeitgeist* y la teoría del «cambio de la zona erógena». Esas tres intentan explicar la moda haciendo referencia a una fuerza singular y son muy problemáticas, en cuanto a que al intentar hallar las «causas» de la moda, tienden a ser reduccionistas y mecanicistas.

Veblen (1953) y Simmel (1971) son los defensores más famosos de la teoría de la moda como emulación, según la cual los estilos comienzan en la cima de la jerarquía social con una clase de élite que opta por una forma de vestir distintiva. Las clases inferiores intentan emular la posición de esta clase; el estilo se va adoptando gradualmente y de esta forma la moda «filtra en sentido descendente». Cuando un estilo ha sido adoptado por la clase trabajadora, la élite, para mantener su distinción y posición, ya ha cambiado de estilo, así que las modas están sometidas a un constante cambio. Georg Simmel (1971) declara que la moda expresa una tensión entre la uniformidad y la diferenciación: expresa el deseo contradictorio de encajar y conectar con un grupo y a la vez destacar para afirmar la identidad individual. Según Simmel, adoptar estilos nuevos y extremos de vestir es un medio por el que la élite se diferencia del resto, pero dada su alta posición social, las cosas que eligen llevar se vuelven deseables y son copiadas por las clases inferiores en su intento de emular su *standing*. Una vez el estilo se ha «filtrado hacia abajo» a las clases inferiores ya no sirve para diferenciar a *l'ajet-set*, que tiene que cambiar y adoptar otro, con frecuencia un estilo más extremo, para poder mantener su posición social. Este ritmo oscilante produce la moda con su lógica de innovación constante.

La emulación ha sido atacada por una serie de teóricos (Campbell, 1989; Partington, 1992; Polhemus, 1994; Wilson, 1985). Rouse (1989) señala tres críticas principales a este criterio: la primera, el cambio no tiene lugar porque las clases inferiores empiecen a llevar la ropa de los ricos; la segunda, en algunas ocasiones las modas de la clase trabajadora y de otros grupos sociales bajos como el de los jóvenes de color ha influido en sentido inverso; y la tercera, que la teoría de la «filtración descendente» depende de un intervalo de tiempo entre los estilos que

llevan los ricos para que posteriormente sean adoptados por las clases más bajas, lo cual dado el volumen de producción actual, ya no es el caso. Partington (1992) ataca la emulación de forma más radical en su versión sobre la clase trabajadora femenina y el «New Look» de Dior. Sugiere que las mujeres trabajadoras no emularon este *look*, sino que lo adaptaron a su manera, lo cual no supuso una versión «pasada por agua» o menos creativa de la cosa «real». Mc-Cracken (1985) ha intentado volver a evaluar el modelo de emulación, poniéndolo al día al examinar las relaciones de poder entre los géneros. Su exposición contempla la emulación de la mujer profesional y de negocios del traje masculino para el trabajo. Arguye que esta nueva raza de mujeres profesionales querían ocupar la misma posición que los hombres en el trabajo y, para conseguirlo, emularon el aspecto trajeado establecido como uniforme para los hombres de negocios. Sin embargo, para desarrollar este argumento tiene que «probar» que el grupo dominante (es decir, los hombres) está alterando ahora su estilo, al haber cada vez más mujeres que llevan traje. Es evidente que no es así: McCracken no da muchas pruebas que apoyen esta tesis. No obstante, la cuestión principal es que la emulación como modelo para explicar el vestir es demasiado mecanicista y simplista. (En los capítulos 3 y 7 se trata el tema de la emulación y de sus problemas con mayor profundidad.)

A la cuestión de por qué la moda cambia de este modo responden algunos autores haciendo referencia al *Zeitgeist* (por ej.: Ditcher, 1985). En esta visión se considera que la moda responde a los cambios sociales y políticos. Es una explicación de las que han pasado a formar parte del «folclore» cotidiano, que se evidencia en la comúnmente citada idea de que las faldas bajan en las épocas de depresión económica, como en los años treinta, y suben en los momentos de bonanza económica, como en los sesenta. Las guerras tienen mucha importancia en esta línea de pensamiento. Durante la Primera Guerra Mundial, por ejemplo, un gran número de mujeres fue a trabajar y se supone que ésa fue la causa del abandono del corsé y de las incómodas faldas largas del período anterior, y en estos términos de entorno explicativo los comentaristas interpretan el «New Look» de Dior como parte del movimiento de los cincuenta para conseguir que la mujer volviera a ser más femenina y decorativa tras la masculinizadora influencia de la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, hay muchos problemas con este criterio, uno de ellos es que tiende a simplificar en exceso la moda: tal como observa Wilson: «Tales afirmaciones son demasiado obvias para ser totalmente ciertas y la historia que representan incorrectamente es más compleja»

(1985, pág. 46). El «New Look» en realidad se puede situar en una época anterior al estallido de la Segunda Guerra Mundial: Bell (1976), por ejemplo, dice que los trajes de Vivien Leigh en *Lo que el viento se llevó* (1939) anticipaban el estilo Dior de la posguerra. El estudio cuantitativo de las modas femeninas desde el 1600 hasta el 1930 realizado por Richardson y Kroeber (1973) quizá sea el más exhaustivo intento de correlacionar la moda con el cambio social. Al examinar las ilustraciones de la moda de tres siglos, no pudieron hallar ninguna prueba concluyente que sugiriera que los cambios sociales influyeron en ninguna dimensión particular de la silueta femenina. Por el contrario, Bell sugiere que el vestido no suele reflejar el clima social: aunque se puedan establecer algunas conexiones durante parte del tiempo, la conexión no «es del tipo de causalidad mecánica» (1976, pág. 102). Si intentamos determinar los movimientos políticos y sociales, siempre encontraremos excepciones a la regla, porque la moda tiene un doble filo. Bell también continúa diciendo que, si concedemos rienda suelta a la teoría del *Zeitgeist*, ésta se convierte en una hipótesis casi sobrenatural, de proporciones más metafísicas que sociales.

Una tercera línea argumentativa para responder a por qué las modas cambian de ese modo es la que se centra en intentar explicar la razón por la que las modas femeninas cambian con tal rapidez. Laver (1969, 1995) dice que hay una única regla que rige la moda de las mujeres, o sea, el «principio de seducción»: los vestidos femeninos están pensados principalmente para resaltar su atractivo sexual para los hombres. Por otra parte, los trajes masculinos no cambian con la misma rapidez que los de las mujeres y se rigen por el «principio de jerarquía»: en ellos se trata de resaltar su posición social. La rapidez con la que cambian las modas de las mujeres, Laver la explica mediante su teoría del «cambio de la zona erógena».*En distintas ocasiones, los vestidos femeninos muestran una parte concreta de su cuerpo, pero a fin de mantener el deseo del hombre, esa zona ha de ir cambiando continuamente. Así, por ejemplo, el autor comenta que en los años veinte los hombres se cansaron de las piernas de las mujeres y en los años treinta cambiaron la atención a la espalda, provocando de ese modo una innovación en la moda femenina.

Tal como atestiguan algunos autores (Bell, 1976; Hollander, 1994; Polhemus y Proctor, 1978; Rouse, 1989; Steele, 1985, 1996; Wilson, 1985), hay un vínculo definido entre la ropa y el erotismo. Wilson, por ejemplo, arguye: «Parece tan obvio que la ropa ha de tener alguna relación con la sexualidad que dicha suposición ni siquiera se cuestiona»

(1985, pág. 91). Incluso en las sociedades donde se lleva poca ropa, es normal vestirse para las ceremonias de formas que sirven para resaltar el atractivo sexual. Los trajes fetichistas, tal como demuestro en el capítulo 6, también son testimonio del poder de la ropa para incitar el deseo sexual y, de hecho, en Occidente muchas prendas de vestir, por ejemplo, los corsés, y materiales como la piel y el caucho se han asociado al sexo (Kunzle, 1982; Wilson, 1985; Polhemus, 1994; Steele, 1985, 1996). Sin embargo, aunque indudablemente exista un vínculo entre el vestir y la sexualidad, la solución de Laver (1969), que sitúa el erotismo como la causa principal de los cambios en la moda femenina, es inadecuada. Según Wilson, es muy difícil determinar qué zona erógena muestra la ropa, «los pantalones pueden revelar la pierna o el trasero», por ejemplo (1985, pág. 92). La autora también sugiere que hay una serie de ejemplos de vestidos femeninos, como las prendas que se usan para el trabajo, que procuran «encubrir» la sexualidad, lo cual demuestra que el erotismo y el exhibicionismo no explican toda la moda. Polhemus y Proctor (1978) también sugieren que la teoría de la atracción erótica no puede explicar los múltiples estilos de vestir que nada tienen que ver con el erotismo. Por ejemplo, no puede explicar la moda femenina de los pantalones de soldado para las mujeres a finales de los noventa; estas prendas evidentemente no parecen tener ningún rasgo erótico, ni dejar al descubierto ninguna parte del cuerpo.

Problemas con las explicaciones que responden a los «porqués»

Entre los problemas con las explicaciones y teorías que responden a los típicos «porqués», se encuentra el hecho de que la literatura es demasiado simplista y metodológicamente inocente. Habla de las historias de la moda como algo evidente por derecho propio y expone la narrativa del cambio como una única fuerza motivadora: competitividad por la posición social (Veblen, 1953), «el cambio de la zona erógena» (Laver, 1969), el «impulso neurótico» o «el sonrojo perpetuo en el rostro de la humanidad» (Flügel, 1930). Este tipo de teoría da como fruto la organización de la historia de la moda en términos de narrativas unilineales y limitadoras. Otro problema es que, muchas veces, se describe la moda como algo «feo» e «irracional» o hasta trivial o banal, produciendo de ese modo teorías muy moralistas. Puesto que la literatura sobre la moda tiende a centrarse en la mujer, estas macroteorías a menudo han producido explicaciones simplistas, moralizadoras y condescendientes sobre la implicación de la mujer en

el vestir: por ejemplo, Laver (1969) crea mujeres víctimas pasivas de la «mirada masculina» (Mulvey, 1975); Veblen al hablar sobre la relación de las mujeres con la moda las presenta como «esclavas exquisitas» y víctimas de la irracionalidad de la moda.

Sin embargo, un problema general y quizá más importante con todo este tipo de preguntas sea que terminan en una macroteoría que intenta explicar el sistema de la moda de un modo que lo comprenda todo. Tal como se ha demostrado más arriba, cada teoría tiene sus propias limitaciones básicamente porque todas intentan hallar una explicación única del adorno o de la moda. Este tipo de criterio sobre el vestir y el sistema de la moda reduce a una sola causa y efecto lo que en realidad es un fenómeno complejo. La literatura no reconoce la moda como una práctica socialmente constituida que no puede ser entendida por separado, sino como parte de una amplia gama de otras fuerzas sociales, como la clase, la raza y el género. Además, los planteamientos de los «porqués» con su tendencia a generalizar no pueden dar una explicación de la acción por parte de hombres y mujeres. No hay una justificación de la práctica del vestir: el teórico se sienta a distancia, interpreta la moda o, de hecho, las formas en que la gente la transforma o se resiste a ella en la práctica.

En contra de estas teorías, el argumento que aquí se expone es que la ropa se ha de entender como una práctica contextuada resultado de las complejas fuerzas sociales y de las negociaciones individuales en la vida diaria. Un criterio del vestir que adopta el entorno de la práctica contextuada se opone al crudo reduccionismo y rechaza cualquier intento de aislar la moda como una fuerza determinante y omnipotente. En lugar de ello, el sistema de la moda establece parámetros en torno al vestir, pero dentro de estos parámetros hay muchas prácticas de vestir que dependen de una serie de distintas estructuras sociales. Considerar el vestir desde esta perspectiva implica investigar experiencias e interpretaciones prácticas de la moda, así como de los factores que la mediatizan. Ello contrarrestaría la tendencia a generalizar sobre *todos* los vestidos, propia de la «gran teoría».

Vestir y moda como comunicación

La polémica ha examinado hasta el momento los problemas relacionados con muchas de las explicaciones universales del adorno extraídas de la antropología, así como las limitaciones de una serie de interpretaciones clásicas que intentan explicar la dinámica específica del sistema de la moda. Sin embargo, tal como he indicado más arriba, una explicación de todas las

formas de adorno, tradicionales y modernas, es que éstas surgen de la tendencia humana a comunicarse mediante símbolos. La idea de que los humanos comparten una necesidad fundamental de comunicarse es comúnmente aceptada ahora como marco explicativo predominante entre los antropólogos del vestir y los teóricos de la moda. La antropología ha proporcionado las pruebas que indican que todas las sociedades humanas modifican el cuerpo mediante alguna forma de adorno y que eso, junto con el lenguaje, se propone como una tendencia universal. La idea de que el vestido es comunicativo ha sido adoptada por teóricos como Barnard (1996), Davis (1992), Lurie (1981), Polhemus y Proctor (1978), Rouse (1989) y Wilson (1985), y utilizada para explicar el propósito de la moda en las sociedades modernas. Esta hipótesis es más fructífera que otras teorías sobre el vestir, el adorno y la moda: la ropa y otros adornos se pueden llevar por razones instrumentales o para protegerse, pero también forman parte de la cultura expresiva de una comunidad. De ello se deduce que si la ropa es un aspecto expresivo o comunicativo de la cultura humana, es porque de algún modo ha de ser significativa. Un criterio claramente discernible sobre el tema del significado en la moda y en el vestir es el que ha surgido del estructuralismo y la semiótica, puesto que posee un campo de trabajo más nebuloso que explora los aspectos comunicativos de la moda y el consumo dentro de la modernidad y la posmodernidad. Este último abarca desde los trabajos históricos que examinan la aparición de la moda y el papel que desempeñó en la modernidad hasta explicaciones del significado de la misma en la vida moderna reciente, criterio que se centra principalmente en el papel de la moda en la construcción de la identidad. Un ejemplo del criterio de la moda como comunicación es el que lleva al uso de la analogía entre moda y lenguaje, considerando el modo en que la moda funciona «como un lenguaje». La naturaleza lingüística de la moda y el vestir es tenida en cuenta por teóricos como Davis (1992), Polhemus y Proctor (1978) y Rouse (1989), pero llevada a extremos en la obra de Lurie (1981). Ella sugiere que la moda tiene una «gramática» y un «vocabulario» como los lenguajes hablados, lo que hace que el vestir teóricamente sea más amplio que el lenguaje oral, incluyendo el peinado, la postura corporal, la forma de andar, etc. Existen equivalentes sartoriales de «palabras anárquicas», tabúes (por ej.: los trajes de hombre) y palabras del «lenguaje callejero» (como los téjanos), mientras que accesorios como los pendientes y sombreros se pueden comparar con los adjetivos. Hay una serie de problemas con esta aplicación directa del lenguaje a los modelos de la moda. Davis (1992) indica que se puede pensar en la

confección como en un lenguaje, pero sugiere que cuanto más ambiguo es el lenguaje musical mejor capta la igualmente ambigua naturaleza de la ropa. Por consiguiente, arguye que la idea del lenguaje se debe aplicar a la moda metafóricamente y no en un sentido literal y prosigue sugiriendo que la idea de un código es especialmente útil: un código es el «ligamento que une las interpretaciones compartidas que comprenden el ámbito de un discurso y, por ende, sus arreglos sociales asociados» (1992, pág. 5). Hay códigos sociales del vestir, pero éstos van muy ligados al contexto y no hay equivalente para una frase en el vestir, ni modo de que la ropa nos pueda transmitir un mensaje preciso como una frase hablada. La ropa para Davis es significativa, pero sus significados son ambiguos e imprecisos. Su verdadero poder procede de su capacidad para sugerir, evocar y oponerse a un sentido establecido. Tseélon (1997) también demuestra la ambigüedad de la ropa. Pidió a un conjunto de mujeres que asistieran a un grupo de prueba vestidas de modo que «expresara quiénes eran» y comparó las intenciones de cada una con las interpretaciones que ellas mismas hicieron de las demás: el resultado fue una considerable confusión y mala interpretación. Por consiguiente, parece que si los mensajes del vestir no son tan claros o precisos como el lenguaje verbal, la analogía de Lurie se vuelve insostenible. Esta incapacidad de «leer» eficazmente la ropa la destaca Campbell (1997), que critica la premisa de que la ropa de moda es comunicativa. El autor sugiere que el gran malentendido que conlleva la lectura de la ropa que llevan los demás refleja la dificultad de asignar significado alguno a la indumentaria.

Sin embargo, mientras la aplicación directa del lenguaje modele la moda, habrá problemas. El modelo estructuralista y su método, prestado de la lingüística estructural de Ferdinand de Saussure, se ha convertido en el marco de referencia predominante dentro de los estudios culturales. El estructuralismo está interesado en el significado y en cómo es posible éste en los sistemas de comunicación. Saussure propuso que el significado que cobraban los signos no se debía a nada intrínseco, sino a su capacidad para sustituir a las cosas. El signo comprende dos elementos, el significante (es decir, el sonido o imagen del signo) y lo significado (el concepto asociado al mismo). Los signos consiguen su identidad del uno al otro mediante su diferencia con otros signos y su significado (en el lenguaje o en cualquier otro sistema de signos) del modo en que los signos se combinan con otros signos. Mientras Saussure desarrollaba su teoría en relación con el lenguaje, vio el potencial de su perspectiva para el estudio de todos los

sistemas de signos y auguró que se desarrollaría una «ciencia de los signos», a la que él denominó semiología. Dicha «ciencia» proveería de un método para entender el significado de todas las prácticas comunicativas, incluyendo el vestir. La semiótica bebe de las fuentes del sistema del lenguaje de Saussure, pero de observar la comunicación escrita pasa al fenómeno no verbal. El propósito de los análisis semióticos ha sido explicar la *moda* como un sistema, más que como una forma de *vestir* cotidiana, y hacer referencia a los *textos sobre la moda*, más que a las prácticas. Las razones para este interés son puramente metodológicas.

Roland Barthes, que tuvo un papel bastante influyente al establecer la semiología (o semiótica), ofrece una visión estructuralista clásica sobre la moda en *Sistema de la moda* (1985) y demuestra con mucha claridad las preocupaciones metodológicas estructuralistas. Barthes relata su decisión de hacer hincapié en el texto sobre la moda, en lugar de hacerlo en su representación visual o en las prendas reales que se llevan, en su afán de «reconstruir paso a paso un sistema de significado, de una forma más o menos inmediata» (1985, pág. x). Dice que es Impureza estructural» del texto sobre moda el que influyó en su decisión: la prenda real y su representación están cargadas de problemas prácticos, pero los textos de las revistas ofrecen la mejor oportunidad de estudiar un fragmento de la moda en un momento dado:

[...] Sólo la prenda escrita carece de función práctica o estética: está enteramente constituida de acuerdo con una visión para adecuarse a un significado concreto. Si la revista describe cierto artículo de vestir verbalmente, lo hace con el único fin de transmitir un mensaje cuyo contenido sea: *Moda*; [...], la ropa escrita está libre de cualquier función parasitaria y no comporta una temporalidad confusa (1985, pág. 8).

Barthes, por consiguiente, reconoce las limitaciones de esta elección en términos de una sociología de la moda, al sugerir que un análisis que sólo contemple el sistema escrito podría defraudar a los sociólogos porque no trata sobre la moda como una institución y en realidad puede que sólo nos hable de la semiología. El enfoque estructuralista, tal como lo desarrolla Barthes, pone entre paréntesis otros aspectos igualmente importantes del sistema de la moda, como los aspectos comerciales e industriales, a la vez que éstos se incorporan en las prácticas cotidianas del vestir. El enfoque estructuralista, regido por los intereses metodológicos, es propulsado hacia los textos más que hacia las prácticas. La «pureza estructural» del texto se debe a que es un

momento «congelado» o «estático», mientras que la acción social es compleja, dinámica y difícil de comprender. Tal como atestigua la propuesta de Barthes, es mucho más fácil estudiar un fragmento de un texto que los complejos mecanismos de una industria como la de la moda o las complejas y nebulosas negociaciones que constituyen las prácticas diarias del vestir. La relativa comodidad del método estructuralista, que se puede realizar desde el sillón, lo convierte en una opción popular para los teóricos. Esta clase de literatura sobre la moda se ha centrado en «leer» las fotografías, revistas y anuncios como si fueran textos.

Evans y Thornton (1989), por ejemplo, se proponen volver a evaluar las teorías del narcisismo femenino y las de la mascarada a través de las revistas para mujeres y las fotografías sobre moda. En un capítulo examinan seis fotografías de moda y analizan semióticamente la disposición interna de los elementos de las mismas. De esta manera, Breóles (1989) analiza el modo en que Heimunt Newton orquesta «el aspecto» en sus fotografías de moda. Nixon (1996), dejando atrás la semiótica, recurre al psicoanálisis y al análisis postestructural de Foucault (así como al trabajo empírico sobre marketing y prácticas publicitarias) para examinar la organización de la imagen en las revistas de estilo para hombres, centrándose en la moda fotográfica y en las distintas representaciones del «nuevo hombre» que alcanzó popularidad en los ochenta.

En su análisis de las subculturas juveniles, Dick Hebdige (1979) recurre directamente a la tradición saussuriana para hablar sobre los «signos» adoptados por la subcultura para crear significado dentro de la misma y dar una identidad al grupo. Su análisis semiótico pasa de los textos escritos, como en el análisis de Barthes, a los usos de los objetos por parte de las jóvenes subculturas. Hebdige utiliza este concepto para sugerir que las subculturas «roban» o se «apropian» de objetos de la principal corriente cultural, pero que al hacerlo les «infunden» su propio significado. Un sencillo objeto como puede ser un impermeable con los significados domésticos que se le asocian está in-fundido de significados subversivos y agresivos cuando atraviesa la nariz de un *punk*. Así, Hebdige propone una explicación del significativo papel desempeñado por el «estilo» dentro de la subcultura juvenil. Aunque la solución de Hebdige no se basa en los textos sobre moda, sino en las prendas «reales» y en sus usos dentro de los grupos sociales, esta explicación del estilo sigue siendo estructuralista debido a su enfoque metodológico. Hebdige *textualiza* la práctica subcultural del vestir: lee

el cuerpo estilo de la subcultura *como si fuera un texto*. Dicho textualismo no hace distinciones entre leer una revista de moda o el cuerpo de un *punk* o de un *mod*. Esta capacidad de textualizarlo todo sirve para poner entre paréntesis los cuerpos vivos reales tal como se viven y se experimentan. El método estructuralista, al intentar hallar las relaciones entre los elementos de una estructura, pone distancia entre el teórico y los sujetos investigados, puesto que el análisis semiótico se puede hacer desde el sofá o el despacho y no requiere entrar en el campo de la acción (Bourdieu, 1989).

Este encerrar el mundo entre paréntesis fuera del texto es una postura epistemológica y metodológica deliberada, adoptada por los estructuralistas, que claman que no se puede conocer el mundo más allá de sus representaciones. Esta postura desplaza eficazmente la idea de corporeidad y del individuo y no puede darnos aclaración alguna de la experiencia o la acción. Por consiguiente, nada puede decirnos sobre qué sentido dan las personas a la moda, qué placeres les aporta o cómo la moda estructura la experiencia del vestir y las decisiones que tomamos a diario sobre qué ponernos. Existe todavía otro problema con este método, así como con otros estudios de la moda que se centran en los textos, y está relacionado con la postura del teórico que al «leer» retratos permanece a distancia de las prácticas reales. Bourdieu (1989), en su crítica del estructuralismo, arguye que éste mantiene una postura distanciada del mundo, pero que asume una posición de superioridad; la reivindicación implícita del estructuralista es que sabe más, que tiene un mayor entendimiento y visión que las personas a quienes ellos observan. Por eso, el trabajo de Hebdige sobre las subculturas no nos ofrece una explicación sobre lo que hace la gente y lo que quiere decir con su forma de vestir: su análisis no considera lo que los participantes de la subcultura dicen sobre su atuendo. Por el contrario, el autor nos ofrece su propia interpretación de su vestimenta y de lo que significa. La lectura estructuralista da por hecho que existe un significado objetivo que se puede deducir desde fuera y que el método del análisis estructural puede descifrar.

No obstante, el estructuralismo no es del todo responsable de esta tendencia a enfocarse en los textos. Las contribuciones al estudio de la moda dentro de la historia del arte y de la teoría del cine se han enfocado igualmente en los textos más que en las prácticas. Gaines y Her-zog (1990) indagan el significado del cuerpo vestido en los textos, principalmente en textos de cine, mientras que Hollander (1993) explora «de qué modo la ropa en las obras de arte guardaba relación con

la ropa en la vida real» (1993, pág. xi). Hollander sugiere que las cualidades formales del arte son importantes para esclarecer el camino sobre cómo se han de llevar los trajes y qué aspecto ha de tener el cuerpo con ellos hasta el punto de que «la forma en que la vestimenta impacta al ojo resulta estar mediatizada por suposiciones visuales actuales extraídas de las fotos de personas vestidas» (1993, pág. xi). Sin embargo, la atención que presta Hollander al arte para esclarecer el vestir, aunque no es inusual (es la perspectiva estándar dentro de la historia del arte y de la indumentaria) es problemática debido a que la autora extiende su análisis de las representaciones para sugerir la forma en que éstas pueden haber influido en cómo se percibe la ropa y la desnudez en general. Bell (1976), por ejemplo, advierte ser precavido al confiar en los cuadros y en las ilustraciones, puesto que es probable que el pintor exagerara la prenda y que la persona retratada hubiera elegido llevar un traje elaborado para la ocasión. Los cuadros no necesariamente nos informan sobre la ropa que se llevaba a diario. Tampoco son de mucha ayuda porque las prendas retratadas en el arte suelen ser las que llevaba la élite, no las de las «personas ordinarias». Por este motivo, De la Haye (1988) y Taylor y Wilson (1989) no se fijan en los retratos sino en otros tipos de representaciones para examinar las modas a lo largo de las eras. Hay otro problema de fijarse en las imágenes artísticas, o en realidad en cualquier imagen, según McDowell (1992) y Bell (1976), quienes arguyen que la información visual es sólo una parte más del vestir: lo que nos falta en estos registros históricos es el *sonido* y el *tacto* sensual de la ropa. La afirmación de Hollander de que «la figura vestida tiene un aspecto más persuasivo y extenso en el arte que en la realidad» (1993, pág. xi) apunta a una investigación metodológica no muy distinta al deseo de Barthes de investigar el funcionamiento del sistema de la moda contemplándola en las revistas. El cuerpo en el arte puede presentar una imagen estática, limpia, más «general» que en la realidad y por consiguiente puede que sea más fácil de estudiar. Sin embargo, la ropa en la vida diaria no es como en el arte, ni pretende serlo: la ropa cotidiana adopta la forma del cuerpo y al hacerlo se arruga, se pliega, se rasga, etc. Por consiguiente, los criterios textuales no nos hablan de los muchos otros aspectos de la moda y del vestir.

No quiero sugerir que dichos criterios no sean válidos, puesto que sirven al propósito de aclarar la forma en que se representa la indumentaria, aunque sea de un modo idealizado. Lo que es problemático es el predominio de criterios que se centran en los textos excluyendo otros temas que conciernen a la moda y al vestir, así como la tendencia a

extender el análisis de los textos más allá del propio texto, como hace Hollander (1993). Al textualizar la moda y el vestir, estos criterios a veces pueden ser limitadores; si las prácticas se reducen a los textos, la complejidad de la moda y del vestir y el modo en que ésta se encarna son mayoritariamente rechazados. Los estudios de la moda y del vestir en cuanto a cómo se viven y experimentan son igualmente válidos, pero no han encontrado mucho lugar dentro de la literatura histórica y contemporánea. El estudio de la moda y del vestir como práctica corporal contextualizada se aparta del enfoque único en los textos, aunque dichas influencias estructurales, como las pinturas y las revistas de moda, también se hayan de considerar. Tiene en cuenta cómo la gente explica su relación con la moda y el modo en que se visten para los acontecimientos sociales específicos. El interés por las explicaciones subjetivas requiere pasar al «campo» de la acción, en lugar de mantener la postura de distanciamiento propia del estructuralismo. El concepto de práctica corporal contextualizada también reconoce el vestir como una experiencia de *corporeidad* y como el resultado de acciones prácticas llevadas a cabo por los individuos sobre sus cuerpos.

CRITERIOS TEÓRICOS II: LA MODA Y LAS CONDICIONES DE LA VIDA MODERNA

Ha surgido otra rama de la literatura sobre la moda que analiza sus habilidades comunicativas y su papel en la vida moderna o posmoderna. Los trabajos de Finkelstein (1991), Giddens (1991), Sennett (1977), Simmel (1971) y Wilson (1985, 1992) han intentado comprender la moda como un aspecto integral de la modernidad y de la posmodernidad. Aunque se hablará con más detalle de estos criterios en los capítulos 3 y 4, vale la pena mencionar algunos puntos importantes sobre esta literatura. Hay una serie de temas que unen estas versiones: se centran en la naturaleza de la identidad bajo condiciones de cambio rápido, exploran los recursos para el yo que la modernidad ofrece para hacer frente a dichos cambios y examinan el papel que ha desempeñado el vestido en la presentación del yo en el escenario social moderno. Estas exposiciones tratan de los intereses sociológicos porque examinan el sistema de la moda, no desde el punto de vista de la psicología humana o desde la idea del sistema de signos incorpóreo, sino que examinan las fuerzas sociales que están en funcionamiento dentro de

un sistema de vestir y sitúan la moda dentro del contexto de desarrollo de la modernidad.

Wilson ofrece un fuerte argumento para considerar la moda en términos de modernidad en *Adorned in Dreams* (1985). Critica las distintas teorías que se han formulado para explicar la moda (la de la emulación, la del *Zeitgeist*, la de la moda como lenguaje, la del psicoanálisis, etc.) por considerarlas limitadoras y por no ver «los aspectos creativos y útiles de la moda», su «tentadora y escurridiza esencia» (1985, pág. 58). En su lugar propone que los conceptos de «modernismo» y «modernidad» captan esta esencia. La moda, sugiere esta autora, posee una afinidad con el arte moderno y una serie de diseñadores de moda han bebido intencionadamente de sus fuentes. El concepto de modernidad se moviliza porque «parece útil como forma de indicar el incansable deseo de cambio característico de la vida cultural en el capitalismo industrial, el deseo de la novedad que tan bien expresa la moda» (1985, pág. 63). La moda también forma parte de la experiencia moderna porque es esencial para experimentar la ciudad moderna; el vestir es «una técnica de supervivencia» en una metrópolis que te pone en contacto con lo desconocido.

El asunto de la ostentación y de la presentación de uno mismo en la ciudad es, asimismo, el tema principal de Richard Sennett en *El declive del hombre público* (1977). En su relato, el desarrollo de la burguesía y la creciente separación entre lo público y lo privado que se produjo desde finales del siglo XVIII y durante el siglo XIX son la causa de la erosión de la vida pública del individuo. En el transcurso del siglo XVIII y con el surgimiento del Romanticismo, la esfera pública se vio dañada por la intrusión de la esfera privada, a lo que se unió el mandato de ser «auténtico» en público. Esto puede verse en los tres tipos de prendas que se llevaron en dicha época. Hasta aproximadamente mediados del XVIII, el aspecto físico no se contemplaba como una expresión del yo, sino como una actuación «a distancia del yo». La figura aristocrática del siglo XVIII, tanto masculina como femenina, habría llevado trajes altamente elaborados, un maquillaje exagerado y flamantes pelucas, pero esta sorprendente imagen no estaba destinada a presentar la individualidad de la persona. El traje elaborado colocaría al cuerpo (y por ende a la identidad) del portador a distancia como hace el «disfraz» en el teatro: el cuerpo era un «maniquí». La imagen era juego y actuación, y eso permitía a los individuos vivir plenamente en público. Sin embargo, cuando el Romanticismo tomó las riendas, desafiando lo artificial y celebrando al hombre «natural» y «auténtico», surgió la idea

de que la ropa y el aspecto debían estar relacionados con la identidad de la persona.

El individuo moderno es, pues, alguien consciente de que está siendo interpretado según su aspecto (tal como veremos en el capítulo 4). Este tema también es tratado por Joanne Finkelstein (1991). Al igual que Sennett, la autora está interesada en el desarrollo de «narrativas autenticadoras» que vinculan la imagen con la identidad. Mientras las teorías fisonómicas populares en el siglo XIX ahora podrían parecernos pintorescas, Finkelstein dice que éstas todavía no han desaparecido: la forma común que adoptan es interpretar a las personas tomando su cuerpo, su forma de vestir y su aspecto general como referencia. Dado que la gente es consciente de la importancia que se da a su aspecto, cada vez elige más manipularlo mediante cirugía estética o indumentaria; también es cierto que cada vez somos más conscientes de que la imagen puede no ser «auténtica» o ser artificial. El mundo moderno, según Finkelstein, es, pues, extrañamente contradictorio.

En los capítulos 3 y 4 hablo de que se puede hallar el origen de la creciente importancia que se le ha asignado al cuerpo con bastante anterioridad al siglo XVIII y se podría considerar parte de un «proceso de civilización» más largo. Elias (1978) indica el modo en que el cuerpo se convirtió en un lugar para demostrar la posición social y la distinción en las sociedades de las cortes europeas. En la corte, los papeles sociales y la posición se manifestaban por el grado de control corporal, buenas maneras y gentileza de las que se hacía alarde, y los caballeros podían subir o descender de categoría según su habilidad para manejar su cuerpo y mantener una imagen «civilizada». Elias afirma que este proceso civilizador no termina nunca. Se podría decir que los procesos identificados por el autor son la prehistoria de los análisis de Sennett y Finkelstein de los distintos énfasis sobre el aspecto físico en los siglos XVII, XVIII y XIX. En la sociedad contemporánea, los cuerpos no son sólo los portadores de la clase y la distinción, tal como indica Bourdieu (1984), sino que el cuerpo se ve cada vez más como el portador del yo, lo que significa «individualidad» y «autenticidad». Featherstone (1991b) cataloga los cambios sociales y culturales que han sido responsables de la creación del «yo en acción», que, según él, apareció a principios del siglo XX. Examina la extensión de las nuevas formas de representación en la vida cotidiana, especialmente en la fotografía y en las películas de Hollywood, y arguye que éstas, junto con la industria de la cosmética, han dado mayor importancia al aspecto físico y a la salud, la juventud y la belleza. Según Featherstone, esto ha producido un yo moderno que está extremadamente

interesado en la impresión que causa en los demás; el aspecto se ha vuelto importante en la búsqueda de la felicidad y la realización. Shilling (1993) expone a una teoría similar cuando habla de la aparición de una serie de «proyectos corporales» a finales del siglo XX, como la dieta y el culturismo, que intentan ganar control sobre el aspecto del cuerpo y que están pensados para potenciar la propia habilidad de conseguir satisfacción personal de la vida.

Otro intento de comprender la naturaleza de la modernidad y de su impacto sobre el yo es el que se centra en un importante aspecto de la misma citado por Bauman (1991), Davis (1992), Finkelstein (1991) y Giddens (1991), es decir, la ambivalencia. El mundo moderno o posmoderno es un torbellino social caracterizado por una pérdida de la seguridad, un mundo donde «todo lo sólido se funde en el aire» (Berman, 1983). Al yo moderno, esta fragmentación le produce ansiedad y una crisis de identidad, aunque no todos los individuos experimentan lo moderno como una amenaza o una alienación. Es en este mundo donde la moda abre posibilidades para enmarcar al yo, al menos momentáneamente, puesto que ésta siempre está cambiando, nunca es estable. Tal como arguye Davis (1992), la moda proporciona símbolos, aunque efímeros, para fijar la identidad a la vez que juega con la inestabilidad de la misma. El paseante ocioso de Baudelaire (Baudelaire, 1986; véase también Benjamin, 1989) y el dandi son ejemplos del yo moderno (del que se habla en el capítulo 4) que explota las libertades de la ciudad y atraviesa sus avenidas y bulevares para ver y ser visto. Sin embargo, la ropa en el mundo moderno está preparada para hacer frente a la ambivalencia aunque, tal como señala Davis (1992), la moda no ofrece soluciones simbólicas permanentes, sólo temporales. En las obras de Giddens (1991) y Beck (1992) se analiza el modo en que la identidad se convierte en un lugar para trabajar. Aunque no tratan específicamente del vestido, ambos postulan la idea de que la identidad moderna se ha convertido en un «proyecto reflexivo». El yo moderno es cada vez más consciente de sí mismo, incluyendo su aspecto, y es capaz de intervenir y actuar sobre él.

Estas teorías de la modernidad son perspicaces, ofrecen respuestas sobre cómo se forja la identidad en la sociedad contemporánea. Son especialmente útiles para comprender de qué forma la moda se desarrolla como una técnica del vestir, empleada conscientemente para forjar una identidad apropiada para el escenario moderno. Esta literatura sobre la moda y la modernidad es de considerable valor a fin de comprender y *trazar* una historicidad de las prácticas actuales del ves-

tir. No obstante, uno de los problemas es su incapacidad de apoyar estas ideas con trabajo empírico sobre las prácticas del yo. Tseélon (1997) es una notable excepción a la tendencia teoricista. Ella no sólo intenta interpretar las formas en las que se ha construido la feminidad en los textos cristianos y en otros, por ejemplo, sino que también ha indagado el modo en que estas ideas han enmarcado las interpretaciones femeninas sobre su imagen y cómo han influido en sus estrategias para vestirse. Por consiguiente, la autora ha entrado en el trabajo de campo entrevistando a mujeres sobre cómo se presentan en público y qué eligen para vestirse y de este modo se ha acercado a la comprensión del vestir como «práctica contextuada».

CRITERIOS EMPÍRICOS

Los dos grandes criterios teóricos que hemos visto anteriormente tienden a teorizar, aunque no a investigar empíricamente sobre el vestir en la vida cotidiana. Las dos ramas que han realizado trabajo empírico sobre las prácticas que giran en torno al vestir son la antropología y la psicología social.

El enfoque etnográfico adoptado por la antropología ha dado como resultado versiones detalladas y con fundamento sobre los significados y prácticas del vestir dentro de contextos culturales específicos. Por ejemplo, se han dirigido trabajos sobre la construcción del género entre la comunidad británica en la india colonial (Callaway, 1992), el significado en torno a la ropa maternal (Bailey, 1992), los significados que se dan a las prendas en las distintas culturas (Weiner y Schnieder, 1991) y las prácticas del velo de las mujeres egipcias de la clase administrativa (Hoodfar, 1991). Estos estudios prestan mucha atención a los significados culturalmente específicos y a las prácticas del vestir en un contexto en particular. Hoodfar, por ejemplo, muestra cómo la práctica del velo en Irán es muy distinta a la de las mujeres egipcias, lo cual demuestra la complejidad de esta práctica.

Aunque sería inadecuado generalizar entre todos estos estudios, puesto que su valor procede precisamente del hecho de que tratan de los detalles del vestir en los diferentes contextos, algo que sí comparten es un interés en las prácticas locales en torno al mismo. Estas exposiciones sobre la moda son bastante distintas de las estructuralistas, porque se preocupan de los significados del vestir tal como son entendidos y vividos por un grupo. A diferencia del semiótico, el etnógrafo no se sitúa a distancia o fuera del grupo, sino que construye

una imagen de la práctica del vestir partiendo de la observación y la participación. Puesto que son relatos sobre la práctica del vestir en culturas no occidentales, no pretenden contribuir a la comprensión de dicha práctica en Occidente. Para ello, hemos de recurrir a la psicología social, donde se han llevado a cabo algunos estudios detallados.

La psicología social se interesa por el vestir en lo que respecta a cómo es utilizado por el individuo y qué papel desempeña en la comunicación interpersonal. Tseélon (1997), por ejemplo, se centra en cómo se visten las mujeres e investiga las restricciones de sus elecciones. También hay una pequeña rama de la literatura sobre estos temas respecto a la forma de vestir de la mujer profesional. En una colección editada por Soloman (1985) se reúnen dos estudios sobre la forma de vestir de la mujer profesional: Cash (1985) y Ericksen yjoseph (1985). Estos estudios adoptan un marco metodológico de probar hipótesis (bastante tosco), empezando por un «problema» o pregunta concreta. Para Cash el problema es «el impacto del estilo de ir arreglada en la evaluación de las mujeres que ocupan puestos directivos»; para Ericksen yjoseph es «la motivación de la realización y las preferencias en el vestir de las mujeres administrativas». Ericksen yjoseph indican que «las mujeres administrativas motivadas por la realización profesional llevan más trajes cíe chaqueta que sus homologas que no comparten dicha motivación» (1985, pág. 357), y esta hipótesis ha sido luego probada por encuestas a gran escala basadas en cuestionarios y la prueba de imágenes de mujeres con diferentes prendas. De todos modos estos estudios psicológicos son muy problemáticos. El marco de la prueba de la hipótesis es defectuoso: los métodos son inocentes y no existe reflexión crítica respecto a la metodología, que se adopta para acceder sin problemas a la «verdad» del atuendo de la mujer administrativa. Estos criterios también son incorrectos porque no ofrecen ninguna explicación de los significados subjetivos del vestir. Estos enfoques son, por lo tanto, de poco valor sociológico para un estudio sobre la moda y el vestir.

Este capítulo ha empezado por examinar la literatura sobre la moda, el vestir y el adorno y en él he intentado resaltar los puntos fuertes y los débiles de las diferentes visiones. También se ha explorado la compleja relación de la moda y el vestir y se han examinado cómo los diferencian las distintas ramas de la literatura. He argüido que, en general, las primeras teorías sobre la moda y los cambios de la moda tienden a ser limitadores y mecanicistas, mientras que la literatura sobre la modernidad ha evitado soluciones demasiado simplistas, enmarcando

el papel desempeñado por la moda en la cultura contemporánea al dar una explicación más compleja de la sociedad moderna. A pesar de todo, estas exposiciones tienden a ser teóricas y no tienen en cuenta el modo en que se vive y experimenta el vestir. Otro problema con gran parte de esta literatura es la tendencia a descuidar la naturaleza esencialmente corpórea del vestir. Wilson (1985), hasta cierto punto, ha reconocido el cuerpo en su exposición sobre la moda al admitir que vestirse es «incompleto» sin el cuerpo. Sin embargo, en general, la tendencia a teorizar ha dado como fruto el descuido o el poner entre paréntesis el cuerpo y la corporeidad. En el capítulo 1, he comentado que el cuerpo y la corporeidad son imprescindibles para comprender la moda y el vestir. La moda ocupa un lugar importante en la actualidad para inspirar discursos sobre el cuerpo y juega un papel significativo en delimitar prácticas concretas de vestir, junto con una larga serie de factores. También indico que el vestir es un aspecto necesario de la socialización y, desde la tierna infancia, a los individuos se les hace fijarse en el cuerpo y actuar sobre el mismo de formas específicas. Los discursos sobre la moda y las prácticas del vestir forman, por tanto, un importante componente de la cultura, primordial para el microorden de la vida cotidiana (imagina lo que podría suceder si fueras al supermercado desnudo) y para nuestra relación con el yo y con los demás. La sociología del vestir como práctica corporal contextualizada apunta a ofrecer una solución del vestir en el entorno de lo cotidiano que no sea limitadora o teóricamente abstracta, sino teóricamente compleja y con un fundamento empírico.

CAPÍTULO 3

Moda, indumentaria y cambio social

Para comprender la moda se ha de considerar el tipo de condiciones sociales necesarias para su aparición y qué lugar ocupa dentro de la cultura moderna. La moda ha sido implantada en la cultura europea desde hace muchos siglos, característica de la modernidad europea que, aunque aparentemente trivial, «abarca todos los temas; materias primas, procesos de producción, costes de fabricación, estabilidad cultural [...] y jerarquía social» (Braudel, 1981, pág. 311). Además de analizar las condiciones sociales particulares para su aparición, también es importante tener en cuenta cómo se ha pensado y escrito sobre la moda para atraer la atención de todos los escritores, intelectuales, moralistas, clérigos e historiadores que han hablado, criticado y a menudo condenado la moda y, al hacerlo, nos han dado una idea del lugar que ésta ocupa dentro de la sociedad moderna. Se le ha concedido importancia a la moda en el desarrollo de la clase social, tal como expone Fernand Braudel: «Sujeto a incesantes cambios, el traje es en todas partes un recordatorio constante de la posición social» (1981, pág. 311). Concretamente, se ha visto que desempeña una función en el reto a las antiguas jerarquías y estructuras de poder que plantea la nueva clase capitalista. Las leyes suntuarias y los discursos sobre el lujo y el gusto ilustran la amenaza que supuso la moda para el antiguo orden aristocrático que vio disminuir su propio poder e influencia ante los *nuevos ricos*. La moda también ha sido una forma de expresar el género y la diferencia de

sexos, que poco a poco se ha ido asociando a la feminidad y a la frivolidad, hecho que podría explicar la razón por la que ésta ha sido atacada y condenada, así como marginada dentro de gran parte de la teoría social.

En este capítulo pretendo ofrecer una versión histórica, pero no en términos de una cronología estricta del vestido de moda, pues existen montones de historias que proporcionan una explicación detallada sobre los cambios de la moda en el tiempo. Este capítulo, por el contrario, se centrará en los temas recurrentes de la literatura de la moda, en investigar la relación entre moda y cambio social y en sugerir cómo se ha entendido el cuerpo y su relación con el vestir en distintas épocas. Para ello se requiere algo de cronología a fin de explorar las condiciones sociales, industriales y técnicas necesarias para el desarrollo de la moda en momentos concretos. También es necesaria para situar los debates sobre la moda, el vestir y el cuerpo dentro de su contexto histórico y examinar qué circunstancias históricas delimitan estos discursos en ciertos momentos.

MODA Y CAMBIO SOCIAL

Antes de embarcarnos en esta excursión histórica, en primer lugar es necesario considerar lo que constituye una buena historia de la moda y, de hecho, reflexionar sobre la relación entre moda y sociedad. El sentido común indica un vínculo entre los dos, pero justamente ¿cómo se forma? ¿Qué tipo de sociedad produce un sistema o sistemas de moda? ¿Qué condiciones históricas, sociales, tecnológicas y culturales son necesarias para el continuo desarrollo de la moda? ¿Y qué hay de la relación de la moda con la cultura que la rodea? ¿Avanza, como dicen algunos, con el *Zeitgeist* y lo refleja?

Para un teórico social interesado en los usos, significados y prácticas de la moda y en la relación que tiene con el vestir cotidiano, la historia de la moda supone parte de la decepción. Los relatos tradicionales sobre la moda han tendido hacia la descripción en contra del análisis o la explicación. Estas historias se enfocan en los detalles del vestido, el desarrollo del ojal, el cambio de forma del corsé, la bajada o la subida de las faldas para proporcionar una cronología de la moda y de sus cambios. Christopher Breward (1994), que es bastante crítico con tales historias, alega que descuidan el contexto y los significados del vestir. Sin embargo, sugiere que las críticas dirigidas a tales historias a veces son injustificadas y quizás injustas. La historia de la moda, surgió de la historia del arte como medio de autenticación de las pinturas y ello explica el énfasis que se hace en la

cronología y la atención al detalle. También este rico y minucioso detalle suele proporcionar pruebas documentales de gran valor. No obstante, el autor arguye que la moda se ha de situar en el contexto histórico, tecnológico y del cambio cultural, y ello requiere trascender los términos de la estética.

Breward (1994) también es consciente de los problemas de las pruebas históricas utilizadas por los historiadores de la moda, es decir, representaciones visuales y literarias. Aunque las esculturas, pinturas, grabados y textos literarios sean fuentes importantes de información, hemos de ser precavidos al vincular el traje que describen con la cultura del momento. La interpretación de la prueba histórica requiere sensibilidad al hecho de que las representaciones de la moda y del vestir no son descripciones neutrales. Por ejemplo, las pinturas de la realeza y de las clases altas con sus galas presentan versiones idealizadas del vestir, adulan al modelo y generalmente ofrecen un retrato del mismo, que corresponde con su posición social y poder. Los retratos de campesinos pueden idealizar la vida rural, como en la literatura y en la pintura romántica, o pueden dar una imagen de holgazanería o perversión, como en las pinturas de Brueghel.

Otra dificultad que se plantea y que es necesario resolver al analizar la relación de la moda con la sociedad es la de la causalidad. Como ya he mencionado en el capítulo 2, cuando las historias sobre la moda intentan explicar y analizar los cambios de la moda, el historiador tiende a preguntar los «porqués» y a buscar las causas de la moda haciendo referencia a alguna fuerza omnipotente: el *Zeitgeist*, el «cambio de la zona erógena», la emulación. De estas teorías, las que más han influido han sido las de la emulación y se han implantado en muchos relatos sobre moda (McKendrick y otros, 1983; Veblen, 1953; Simmel, 1971). Por esta razón tales teorías recibirán más atención en el siguiente capítulo (y en el capítulo 7).

Algunos autores responden a la pregunta de por qué la moda cambia tanto haciendo referencia al *Zeitgeist* (por ej.: Ditcher, 1985). Esta aproximación defiende que la moda responde a cambios sociopolíticos y que refleja y reproduce tales cambios. Sin embargo, esta visión plantea muchos problemas. Uno de ellos es que tales explicaciones tienden a simplificar la moda en exceso, enfocándose en aquellos estilos que parecen corresponder al cambio social, mientras olvidan los que no coinciden con el mismo. El vestir no suele reflejar el clima social, según Bell (1976), Wilson (1985) y Steele (1985). Valerie Steele insinúa que la moda «posee una dinámica interna propia que sólo se ve

afectada de modo muy gradual y tangencial por el cambio social dentro de la cultura principal»; la autora dice: «La moda no es un poder en sí misma, sino que su dinámica principal es de orden interno [...]. Las raíces del cambio en la moda *preceden* al gran acontecimiento, ya sea la Revolución francesa o la Primera Guerra Mundial» (1985, pág. 5). Los acontecimientos como las guerras pueden contribuir a un entendimiento de cómo y por qué ciertos estilos son adoptados a gran escala, pero no explican cómo se originaron éstos. La moda no refleja de una forma directa y simple las épocas; el hecho es que siempre está situada dentro de una sociedad y cultura. ¿Cómo entonces podemos analizar la relación entre la moda y la vida social y cultural de un modo que evite los problemas de los que ya hemos hablado? Hay una serie de preguntas significativas a tener en cuenta: ¿qué indujo al desarrollo de la moda en Europa y qué condiciones sirvieron para promover su difusión a una población cada vez más amplia? Dicho de otro modo, ¿qué nos puede decir la moda, si es que puede decirnos algo, respecto a la sociedad en la que aparece? ¿Puede aclararnos algo sobre las formas de orden social en la sociedad moderna, por ejemplo, la formación de clase y género u otras formas de identidad? Dado que la ropa está íntimamente relacionada con el cuerpo, ¿cuál es la relación de los estilos de la moda y sus cambios con los mutantes conceptos de corporeidad y los variables discursos sobre el cuerpo, el aspecto y la identidad? No hay respuestas sencillas a estas preguntas justamente porque la moda está implantada dentro de la cultura y no se puede aislar como una variable independiente. De hecho, otro problema con las historias de la moda es que suelen ser propensas a aislar el cambio de la moda del resto de la sociedad en la que se encuentran. Una aproximación sociológica al estudio de la moda es la que la sitúa dentro de un contexto y contempla los discursos sociales, políticos y tecnológicos y las prácticas que la rodean, así como los principales discursos estéticos que la delimitan. Breward (1994) ofrece una explicación excelente de la moda, que la sitúa de forma estable dentro de una gama de desarrollos sociales y culturales, como hace Steele (1988). El resumen y análisis que viene a continuación debe mucho a estos criterios. Además, numerosos relatos sobre el consumo han reunido la economía, la política y la cultura para sugerir algunas de las formas en que la idea de la moda y los artículos de moda por extensión se convirtieron en una característica importante en el desarrollo de la moderna cultura de consumo europea. Esta literatura se centra principalmente en el siglo XVIII, cuando se dice que tuvo lugar una

«revolución del consumo». Sin embargo, la idea de la moda se remonta a mucho más atrás y empezaremos a hablar de su aparición en la sociedad medieval.

LOS COMIENZOS DE LA MODA

La innovación estilística no siempre ha existido en Europa y en modo alguno es una característica universal incluso en nuestros días, a pesar de los esfuerzos del capitalismo global para llegar a las fronteras de esos mercados. Hay condiciones sociales e históricas muy concretas que promovieron la aparición de la moda y no se puede decir que estas condiciones existan en todas partes y en cualquier momento. El desarrollo de la sociedad cortesana medieval y del Renacimiento, la expansión del comercio por todo el planeta, el surgimiento de nuevas clases sociales y el crecimiento de la vida urbana influyeron en el desarrollo de un sistema de vestir basado en el cambio continuo. Aunque situar con precisión las fechas exactas siempre sea una tarea difícil, cuando no imposible, se puede identificar una serie de períodos generales significativos en el desarrollo de la moda. Nos podemos remontar hasta el siglo XIV para hallar las primeras huellas de la moda, aunque «no se puede decir que la moda se convirtiera en una tendencia realmente poderosa hasta el 1700» (Braudel, 1981, pág. 316), pero todavía tuvo que pasar algún tiempo hasta que ésta estuviera al alcance de todos, incluidas las clases trabajadoras. Sin embargo la *idea* de la moda puede haber estado circulando desde hace más tiempo. El historiador medieval Orderic Vitalis (1075-1142) condenó lo que él consideró la estupidez de la moda, diciendo que «la antigua forma de vestir ha sido desterrada casi por completo por las nuevas invenciones» (en Braudel, 1981, pág. 317). Sin embargo, Braudel objeta que probablemente Vitalis exageraba puesto que la forma de los vestidos «básicamente no se alteró» durante este período y fue algunos siglos más tarde cuando se desarrolló la moda tal como nosotros la reconocemos. Una importante característica en el traje que surgió en la Europa medieval fue el «entallado» a diferencia del «drapeado» que llevaban los «antiguos». La vestimenta moderna se encuentra en la primera categoría y requiere costura, mientras que en las civilizaciones antiguas las prendas generalmente se hacían con sencillos largos de tela atados de elaboradas formas. El traje drapeado colgaba desde el hombro o la cadera y se consideraba un

distintivo de civilización: en realidad la ropa entallada se consideraba un signo de «barbarismo» en los tiempos romanos (Laver, 1995).

La clave para la aparición y el desarrollo de la moda parece ser el cambio social: la moda emerge en las sociedades que poseen alguna movilidad social, más que en las que rige una estructura fija y estable de clases. Para Braudel, al igual que para otros historiadores y escritores sobre moda (Bell, 1976, Breward, 1994; Wilson, 1985), una sociedad que permanece estable no es tan probable que dé tantas muestras de cambios en la indumentaria como una que tiene movilidad social. Esta es la *razón* por la que la sociedad feudal en Europa no daba muestras de una moda tal como la conocemos en la actualidad. Según Braudel: «Si una sociedad permanecía más o menos estable, no era tan probable que cambiara la moda y eso podía aplicarse a todos los niveles de las jerarquías establecidas, incluso los más altos» (1981, pág. 312). Así que, por ejemplo, en la antigua China el traje del mandarín no cambió desde Pekín hasta Szechuan durante muchas generaciones (Braudel, 1981), al igual que el kimono apenas ha cambiado durante siglos en la tradicional sociedad japonesa, la cual Braudel describe como «conservadora». Steele no está del todo de acuerdo con esta tesis: «Lejos de tener trajes "antiguos" y "estables", muchas sociedades orientales se caracterizaron por una intensa (si bien, limitada) competitividad por la moda» (1988, pág. 19). Sin embargo, la autora acepta que tanto en Oriente como en Occidente, durante los siglos XIII y XIV, las opciones de vestimenta estaban restringidas al rango, y el movimiento de la moda estaba frenado por una resistencia al cambio en las sociedades jerárquicas. Por consiguiente, parece que pocos cambios estilísticos hubo en las sociedades antiguas, pero la moda en el sentido moderno del incesante cambio de estilo sólo existe cuando hay más fluidez en la jerarquía de las clases. Por eso, Steele añade: «A partir del siglo XIV, tanto en las cortes como en las ciudades de Europa, hubo un inexorable movimiento hacia la conducta regida por la moda» (1988, pág. 19).

La sociedad de moda para Braudel es la que desea moldear y modificar el mundo, romper con la tradición e ir en busca de lo novedoso. La innovación de la que habla el autor es «la fuente de todo progreso», surge de «la inquietud que se puede expresar en naderías como la ropa, la forma de los zapatos y los peinados» (1981, pág. 24). Sin embargo, él no ve la moda como algo «trivial», sino que observa: «El futuro ha de pertenecer a las sociedades lo bastante variables como para preocuparse del cambio de los colores, de los materiales y de las formas del traje»

(1981, pág. 323). Esta inquietud se halló en un principio en Italia, probablemente la cuna de la moda, «donde está estrechamente relacionada con la aparición de las ciudades y de la clase media» (Steele, 1988, pág. 17). Según Steele (1988), esto formaba parte de una corriente cultural más amplia, el Renacimiento, aunque la corte de Borgoña y Francia adquirieron posiciones importantes dentro del mundo de la moda aproximadamente por las mismas fechas (Bradley, 1955). La caída del sistema feudal durante los siglos XIV y XV coincidió más o menos con la aparición de las nuevas clases de comerciantes, cuya riqueza no procedía de la herencia de tierras, sino del comercio, con frecuencia a escala internacional, que tuvo el efecto concomitante de promocionar la moda. Parece que durante el siglo XIV hubo un brusco cambio en los estilos de vestir, especialmente en los de los hombres, y una rápida cadena de cambios en los estilos de la nobleza. Entre el 1300 y el 1500 los trajes de los hombres y de las mujeres continuaron siendo sueltos y sencillos, pero también se pudieron ver los comienzos del traje entallado, ciñéndose más al cuerpo (Breward, 1994). Hacia 1350 la túnica que llevaban los hombres de la clase alta se acortó espectacularmente y, junto a las estrechas mallas para las piernas, revelaron más que nunca la forma masculina, para la consternación de los ancianos y conservadores, que las consideraron indecentes y escandalosas (Braudel, 1981). El cronista Guillaume de Nangis observa: «Los hombres, especialmente los nobles y sus escuderos, y unos cuantos burgueses y sus sirvientes, pasaron a llevar túnicas tan cortas y apretadas que revelaban lo que la modestia nos dictaba que debíamos ocultar» (en Braudel, 1981, pág. 317).

Este estilo de vestir parece haberse originado a raíz del traje militar, que había desarrollado una corta lámina de armadura sobre el pecho en lugar de una larga malla metálica (Steele, 1988). Los trajes de las mujeres también cambiaron, entallándose más al cuerpo y volviéndose bastante elaborados, mientras que un provocativo escote incitó más indignación. El hecho de que la ropa por su naturaleza se aproximara más al cuerpo, la «simple carne» sede de los deseos y anhelos tanto gastronómicos como sexuales, no es de extrañar que diera pie a grandes condenas religiosas a lo largo de los siglos. El cuerpo en las enseñanzas cristianas es la fuente de distracción de los pensamientos divinos y se ha de mortificar y castigar hasta someterlo. Los trajes de lujo, los que revelan partes del cuerpo y las modas cambiantes que atraen a la vista y distraen el espíritu, son, pues, condenados, especialmente por los puritanos de la Reforma. Por consiguiente, la ropa de moda ha sido el tema de muchos

discursos morales y con el desarrollo de las modernas nociones sobre la sexualidad cada vez está más condenada y considerada pecaminosa. Sin embargo, aunque tal como arguye Breward (1994) parezca que el ascetismo niegue el cuerpo, éste se fija en el mismo (de aquí los deseos corporales y la sexualidad) de un modo similar al corte de la ropa, salvo que su énfasis es negativo en lugar de positivo. (Para más detalles sobre los debates acerca del vestir, la sexualidad y el género, véanse capítulos 5 y 6.)

A lo largo de siglo XV, la ropa se fue volviendo cada vez más exagerada: grandes sombreros, mangas largas y trajes con largas colas que se arrastraban por el suelo. Sin embargo, aunque la versión estándar sobre el nacimiento de la moda tienda a considerarse el vínculo entre el final del feudalismo y la aparición de un nuevo sistema de clases, Breward (1994) nos previene de que no demos esto por hecho. Este tipo de historia descriptiva procede de los retratos realizados por y para los ricos y hace mucho hincapié en la clase social; de modo que, según Breward, si se puede dar una fecha para el nacimiento de la moda en el siglo XIV, ésta muestra sólo la aparición de la moda para los ricos; «lo que le falta a dicha narrativa es una explicación o descripción de la variedad dentro de tal sistema» aunque es probable que continuaran otros sistemas de vestimenta «que, a pesar de no ser predominantes en lo que respecta a riqueza y clase, podían haber presentado códigos y estilos cambiantes similares» (1994, pág. 23). En las explicaciones sobre las prendas de los campesinos, son los aspectos funcionales los que predominan sobre los simbólicos, aunque Breward también se fija en el color y la calidad.

Múltiples cambios sociales, culturales y tecnológicos fomentaron el desarrollo de la moda para la clase de élite. Breward observa cómo la fabricación de prendas desde la preparación de la materia prima hasta las modificaciones en las mismas estaba principalmente en manos de las mujeres hasta finales de la Edad Media. Esta tradición se rompió con la aparición de los gremios dominados por los hombres y los sistemas de aprendizaje para el oficio de tejedor y otros trabajos del sector textil que fueron los cimientos para el posterior desarrollo de la moda. Esta organización protocapitalista trasladó la confección de la ropa fuera del hogar y «precedió a la difusión del cambio en la moda en el siglo venidero» (Breward, 1994, págs. 30-31). A partir de entonces, las trabajadoras fueron relegadas a la producción no cualificada y en los siglos posteriores se encontrarían en condiciones laborales muy precarias (véase capítulo 7).

La expansión del comercio de la confección, así como numerosos avances tecnológicos, como la rueca, también ayudaron a estimular el desarrollo de la moda en Europa, aumentando la cantidad y disponibilidad de diferentes tipos de tejidos. Las cruzadas de los siglos XI, XII y XIII pusieron a Europa en contacto con las civilizaciones orientales y había un gran entusiasmo por las nuevas técnicas y por las pieles. Según Said (1985), el encuentro europeo con el «exótico Otro» jugó un importante papel en la formación de las identidades de Occidente y de Oriente en los siguientes siglos, así como en moldear el destino de muchos países cuyos recursos naturales fueron saqueados en busca de materias primas baratas y artículos que se convertirían en usuales en las casas europeas en el transcurso de los siglos XIV y XV. Las rutas comerciales cruzaban toda Europa, e incluso más allá de ésta, para llevar seda y algodón de Italia y lana de Inglaterra a todos los rincones del continente. Esta expansión en el mundo del comercio tuvo su función en el establecimiento de la moda: «La espectacular evolución de la moda desde mediados del siglo XIV sin duda está en relación con la expansión del lenguaje comercial y con una nueva valía material que persuasivamente lleva la confección a la esfera de un sistema de la moda "moderno"» (Breward, 1994, pág. 22). La Italia del siglo XIV con su comercio de la seda y el algodón se podría describir como «protocapitalista». Según Steele (1988), la estructura de las ciudades-estado renacentistas en Italia permitió el desarrollo de la moda y ayudó a diseminarla, lo cual no hubiera sido posible en un lugar remoto. Breward arguye también que el cuerpo de moda está íntimamente relacionado con el desarrollo de la ciudad «como foco de interacción social, de exhibición y con un sentido cosmopolita» (1994, pág. 35). (La relación entre la moda y la vida urbana se verá con más detenimiento en el capítulo 4.) Además de la aparición de la nueva ciudad, la corte también proporcionaba una plataforma para la moda y para la sociedad cortesana, sobre todo en Francia en los siglos XVII y XVIII, y ésta adquiriría una particular importancia en el establecimiento de las modas.

CLASE, POSICIÓN SOCIAL Y PODER A FINALES DE LA EDAD MEDIA Y PRINCIPIOS DE LA CULTURA MODERNA

Durante los siglos XIV y XV, el poder se fue concentrando en las cortes de toda Europa, que pretendían someter y coordinar el dominio territorial. Mientras las sociedades cortesanas se iban desarrollando, se

produjo una progresiva reducción de la violencia y de las luchas faccionarias, a medida que el poder se monopolizaba en las manos de los nobles y, lo que es más importante, en las de los monarcas:

[...] Las cortes reales eran centros de poder nacional, terrenos de luchas y de alianzas entre los monarcas y la nobleza. Mientras los reyes intentaban reducir el poder militar de sus subditos más fuertes y los nobles iban aceptando las ideas humanistas que valoraban el aprendizaje y el gusto tanto como la destreza marcial, las cortes se convertían en centros de cultura y refinamiento (Brewer, 1997, pág. 4).

Las cortes desempeñaron un importante papel en el «proceso de la civilización» al engendrar nuevos códigos de corporalidad. Las funciones «animalísticas» del cuerpo fueron progresivamente restringidas: se crearon códigos y reglas para comer, dormir e incluso para las funciones de defecar y reproducirse, funciones que anteriormente se habían realizado y comentado abiertamente y que pasaron a «ocultarse», puesto que fueron objeto de vergüenza y bochorno. La vida en la corte exigía un mayor control emocional que el que había existido en la sociedad medieval temprana y se fueron instituyendo códigos de conducta cada vez más refinados. Este desarrollo lo describió Norbert Elias en el primer volumen de *The History of Manners*, cuyo título es *El proceso de la civilización* (1978). Las pruebas de Elias están extraídas de escritos de varios comentaristas sociales de los siglos XV y XVI, sobre todo de Erasmo, cuyo popular tratado sobre las maneras, *Tratado sobre la urbanidad en la infancia*, publicado en 1530, relata el tipo de control sobre el cuerpo que requería la corte. Las prohibiciones que relata sobre el comer, dormir y otros asuntos afines (no te suenes con el mantel, no tires tu hueso en la olla después de haberlo roído y demás) aclaraba alguna de las formas en las que los cuerpos (no civilizados) debían haberse comportado en aquella época e ilustra el tipo de restricciones que se iban imponiendo sobre los cuerpos en el transcurso del «proceso civilizador», proceso que para Elias (1978) nunca termina.

Durante el paso de la época medieval a la sociedad cortesana renacentista, el cuerpo se fue convirtiendo en portador de valor social, transmitiendo información sobre la persona y su posición. Las sociedades cortesanas de este período gozaban de cierta movilidad social: un cortesano o caballero podía agrandar al rey y cosechar favores dando muestras de buen gusto, maneras y conducta. Tal como lo expone Elias:

Para mantener tu puesto en feroz competencia por adquirir importancia en la corte, para evitar ser abochornado en público, despreciado o perder el prestigio, has de subordinar tu imagen y gestos, en resumen, tú mismo, a las fluctuantes normas de la sociedad cortesana que cada vez ponen mayor énfasis en la diferencia, la distinción de las personas que pertenecen a ella. Uno *ha de* llevar ciertas telas y zapatos. Uno *se ha de* mover de forma característica para las personas que pertenecen a la corte. Incluso la sonrisa está sometida a las costumbres de la corte (1978, págs. 231-232).

En este tipo de sociedad, basada en una relativa movilidad social, surgieron las nuevas relaciones entre la ropa, el aspecto y la identidad, y el significativo papel desempeñado por la moda en la vida cortesana fue en aumento. Según Breward, la omnipresencia de la moda influyó directamente en la aparición del «sentido de autoconocimiento» del individuo: en la sociedad medieval tardía «el cuerpo era prioritario como morada del alma» (1994, pág. 34). Tanto en la corte como en la ciudad, el aspecto físico se utilizaba como «instrumento clasificador», como un medio para marcar las diferencias de clase para las cuales la ropa era primordial. Las nociones de «buen gusto» y refinamiento se enfatizaban y encarnaban en el cortesano «en sus maneras y elegante conducta, el gesto de la mano, la sutileza de una reverencia, una observación inteligente, pero también en los objetos con los que se rodeaba» (Brewer, 1997, pág. 4).

Para Breward (1994), la sociedad cortesana y las modas que surgieron de ella enfatizaban la simbólica exhibición que colocaban el cuerpo a distancia de las prendas que se llevaban. Bajo metros de elaborados tejidos, el cuerpo apenas era visible: la ropa atraía la atención por su riqueza y grandeza, no porque dejara ver el cuerpo. «La existencia de piel y la concepción concreta del cuerpo se habían olvidado ante la presencia de las cubiertas de lana y piel [...] El sobre asumió el papel del cuerpo» (Vigarello, en Breward, 1994, pág. 34). La relación entre el cuerpo y la indumentaria también fue descrita por Sennett (1997), que dice que hasta aproximadamente mediados del siglo XVIII el cuerpo del aristócrata cortesano era algo parecido a un maniquí (véase más adelante). Las bien establecidas convenciones del vestir indicarían la posición social dentro de una estructura clasista o la afiliación a un gremio, más que expresar una individualidad o sentimientos internos. Por consiguiente, la elaboración, el artificio o incluso algo de falta de naturalidad fue lo que caracterizó los estilos del vestir que distanciaron el cuerpo de la ropa.

La difusión de la moda durante la Edad Media fue muy desigual. Sólo los ricos podían permitirse participar plenamente en la misma y ello creó cierta uniformidad en el vestir entre la élite de toda Europa, si bien es cierto que también aparecieron variaciones culturales. Los trajes de los campesinos también cambiaron un poco, pero la opulencia de los mercaderes y comerciantes no les permitía participar demasiado en la moda. La moda se expandió desde Italia hasta la corte de Borgoña, la más espléndida de Europa, anticipando la categoría de Versalles (Steele, 1988). Los duques de Borgoña de la casa de Valois (1364-1477) eran mucho más ricos que sus homólogos de Versalles o de París y eso se reflejaba en la ropa. Ciertos colores, en especial el rojo y el morado, estaban reservados para las clases dirigentes, aunque dicho distintivo fue desafiado paulatinamente. Tales leyes suntuarias indican el vínculo entre la moda y la clase social: la moda no sólo surge en las sociedades con estructuras sociales más libres, sino que se convierte en el objeto del conflicto entre clases:

Aproximadamente en el siglo XIV, la posición social ya no se basaba tanto en la regla tradicional de la noble cuna como en las marcas visibles que se podían adquirir de la identidad social, como los cargos públicos, los propietarios de tierras, casas, el mobiliario, los escudos de armas, los sellos y la indumentaria. Como consecuencia, la regulación de estos símbolos de posición material fueron sometidos a un mayor escrutinio (Sponsler, en Emberley, 1998, pág. 46).

Las leyes suntuarias tenían como objetivo regular el consumo desde los alimentos hasta la ropa y adoptaron un serie de formas, desde actas parlamentarias hasta proclamaciones de los monarcas y ordenanzas locales. Desde su comienzo en la Edad Media con Eduardo III (1327-1377), casi todos los monarcas en Gran Bretaña hasta el siglo XVII introdujeron alguna legislación sobre el consumo (Emberley, 1998).

Por lo tanto, tal como observa Slater: «El Antiguo Régimen heredó una idea feudal, aunque ya no sea actual, de una estructura social que implicaba una posición fija y estable, un mundo en el que la clase venía dada por la cuna y estaba fijada como parte del orden cosmológico» (1997, págs. 29-30).

Hacia finales de la Edad Media y durante el Renacimiento, los que estaban en la cima de la estructura de clases intentaban vigilar y regular la moda, mientras que los que estaban abajo periódicamente desafiaban o simplemente se burlaban de dichas reglas. Entre las motivaciones subyacentes a las leyes suntuarias se hallaba la preocupación de conservar las distinciones de clases para poder identificar a las personas

a simple vista. También sirvieron para conservar ciertos artículos para los ricos, al restringir las exhibiciones simbólicas de riqueza a las clases de propietarios de tierras e inmuebles. Además, estas leyes intentaron limitar la importación de objetos de lujo del extranjero para proteger los intereses de los mercaderes nacionales. Sin embargo, no describen lo que realmente llevaba la gente y es difícil saber hasta qué punto tales leyes fueron puestas en vigor o seguidas. Lo que muestran es la lucha de intereses que tenía lugar en el área del consumo y cómo la clase y la posición social se habían convertido en temas de preocupación que requerían intervención política. Cuando la posición social se fue volviendo más fluida y accesible, la vestimenta empezó a ser objeto de las élites políticas que pretendían regular dichas posiciones. Por esta razón, «las leyes de la confección son los textos esenciales en la dinámica del cambio y del control social en la Inglaterra medieval tardía» (Sponsler, en Emberley, 1998, pág. 46). La moda narra la historia de la lucha de clases, aunque muy mediatizada. Muchas de las condenas de la moda pueden ser explicadas como reacciones de algunos intelectuales respecto a la ruptura del orden tradicional y la pérdida de su propio poder y posición, a medida que los nuevos ricos empezaron a poder comprar los mismos símbolos de clase sin haber heredado el derecho para hacerlo. En el transcurso de estos siglos el interés por la moda no sólo se expresó en forma de extravagancia, que anteriormente había sido considerada como una ruptura del orden social de las clases, sino también con la ruptura del orden moral. Julia Emberley, en su análisis de las leyes suntuarias respecto a las pieles finas, expone: «La jerarquía de las pieles y las posiciones sociales creadas por estos actos reguladores también influyeron en las nociones de propiedad sexual entre las diferentes clases de mujeres y contribuyó a la creación de los géneros masculino y femenino y a la diferencia sexual entre hombre y mujer» (1998, pág. 9). En términos de moralidad sexual, la distinción entre mujer «respetable» y «perdida» era especialmente significativa. Una ordenanza parlamentaria británica de 1355 intentó regular esta distinción prohibiendo el uso de las pieles a las prostitutas. Decía así: «Ninguna prostituta conocida podrá llevar a partir de ahora capucha alguna, salvo que sea rayada o con tiras de distintos colores, sin piel, sino prendas al revés o giradas hacia el lado contrario, hacia fuera, bajo pena de perder las mismas» (en Emberley, 1998, pág. 54).

LA MODA EN LA CORTE RENACENTISTA

Mientras la Europa medieval se iba fragmentando, se fueron desarrollando diferentes centros de moda en lugar de erigirse una capital para la misma (Steele, 1988). Concretamente, la moda empezó a adquirir un carácter nacionalista distintivo, con estilos de vestir asociados a las distintas cortes europeas. Italia mantuvo su preponderancia como cuna del Renacimiento, pero, después de 1492 y del descubrimiento de las Américas por parte de Cristóbal Colón, España pasó a ser especialmente influyente en la política y en la economía y también, como no es de extrañar, en lo que a moda se refiere. Inglaterra, bajo el mandato de Enrique VIII, había adquirido mayor importancia como nación comercial y esta nueva prosperidad le sirvió para ensalzar su posición en el extranjero. Se dice que Catalina de Aragón y su séquito introdujeron las faldas con verdugados en la corte inglesa, y las llevaron todas las mujeres salvo las campesinas y las trabajadoras. Sin embargo, esta transmisión de modas procedentes del extranjero a veces era criticada y considerada como un problema. El dramaturgo inglés Thomas Dekker (hacia 1570-1632) comentó en su *Seven Deadly Sins* que

el traje del hombre inglés es como el cuerpo de un traidor que ha sido colgado, ahogado, descuartizado y esparcido por varios lugares; «su bragueta está en Dinamarca, el adorno del cuello de su jubón y el vientre en Francia, la ajustada y abollonada manga en Italia, su estrecha cintura cuelga sobre la parada de un carnicero holandés de Utrecht, sus enormes calzones hablan español» [...] Y habiéndonos así burlado de todas las naciones por querer conservar una moda, robamos parches de cada una de ellas para reconstruir nuestro orgullo (citado en Braudel, 1981, pág. 321).

La analogía del «cuerpo del traidor» en esta cita pone de manifiesto la preocupación de que el consumo de artículos extranjeros pusiera en peligro la política corporal de la nación; era una traición contra los intereses comerciales del propio país. Tal como expone Slater: «La salud de la política del cuerpo está representada por el sano soberano nacional. El consumo tenderá a vaciar sus arcas al recurrir a las importaciones» (1997, pág. 176). Esta línea de pensamiento mercantilista no es sorprendente dada la importancia del comercio en la Inglaterra de aquellos tiempos. Londres se había establecido hacia mediados del XVI como uno de los principales

puertos mercantiles y, por consiguiente, también como centro de consumo y de estilo.

Ciudades como Londres y París se hicieron ricas y, de hecho, a medida que aumentaba la población de las ciudades, cada vez se hacía más difícil saber con qué tipo de persona te relacionabas. Por la misma regla, las leyes suntuarias dejaron de tener efecto: ¿cómo puede uno saber cuándo una persona se viste por encima de su clase en una ciudad de extraños? Según Sekora (1977), las leyes suntuarias respondían a los temores de la caída de la economía o del orden moral si los miembros de las clases inferiores compraban artículos que estaban por encima de sus necesidades básicas o de su situación en la vida. Breward (1994) observa que hay alguna prueba que sugiere que hacia 1560 las preocupaciones de los clérigos y de los moralistas acerca de la ruptura del orden influían en la imposición de leyes suntuarias. Esto se opone a los relatos sobre consumo desenfrenado de moda durante el mismo período, pero para Breward estas dos explicaciones no son contradictorias. Las leyes suntuarias siempre fueron difíciles, si no ya imposibles de imponer, y sugieren el predominio de la moda más que su supresión. Si, como Breward sugiere, hubiera habido algún intento de imponer tales leyes con más vigor en el siglo XVI, esto indicaría que la moda realmente se había difundido y, por lo tanto, que era más peligrosa.

La naturaleza de las modas en el vestir de élite a finales del siglo XVI está encapsulada en los conceptos de elaboración, exceso y artificio. En el Renacimiento se concedió mucha importancia al aspecto y a su manipulación y se hacía hincapié en el arte y la creatividad en la construcción de la imagen externa. El estilo de traje masculino y femenino «se polarizó en una agresiva masculinidad, acentuada en los hombros y en las estrechas caderas; las piernas musculosas y la brageta almohadillada contrastaban con una angular feminidad, ejemplificada mediante un equilibrado y simétrico conjunto de corpiño y falda» (Breward, 1994, pág. 44).

Las prendas para hombres y mujeres eran complicadas y rígidas; para ambos sexos el cuello estaba especialmente sobrecargado con rígidos cuellos blancos o gorgneras. Las vírgulas y los bordados se pueden hallar en todas las prendas de los hombres y de las mujeres ricas. Este estilo se conservó igual hasta que a principios del siglo XVII, mediante cambios en el corte y en los colores, las modas «parecieron emprender su autorreprimido impulso» (Breward, 1994, pág. 52). Estos pequeños detalles en el vestir parecían preocupar a los isabelinos. La indumentaria se regía por complejos códigos ocultos y evidentes a la vez que sólo podían descifrar los que poseyeran un elegante refinamiento: «Es difícil calcular la importancia del simbolismo abierto e indirecto en el vestir para los

isabelinos a través de la escala social» (Beward, 1994, pág. 63). El vestir no era una opción individual sino «un reconocimiento y una comprensión de un complejo conjunto de códigos visuales formales» (1994, pág. 65). Por ejemplo, había un lenguaje de colores altamente desarrollado en la heráldica y los escudos de armas donde se pretende demostrar la posición familiar. Para Beward, el arrollador énfasis en lo simbólico y el alto grado de artificialidad y elaboración en el vestido de élite transmitió una cualidad arcaica a las opiniones actuales de los trajes isabelinos, que derivan principalmente de los cuadros. En los retratos de la reina Isabel I, por ejemplo, su traje es tan elaborado como protector del cuerpo:

Las exageradas mangas y la gigantesca falda borran cualquier indicativo de un cuerpo humano [...]. El efecto de las sobremangas con elaborados adornos es el de una suntuosa jaula que, sin atribuir a la reina algo tan específico como hombros anchos (en realidad, no tenía huesos), extiende las dimensiones de la figura para hacer de los brazos un anatómicamente improbable, ahuecado e incluso semicírculo (Belsey y Belsey, 1990, pág. 11).

El cuerpo se pierde entre la ropa, que poca relación guarda con él; la línea y los contornos de los miembros casi desaparecen por completo.

Las pruebas históricas extraídas de los retratos y de los libros de protocolo han aislado el período desde mediados hasta finales del siglo XVI como «un significativo momento de cambio en relación a actitudes hacia la individualidad y un nuevo sentido del yo» (Beward, 1994, pág. 69). Según Greenblatt: «En el siglo XVI parece haber una mayor autoconciencia respecto a la creación de la identidad humana como un proceso manipulable y artístico»; aunque la palabra «moda» se ha usado durante mucho tiempo «como término para la acción o el proceso de crear, para características o aspectos concretos, para un estilo o diseño distintivo [...], es en siglo XVI cuando la "moda" parece adquirir mayor importancia como medio para designar la formación de un yo». Esta formación «puede sugerir el logro de [...] una personalidad distintiva, una forma característica de dirigirse al mundo, una forma coherente de percibirlo y de comportarse» (1980, pág. 2). Greenblatt cita a poetas y escritores de este período, de la talla de Spenser o Shakespeare, como encarnaciones del nuevo caballero autocreado. En los manuales de protocolo y maneras se hallan pruebas de una nueva preocupación por el cuerpo, de la forma de adornarlo y de comportarse: «El cuerpo del caballero emerge como una totalidad para ser gobernada constante y minuciosamente según los principios de la gracia y el decoro» (Bryson, 1990, pág. 141). Esa creación no era exclusiva de los hombres: Isabel I era

especialmente artística en su creación y representación de ella misma como un gran ser, casi místico, como una reina virgen y madre de Inglaterra. De hecho, subraya Greenblatt, su habilidad para convertir su «potencialmente desastrosa desventaja sexual» (1980, pág. 167) en un culto de una virgen secular es prueba de su extraordinaria habilidad para crear su identidad. El retrato de la reina, de George Gower, en tiempos de la Armada Invencible se encuentra entre los que proclaman «la soberanía y el derecho a reinar: el esplendor de su aspecto, su mirada y su autocontrol son prueba de su majestad y autoridad inherentes en la persona de la reina» (Belsey y Belsey, 1990, pág. 15).



Miniatura de la reina Isabel I por Nicholas Hilliard (1547-1619), que muestra cómo el cuerpo era un mero maniquí para la pesada y elaborada ropa que lo ocultaba y lo anulaba. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

Los moralistas se quejaban de que esa preocupación pública por la ropa de moda indicaba vanidad y una individualidad sin límites incompatible con la clase y el deber. Eso se evidenciaba más en la ciudad que en las zonas rurales, donde las tradiciones fomentaban que las

personas «supieran cuál era su lugar» en la jerarquía social. Los panfletos y tratados de la época se centran en las reglas decadentes de los centros metropolitanos e ilustran el tipo de preocupación que compartían algunos en el siglo XVI respecto a la moda y la ostentación sartorial (Beward, 1994). Por ejemplo, algunos escritores hablan del interés excesivo en la ropa como un problema moral que altera el orden «natural» de las cosas, tanto de las jerarquías de clase «naturales» como de la propiedad moral de una buena sociedad temerosa de Dios.

Las actitudes judeocristianas frente al cuerpo han dejado también una indeleble marca en el progreso de la moda. Los no conformistas desde los tiempos de Martin Lutero hasta Oliver Cromwell reaccionaron en contra de lo que veían como un exceso de Roma y condenaron la extravagancia sartorial. La sombría ropa de la Reforma prosiguió en los países protestantes, sobre todo en Holanda, y fue llevada al Nuevo Mundo, donde comunidades religiosas como los shaker hacían gala de ella. Sin embargo, con la creciente influencia española, el estilo español, oscuro, formal y muy elaborado, arrasó en gran parte de la Europa protestante de los países del norte como elemento integrante de la Contrarreforma. Fue adoptada por la mayoría de las cortes europeas; el matrimonio de María Tudor con Felipe II de España en 1554 aseguró su extensa adopción en los círculos de la corte. Muchos se opusieron al estilo por considerarlo malvado y excesivo, las objeciones más fuertes se hicieron en Alemania.

Durante la década final del período isabelino se desarrolló otra característica, la del traje naturalista. La gente de la década del 1590 que se sienta ante el artista para que éste pinte su retrato «empieza a querer verse no tanto como símbolo, sino más bien como vehículo de las emociones y sentimientos humanos» (Strong, en Beward, 1994, pág. 68). Esto se manifiesta en el desarreglado aspecto de los retratados y la preferencia por los entornos pastorales que «significan principalmente [...] el poder de la ropa para reflejar un nuevo sentido de "yo privado" tanto como antes representaba la posición pública y la historia» (1994, pág. 69).

LA MODA EN EL SIGLO XVII

El siglo XVII fue una época de levantamientos masivos de índole religiosa y política. La guerra de los Treinta Años desató la tensión entre los estados católicos y protestantes que lucharon por el dominio no sólo en Europa, sino también de las colonias en el extranjero. El reinado de Carlos I representó la «apoteosis inglesa del [...] reinado del

Renacimiento» (Brewer, 1997, pág. 5). La corte era tan rica y extravagante como grande y caótica, y era el centro de rituales, exhibiciones, ceremonias y cuadros vivientes, algunos de los cuales eran realizados por el propio rey y la reina delante de una audiencia de cortesanos (Brewer, 1997). Los trajes de hombres y mujeres eran lujosos y elaborados; los acolchados, el almidón y los colgantes de distintas texturas, desde el terciopelo hasta la puntilla, ocultaban el cuerpo. La diferencia entre esto y la regla de Oliver Cromwell es notable y la guerra civil inglesa muchas veces se ha descrito como un enfrentamiento entre los puritanos de puntilla lisa y *roundheads* (parlamentarios) y los flamantes *cavaliers* y *royalists* (partidarios del rey Carlos I). Los puritanos bajo el mandato de Cromwell arrasaron los estilos decadentes y lujosos de Jaime I y Carlos I, e introdujeron trajes oscuros y sin adornos: los parches de los ojos, por ejemplo, fueron abolidos. En su ideología, la rectitud moral está estrechamente relacionada con el traje liso y se puede comprobar con mayor claridad en el austero estilo de los cuáqueros. Sin embargo, esto no son más que caracterizaciones simplistas y es más productivo observar los cambios políticos y sociales de mayor envergadura, especialmente la evolución de la esfera privada y el desarrollo de ideas respecto a la individualidad que dieron forma a las actitudes del aspecto y del consumo. Según Campbell (1989, 1993), los puritanos, aunque aparentemente antimoda y anticonsumistas, trajeron un cambio en las actitudes que ayudó a promover el moderno hedonismo y consumo, fomentando la revolución consumista del siglo XVIII.

El retorno de la monarquía con la Restauración de Carlos II en 1660, no supuso la restauración de la paz, sino continuos enfrentamientos religiosos y políticos. Carlos II intentó emular el opulento reinado de su padre e incluso el esplendor de Luís XIV de Francia, pero su corte era «una pobre imitación del régimen absolutista extravagante que imperaba al otro lado del Canal» (Brewer, 1997, pág. 8). Los trajes siguieron siendo opulentos, pero los elementos informales se introdujeron tanto en las prendas femeninas como en las masculinas. Las diferencias de género disminuyeron por la similitud de algunos aspectos del vestir: los grandes cuellos de encaje, el pelo largo exageradamente rizado y los tacones altos los llevaban ambos sexos. La creación del distintivo más significativo en el traje masculino fue la integración del jubón, el justillo y las calzas en un conjunto unificado, la túnica o abrigo; y una integración similar tuvo lugar en el traje femenino en las décadas de finales de siglo con la introducción del manto, basado en el camisón,

que unía el corpiño con la falda para que la línea de la prenda fuera más fluida y el contorno del cuerpo más evidente (Beward, 1994).

A medida que la balanza del poder se fue decantando hacia Holanda y Francia, se desarrollaron caminos duales de moda en la corte de Francia y en la burguesía holandesa. Los holandeses llevaron el negro y el blanco liso del estilo católico de España en el siglo siguiente, que acabaron transformando en un estilo protestante, burgués y urbano, adaptado para la ideología religiosa calvinista (Steele, 1988). Este estilo perduró hasta el siglo XIX, convirtiéndose en el «uniforme» de la burguesía europea, en su intento de compensar los excesos de la aristocracia. Aunque el traje liso de los holandeses continuó dominando algunas partes de Europa, a mediados del siglo XVII la corte francesa se impuso como una poderosa fuerza de la moda. La corte de Luís XIV hizo de Francia la suprema establecedora de tendencias entre la élite europea, posición que dicho país mantuvo hasta mediados del siglo XX. Aunque tenía sólo cinco años cuando ascendió al trono en 1643, «cuando Luís alcanzó la mayoría de edad impulsó una era de extravagancia y esplendor sin precedentes y París pronto se convirtió en la capital de la moda mundial» (Bradley, 1955, pág. 193). El lujo, los excesos y la elaboración, junto con las esplendorosas texturas y colores, se convertirían en el estilo de Versalles, no sólo en lo que a ropa se refiere, sino también en la arquitectura y los interiores del propio palacio. Luís XIV, conocido como el Rey Sol por su emblema del sol y la serpiente, era consciente de la naturaleza simbólica del vestir. Ya en 1665 reconoció la potencial importancia de la moda para la industria francesa: se realizaron varios intentos de proteger la industria textil francesa de las industrias de lujo rivales italianas y holandesas, especialmente la promoción de la fabricación de la seda en Francia para competir con los italianos (Steele, 1988); los grandes impuestos sobre las telas extranjeras y los metales preciosos junto a incentivos para ayudar a los fabricantes franceses también sirvieron para estimular la industria de la moda gala (Yarwood, 1992). Sin embargo, tal como lo expone Steele: «Sólo la economía no explica el cambio del internacional negro español a la moda francesa del momento» (1988, pág. 23); más importante que el apoyo al Estado, dice Steele, era el poder de la corte francesa, consolidado por el matrimonio de Luís XIV con la infanta española María Teresa, en 1660, que condujo al triunfo del esplendor barroco francés en los siglos XVII y XVIII. Mientras el blanco y el negro eran los colores predominantes en otras partes de Europa, especialmente entre la nobleza española y los puritanos holandeses e

ingleses, la legislación suntuaria de la corte de Luís XIV fue revisando la moda y estableció complejos códigos de etiqueta: la vestimenta estaba restringida y regulada, los complementos en oro y plata, por ejemplo, estaban reservados para la familia real y para algunos cortesanos que gozaban del favor del rey. A pesar de las rígidas reglas, que en realidad ralentizaron el ritmo del cambio en la moda, los estilos de la corte francesa fueron copiados por toda Europa. En esos días en los que no existía la moda de las revistas, las muñecas transmitían las últimas modas de la corte y actuaban de «embajadoras».

A diferencia del súper elaborado y formal estilo del traje de la corte, que con frecuencia tardaba en cambiar, en la ciudad de París surgía una moda genuinamente moderna (Steele, 1988). Miles de sastres trabajaban para confeccionar los trajes de la corte, pero hacia finales del reinado de Luís, las jóvenes princesas y damas se rebelaron contra el estilo cortesano en pro de los nuevos estilos que estaban surgiendo en París. Steele relata cómo en una ocasión en 1715 la duquesa de Orleans y la princesa de Conti se presentaron ante Luís XIV luciendo la nueva moda de París, a la cual éste dio su aprobación. A la muerte del rey ese mismo año, sin embargo, la moda empezó a pactarse entre damas y sastres, lo cual sirvió para acelerar su ritmo. No obstante, con figuras como madame Pompadour y madame du Barry y posteriormente María Antonieta como modelos para la moda cortesana y aristocrática en otras cortes europeas, la corte francesa conservó su prestigio. El dominio de la moda francesa, especialmente de París, siguió inamovible hasta mediados del siglo XX.

TRAJE, CLASE E IDENTIDAD SOCIAL EN EL SIGLO XVIII

En comparación con la sociedad cortesana de los siglos XVI y XVII, la sociedad del siglo XVIII era de un estilo cada vez más urbano. Londres pasó a ocupar un importante lugar dentro de esta concepción, lo cual no es de extrañar dado que «uno de cada diez ingleses vivía allí; uno de cada seis pasaba parte de su vida laboral en la metrópolis. Diez veces más grande que cualquier otra ciudad inglesa, empujaba a las otras capitales británicas [...] y con casi 750.000 habitantes a mediados de siglo era la ciudad más grande de Europa occidental» (Brewer, 1997, pág. 28). El siglo XVIII era una época de gran sociabilidad, en la que las ciudades «desarrollaron redes sociales independientes del control real directo, lugares donde los extraños se reunían regularmente» (Sennett, 1977, pág. 17). Uno se podía encontrar con otras personas en los nuevos jardines de recreo de París y Londres o en las nuevas calles que se estaban creando

para los viandantes, o en los numerosos bares y cafés donde se podía pasar horas leyendo, charlando o simplemente viendo pasar a la gente. Los clubes-cafeterías como el conocido Kit-Cat Club florecieron entre 1690 y 1720, fomentando debates regulares sobre literatura, arte, teatro y política (Brewer, 1997, pág. 40). John Brewer observa: «El Kit-Cat Club supone un ejemplo del cambio que tuvo lugar a principios del siglo XVIII, de la corte a la ciudad, del ostentoso cortesano al educado hombre de ciudad» (1997, pág. 41). Este cambio se puede percibir en el cambio de estilo en los retratos que se introdujo en Inglaterra en los tiempos de God-frey Kneller, que pintó los retratos de los miembros del Kit-Cat Club. «No queda nada de la gran atención en el personaje de los retratos cortesanos; estos hombres están integrados en la sociedad» (1997, págs. 41-42).

La «sociedad» se convirtió en el foco de atención y debate para un mayor número de urbanos, así como para las personas ilustres de las pequeñas ciudades. Los miembros de la «sociedad» irían a visitar, a pasearse y de compras a lugares que abarcarían desde los jardines y parques de recreo, como los Vauxhall o Ranelagh Pleasure Gardens, hasta los teatros, exposiciones, grandes tiendas, carnavales y bailes celebrados en salones de encuentro de todo el país. Estos escenarios tenían su «estación», Bath y Londres eran visitados en diferentes momentos en el calendario social por los aristócratas de provincias. Aunque estas actividades eran principalmente el centro de atención de un reducido grupo privilegiado, actividades como el paseo, que antaño estuvo reservado para la élite, despegaban como pasatiempos populares entre los trabajadores asalariados de las grandes ciudades, y el teatro, que también había sido una vez forma restringida de entretenimiento, se abrió a una audiencia más amplia que nunca (Brewer, 1997). Tal como expone Brewer, la capacidad para participar en dichas actividades culturales no sólo dependía de tener el dinero para pagar la entrada, sino de tener una apariencia «respetable».

Los patrones de consumo empezaron a cambiar con el aumento de la riqueza y muchos historiadores han argüido que se produjo una especie de revolución de consumo durante el siglo XVIII (Brewer, 1997; Brewer y Porter, 1943; Campbell, 1989; McKendrick y otros, 1983; Slater, 1997; Weatherhill, 1993, 1996). Con el aumento de los ingresos «es probable que muchos tuvieran una cantidad extra, lo cual se tradujo en una mayor demanda consumista y con ello se impulsó el aumento de la producción» (Porter, 1990, págs. 205-206). Los artículos comprados probablemente no eran necesarios: manteles, cubertería, cerámica,

relojes y muebles, así como adornos personales, cofias, parasoles, pañuelos, guantes, perfumes, relojes de muñeca. Este lanzamiento de los bienes de consumo, junto con la expansión de la «sociedad», abrió nuevas oportunidades de ostentación social. Las audiencias en los lugares públicos «hacían alarde públicamente de su riqueza, posición social y encantos sexuales» (Brewer, 1997, pág. 69) y los nuevos productos no perecederos se convirtieron en un medio popular de transmitir tales encantos.

No sorprende, pues, que por esa época la idea de la emulación empezara a preocupar a los teóricos sociales y desde entonces se ha expuesto como un modelo explicativo para narrar la revolución consumista del siglo XVIII (véase especialmente McKendrick y otros, 1983). Las teorías de la emulación proponen que las modas empiezan en la cima de la escala social y se van filtrando en sentido descendente a medida que los «órdenes inferiores» consumen las modas de élite en su intento de copiar o emular a sus «mejores». La emulación fue vista por los filósofos y moralistas de la época como un problema, puesto que se dice que rompía el orden natural o cosmológico del universo donde la clase social está establecida y ordenada por Dios. A medida que la moderna sociedad comercial arrasaba el antiguo orden agrario, trajo consigo nuevas fuentes de posición social independientes de la tierra y de la sangre, pero asociadas al dinero. Los nuevos grupos sociales — mercaderes, industriales, la nueva clase media— podían permitirse comprar, «por encima de su clase», artículos de lujo que antaño estaban reservados para los reyes y la nobleza. A los ojos de los tradicionalistas esto era visto como «una forma de pecado, una rebelión e insubordinación contra el orden del mundo y representa la corrupción moral, espiritual y política» (Slater, 1997, pág. 69; véase también Sekora, 1977). Los debates sobre el lujo, sobre el control de la suntuosidad demuestran esta preocupación por mantener la fronteras de la clase y la posición social frente al cambio. Sin embargo, mientras la emulación es vista por algunos intelectuales como un pecado y, por consiguiente, un problema, ésta pasa a ser la base del sentimiento moderno. La emulación para Adam Smith (Smith, 1986) es la fuente de la virtud moderna, puesto que a través de la búsqueda egoísta de riqueza y posición aumenta la riqueza general de una nación. Además, para Smith, la emulación fomenta mayor comprensión y sociabilidad entre las personas.

Las teorías de la emulación han formado desde entonces el eje central de muchas discusiones sobre la revolución consumista del siglo XVIII y siguen predominando como marco explicativo para comprender la moda.

Para Slater, la emulación no es una sola teoría sino parte de un vocabulario de la modernidad, «una preocupación para la modernidad occidental desde su comienzo» (1997, pág. 157). La idea de la emulación, también conocida como el modelo de «filtrado descendente», ha sido propuesta por varios teóricos como una explicación para la difusión de la moda en los siglos xvni y XIX (McKendrick y otros, 1983; McCracken, 1985; Veblen, 1953), aunque Braudel (1981) también la asocia a los mismísimos orígenes de la moda en el siglo XIV. Veblen (1953) y Simmel (1971) son dos de los exponentes comúnmente citados de esta teoría y ambos se refieren al traje de moda en sus relatos (véase capítulo 2).

La emulación, al proporcionar un nítido y ordenado relato sobre la moda y sus cambios, se ha vuelto tremendamente popular. Sin embargo, la emulación como concepto es problemática. Por una parte, esta teoría da por hechas muchas cosas con pocas pruebas o ninguna (¿qué es «la naturaleza humana» a fin de cuentas y cómo podemos probar que la emulación sea «natural»?). Un ejemplo de lo difícil que es establecer la emulación como base para el consumo se puede ilustrar al examinar un «hecho» comúnmente observado por los comentaristas sociales del siglo XVIII para apoyar esta idea, es decir, la de la doncella, de la dama que llevaba los trajes de su señora. La doncella con sus adornos era vista por algunos como un problema, una ilustración de la ambición social desnuda por parte de la doncella de querer ascender en la escala social o ser tomada por una dama. Sin embargo, la visión de los grandes trajes de la sirvienta quizá no se pueda atribuir a su deseo de emular a su señora, tal como han interpretado algunos comentaristas sociales de la época. En primer lugar hemos de tener en cuenta que para la señora era una práctica habitual pasar prendas usadas a sus sirvientas y estos regalos también se podían considerar como parte de sus salarios (Fine y Leopold, 1993). En segundo lugar, también es cierto que las doncellas solían vender los trajes que les habían legado en herencia en el lucrativo mercado de segunda mano; «la preferencia de dinero en efectivo (por la venta de los trajes usados) por encima de los placeres de guardar las prendas y llevar los trajes de su antigua señora» sugiere «una limitación definida del afán de emulación», según Fine y Leopold (1993, pág. 126). Incluso cuando conservaban los trajes y los llevaban, Colín Campbell arguye que no podemos suponer que esto sea una prueba de emulación, pues ello implica suponer intenciones que no son evidentes en el mero acto de llevar los fantasiosos vestidos. De hecho, aun cuando la emulación fuera lo que se pretendía, dice el autor, no sabemos qué es lo que estaban emulando exactamente ni por qué. Es decir, «doblar una actividad "emuladora" es, en este sentido, un

mero inicio del proceso de entendimiento» (Campbell, 1993, pág. 41). Puede haber toda una serie de razones por las que una doncella lleve los trajes de su señora, tal como observa Campbell:

¿Supone la intención de la doncella de competir contra su señora con el estilo y opulencia de su traje un mero deseo de rivalizar contra ella en la moda o surge de una ambición más general de ser considerada social-mente como una igual? ¿Busca ella, mediante su conducta emuladora, impresionar a sus compañeras sirvientas, a su familia y amigos, a su señora, a cualquier extraño que se encuentre por la calle o incluso a ella misma? ¿Surge este esfuerzo por impresionar de la envidia a su señora, de una necesidad de potenciar sus sentimientos de autoestima o de una ambición social lisa y llana? (1993, pág. 41.)

Para Campbell el fallo de esta teoría es que confunde la consecuencia con la intención. También ilustra el problema de leer la ropa de los demás desde una distancia teórica. Tal como he mencionado en el capítulo 2, las teorías de la moda tienden a aislarla del contexto social, lo que da como resultado afirmaciones sobre la moda y el vestir sin haber sido probadas con las prácticas reales. Es decir, son limitadoras: se da mucho por supuesto con muy pocas pruebas. La moda y el vestir en tales teorías están divorciadas del cuerpo y de las prácticas del vestir en la vida cotidiana que son complejas y determinadas. Otras críticas de las teorías de la emulación señalan su visión mecanicista de la clase y posición social (Slater, 1997) y su suposición de que sólo la élite es *capaz* de innovar, cuando ciertas pruebas sugieren que los estilos de la clase trabajadora pueden, en realidad, «subir como la espuma» para convertirse en el último grito (Partington, 1992; Polhemus, 1994; Wilson, 1985). También surgen otros problemas de la falta de especificidad de estas teorías: es difícil identificar qué «élite» será la que inicie la moda en un momento dado, ¿marcará la moda la corte, el rey y la aristocracia o será la nueva burguesía? Si las primeras clases fueron las que lo hicieron en los siglos XVII y XVIII, ¿por qué querría la nueva clase burguesa tomar el relevo en el siglo XIX, como se ha dicho a veces? Campbell (1989) dice que la mayor propensión al consumo que vino de la burguesía no fue por un deseo de emulación de la aristocracia, sino debido a un cambio de actitudes respecto al mismo. De hecho, el autor sugiere que lejos de ser emuladoras, las clases medias de los siglos XVIII y XIX eran las pioneras del gusto: el trabajo empírico en legalizar inventarios denota un mayor interés por la moda en los hogares de los comerciantes urbanos que en los de los caballeros terratenientes que vivían en los grandes estados rurales (Weatherill, 1993, 1996).

Las teorías de la emulación no pueden explicar la moda y la *razón* por la que las ideas de «moda» y «modernidad» se difundieron tanto por la población en el siglo XVIII, hasta abarcar todos los aspectos de la vida (y el estilo de vida, aunque éste sea un concepto del siglo XXI). El arte, la literatura, la música, la decoración interior, junto con el vestido, los estilos de peinado y de maquillaje, fueron atrapados en el universo de la sociedad moderna del siglo XVIII. La «sociedad» estaba abiertamente volcada a la moda y la aristocracia urbana y rural tenía la vista puesta en lo que hacía el «grupo de moda», qué lugares frecuentaban, cómo decoraban sus casas y qué ropa llevaban. De hecho, «las ciudades provincianas adquirieron los aires londinenses» y desarrollaron sus propios equivalentes a los jardines de recreo de Ranelagh o Vauxhall o los teatros de Drury Lañe (Porter, 1990, págs. 223-224). En la literatura de Jane Austen y en los diarios de las damas adineradas, la preocupación por la moda es evidente. Anna Margareta Larpent, esposa del inspector de obras dramáticas de la oficina de lord Chamberlain, es una de esas damas cultas (Brewer, 1997). Ella se tomó muy seriamente sus refinadas actividades, como la lectura, el arte, el teatro y el ir a conciertos, como parte de un proyecto general de automejora y, aunque se quejara de la superficialidad de las personas con las que se encontraba en dichos lugares —«¡qué horrible es la vida de las (demasiadas) personas modernas, hasta se podría olvidar que tienen almas»—, como observa Brewer, «esto no impedía que ella persiguiera tales placeres» (1997, pág. 70). De hecho, según el autor: «En esta cultura se exhibían la ostentación, la vanidad, el orgullo, la codicia, así como las más delicadas prendas» (1997, pág. 73). Incluso quienes decían no importarles demasiado la moda, como Elizabeth Shackleton (1726-1781) de Alkincoats en Lacanshire, estaban interesadas en los últimos estilos de Londres en cuanto a ropa y decoración interior (Vickery, 1993). No sólo eran las mujeres las que estaban atrapadas en la revolución consumista, aunque los comentaristas de la época y los historiadores del consumo han tendido a suponer eso desde entonces. Los hombres ricos modernos también hicieron su aportación en lo que a compras se refiere, comprando sus propias cajas de rapé, pañuelos y guantes, así como supervisando la compra de grandes cantidades de artículos de consumo para el hogar como los muebles (Vickery, 1993).

Según Porter (1990) y McKendrick y otros (1983), la publicidad ayudó a avivar las llamas para la nueva revolución consumista, aunque no puede atribuirse la espectacular explosión de demanda de nuevos artículos sólo a la misma, que en realidad refleja un cambio en actitudes hacia el consumo (Campbell, 1989; Weatherill, 1993). Campbell arguye

que el nacimiento de la cultura de consumo llegó con el nacimiento del hedonismo moderno entre la burguesía puritana. Esto está lejos de la ética de la envidia y la imitación en las que las historias tradicionales y las teorías de la emulación hacen hincapié. Tal como se expondrá en el capítulo 4, el hedonismo moderno implica el uso de la imaginación para controlar los estímulos externos. Esto produce tanto anhelos como insatisfacciones asociados al consumo moderno. El consumismo moderno, según Campbell, es «cualquier cosa salvo materialista»; «la motivación básica es experimentar realmente los placenteros sueños que ya han disfrutado en su imaginación» (1989, pág. 89). Así que tal como sugiere Breward (1994), la sirvienta que se viste como una dama codifica artículos con sus propiedades soñadoras y su escapismo, lo que no significa que envidie un estilo de vida.

Ninguna de estas nuevas modas de sociabilidad barrió por completo los antiguos privilegios o jerarquías de la clase y la posición social —de hecho, la mayor riqueza de algunos sirvió para remarcar la separación entre los «pudientes» y los «no pudientes» (Porter, 1990)—, pero sí es cierto que dichas jerarquías sufrieron un progresivo reto. Las leyes suntuarias ofrecen un buen ejemplo de la diferencia entre lo antiguo y lo nuevo: aunque las leyes permanecían en los libros estatutarios, pocos arrestos se hicieron, puesto que «la gente de las grandes ciudades contaba con pocos medios para decir si el traje de un extraño en la ciudad era un reflejo exacto de su posición en la sociedad» (Sennett, 1977, pág. 66). Sennett da más pruebas de la contradicción entre el deseo de fijar la identidad de clase y la imposibilidad de conseguirlo. Las nuevas clases sociales, no sólo los tenderos y comerciantes, sino también los que ocupaban cargos oficiales en el gobierno y en el mundo de las finanzas privadas, también se encontraban en una posición ambivalente: su identidad no estaba abalada por la tradición y a la vez no se podían ubicar dentro de la jerarquía de clases existente, de modo que, mientras las leyes sobre el vestir eran inviables, se realizaron intentos para «poner orden a la mezcolanza de extranjeros de la calle» (1977, pág. 66) estableciendo los trajes típicos de cada ocupación. Sin embargo, esto también resultó ser ineficaz, puesto que no había modo de reconocer a los impostores, dado que las personas salían a la calle llevando el traje de una profesión en particular o gremio tanto si pertenecían a ellos como si no. Parece que «el hecho de que la identidad de la gente correspondiera en realidad a lo que llevaba puesto no era tan importante como el deseo de llevar algo reconocible a fin de ser alguien al salir a la calle» (1997, pág. 67). De modo que un con

signatario que salga a pasear llevando un traje de carnicero está utilizando un uniforme y al hacerlo está observando una convención. «Los» códigos del vestir como medio para regular las calles funcionaron identificando clara aunque arbitrariamente quiénes eran las personas» (1977, pág. 68).»



Les Adieux, de Moreau el Joven, c. 1777. El traje de moda del siglo XVIII era elaborado y excesivo. Vestida para la ópera, esta mujer moderna tenía que pasar de lado por la puerta de de su palco para poder acomodar su enorme falda. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

¿Cómo se relacionó la ropa de este período con el cuerpo? Durante gran parte del siglo XVIII, los trajes públicos para los hombres y mujeres aristócratas eran muy elaborados. Para las mujeres, las faldas eran voluminosas y largas, a veces acuchilladas para revelar la enagua y muy decoradas con lazos, joyas y botones. El traje que se llevaba en público era tan elaborado para hombres como para mujeres: las calzas y los chalecos hechos de lujosas telas como el terciopelo, brocados, tafetán, satén o damasco se adornaban con encajes o bordados y tenían mucho

colorido en tonos verde manzana, vino, rojo, naranja y violeta. Las cintas y las ligas adornaron los trajes tanto de hombres como de mujeres y el maquillaje y los parches se llevaban para ensalzar el lustre del rostro. Sin embargo, según Sennett, aunque tales galas atraían la atención hacia el portador, «sucedió así por las cualidades propias de estos adornos como objetos y no como ayudas para resaltar las peculiaridades de su cara o figura» (1977, pág. 69). El cuerpo era como un maniquí. Hombres y mujeres llevaban pelucas, que junto a grandes y ornamentados sombreros ocultaban por completo la forma natural de la cabeza y que en realidad suponían el verdadero centro de atención, no la belleza propia del rostro. La superficie del cuerpo recibía un trato similar, la mayor exposición de los senos femeninos en el transcurso del siglo era con la intención de exhibir las joyas que pendían de sus cuellos.

A medida que la vida pública iba adquiriendo mayor importancia, con muchas más ocasiones para la sociabilidad que antaño, hubo un significativo cambio en la relación entre el cuerpo y el vestido. Mientras que en el siglo XVII, los trajes para la élite siempre eran elaborados en cualquier circunstancia, a mediados del siglo XVIII se produjo un cisma entre el traje público y el privado. «Por la calle [...] los trajes que se llevaban marcaban claramente el lugar que ocupaba la persona en la sociedad», mientras que en la vida privada los trajes eran «más naturales [y] el cuerpo era más expresivo en sí mismo» (Sennett, 1977, pág. 66). Una metáfora común que describía esta división entre público y privado, y a la que Sennett recurre, es el escenario: en público uno estaba en «el escenario», representando un papel que puede que fuera «auténtico» o no; en casa, se estaba «entre bastidores» y uno se podía relajar, llevar trajes sueltos y preocuparse de la «comodidad». Para las mujeres eso podía suponer llevar una *négligé*. En público, la etiqueta exigía una presentación diferente del cuerpo, y el traje desempeñaba un papel importante en ese campo, al señalar las reglas, convenciones o posición que podían estar relacionadas con la identidad o posición real del portador. La actuación se aceptaba por lo que era, una imagen más o menos convincente, según la habilidad del actor. Tal como expone Sennett:

[...] en casa las prendas se adaptaban al cuerpo y a sus necesidades; en la calle uno se enfundaba en trajes cuyo fin era que las otras personas pudieran actuar como si supieran quién eres. Uno se convertía en una figura en un paisaje inventado; el propósito de la

ropa no era estar seguro de con quién estabas tratando, sino poder comportarse como si estuvieras seguro de ello (1977, pág. 68).

La convención en el vestir, el habla y la interacción en el siglo XVIII se consideraban como simples convenciones sociales, no como símbolos tras los cuales subyaciera algún tipo de verdad (como sucede en la actualidad). Para Sennett este elemento lúdico con el aspecto público personal y la identidad es algo positivo, puesto que permite a la persona ser creativa y expresiva y disfrutar de una interacción social abierta. De hecho, Sennett arguye que las personas son más sociables cuando existen barreras tangibles como las convenciones sociales entre ellas. Sin embargo, cuando uno trata las cosas como si fueran simbólicas, como si encarnaran un significado oculto, el aspecto lúdico de las convenciones se pierde y también la libertad que éste permite en términos de sociabilidad. «Los seres humanos han de guardar cierta distancia de la observación íntima de los demás a fin de sentirse sociables. Aumenta el contacto íntimo y tu sociabilidad disminuirá» (1997, pág. 15). Este desvelo por la realidad interior da como fruto una visión más psicológica del otro, un cuestionarse la realidad interna del otro que con frecuencia conduce a la desconfianza. El resultado es que el terreno público se considera «un espacio público muerto» y lleva a una búsqueda de la verdad y de la intimidad que en último término implica un retiro en el ámbito privado. La sociabilidad disfrutada por y para sí misma cuando se rige por las convenciones sociales se considera insatisfactoria y sin sentido. Sennett critica, por tanto, la inquietud romántica por la autenticidad que invadió el ámbito público en el siglo XIX y con ello, según él, redujo las posibilidades de una vida social activa y artística. (Los discursos sobre la autenticidad inspirados por el Romanticismo y la aparición del individualismo burgués se tratarán en el capítulo 4.)

Puesto que Sennett se centra principalmente en París, no presta atención a las diferencias en los estilos de vestir del resto de Europa. En Inglaterra, el estilo de vestir rural se hizo popular en el transcurso del siglo XVIII; éste era claramente informal en comparación con el elaborado traje francés, todavía altamente influido por la formalidad de la corte. El traje inglés adquirió bastante popularidad en Francia hacia finales del siglo XVIII, posiblemente reflejo de la admiración republicana que sentían en aquellos tiempos por la liberal Inglaterra. Irónicamente, el informal estilo rural inglés también fue adoptado por la aristocracia inglesa en dicho siglo (Steele, 1988). Las tensiones entre el

antiguo estilo formal francés y el estilo rural inglés repercutió tanto en Francia como en el extranjero. En Francia, el estilo *macaroni* (como en la canción *Yankee doodle-dandy*) se relacionó con los jóvenes nobles ultramodernos franceses; este estilo llegó hasta Inglaterra, donde fue adoptado por parte de la aristocracia más conservadora. La moda era para petimetres, detallista y afeminada; algunos criticaban su entallada y corta chaqueta por considerarla obscena. El estilo *macaroni* fue censurado en Francia alegando que un país con personas tan débiles como para lucirlo no podía defenderse. En parte, a raíz de esta condena y del creciente nacionalismo, la moda de los trajes masculinos cambió a medida que las personas empezaron a ver en la vestimenta sobria un reflejo de los valores patrióticos, de la vida rural y urbana (en contraposición a la corte) y de la empresa (en contraposición a las apuestas y la frivolidad) (Steele, 1988).

Durante el siglo XVIII, la ciudad surgió como una alternativa a la corte en lo que a la moda respecta (Brewer, 1997). Las reglas para la corte cedieron su lugar a la sociedad urbana y a la vida ciudadana. Esta expansión de la industrialización y de la ciudad iba a la par con el crecimiento de la burguesía urbana que continuó en el siglo XIX, socavando el poder y el privilegio de la élite aristocrática. Dicho cambio espectacular en el poder y los arrasadores cambios sociales trajeron con ellos cambios en las relaciones entre la vida pública y privada, cuyos efectos todavía se dejan notar en nuestros días. El Romanticismo, con su fuerte crítica de la industrialización y urbanización, se convirtió en un antídoto cada vez más popular para la nueva vida moderna. Tal como veremos en el siguiente capítulo, esto ayudó a perturbar el equilibrio entre la vida pública y privada que tan cuidadosamente se había mantenido durante el siglo XVIII y a promover nuevas relaciones entre el aspecto y la identidad.

LA MODA A PARTIR DEL SIGLO XIX

La moda medra en un mundo de movilidad social, un mundo dinámico caracterizado por los conflictos de clases y políticos, la urbanización y la innovación estética, así que no es de extrañar que la moda floreciera en el siglo XIX, cuando los levantamientos sociales alcanzaron un nuevo cénit con la Revolución francesa y la Revolución industrial. El frenético ritmo de cambio continuó hasta el siglo XX, que sin duda se encontraba en mayores crisis sociales y políticas que culminaron con las dos guerras mundiales. A medida que el término

«modernidad» capta la idea de una sociedad que está sufriendo un espectacular cambio, éste también se puede aplicar al rápido ritmo de cambios en la moda que tuvo lugar durante este período. Por consiguiente, según Breward: «Si hay un tema que destacar entre otros muchos dentro del cual [...] se pueda ubicar un debate sobre la indumentaria victoriana, es este problema o idea de "modernidad"» (1994, pág. 146). Wilson también habla del concepto de modernidad para considerar la moda de los siglos XIX y XX porque «parece útil como medio para indicar el inagotable deseo de cambio propio de la vida cultural del capitalismo industrial, el deseo de lo novedoso que tan bien materializa la moda» (1985, pág. 63). La modernidad invoca una serie de desarrollos: la industrialización, el crecimiento del capitalismo, la urbanización, el surgimiento del individualismo privatizado y el desarrollo de la cultura de «masas», por nombrar unos cuantos.

El capitalismo surgió de las revoluciones que azotaron el oeste de Europa en las primeras décadas del siglo XIX: en Gran Bretaña tomó la forma de una revolución social provocada por la industrialización y alimentada por el individualismo burgués y el liberalismo; en Francia se convirtió en una sangrienta revolución política que se liberó de los grilletes del Antiguo Régimen. En ambos casos, floreció una nueva clase capitalista para desafiar las ideas preconcebidas de poder y riqueza: su riqueza estaba vinculada a las fábricas, al capital o a las mercancías más que a la tierra o a la sangre y les causo conflictos, al menos en lo que a la posición social se refiere, con la antigua aristocracia y nobleza. Salvo en Francia, el principal reto era luchar indirectamente contra los símbolos, de los cuales la indumentaria era uno de los más importantes, y utilizar menos las espadas. El siglo XIX fue una era dominada por el «capital»: «El nuevo dinero compra haciendas, puede llevar los trajes de la corte y de la "sociedad", puede permitirse los placeres lujosos de la aristocracia» (Slater, 1997, pág. 70). En la historia de la moda europea hasta entonces, las tendencias habían sido impuestas por los trajes reales y aristocráticos que se habían llevado en la corte, pero hacia finales del XVIII, tanto en Francia como en Inglaterra, las fluctuantes modas pasaron a ser impuestas por la burguesía. Steele cuenta cómo, tras la Revolución de 1772, desde el período del Directorio (desde 1795) hasta el Consulado (1799-1804) y el Imperio (1804-1815) el traje femenino se fue volviendo «menos traje», con nuevas líneas inspiradas en el diseño clásico (1988); prendas como las camisas posiblemente también sufrieran la influencia del colonialismo francés en el Caribe, donde las mujeres

llevaban sencillos vestidos lisos. La conocida idea de que la Revolución trajo consigo la moda de la camisa es demasiado simplista. Según Steele, la simplicidad de esta prenda en comparación con el complicado estilo Bastilla no corresponde exactamente: la camisa ya había hecho su aparición antes de la caída de la Bastilla. Un retrato muestra a María Antonieta con un sencillo traje que provocó el escándalo en su tiempo y tuvo que ser retirado de la vista pública. El retrato fue realizado por Elisabeth Vigée-Lebrun, cuyo propio estilo de vestir era sencillo (ella odiaba los ostentosos trajes cortesanos de Versalles). Tras la recortada elegancia de las modas de la Regencia, los vestidos femeninos se volvieron aún más recargados con la llegada del traje romántico, con una profusión de encajes, volantes y cintas. A mediados del siglo XIX, las faldas eran anchas y pesadas, la jaula de crinolina se introdujo en la década de 1850. Los trajes de los hombres cambiaron poco en comparación con los femeninos, aunque perdieron gran parte de sus adornos y los colores dominantes eran sobrios en comparación con los rosas, rojos, malvas y amarillos comúnmente llevados por los aristócratas del siglo XVIII. Los discursos sobre la moda se fijaron en las notables diferencias entre los trajes de los hombres y los de las mujeres durante el siglo XIX, cuando las mujeres empezaron a cosechar la fama de «frívolas». La historia clásica se ha decantado por equiparar el confinamiento de las mujeres en la familia con el confinamiento de su vestimenta al corsé de ballenas y a la jaula de crinolina, aceptando sin derecho alguno la idea de una renuncia masculina a la moda. La cuestión es, por supuesto, mucho más compleja que todo eso (véase capítulo 5), pero la sorprendente imagen del período Victoriano está marcada por la diferenciación de géneros.

La industrialización cambió la naturaleza de la moda: el desarrollo de nuevas tecnologías para confeccionar prendas, como la máquina de coser, fue incentivado por las nuevas demandas de ropa barata fabricada en grandes cantidades, especialmente para los hombres. Además, las guerras crearon una necesidad de uniformes y el nuevo trabajo industrial (en la construcción del ferrocarril en Estados Unidos, por ejemplo) requería ropa barata y fuerte. Hasta la fecha, la ropa de los hombres sigue estando más industrializada que la de las mujeres, que se ha conservado más representada en la alta costura que en la producción en serie (Fine y Leopold, 1993; Leopold, 1992). Este cambio en la confección de la ropa en las fábricas modificó la estructura del sistema de la moda, que hasta entonces se había basado en el método de «dar a conocer». Tal como

veremos en el capítulo 7, esto condujo a la aparición de la fábrica que explota al trabajador, cruel, inhumana y a menudo peligrosa.



Traje de paseo inglés, 1807, muestra las clásicas líneas rectas del periodo de la Regencia. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

El aumento de la urbanización también ayudó a estimular la moda, al proporcionar un escenario más amplio para la exhibición y la transmisión de ropa, a la vez que ofrecía un útil manto de protección para la vida urbana (véase capítulo 4). El creciente anonimato de la urbe trajo nuevas posibilidades y problemas: nuevas oportunidades para los encuentros sociales, sobre todo para las mujeres de finales del siglo XIX, que podían visitar lugares «respetables» como los grandes almacenes y los cafés de la ciudad. También trajo problemas a pequeña y gran escala: el recelo respecto al orden social aumentó con la expansión de la ciudad y algunos intelectuales expresaron su temor ante la aparición de una sociedad de «masas», una anónima y a veces incluso

violenta sociedad «mafiosa». Hay una estrecha relación entre el florecimiento de la nueva clase capitalista y el Romanticismo, como movimientos estéticos e individualistas en los que se da prioridad al individuo y se celebra el aislamiento personal, al igual que la búsqueda de refugio en la imaginación como lugar apartado de los horrores de la vida moderna. El Romanticismo favoreció a un individuo peculiarmente privatizado cuyo retiro y aislamiento le permitía encontrarse a «sí mismo» entre los escombros de la vida moderna. Estos desarrollos dieron más importancia al yo y fomentaron el surgimiento del individualismo privatizado.

¿De qué modo se relacionan todos estos avances con la moda y el vestir? En un mundo semejante, la moda adquiere un nuevo significado; es el medio por el que la gente descubre su identidad, se mueve por la ciudad sin ser observada (u observada, según su estilo) y sirve casi como de «armadura» para proteger al individuo. La moda se puede utilizar para crearse una identidad «individual» impresionante, a la vez que es capaz de denotar lo ordinario, puesto que pone de relieve la uniformidad. Estos dualismos, entre conformidad e individualidad, entre el yo privado y el aspecto público, introducen temas que han sido el centro de los debates sobre la moda y el vestir. Otro dualismo entre el artificio y la autenticidad ha jugado un importante papel en los debates académicos sobre la moda, a la vez que ha dado forma a un entendimiento de «sentido común» sobre la misma: ¿esconde la moda al «auténtico» yo y sirve de «artificio»? Esta pregunta surge de la inquietud romántica por la autenticidad y el yo.

Mientras la moda supuso una «armadura» de protección para algunos, para otros fue una fuerza tiránica. El crecimiento de los movimientos de reforma en el vestir que tuvieron lugar en el siglo xix condujeron al vestido de moda que fue criticado en varios campos. Estos movimientos a menudo se asociaron con campañas políticas, como el socialismo o el feminismo, que se crearon para erradicar las desigualdades sociales y políticas. Muchos de los movimientos de reforma defendían el diseño de un «uniforme» como medio para fomentar la igualdad, pues «la tiranía de la moda» favorece la competitividad entre las personas y debe ser suprimida. Algunos criticaron la moda (por ej.: Veblen, 1953; Flügel, 1930) por considerarla frívola, inútil, innecesaria o sencillamente antiestética. El funcionalismo de Veblen le llevó a ver la moda como algo esencialmente inútil, también como una tiranía para las mujeres que estaban circunscritas en sus pesados y complicados vestidos. Tal como se verá

en el capítulo 5, otros reformadores del vestir fueron relacionados con el feminismo e hicieron un llamamiento para que las mujeres llevaran vestidos pantalón en lugar de sus pesadas faldas (Newton, 1974). Sin embargo, no sólo se criticaba el vestido femenino: Flügel fue relacionado con el Movimiento de Reforma del Traje Masculino y afirmó que el traje del hombre era igualmente restrictivo y opresivo.



Fotografía de Jane Morris (esposa de William Morris), llevando el traje Estético 1865. A diferencia del vestido Victoriano estándar de aquellos tiempos, Morris lleva un vestido sin corsé y sin profusión de faldas y adornos. Posó para Gabriel Dante Rossetti. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

La creencia en un estilo progresivo es en gran parte producto de la fe en el progreso y la utopía y, en algunos casos, en la ciencia (Newton, 1974), que imperaba a finales del siglo XIX. Algunos reformadores del vestido se preocuparon por la salud y la higiene y a muchos se les relacionó con la medicina de la «cura del agua» y defendieron los trajes sueltos basándose en que eran más «higiénicos» y «naturales» (Luck 1992; Newton, 1974). El movimiento Estético en Inglaterra reaccionó en

contra de lo que sus acólitos consideraron la fealdad de la moda y abogaron por un estilo de vestir más «natural». Una cierta tensión procedente del Romanticismo invade estas actitudes sobre el vestir y se relaciona con la visión simplista del cuerpo y de la «naturaleza». El traje Estético, tal como el que llevaban los prerrafaelitas, suponía que se podía diseñar una forma «natural» de vestir, cuando en realidad ningún vestido puede ser «natural», puesto que su forma siempre es una expresión de la cultura y representa un intento de modificar el cuerpo de alguna manera. Una observación final sobre la reforma en el vestir es que no todos los reformadores eran progresistas (Kunzle, 1982; Steele, 1985). Algunos eran conservadores, por ejemplo, los que se oponían al corsé en el siglo XIX, basándose en que perjudicaba los órganos reproductores de las mujeres y por ende su capacidad de dar a luz.

En este capítulo hemos visto el desarrollo de un sistema de moda moderno y cómo las modas han cambiado para responder a la compleja gama de fuerzas sociales. La simplista suposición de que la moda refleja el espíritu de una época ha sido puesta en tela de juicio, pero ello no significa que la moda no se vea afectada por los cambios en la vida social. Considerar de qué modo y la razón por la que cambian las modas no basta para aislar un sólo espíritu o sentimiento asociado con los tiempos y buscar modificaciones en el vestir que puedan corresponder a los mismos. El vestido está ligado a la vida social en más de una forma: es creado en función de las condiciones económicas, políticas, tecnológicas, así como por las ideas sociales, culturales y estéticas. El traje de moda depende en cierta medida de circunstancias sociales y económicas particulares, tal como se ha visto en este capítulo. Sin embargo, las tendencias en el vestir no se pueden reducir a los aspectos económicos o sociales.

CAPÍTULO

4

Moda e identidad

INTRODUCCIÓN

La moda y el vestir guardan una compleja relación con la identidad: por una parte la ropa que elegimos llevar puede ser una forma de expresar nuestra identidad, de decir a los demás algo sobre nuestro género, clase, posición, etc.; por la otra, nuestra indumentaria no siempre se puede «leer», puesto que no «habla» directamente y, por consiguiente, está expuesta a malas interpretaciones. Esta tensión entre la ropa como reveladora u ocultadora de la identidad puede verse en gran parte de la literatura sobre la moda y encaja en asuntos temáticos más amplios relacionados con la identidad descrita por Sennett (1977), Finkelstein (1991) y otros. Estos teóricos examinan las formas en las que se puede decir que la identidad es «inmanente» en aspecto, y a la vez, cómo también se puede confundir, ocultar tras un «disfraz»? Esta tensión se siente con especial intensidad en la ciudad moderna, donde sin tradición o patrones establecidos para reconocer a los demás nos mezclamos con las masas de «extraños» y disponemos sólo de momentos pasajeros para impresionar al otro. Por consiguiente,

[...] cuando nos tropezamos con un extraño como alguien misterioso e inaccesible, nos referimos a los estilos de vestir y al aspecto físico, en ausencia de cualquier otro medio

que sea un signo fidedigno de identidad. La indumentaria suele verse como un símbolo de prestigio individual y de moralidad, ya sea real o inventado (Finkelstein, 1991, pág. 128).

El anonimato aumenta la importancia que se le concede a la imagen y, en realidad, con el desarrollo descontrolado de las ciudades en Europa durante el siglo XIX, dos estrategias para hacer frente al anonimato de la ciudad empezaron a ejercer presión en direcciones opuestas: la idea de que el carácter es inmanente en el aspecto (Finkelstein, 1991), una idea que lleva en busca de la autenticidad del «otro», de la «verdad» que se oculta bajo el aspecto, y un deseo alternativo de artificio y juego con la apariencia, mediante la moda y el disfraz, provocado por la naturaleza anónima de la ciudad. La contradicción entre estas dos estrategias sirve para poner de relieve la comedia urbana y se centra en el cuerpo y el vestido como indicadores a interpretar para descifrar el sentido oculto. En las figuras del dandi y del romántico hallamos la contradicción entre el artificio y la autenticidad representados por los estilos de vestir. Para Campbell (1989), las figuras del dandi y del romántico en el siglo XIX representaron dos prácticas divergentes de vestir y de consumo coexistentes. El estilo dandi era un estilo aristocrático antiguo de vestir que manifestaba un interés por la distinción individual, un afán inagotable de parecer «distinguido», mientras que el estilo romántico representa un deseo más familiar dentro de la cultura contemporánea, concretamente la de ser un individuo expresivo y «sincero con uno mismo». Así, el estilo dandi hacía hincapié en el artificio o la apariencia, el yo representado y perfeccionado a través del uso consciente del traje y del cuerpo, mientras que al romántico le interesaba la autenticidad y el yo como algo «genuino» y «natural».

Esta tensión entre artificio y autenticidad, entre el yo creado y con estilo propio y el yo natural y auténtico se repite en, la literatura contemporánea. Tal como dice Finkelstein (1991), en nuestras lecturas contemporáneas sobre el aspecto y la identidad hay una contradicción fundamental: mientras queremos leer al otro a través de su aspecto y esperamos poder hacerlo con exactitud, al mismo tiempo somos conscientes de que las «apariencias pueden ser engañosas». Ser consciente de la problemática naturaleza de la apariencia no nos impide intentar controlar cómo cuidamos y calculamos nuestro aspecto para «presen tar nuestra mejor cara» o «dar una buena impresión» y

empleamos toda una serie de estrategias para resaltar nuestra apariencia. La moda y el vestir son los instrumentos para este cálculo, pero varios proyectos de salud, como la dieta, los ejercicios *defiiness* y la cirugía estética contribuyen también a mejorar el aspecto del cuerpo. Featherstone (1991a), Giddens (1991) y otros han dicho que estos proyectos corporales son un indicativo de cómo el yo en la cultura moderna reciente es un «yo cada vez más reflexivo» que piensa y actúa sobre el yo de formas concretas. Este tema también podemos verlo en el trabajo de Foucault (1988) sobre «las tecnologías del yo», en el que examina las formas específicas históricas en las que se nos requiere que nos convirtamos en cierto tipo de seres humanos. Se puede decir que los diferentes estilos de vestir forman parte de estas «tecnologías del yo». A este respecto, el dandi y el romántico se podrían considerar dos «tecnologías del yo» del siglo XIX, ambas derivadas de estilos particulares de vestir, así como deudoras de distintas lealtades a corrientes sociales y políticas.

Sin embargo, las opiniones para la realización de la identidad no están libres de restricciones. El modo en que realizamos nuestra identidad está relacionado con nuestra posición en el mundo social como miembros de ciertos grupos, clases o comunidades culturales? La ropa que elegimos llevar representa un compromiso entre las exigencias del mundo social, el medio al que pertenecemos y nuestros deseos individuales. «Las modas son lazos que unen a los individuos en un acto mutuo de conformidad con las convenciones sociales» (Finkelstein, 1991, pág. 122). Esta tensión entre estructura social y actuación individual es conocida para los sociólogos, y Simmel la describe sucintamente en su relato sobre «la individualidad y las formas sociales» (1971). Simmel, como uno de los pocos sociólogos que tuvo en cuenta la moda, le concede cierto grado de importancia en la sociedad moderna como fenómeno que pone de manifiesto los deseos contradictorios de la imitación social y la diferenciación individual. La moda no sólo acoge el deseo de imitar a los demás o a una comunidad determinada, sino de expresar la individualidad. Es decir, aunque la indumentaria indica nuestra afiliación a comunidades concretas y expresa valores, ideas y estilos de vida compartidos, no queremos ser «clones» vestidos de forma idéntica a nuestros amigos. Para comprender de qué modo la moda y el vestir están vinculados a la identidad, el análisis de Simmel, con su énfasis en las tendencias contradictorias, es pertinente en este caso.

El análisis de Simmel apunta a una naturaleza del vestido esencialmente social: los individuos están ubicados dentro de comunidades y su estilo de vestir expresa su procedencia. Por consiguiente, otro tema cuando se

habla de la identidad en relación con el cuerpo creado es cómo la moda y el vestir expresan las identidades grupales, concretamente, cómo se despliegan para marcar las distinciones entre las clases y los grupos de personas. Este tema trata asuntos como el prestigio y cómo se encarna en la moda, el vestir, la conducta y nos devuelve a los debates sobre el modo en que el cuerpo se ha convertido en el portador de la posición social. Este tema ya se ha tratado en los capítulos 1 y 3 (especialmente a través del trabajo de Elias, 1978 y Bourdieu, 1984, 1994). En su análisis de la clase, de la posición social y del poder, arguye que el cuerpo ocupa un puesto crucial como mediador de esta información a través de inscripciones, gustos y prácticas a las que él se refiere como *habitus*. La explicación de Bourdieu contempla cómo esta batalla por la distinción es una lucha por el poder —económico, social y simbólico— puesto que conseguir distinción aumenta potencialmente sus intereses: Sloane Ranger, que estudia en un colegio privado para señoritas suizo, donde se cultivan ciertas maneras y conocimientos culturales, representa la oportunidad para aumentar su posición socioeconómica mediante un «buen matrimonio».

Es imposible hablar de la posición y de la competitividad por alcanzarla sin hablar de la clase. Una vez, en una época tan cercana como principios del siglo XX, la clase era visible gracias a uniformes o estilos de vestir: carniceros, panaderos, nodrizas y mineros eran fácilmente identificables por su ropa. Sin embargo, en el siglo XIX, las nuevas clases sociales estaban empujando y compitiendo por la posición; las antiguas ideas fijas sobre la clase estaban desapareciendo con rapidez. En la cultura contemporánea occidental, la clase ya no era tan aparente a simple vista sólo por el vestido, pero eso no quiere decir que las divisiones sociales ya no sean aparentes mediante los estilos de vestir: la indumentaria todavía puede marcar las fronteras entre los distintos grupos, y eso es especialmente cierto en el caso de las subculturas de los jóvenes. Las subculturas utilizan la ropa, así como otros artefactos populares, para resaltar las diferencias de gusto, estilo de vida e identidad. Sin embargo, si con esa distinción pretende diferenciarse de los demás, también trata siempre a un mismo tiempo de hacer ver a los otros que se asemeja a ellos. Por consiguiente, las maneras concretas y las disposiciones corporales de una Sloane Ranger demuestran su pertenencia a una clase concreta. Estos temas se pueden aplicar para comprobar cómo otros grupos sociales, como las subculturas, exhiben bienes culturales para distinguirse entre ellos y de la corriente principal. Además, Sloane Ranger y el miembro de una subcultura ilustran la tensión

descrita por Simmel (1971) entre la imitación y la diferenciación: ambos se apartan de los demás mediante el estilo corporal y el vestir *mientras que también* muestran su afiliación a una comunidad cultural al vestirse de forma similar a los de su clase o grupo sub-cultural.

En este capítulo, trataré de los temas relacionados con la identidad con más detalle, examinando las complejas formas en que la moda y el vestir están vinculadas con la identidad social. Estas tensiones y contradicciones fueron más notables en el siglo XIX, ensalzadas por los rápidos cambios en la vida social de la época. Por consiguiente, considero los rasgos característicos del mundo descritos como «modernos», prestando particular atención a la ciudad como escenario *por excelencia* para el despliegue sartorial. Luego exploro con detenimiento los temas que he señalado más arriba: la imitación y la diferenciación; el artificio y la autenticidad; el cuerpo, el vestido y la posición social.

LA MODERNIDAD: IMITACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

En el siglo XIX hubo una explosión popular sin precedentes en las capitales europeas; en Inglaterra grandes números de campesinos se vieron desplazados por el sistema de parcelaciones y se trasladaron a Londres para buscar trabajo. El aumento de la industrialización del trabajo separó a la población urbana de los ritmos de la naturaleza y, cuanta más gente salía a trabajar fuera de casa, a las fábricas, a las minas o a las oficinas, el día laboral no tenía por qué empezar con el amanecer y terminar al atardecer. Estos avances cambiaron la geografía de la vida social: las ciudades se volvieron bulliciosas y congestionadas, sucias, ruidosas y con frecuencia peligrosas para vivir y trabajar; también proporcionaban un «escenario expandido para la comedia pública de la vida moderna» (Steele, 1988, pág. 135) y la moda floreció en dicho escenario. En semejante entorno los «extraños» se encontraban durante breves momentos pasajeros, en los que habían de sacar una impresión mutua. Al aumentar el anonimato de este modo se puso mayor énfasis en la apariencia como medio para «leer» a los demás.

La intensidad de este entorno trajo consigo nuevas presiones y posibilidades. Simmel califica la sociedad emergente en el siglo XIX de «moderna»: es muy abstracta y compleja en su estructura y alcanza su apoteosis con la monetización. Durante dicho siglo hubo un aumento cuantitativo en la cultura material, la extensión del mundo de los bienes, del consumo, de la compra y de la ostentación simbólica; todo

ello ofreció nuevas posibilidades a las personas para que se reconocieran como consumidoras «que han llegado a determinar su propio desarrollo en este mundo de los bienes» (Miller, 1987). Simmel ve la modernidad como inherentemente contradictoria: se abre a un mismo tiempo a nuevas oportunidades para la individualización que no eran posibles en las comunidades tradicionales y rurales y también cierra las posibilidades de coherencia social. Los problemas surgen cuando el mundo de los objetos sobrepasa los intentos de las personas de hacer las paces con los mismos, cuando los sujetos no se apropian de los objetos de modo que se relacionen con sus proyecciones, sino que se confrontan con el mundo como si fuera ajeno a ellos. Tal como expone Simmel: «Nuestra libertad cojea si utilizamos objetos que nuestro ego no puede asimilar» (1971, pág. 462). El impresionante conjunto de objetos de compra siempre amenaza con sobrepasarnos. El autor explora las contradicciones de la modernidad, arguyendo que la vida moderna muestra un deseo de *generalización*, «de uniformidad, de similitud inactiva de las formas y de los contenidos de la vida», y de *diferenciación*, «de elementos separados, que producen el incesante cambio de una vida individual» (1971, pág. 294). Estos dos principios antagonistas se expresan mediante el adorno que «crea una síntesis muy específica de las grandes fuerzas convergentes y divergentes del individuo y de la sociedad» (Simmel, 1950, pág. 344). La moda manifiesta una tensión entre la conformidad y la diferenciación, expresa los deseos contradictorios de encajar y de destacar: «La moda es la imitación de un ejemplo y satisface la demanda de adaptación social, [...] al mismo tiempo, satisface no en menor grado la necesidad de diferenciación, la tendencia hacia la disimilitud, el deseo de cambio constante y de contraste» (Simmel, 1971, pág. 296). La idea de que la moda trata siempre de la diferenciación de un grupo en particular está generalmente vinculada a la teoría del «filtrado descendente» y de la emulación que, como he expuesto en los capítulos 2 y 3, es imperfecta en lo que a la moda se refiere. Sin embargo, sin aceptar la propuesta de que las modas se desarrollan en la cima o que la emulación es la motivación clave de la misma, uno todavía puede argüir que lo que «está de moda», o en el lenguaje de hoy lo «tope» o lo que «está en onda», siempre se ha de diferenciar de la corriente principal. Una vez se ha adoptado ampliamente un estilo, ya no es «diferente» y, por lo tanto, tampoco «está en onda». En cualquier momento, uno o más grupos pueden estar asociados con «estar en onda» y ser los responsables de crear una tendencia. Hoy en día es bastante frecuente

que este grupo proceda de la calle, de las subculturas juveniles, más que de una élite que está en la «cima» de la escala social. La modernidad depende, pues, de la distinción o diferenciación que, una vez copiada universalmente, es negada. Un grupo que establece una tendencia cuya identidad depende de «estar en onda» pasará, por lo tanto, a adoptar otro estilo. Este proceso está muy comercializado hoy en día, la industria de la moda está siempre enfocada en hallar «nuevos looks» cada estación (un color nuevo, una línea de falda, la forma de la chaqueta). La velocidad con la que esto sucede y el efecto concomitante sobre las interconexiones entre diseñadores, compradores, periodistas y culturas de la «calle» la veremos en el capítulo 7.

Lo que aquí nos ocupa es de qué forma se puede desplegar la moda en ciertos grupos en momentos concretos y ser utilizada para distinguir a dicho grupo, haciéndolo visible y que sus miembros sean identificables. Lo mismo puede decirse de toda la ropa, incluso hasta de la que se caracteriza como «antimoda» u «opuesta» a la corriente principal. Por ejemplo, la ropa de varios movimientos utópicos del siglo XIX, que solían girar en torno a algún tipo de «uniforme», «daba a sus miembros una «afinidad familiar» y marcaba las diferencias con los forasteros, actuando como un poderoso indicativo de valores compartidos y barreras comunales» (Luck, 1992, pág. 202). En el siglo XX la ropa de las jóvenes subculturas rebeldes también sirvió para marcar y distinguir una identidad para esos grupos. La indumentaria es, por lo tanto, el medio por el que se destacan y conservan las identidades. Aunque esto siempre ha sido así, ciertamente en relación a la identidad de clase, es importante observar que la modernidad abrió nuevas posibilidades para la creación de la identidad: sacó a los individuos de las comunidades tradicionales para colocarlos en el crisol de la ciudad y amplió los artículos disponibles para la compra a un círculo aún más amplio de personas, proporcionando de ese modo la «materia prima» para la creación de nuevas identidades. A medida que los siglos XIX y XX iban avanzando, la propia identidad dependía en mayor o menor medida de un lugar fijo en un orden social estable: las afiliaciones de un grupo se podían «elegir» e «inventar» la propia identidad en el mundo moderno.

LA MODA COMO ARTIFICIO

El capitalismo industrial y la urbanización no sólo cambiaron los contornos del paisaje del siglo XIX, sino que transformaron las relaciones sociales y temporales. Los conflictos de clase fueron algo que caracterizó a este período. La vida de la City seguía su propio ritmo bastante diferente al rural: la vida industrial cambió el ritmo del momento y reordenó la relación entre la vida pública y la privada. Tal como se ha mencionado en el capítulo anterior, la vida íntima del hogar y la vida pública de la calle y de la «sociedad» se habían mantenido como ámbitos separados y claramente diferenciados durante el siglo XVIII. Las funciones públicas como actuaciones marcaban una discreta distancia entre el yo y el «otro» y entre la vida pública y la privada, favoreciendo de ese modo la sociabilidad de las personas. Sin embargo, según Sennett (1977), en la urbe del siglo XIX, la burguesía industrial alteró esta armoniosa relación. En parte a raíz de los choques provocados por el proceso de industrialización y en parte a raíz de los cambios en lo concerniente a la moralidad, la vida pública llegó a ser vista como un «espacio muerto»: espacio alienante y carente de virtud espiritual o moral. Se convirtió en un refugio al que escaparse, en lugar de ser el lugar virtuoso y placentero que se podía disfrutar y valorar que fue en el siglo XVIII. El siglo XIX fue la era en la que la familia privada se convirtió en el pilar de la vida social, el refugio de la autenticidad y el sentido. En «esta visión intimista de la sociedad», la gente empezó a esperar beneficios psicológicos de su experiencia del mundo justamente porque hay mucho en la vida pública que no ofrece recompensas psicológicas, se experimenta como algo impersonal, vacío y alienante. Esto prepara el escenario para la aparición de la ciudad como lugar peligroso, llena de «extraños», a quienes en virtud de su calidad de desconocidos no se puede conocer y, por tanto, suponen una amenaza en potencia.

En las grandes ciudades que emergieron durante el siglo XIX, las personas entraron en contacto con un número cada vez mayor de «extraños». En este alienante entorno, rodeados de rostros desconocidos, la apariencia era el único medio de descifrar al «otro». En semejante mundo, la moda se convierte en una experiencia primordial para la ciudad moderna; según Wilson (1985), el vestirse puede suponer «una técnica de supervivencia» en una metrópolis que pone en contacto a desconocidos, de modo que, según la autora, «la burguesía urbana del siglo XIX, ansiosa por mantenerse a distancia de La omnipresente

mira quiera" podía verte, creó un discreto estilo de vestir como protección» (1985, pág 137).

No obstante, las apariencias pueden ser engañosas y, de hecho, tal como señala Wilson, el misterio, el suspense y el disfraz eran causa de preocupación en la era victoriana, que dio nacimiento a la novela de misterio, de detectives y al suspense. El detective más famoso del siglo XIX, Sherlock Holmes, se encargaba de desvelar los misterios y secretos desplegando su poder de deducción para ahondar en la apariencia de las cosas y de las personas. Sin embargo, tal como observa Sennett (1977), la habilidad de descifrar la imagen de los demás y determinar su identidad se dificultó debido a la producción masiva de ropa, especialmente con el crecimiento de los patrones en serie, que borraron las líneas que delimitaban las reconocibles identidades de clase. En el siglo XIX, uno podía pasearse por la ciudad con el disfraz de una dama, como hacía la amante del diarista Arthur Munby. Han-nah era una sirvienta de Munby que solía llevar la indumentaria propia de una sirvienta del siglo XIX, vestido sencillo, delantal vulgar, un chai y un bonete liso. Pero posteriormente, cuando se casaron en secreto, se hizo pasar por una dama, aunque siempre con guantes para ocultar sus ásperas manos. Cuando la esposa de un rector de fuera de la ciudad se presentó a Hannah (que se había vestido como una dama fuera de la iglesia) y dejó una tarjeta en su residencia, Munby y Hannah se vieron obligados a visitarlos y Hannah tuvo que disfrazarse de «dama» para relacionarse. En este tenso encuentro Hannah «eligió un bonito y ancho sombrero de fieltro negro, con un velo violeta a su alrededor, pintoresco fondo para su brillante pelo y dulce rostro; y se puso un vestido de color gris pálido con ornamentos negros y guantes grises que no se sacó bajo ninguna circunstancia» (Munby, en Hudson, 1974, pág. 373). La reunión transcurrió sin novedad salvo por la despedida de Hannah: un accidental «adiós, *señora*». Pero, en general, adecuadamente vestida, Hannah podía asistir a conferencias con Munby con su «disfraz» y nadie podía decir que su «posición» en la vida había sido la de una humilde sirvienta. Otros disfraces, quizás eran más «engañosos», como el personaje que Munby se encontró en Oxford Street: «Vi delante de mí, caminando a grandes pasos en compañía de un organillero italiano, a un joven alto con un traje completo de las tierras altas escocesas: llevaba una gorra Gleengarry, una chaqueta escarlata, una escarcela, falda de cuadros escocesa y calcetines, sus piernas desnudas desde la rodilla hasta la pantorrilla. No era un hombre, era Madeleine Sinclair, la bailarina callejera» (Munby, en Hudson, 1974, pág. 131).

A lo largo de la historia, llevar la ropa del otro sexo ha sido una práctica común, y en el capítulo 5 examinaremos el papel que desempeña la

indumentaria en la formación del género. En este capítulo es más pertinente hablar sobre cómo algunos ejemplos de travestismo ilustran la incertidumbre y la inestabilidad de las apariencias en la ciudad moderna. La moda sirve para protegerse de las miradas entrometidas y permite a la persona mantener una distancia entre ella y el otro, es la «armadura» del mundo moderno. Abre nuevas posibilidades para el disfraz, para la creación de un yo «artificial» en el sentido de una obra de arte.

Este tipo de mundo también exige una actitud especial (Simmel la denomina *blasé* «pasotismo») que implica una forma de ser y un estilo que te permite hacer frente al «sofoco» y la agitación de la vida moderna en la ciudad. En lugar de mostrar conmoción, desaprobación, consternación ante la visión y los sonidos de la ciudad, el individuo asume una postura de fría indiferencia y observa disimuladamente. La indumentaria y la «actitud de pasotismo» son técnicas para la supervivencia en la ciudad; ambas sirven de escudo contra la mirada de los forasteros. *E\flâneur* (paseante ocioso) que anda desocupado por las calles de la ciudad, pero siempre al acecho, adopta dicha postura de imperturbabilidad. El *flanear* era un personaje típicamente parisino, que «vivía en los bulevares e hizo de las calles y cafés de París su salón» (Wilson, 1991, pág. 54); tal como expuso Baudelaire: «Estar lejos de casa y, sin embargo, sentirse como en casa; observar el mundo, estar en medio del mundo y a la vez permanecer escondido de él, éstos son algunos de los placeres menores de estos espíritus independientes, desapasionados e imparciales» (1986, pág. 33).

La habilidad para caminar por las calles era una opción más abierta para los hombres que para las mujeres y *el\flâneur* generalmente era un dandi, un hombre de clase aristocrática. Sin embargo, Wilson (1991) sugiere que la prostituta era *una\flâneur* cuyo merodear callejero la colocaba en una excelente posición para observar la ciudad. Para Baudelaire, el pintor Guys Constantine era el ejemplo *de\flâneur*, aunque éste fue más allá de la observación indiferente para ser un «espectador apasionado» capaz de captar la pasajera belleza de la calle (Steele, 1988). Este «pintor de la vida moderna», este *flâneur-pintor*, fue un perspicaz observador consciente de los cambios de la moda: «Si una moda o el corte de una prenda ha sido ligeramente modificado, si las hebillas o ramilletes de lazos han sido desterrados por los rosetones [...] su ojo de águila ya se habrá percatado» (Baudelaire, 1986, pág. 35). A este respecto, «la moda fue la clave de la modernidad» para Baudelaire (Steele, 1988, pág. 90). Representaba esencialmente el continuo deseo de la belleza, «un ideal hacia el cual el inquieto espíritu de la humanidad

se ve incesantemente impulsado» (Baudelaire, 1986, pág. 63). El pintor que pintó a sus personajes con el traje antiguo y no con los estilos contemporáneos delataba cierta pereza, pero el verdadero pintor de la vida moderna fue aquel que plasmó la efímera transitoriedad de esos tiempos además de los elementos de belleza eternos e inamovibles.

LA MODA Y LA AUTENTICIDAD .

Mientras algunos adoptaron el disfraz y el artificio como métodos para «ocultarse», esto planteaba problemas a los demás: ¿cómo se podía estar seguro de la veracidad de las personas con las que te encontrabas? Tal como expone Sennett (1977), hasta aproximadamente mediados del siglo XVIII el problema de la veracidad de las apariencias produjo una simpática sociabilidad y uno aceptaba el valor nominal del otro; en el siglo XIX fue causa de desconfianza e incomodidad. La «sociedad intimista» del siglo XIX intentaba probar *bajo* las apariencias, buscaba la «verdad interna» del «otro». Esta actitud fomentó la idea de que si existe una realidad interior, entonces ésta deberá relacionarse con el aspecto externo. Tal como observa Sennett: «Cuando los trajes de la calle y el disfraz para el escenario se empiezan a ver como algo relacionado con el cuerpo, como sucedió con el ajuar de la casa a mediados del XVIII, también parecerá tener alguna relación con el carácter de la persona que los lleva» (1977, pág. 72).

Dicho de otro modo, a medida que la ropa empezó a ser más afín al cuerpo y a la individualidad del portador, ésta se interpretaba para comprobar su «autenticidad». Podría decirse que la presión de la ropa para revelar las «auténticas» intenciones del portador fue mayor para las mujeres en el siglo XIX, quienes, según Halttunen (1982), eran consideradas las modernas guardianas de la cultura protestante burguesa y, por lo tanto, tenían que ser «honestas» y «auténticas». La autora arguye que la conexión entre el sentimiento interno y el aspecto exterior fue expresada con mayor claridad por los defensores del popular traje «sentimental» a mediados del XIX. El traje sentimental, que desechó la sobrecarga de adornos reinante en la ropa femenina desde 1815 hasta la década del 1830, trasladó la atención al cuerpo y a la cara de la persona que lo llevaba: las cofias, por ejemplo, eran lisas y sencillas y se ceñían más a la *cabeza*, de modo que enmarcaban el rostro y sus rasgos.

La idea de que el carácter está inmanente en las apariencias se fue haciendo cada vez más popular en el siglo XIX, aunque la idea se

remonta a mucho tiempo atrás. El deseo de hallar la verdad interna tras la máscara de la apariencia está vinculada al culto del Romanticismo tanto como a la aparición de la burguesía urbana. El Romanticismo como movimiento filosófico y estético que se remonta al siglo XVIII da prioridad a lo «natural» sobre lo social o cultural y reta a aquello que ve como artificial y superficial. En dicho universo moral, la indumentaria y la apariencia se considera que revelan la «verdadera» identidad; ca-duca está ya la idea del siglo XVIII de que las apariencias en el ámbito público pueden actuar de fachada colocada a distancia de la vida íntima: ~El Romanticismo fomentó una visión más psicológica del yo y de la sociedad. Trajo consigo un nuevo interés en la exclusividad individual, tratada en el trabajo del filósofo Jean-Jacques Rousseau, una preocupación narcisista por el yo: «El romántico es aquel que se descubre a sí mismo como el centro» (Campbell, 1989, pág. 184). Los esfuerzos románticos por *alcanzar* la perfección, tras descubrir la carencia de la misma en el mundo y el «conflicto entre la sinceridad y la propiedad, se solidifican en una clara oposición entre el yo y la sociedad [...] al igual que la enajenación se convirtió en el estado natural de los artistas y de los intelectuales con tendencias románticas» (1989, pág. 194). Esto deja a la búsqueda romántica una vía de escape para lo que considera antiestético y engañoso.

A la par de la aparición del Romanticismo, el ascenso de la burguesía en el siglo XIX acentuó el culto al individualismo. Con sus fortunas creadas por iniciativa y gestión propia, la burguesía ayudó a forjar la idea de que nuestro destino depende de la habilidad propia y de la ingenuidad, y en el siglo XIX el hombre burgués llegó a personificar al «hombre que se ha hecho a sí mismo». La filosofía político-económica del liberalismo siguió extendiendo el énfasis en el individuo y en la actitud de *laissez-faire* en lo referente a lo político y a la fortuna económica. Con estas filosofías del Romanticismo y del individualismo liberal fusionándose para formar parte de «la ética protestante», el individuo se empezó a ver como la fuente de la autenticidad y el sentido. Mientras, aparentemente por «sentido común», esta versión del yo es una creación histórica. Elias (1978) ha dicho que la idea del yo independiente, herméticamente sellado dentro de un cuerpo individual, es curiosamente moderna. Tal como hemos mencionado en el capítulo anterior, el proceso de civilización ha cambiado el modo en que vemos nuestros cuerpos y, con el paso de los siglos XIX y XX, esto indujo a una visión más psicológica del yo.

Finkelstein (1991) examinó más a fondo este proceso, quien al igual que Sennet, se centra en las narrativas sobre la autenticidad. Aunque surgen del Romanticismo, la autora afirma que estas «narrativas autenticadoras» también están cada vez más vinculadas con los discursos «científicos» (ésta fue la era de Darwin y de *El origen de las especies*). Finkelstein examina especialmente los estudios de fisonomía de los siglos XVIII y XIX, que produjeron varias teorías sobre cómo interpretar a la persona a través de su cuerpo: «La fisonomía era un medio de calcular y comprender lo invisible de lo visible; daba por hecho que la naturaleza de las acciones e intenciones humanas estaban registradas en los evidentes signos de la cara y el cuerpo» (1991, pág. 28).

Cualquier cosa, desde la distribución de la cara, la forma del cráneo, la línea del esqueleto e incluso la forma y la textura de las pestañas, se suponía que revelaba la «verdadera naturaleza» de la persona. Estas teorías condujeron a crudas caracterizaciones de la gente en estereotipos, por ejemplo, las bocas torcidas se creía que también indicaban una desviación de carácter similar y criminalidad, los labios gruesos, indicaban vicio. El fisonomista del siglo XIX Samuel Wells consideraba que esta rama de la ciencia permitía a las personas mejorarse a sí mismas: al aprender a leer su carácter a través de los rasgos faciales, podemos «reconstruirnos con un plan de mejora, corrigiendo las desviaciones antiestéticas, moderando las formaciones exageradas, compensando deficiencias, moldeando nuestro carácter» (Wells, en Finkelstein, 1991, pág. 32). Esta es, por supuesto, una idea con mucho significado en la cultura plástica actual, que es la continuación de la idea de que nuestro aspecto es importante para la impresión que causamos en los demás y que es algo que puede ser cambiado o modificado.

Si como en el siglo XIX, el aspecto es algo que representa un indicativo importante del carácter interno, entonces los más pequeños detalles pueden ser importantes para establecer la identidad. La ropa desempeña un papel importante en esto, en realidad, sus pequeños detalles suelen considerarse los más reveladores. Tal como remarca Sennett, un caballero puede ser identificado con precisión porque no hizo grandes reivindicaciones de serlo: «Uno siempre puede reconocer el traje de un caballero por que los botones de las mangas de un abrigo de caballero en realidad se abrochan y desabrochan, a la vez que uno reconoce la conducta caballerosa por llevar siempre cuidadosamente abrochados sus botones, de modo que las mangas no llamen nunca la atención al respecto» (1977, pág. 166).

Sin embargo, tal como dice Finkelstein (1991), no fueron sólo los caballeros quienes utilizaron la ropa para encarnar una identidad en particular. En Estados Unidos, durante el siglo XIX hubo un movimiento hacia la autopromoción individual a través de la indumentaria entre los hombres jóvenes cada vez más móviles. Para ellos, «su aspecto no sólo era importante como medio para ascender en los negocios, sino como una medida de autoestima» (Branner, en Finkelstein, 1991, pág. 114).

La modernidad es, pues, extrañamente contradictoria: autentifica narrativas, como la fisonomía, reivindica conocer al yo por su aspecto externo, a la vez que es muy consciente de que la apariencia (como la frialdad exterior de la actitud de pasotismo) es una construcción y, por lo tanto, no se puede confiar en ella como «auténtica». Mientras que tales teorías ahora resultan pintorescas, Finkelstein asegura que no han desaparecido y que hoy en día seguimos leyendo a las personas tomando su cuerpo, atuendo y aspecto general como referencia. La sospecha de lo que es una apariencia «cierta» está apoyada por el hecho de que el aspecto es maleable y, por lo tanto, «no auténtico» o artificial. El significado de la apariencia supuso que la gente empezó a preocuparse por el control de la apariencia. La indumentaria y la conducta fueron utilizadas como técnicas para controlar lo que uno percibía. Goffman (1971) reconoce esto al examinar la «habilidad para manejar la impresión» provocada en las personas en las situaciones sociales. Cuando el cuerpo difiere de la norma de alguna manera, ya sea en términos proporcionales, de movimiento o de simetría, se convierte en un traidor de las reglas sociales y del orden moral. «El individuo aberrante recibirá una respuesta diferente y será juzgado en comparación con los límites del orden de la normativa» (Finkelstein, 1991, pág. 67). A este respecto, nuestra apariencia física externa se ha convertido en un importante medio de conseguir posición social.

Este tema está relacionado con mi anterior disertación sobre los debates acerca del cuerpo como el portador de la posición social (capítulos 1 y 2). Featherstone (1991a) dice que el cuerpo contemporáneo se ha convertido cada vez más en el foco de atención como primera residencia de la identidad. Si bien antes el cuerpo estuvo sujeto a controles como la dieta y el ejercicio destinados a someter la carne y a ensalzar el espíritu, el cuerpo en la cultura de consumo está ahora sujeto a un millar de técnicas «disciplinarias» enfocadas a manipularlo para «parecer sexy». Además de las interminables dietas y programas de ejercicios, hay toda una serie de formas de trabajo corporal que se pueden realizar para resaltar nuestro atractivo físico. La finalidad de

todo esto es la creación del «cuerpo bello» y la sublimación del placer, puesto que el cuerpo bello es valioso. Al principio promovido por Hollywood y la industria de la cosmética, el moderno «cuidado del yo» se ha convertido en una de las características de la cultura de consumo. En lugar de suponer una imposición, estas prácticas pretenden hacernos conscientes de nosotros mismos y autodisciplinados. El control no se produce tanto por la fuerza bruta como por la supervisión y el estímulo. Tal como dice Foucault:

[...] el dominio y la toma de conciencia del propio cuerpo sólo se pueden adquirir a través del efecto de una investidura de poder en el mismo: la gimnasia, los ejercicios, la halterofilia, el nudismo, la glorificación del cuerpo hermoso. [...] Descubrimos una nueva forma de inversión que ya no se presenta en la forma de represión sino en la del control mediante el estímulo. «¡Desvístete, pero has de estar delgado, tener buen aspecto y estar bronceado!» (1980, págs. 56-57).

De ahí que el cuerpo sea la fuente de nuestra identidad. Si seguimos «trabajando» en ello, eso puede impulsar nuestro ascenso en la escala social. Sin embargo, cualquier discusión sobre la posición social ha de conceder importancia a la clase, dado que al menos históricamente la clase ha determinado la posición. La conexión entre el cuerpo, el vestido y la identidad de clase necesita un examen más detallado, también en virtud de su significado dentro de la literatura sobre la moda y el vestir, y es especialmente pertinente en cualquier debate sobre la modernidad que haya sido testigo de los retos a las antiguas filiaciones clasistas.

INDUMENTARIA, CLASE E IDENTIDAD

En su análisis sobre la moda, Simmel (1971) expone que la élite se propuso diferenciarse de la mayoría llevando modelos extremos. Sin embargo, dada la desaparición de la corte, ¿quiénes formaban la nueva social a través de los símbolos que denotan la posición como el vestido de moda? ¿Cómo apareció una forma moderna de consurgir reconocible y cuáles eran los factores que los fomentaban? Finkelstein sugiere que en el siglo XIX hubo «un amanecer del individuo con estilo propio y moderno preocupado por su ascenso y que utilizó la ropa y varios artículos de moda y el derroche para celebrar su nueva posición» (1991, pág 114). Este individuo, al igual que la figura de la época de la Regencia, el dandi, representado por el caballero de sociedad George Bryan Brummell, conocido como el Apuesto Brummell

(1778-1840), puede ser que procediera de una humilde familia, pero ascendió en la escala social a través de los diseños elegantes y de hacerse a sí mismo. Según Finkelstein, Brummell anunciaba una era en la que «la ascendencia social y el carácter dejarían de verse como algo inherente. En la figura del Apuesto Brummell, se manifestaba el individuo moderno que se había forjado a sí mismo, cuya identidad era modelada por las posesiones materiales» (1991, pág. 114).

Sin embargo, mientras el dandi puede haber sido el precursor de la era de un complejo personaje hecho a sí mismo, en el sentido burgués no era considerado del mismo modo; por su estilo era aristócrata y antiburgués. Tampoco su estilo o su forma de ser propia se parecen a la del consumo de nuestros días con su espíritu hedonista y búsqueda de la novedad, sino que era una empresa que requería una actitud estoica más que placentera. Además, el dandi no era «moderno» en el sentido de encabezar o promover nuevas modas. Aunque algunos de los elementos del estilo dandi quedaron establecidos, especialmente, la corbata del dandi (precursora de la corbata de nuestros días), el dandi no era un innovador como tal.

En su afán de hallar el espíritu del consumo moderno (por ende la moda moderna), Campbell (1993) ha analizado diferentes estilos o modos de consumo, dedicando especial atención al dandi y al romántico bohemio. El autor declara que el dandi representa un antiguo estilo de consumo, una «ética aristocrática» que no concuerda con el consumo hedonista de la actualidad. El origen del consumo moderno se encuentra en el desarrollo de una «ética romántica». Mientras que el traje del dandi se basaba en una actitud aristocrática hacia la apariencia que favorecía una conducta amanerada y artificial del yo, el bohemio romántico pretende ser auténtico y natural. Las figuras del bohemio romántico y del dandi son ejemplos de dos estilos distintos, aunque, en el caso del dandi artista, existen importantes superposiciones entre los dos estilos. También representan las estrategias para tratar con la naturaleza contradictoria de la modernidad. El dandi es una figura que hace hincapié en la naturaleza realizadora de la modernidad, las posibilidades que ésta ofrece para la creación del yo a través del aspecto. A este respecto, el dandi celebra el artificio por encima de la apariencia cuando esta última es la preocupación principal del romántico bohemio. No obstante, tal como veremos, el dandi es un carácter inherentemente contradictorio y por ende esta distinción, aunque útil, es bastante dura.

El dandi

El hombre de bienes y de ocio que, a pesar de estar cansado de ello, no tiene ninguna otra ocupación que la persecución del placer, el hombre educado en *e/* lujo y acostumbrado desde su juventud a la obediencia que le profesan otras personas, en resumen, que no tiene ninguna otra profesión que la de la elegancia, siempre tendrá un aspecto distinguido, que le diferenciará de los demás (Baudelaire, 1986, pág. 54).

El dandismo se originó en Inglaterra hacia finales del XVIII, alcanzó su máximo esplendor durante el período de la Regencia y perduró durante gran parte del siglo XIX. En Francia, el estilo dandi del sencillo y elegante traje de la campaña inglesa fue adoptado por los nuevos republicanos y por algunos artistas, así como por aristócratas insatisfechos o los *Incroyables*. El estilo, según Wilson (1985), «tremendamente erótico», con los pantalones de montar ajustados y su chaqueta exquisitamente entallada resaltaba la figura masculina, como lo hacía la ausencia de maquillaje, el perfume y los adornos de petimetre. Tal como señala Wilson, el término «dandi» a veces se confunde con el de «petimetre o señorito» o el aristócrata del siglo XVIII famoso por su vanidad, cuidados y aspecto bastante afeminado. Sin embargo, el estilo dandi era bastante opuesto al anterior e introdujo un estilo de masculinidad que se asemeja mucho más al moderno. El término «dandi» se suele utilizar con frecuencia incluso hoy en día para describir a un hombre que se enorgullece de su aspecto, pero el dandismo, tal como el poeta Charles Baudelaire lo definió, va mucho más allá:

[...] El dandismo no es [...] un inmodesto interés en el aspecto personal y en la elegancia material. Para el verdadero dandi estas cosas son sólo un símbolo de la superioridad aristocrática de su personalidad. Por consiguiente, ante sus ojos, que buscan ante todo la *distinción*, la perfección del aspecto personal consiste en una simplicidad total, considerada, de hecho, el mejor medio de alcanzar la distinción (1986, pág. 55, la cursiva es mía).

Como figura que hacía de su ocupación ser un hombre de ocio, orgulloso de su superioridad estética, en busca de la distinción a través del ejercicio de su exquisito gusto, el dandi es un carácter contradictorio, en parte héroe moderno, en parte aristócrata. Por una parte, el dandi era una nueva clase de trepador social, una figura verdaderamente moderna, cuya posición no dependía tanto de la sangre como de la herencia de las buenas maneras y del gusto impecable; por otra parte, representaba «el último destello de heroísmo en los tiempos de la decadencia» (Baudelaire, 1986, pág. 57) al rechazar la modernidad para

retomar un antiguo estilo aristocrático. Con frecuencia, sin ocupación alguna, sin fuente regular de ingresos y generalmente sin esposa o familia, el dandi vivía sin saber qué hacer. En este sentido, también hay algo de romántico respecto a esta figura cuyo apego a la indumentaria y al estilo en general hace pensar en la idea del individuo como ser creativo, hecho a sí mismo y original. Las figuras del caballero de sociedad como el Apuesto Brummell en Regency Bath y Baudelaire a mediados del siglo XIX en París representan dos versiones del dandi. También son una muestra de un nuevo cambio en el traje masculino; según Finkelstein (1991), el dandi es una figura importante en el desarrollo de las modas modernas para hombres, su aspecto marca una ruptura con el anterior estilo masculino del Antiguo Régimen. A diferencia del complicado traje aristocrático del siglo XVIII, con su colorido, pasamanería y adornos, el dandi se presentaba con un aspecto de total sencillez. Brummell, el arquetipo del dandi de la Regencia, resumía la fórmula del dandismo, «sin perfumes [...] pero con mucho lino de la mejor calidad e higiene rural. Si John Bull girara a tu alrededor para inspeccionarte, no estás bien vestido; sino demasiado rígido, tenso o demasiado a la moda» (Laver, 1968, pág. 21). Aunque representa una versión parisina distinta del dandi, el dandismo de Baudelaire también rechazaba la complejidad y el colorido del siglo precedente en favor de un estilo sencillo cuyo color predominante es el negro, resaltado sólo por un toque de blanco brillante en el cuello y posiblemente por un par de guantes de color rosa.

La elegante simplicidad del dandi no llegó sin un considerable esfuerzo. Brummell dedicaba horas cada día a su aseo personal, afeitándose y frotando su piel hasta que brillara, preparando sus prendas de lino y retocando el nudo de su corbata. Para Baudelaire la estética del dandi era casi una religión, que exigía un consciente esfuerzo y un cuidado meticuloso parecido al de una norma monacal. Sin embargo, tal como observa Campbell, el estilo dandi no sólo se basaba en el vestir que tenía que ser «perfecto, aunque se subestimaba a la vez», sino en «todos los gestos y expresiones de los sentimientos, mientras que el énfasis en la conversación sutil y refinada condujo a conceder más valor a la inteligencia. Para alcanzar este ideal de conducta refinada se tenía que demostrar con éxito la superioridad del yo» (1993, pág." 51). El cuerpo era, pues, la «herramienta» más importante para el dandi: el estilo no dependía únicamente de llevar ciertas prendas, sino de la conducta corporal, de los gestos y de activar el ingenio para adquirir prestigio y, en el caso de Brummell, la aprobación del

príncipe regente (Jorge IV, antaño compañero suyo) y de la «sociedad», así como de los exclusivos círculos sociales de la Regencia.



Un *Incredible* francés dandinizado, 1815, vestido con el elegante y sencillo traje que popularizó el Apuesto Brummell en Inglaterra durante el período de la Regencia. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

Esta imagen no sólo representaba un nuevo estilo para los hombres, sino una nueva relación entre el aspecto exterior y político y las afiliaciones sociales. Durante la Regencia «se implantó un nuevo equilibrio en el que el aspecto externo, sobre todo el de los hombres, implicaba un significativo índice de intereses políticos y sociales» (Finkelstein, 1991, pág. 112). Según Baudelaire, el dandismo aparece «en períodos de transición, cuando la democracia todavía no ha adquirido demasiada fuerza y la aristocracia se empieza a tambalear o ha venido a menos» (1986, pág. 57). El período del dandi fue, en realidad, un tiempo de inestabilidad política: el cambio de siglo se caracterizó por la confusión social y política y, en tal entorno, el antiguo orden de clases, especialmente en Francia y Gran Bretaña, empezaba a desvanecerse con rapidez. En esta atmósfera, «el destino de un individuo se podía decidir por sus afiliaciones políticas, éste podía aumentar su seguridad social demostrando interés por cualquier asunto político» (Finkelstein, 1991, pág. 112). Así sucedió que «cierto número de hombres, desconectados de su propia clase social, decepcionados y

desorientados, pero todavía llenos de su energía nativa, crearon un proyecto, "una nueva clase de aristocracia", basada en la indiferencia superior y en la búsqueda de la perfección» (Baudelaire, 1986, pág. 57). En su búsqueda del mejor lino almidonado y la corbata elegantemente anudada, el dandi hacía visible su distanciamiento de temas más «sustanciales» como la política y demostraba mayor preocupación por su prestigio social individual, tal como hizo Brummell. El ascenso social o «distinción», como lo expone Baudelaire, era la meta última. Aunque Brummell era de familia humilde y sus ingresos en absoluto sustanciosos, llegó a ser conocido durante el período de la Regencia inglesa por su exquisito gusto y elegancia. Su prestigio dependía del grado en que supiera mover su cuerpo, de su apariencia, maneras y de su conducta sobre la que recaía su fama. Los asuntos del vestir eran importantes para el dandi porque revelaban su sentido del gusto, y de ahí «su calidad esencial del yo» (Campbell, 1993, pág. 52). Por consiguiente, según Finkelstein, aparición de Brummell en el escenario social fue el anuncio de una era en que «la moda se fue convirtiendo en un medio cada vez más común de auto-promoción», en una era en que la identidad se podía forjar a raíz de los objetos materiales (1991, pág. 114). Tal como dice Campbell, no era tanto la moda lo que se valoraba, sino «su habilidad para crear y mantener una imagen general de refinamiento» (1989, pág. 168). La moda personal de Brummell dependía en gran medida de su famosa corbata, y Finkelstein considera oportuno que su identidad se forjara con una pieza decorativa de tela, un artículo de estilo ilustre a través del cual «Brummell podía declarar que sus intereses básicos se hallaban en su propia elegancia y sentido de la estética» (1991, pág. 114).

Las afiliaciones políticas de Baudelaire eran especialmente difíciles de precisar: había luchado en 1848 en el bando de los revolucionarios contra la monarquía, aunque posteriormente rechazó sus acciones tachándolas de «intoxicación». Si bien pretendía vivir la vida de los aristócratas, en muchos aspectos se parecía a los bohemios de la *Rive gauche*. A pesar de que pretendía distanciarse de ellos, tal como observa Steele, su atuendo estaba «diseñado para distinguirlo de la burguesía, de los bohemios y de los aristócratas convencionalmente elegantes» (1988, pág. 83). Es decir, en cuanto a estilo se refiere, se opuso a cualquier afiliación política, como hizo Brummell. La fascinación de Baudelaire por el dandi se expresa claramente en su homenaje al pintor Guys Constantine. Sin embargo, su descripción no deja de ser contradictoria, puesto que describe la fría indiferencia del dandi, opuesta al apasionado señor G. con su entusiasta

participación en la vida moderna (1986, pág. 57). Además, el verdadero dandi era un hombre que no tenía un empleo asalariado, lo que significa que el dandi-artista, como él, es una versión bastante corrupta del mismo. A pesar de todo, en el artista-dandi que define Baudelaire, encontramos una característica esencial de todo dandismo, es decir, la «necesidad imperiosa de ser original» (1986, pág. 56)?"La senda del dandi hacia la originalidad era un camino que se apartaba de lo natural y auténtico en pro de lo artificial y de la representación. Un estilo altamente amanerado, no sólo en el vestir, sino también en la conducta y en la retórica, "era la clave de la superioridad. Además, se podía emplear todo tipo de artificio. Aunque Baudelaire no creía que las mujeres fueran capaces del dandismo, su descripción de la belleza femenina se basa en la misma idea de artificio. El artificio es un privilegio de la cultura que, según Baudelaire, es de un orden superior al de la naturaleza. Con esta idea en mente, canta las alabanzas de la cosmética que ensalzan la belleza femenina; «el color negro humo que dibuja el contorno del ojo», «el rojo que realza la parte superior de la mejilla», todo ello sirve para representar un deseo característicamente moderno de estar por encima de la naturaleza (1986, pág. 64). De ahí que «el artificio [...] sólo pueda ser un auxiliar de la belleza» (1986, pág. 64) para Baudelaire, el artificio era algo ennoblecedor, puesto que desconectaba de lo natural, embellecía y mejoraba la naturaleza.

Por consiguiente, parece que el dandi es la antítesis del romanticismo que va en busca de lo auténtico y celebra lo natural. Sin embargo, al desarrollar un «culto a uno mismo», el artista-dandi se asemeja en algo al romántico, aunque existen diferencias importantes. El Romanticismo, en su celebración del individuo, da gusto a los sentidos y al hacerlo hace hincapié en el placer, justo lo opuesto a la fría «melancolía» del dandismo. A este respecto, el dandismo para Campbell representa una versión del «ideal aristocrático», que, al remontarse a una anterior era de distinción, es reaccionario. A fin de hallar el antepasado del consumismo actual y de la moda, hemos de dirigir nuestra mirada hacia otro personaje, la figura del romántico.

El bohemio romántico

Según Campbell (1989), el romántico, aunque aparentemente sin relación alguna con nuestros tiempos modernos, está vinculado de un modo muy especial con el moderno espíritu del hedonismo, que desde el siglo XVIII en adelante tuvo el paradójico efecto de inducir a una

nueva actitud de consumo. La rebelión romántica se remonta al siglo XVIII y fundamentalmente es un ataque a las ideas modernas de empirismo, racionalismo y materialismo. Por encima de estas limitadas ideas, el Romanticismo valora el «cambio, la diversidad, la individualidad y la imaginación» (1989, pág. 181). Se valoraba la creatividad y, con ella, la imaginación, la capacidad de recrearse a uno mismo y de crear obras de arte. Gracias a la imaginación uno podía vislumbrar las posibilidades de un mundo perfecto, una «bohemia», donde se pudiera escapar de las imperfecciones de la vida moderna. Aunque el genio romántico estaba conectado con la espiritualidad y no con lo material, supuso los cimientos para una actitud hedonista respecto al mundo y a sus objetos, «al proporcionar los motivos más elevados con los que justificar el soñar despierto, el anhelo y el rechazo de la realidad, además de la búsqueda de la originalidad en la vida y en el arte; y, con ello, facilitó el placer de estar entre los que se encontraban por encima del confort» (Campbell, 1993, pág. 54).

El deseo de buscar los placeres que aportan los sentidos lleva al espíritu romántico a una interminable búsqueda de la novedad y la diversión, «un anhelo de experimentar en la realidad los placeres creados y gozados en la imaginación, un anhelo que termina en el inagotable consumo de novedad», es decir, una búsqueda autónoma de placer característica de nuestros días y el «hedonismo como autoengaño» (Campbell, 1993, pág. 205). El espíritu bohemio no sólo expresa los ideales románticos, sino que es una forma de vida concebida junto con los principios del romanticismo. Al igual que el dandi, el bohemio puede que no trabaje, haciendo del ocio una finalidad en sí misma. Sin embargo, a diferencia del dandi, el bohemio busca el placer renunciando al confort (el bohemio suele vivir en la pobreza) y busca experiencias nuevas con las que satisfacer los sentidos. No obstante, esta mentalidad no está limitada al bohemio romántico, que esencialmente es un extraño, sino que se divulgó en los siglos XVIII y XIX y fomentó entre las clases medias un nuevo gusto por la novedad que es la base de la moda actual y el consumo. Por lo tanto, según Campbell (1989, 1993), existe una estrecha relación entre el espíritu bohemio romántico y los períodos de expansión del consumo cultural: la década de los ochenta, la de los veinte y la de los sesenta son los ejemplos que cita. El vínculo también es evidente cuando uno considera el lugar que ocupaba París, que era la cuna espiritual de dicho movimiento, así como la capital mundial de la moda durante la mayor parte de la era moderna. París también fue el lugar donde se podían hallar los grandes almacenes más

lujosos y privativos del siglo XIX, templos del consumo y lugares para vagabundeos imaginarios. Fue la ética romántica la que lanzó al consumidor de los siglos XVIII y XIX a los grandes almacenes y mercados y un impulso similar es el que guía a los compradores a las galerías comerciales de nuestros tiempos. También introdujo una sed insaciable por la novedad y la moda. Los nuevos almacenes del siglo XIX eran espacios románticos que ofrecían a la vista un mundo de ensueños de placeres sensoriales, un mundo de ilusiones imaginarias donde el comprador podía permitirse la fantasía de poseer los objetos que allí se encontraban. Al exponer sus artículos en fantásticos y suntuosos aparadores, el almacén nació del mismo espíritu de hedonismo autoengañoso descrito por Campbell (1989). El hecho de que lo más normal es que el consumo conduzca a la desilusión y *ala* decepción —cuántas veces el objeto mágico se desvanece, tan pronto como lo sacamos de su envoltorio al llegar a casa— es indiscutible; de hecho, esta decepción es un elemento necesario en el insaciable apetito del consumidor moderno. Este espíritu romántico inquieto, esta indulgencia en los sueños y en las fantasías es lo que rige la moda. A fin de ver esto con más detalle, hemos de examinar el papel que desempeñan los grandes almacenes en la propagación de la moda en el siglo XIX.

Según Campbell (1989, 1993), para hallar el nuevo afán «moderno» por la moda no se ha de mirar a la aristocracia, cuya actitud sobre los objetos de consumo procede de un estoicismo bastante opuesto al ludismo moderno, sino que se ha de observar la clase burguesa y la inedia. Su estilo, lejos de emular las modas de los que están más arriba en la escala social, se basó en una nueva actitud hacia el yo, en un interés por la imaginación y en un deseo de buscar el placer y la novedad. Sin embargo, tal como hemos visto, en la figura del romántico se hace hincapié en la «autenticidad», asunto que se ha convertido en un rasgo característico en las interpretaciones modernas de la identidad. En lugar del artificio de un yo público que veíamos en el siglo XVIII, cuando la actuación pública se realizaba a distancia del yo privado «interno», como dice Sennett (1917), se daba mayor importancia al yo «auténtico» encerrado dentro del cuerpo y se pretendía «leer» a través de la imagen. La psicología, sobre todo la «pop», ha ayudado en este proceso al crear la idea de un reino interior del yo cuyos motivos se podían interpretar y comprender. Los libros modernos sobre conducta social, cuyos temas abarcan desde el flirteo hasta el éxito en los negocios y en el mundo ejecutivo, aconsejan sobre cómo «leer» la imagen de los «demás» a través de su cuerpo, a la vez que instruyen en el control de la apariencia para «hacer amigos e influir en la gente». Por consiguiente, se

considera que la identidad es inmanente en nuestra imagen, incluso siendo conscientes de los errores potenciales que podemos cometer al confiar en la información superficial que puede transmitirnos tal vestido, cuerpo, pelo, maquillaje, etc. Allí se encuentra el potencial para la manipulación consciente de dichos tropos.

LA MODA Y LA IDENTIDAD EN LA CULTURA CONTEMPORÁNEA

La disertación anterior sobre el dandi y el romántico subraya algunos de los temas de la moda y el vestir en el siglo XIX. A la vez que ilustra la oposición entre la apariencia como artificio y la autenticidad, las dos figuras opuestas del dandi y del romántico ilustran el vínculo, por sutil y ambiguo que pueda ser, entre las distintas identidades (en este ejemplo, la clase) y los estilos de vestir. Tal como arguye Finkelstein (1991), estos temas todavía se pueden hallar en la cultura contemporánea, al igual que los antepasados de estos dos personajes, el dandi y el romántico. Las figuras de los dandis se pueden encontrar durante todo el siglo XX: según Hebdige (1979), los *moas* de los sesenta eran típicos dandis de clase baja, que mostraban un obsesivo interés en los más delicados detalles del vestir. Además, la celebración del artificio y la actuación del dandi se encuentran en toda una serie de estilos culturales populares desde el rock glamuroso hasta el rock *punk*. Igualmente, el Romanticismo y su preocupación por la «naturalidad» se puede ver en muchas interpretaciones contemporáneas sobre la identidad, en ejemplos, como el de los hippies de los sesenta y setenta.

No obstante, la relación entre la moda y la identidad de clase no es tan evidente en el siglo XX, como lo fue en el XIX. Concretamente, la moda más «avanzada», una vez reservada a una pequeña élite, se ha democratizado y ha llegado a más personas que antes. Además, la jerarquía de la moda entre las clases se ha invertido, puesto que «los estilos más «avanzados» ya no se encuentran necesariamente en la «cumbre» de la escala social, sino que emergen de la calle, de las subculturas juveniles (Polhemus, 1994). Hay muchas pruebas que dan a entender que la moda de hoy en día emana de una amplia gama de sitios dentro de la cultura juvenil. Las identidades distintivas se siguen marcando mediante la ropa y el estilo, pero su posición desafía a los conceptos tradicionales de posición social vinculada a la clase. Para examinar las diferencias en el vestir en la cultura contemporánea hemos de hablar del estilo subcultural. En el siguiente análisis, empezaré por explorar las conexiones entre el vestir-estilos

corporales y la clase en el siglo XX y luego pasaré a considerar la relación entre el vestir-cuerpo en el estilo subcultural. El examen de la subcultura juvenil también supone una oportunidad para volver a Simmel (1950, 1971) e indagar de qué forma el estilo expresa una preocupación por la imitación y la diferenciación.

Clase, distinción y estilo

A principios del siglo XX, todavía se podía distinguir a la clase trabajadora de la clase alta por su ropa: los hombres y mujeres trabajadores solían llevar zuecos en lugar de zapatos, mientras que la gorra de tela solía ser el símbolo *por excelencia* del trabajador, a diferencia del sombrero de la clase de élite. Aunque estos clichés son evidentes, ilustran, al menos simbólicamente, la relación entre la indumentaria y las identidades de clase que existieron una vez, pero que hace ya tiempo quedaron obsoletas. A mediados del siglo XX, los avances en la producción de ropa en serie, junto a la creciente opulencia de la clase trabajadora, hicieron que la moda llegara a un número de personas más extenso que nunca, lo que supuso que las fronteras entre las clases en cuanto a estilo ya no estuvieran tan claras. En la actualidad, la identidad de clase está menos vinculada que nunca a estilos particulares de vestir. Por supuesto, hay ejemplos de ropa específica de una clase: Sloane Ranger se podrá identificar claramente por su conjunto de lana Burberry y la cinta en el pelo, por ejemplo. Sin embargo, mientras la alta costura se ha venido asociando a un pequeño grupo de élite, en los ochenta las etiquetas de moda de diseño se comercializaron para que llegaran a un número mucho más amplio de personas a través de las colecciones de *prêt-à-porter*, lo que llevó la fama de la alta costura a un público tan extenso como nunca había sucedido antes. Las marcas como Christian Dior, Giorgio Armani y Calvin Klein, que habían sido exclusivas, se pusieron al alcance de una clientela mucho más grande y las podían comprar los jóvenes urbanos profesionales (los llamados *yuppies*), así como los hijos de la clase trabajadora, que puede que no tengan la prenda auténtica, pero sí una buena réplica de la misma comprada en una parada de mercado. Además, la industria de la moda actual está dirigida para producir los últimos estilos de la pasarela casi tan pronto como son mostrados (véase capítulo 7). La democratización de la moda empaña de nuevo las diferencias entre una «élite» moderna y la masa.

Sin embargo, mientras los símbolos evidentes de la identidad de clase se han vuelto más difíciles de diferenciar, los pequeños detalles son los que todavía pueden marcar las diferencias. La «calidad», por ejemplo, es el distintivo esencial de las clases: los tejidos como el cachemir, el lino y la piel se asocian con la «calidad», al igual que la buena costura y un buen forro. Para descifrar estos signos se ha de «estar en la onda»: al igual que todos los signos, la indumentaria depende del conocimiento cultural del lector para que éstos tengan sentido. De todos modos, los estilos de vestir y el gusto en la ropa son sólo una parte de la ecuación; el modo en que la persona lleva estas prendas, de hecho, cómo «lleva» el cuerpo, es igualmente importante. El cuerpo es el portador del prestigio social no sólo por cómo está vestido, sino también por cómo se conduce, se mueve, anda y habla. Estas disposiciones corporales, el *habitus* (Bourdieu, 1984), se refieren a la conducta aparentemente natural del cuerpo que aprendemos como miembros de una familia o clase en concreto. Digo «aparentemente» puesto que nada hay de «natural» respecto a estos estilos corporales: se adquieren a través de la familia y otras instituciones culturales como la escuela. Estos rasgos corporales adquiridos se llegan a experimentar como naturales, puesto que los aprendemos a una edad muy temprana y los consideramos como algo normal. El hecho de que puedan transmitir información sutil sobre nuestra clase social se prueba con la circunstancia de que antiguamente la élite y los que aspiraban a ella enviaban a sus jóvenes hijas en edad casadera a una «escuela para señoritas», donde eran instruidas más a fondo en cómo andar con porte altivo y con gracia, cómo entrar y salir del coche, comer en una cena de una fiesta formal, etc. La supuesta gracia «natural» de una dama no era más que un estilo corporal. Aquí el cuerpo destaca claramente como el portador de la posición social.

El estilo subcultural, la capital subcultural

Según Simmel (1971), la distinción es un rasgo característico de la moda. No obstante, en la cultura contemporánea, ésta no se transmite por los linajes de clase, sino a través de un amplio plano de identidades sociales. En particular, las subculturas juveniles con su peculiar estilo se han convertido en una fuente de moda hasta el punto en que, según Polhemus (1994), dichos estilos ahora emergen desde la calle hasta los diseñadores, en lugar de ser a la inversa. Además, las subculturas utilizan la ropa para señalar identidades distintivas, entre ellos y entre la

corriente cultural principal, así como entre ellos mismos y otras subculturas de jóvenes. Tal como han expuesto Clarke y otros:

[...] el atuendo peculiar, el estilo y los intereses focales, ambiente, etc., del *teddy boy*, el *mod*, el *rocker* o del *skinhead* los separan en agrupaciones distintivas, tanto de los amplios patrones de la cultura de la clase trabajadora en su totalidad como de los patrones más difusos que muestran los jóvenes «corrientes» de la misma clase (y, en menor grado, las chicas) (1992,pág.56).

Por ende, la subcultura es un subconjunto de una clase de cultura, pero es «más reducido, más localizado y diferenciado» (Clarke y otros, 1992, pág. 55; véase también Hall y Jefferson, 1977). Comparten algo de las mismas condiciones materiales como su «cultura matriz» o cultura de clase, pero expresan sus propias preocupaciones a través de un estilo distintivo. Debido a esa distinción, atraen mucha atención. Tras la Segunda Guerra Mundial, especialmente en Gran Bretaña, hubo una ola de subculturas pasajeras y muchas de ellas captaron la atención de los medios hasta que desaparecieron para ser sustituidas por otra. «Espectacular» es la palabra que se suele emplear para describir a estos grupos, puesto que el uso de su estilo y sus distintivos patrones de vida los hacen destacar como diferentes, exóticos e incluso peligrosos. Las subculturas juveniles se han relacionado con una serie de «pánicos morales», desde los años cincuenta: a los *teddy boys* se les asociaba con los excesos y la violencia; posteriormente les llegó el turno a los *mods*, a los *rochen* y a los *skinheads* de ser el centro obsesivo de la atención de los medios calificándolos de «pervertidos», «violentos» o «hooligans». Las subculturas más discutidas han sido predominantemente de clase trabajadora, hombres y por lo general contrarios a la corriente cultural principal de clase media blanca. De hecho, McRobbie (1981, 1991, 1994a) considera problemático este aspecto de la investigación, puesto que rechaza la experiencia de las chicas, que sólo han desempeñado un papel marginal en las subculturas de jóvenes de la posguerra, principalmente porque suelen ser excluidas de una cultura que implica «andar por ahí», por la calle, hasta altas horas de la madrugada.

Sin embargo, aunque el distinguirse sea un aspecto del estilo sub-cultural, como ha señalado reflexivamente Simmel (1971), la moda se basa en la tendencia contradictoria hacia la similitud; esto también es visible en las subculturas, que se acogen al estilo para manifestar la clara identidad de los miembros que se encuentran dentro de ella, así como la de los que están fuera. Michael Brake (1981, 1985) arguye que el estilo expresa el grado de compromiso con el grupo e indica a los que están fuera la oposición del mismo a los valores del momento. El autor

prosigue citando cuatro aspectos del estilo subcultural: la imagen, como la ropa; accesorios y artefactos, como las *scooter* o motocicletas; el andar o el lenguaje corporal: la «pijotería» de los *mods*, el «enfadado» de los *punks*; y, por último, el argot, el vocabulario especial del grupo y la forma en que se utiliza.



Estilo subcultural de los jóvenes en Camden Market, Londres, verano, 1999. Fotografía hecha por la autora.

El estilo de la subcultura expresa temas o problemas particulares que preocupan a los jóvenes y que intentan resolver. Tal como he mencionado antes, el estilo del *mod* era, como ha dicho Hebdige (1979), el de un dandi de clase baja; la meticulosa atención al más pequeño detalle del vestir no se diferencia mucho de la obsesión de Brummell con el nudo de su corbata. Según Hebdige, este estilo expresaba el deseo de «escapar» de la monotonía de la vida de la clase trabajadora. La indumentaria no sólo manifestaba esta preocupación, sino también la «pijotería» del estilo corporal de los *mods*, que marcaba la distancia entre ellos y su entorno inmediato (los bloques de viviendas del East End de Londres, los trabajos

de poca categoría, por ejemplo). El término utilizado por Paul Willis (1975, 1978) para describir este «acople» entre los intereses principales de la subcultura juvenil y su indumentaria, estilo, conducta corporal y actividades de ocio es «homología». Los *rockers* de las motos que examina demuestran muy bien este acople: sus principales intereses son demostrar una masculinidad «dura» y se manifiesta a través de la ropa que es «dura» o «tosca» (la piel es la favorita), mientras que la postura corporal es «agresiva» a diferencia de la «pijotería» *mod*.

Estos estilos y patrones distintivos de conducta ilustran el modo en que el cuerpo vestido puede expresar identidades concretas, haciendo que éstas sean reconocibles tanto para los que están dentro de la comunidad como fuera de ella. El estilo, entonces, es la combinación del vestido y del modo en que se lleva la prenda y no sólo expresa la identidad de clase, sino también las identidades subculturales. A este respecto, el estilo es el «tejido conectivo» al que se refiere Wilson (1985): resalta nuestro sentido de interconexión con grupos concretos, haciendo visible nuestro compromiso con una comunidad en particular. Está vinculado con las agrupaciones de clase y puede denotar pertenencia a una de ellas, como en el caso de Sloane Ranger, o puede ser la esencia que une a un grupo que es una subdivisión de una clase. En todas las clases, la frontera entre dentro y fuera del grupo está vigilada de alguna manera: el estilo es una forma de saber si el otro es miembro del mismo grupo. Las subculturas dependen de tipos de conocimientos y de conducta concretos y requieren ciertas formas de ser. Esto está muy relacionado con lo que Bourdieu (1994) denominó *habitus*: las subculturas producen sus propias prácticas particulares, que en parte son orientaciones corporales o formas de moverse, caminar y hablar que el *skinhead*, el *punk* y el *raver* llevan como «una segunda piel» en el cuerpo. Thornton (1995), en su relato sobre la cultura de los clubes, alega que ésta representa la «cultura de los gustos», personas que comparten gustos similares en la música, los medios de comunicación y los valores. Estas culturas de los clubes son «fluidas», permiten la entrada a otros durante un verano o un acontecimiento y funcionan con «jerarquías sobre lo que es auténtico y legítimo en la cultura popular, es la personificación del conocimiento de lo que te hace "estar al día"» (1995, pág. 3). La autora concibe «estar al día» como una forma de «capital subcultural»; puede que éste no tenga la legitimidad de la cultura de la clase media, pero a pesar de todo funciona con sus propias jerarquías de legitimidad y depende de la diferenciación de la «corriente principal». Al centrar nuestra atención en las formas de

conocimiento y en las jerarquías empleadas por las culturas de los clubes, la explicación de Thornton no presta tanta atención al estilo como en estudios anteriores sobre las subculturas.

En la cultura contemporánea, el cuerpo se ha convertido en el templo de la identidad. Experimentamos nuestros cuerpos como separados de los demás y cada vez nos identificamos más con ellos como recipientes de nuestras identidades y lugares de expresión personal. Podemos utilizar la ropa para expresar nuestro carácter único, para expresar que somos diferentes de los demás, aunque, como miembros de clases y culturas concretas, es igualmente probable que encontremos estilos de vestir que nos conecten con los demás. Este juego de la diferenciación y la similitud es un tema omnipresente en la literatura de la moda, tal como ya se ha comentado. En la modernidad, esta tensión parece exagerada, puesto que vivimos en un mundo postradicional en el que las identidades ya no son tan estables como solían. El anonimato de la ciudad abre nuevas posibilidades para crearse a uno mismo, para concederse la libertad de experimentar con la imagen de un modo que en una comunidad rural tradicional, donde todo el mundo se conoce y lo sabe todo de los demás, hubiera sido impensable. El mundo moderno o posmoderno donde «todo lo que es sólido se funde en el aire» presenta nuevos peligros y placeres y en ningún otro lugar es más palpable que en la ciudad. La naturaleza esencialmente ambivalente de este mundo, descrita por Bauman (1991), Davis (1992), Finkelstein (1991) y Giddens (1991), para algunos resulta amenazadora, como en el caso del romántico que se siente alienado de la vida moderna, y estimulante para otros, como *el flaneur* o el dandi que disfruta de la libertad de la ciudad y se siente en su casa en sus bulliciosas calles. La moda, la ropa y el consumo proporcionan medios para hacer frente a los problemas del mundo moderno, que se caracteriza por una fragmentación y sentido del caos cada vez mayor. La moda nos abre nuevas posibilidades para enmarcar el yo, aunque sean temporales; tal como sugiere Davis (1992), la moda expresa dos tendencias contradictorias, se inspira en la ambivalencia a la vez que intenta fijar la identidad en la forma de una imagen o estilo. Es decir, según Wilson, la moda «abre, a la vez que recorta, la posibilidad del desarrollo individual del yo y de la cooperación social» (Wilson, 1985, pág. 63). No obstante, según Davis (1992), la moda no produce soluciones simbólicas permanentes: sus símbolos son demasiado efímeros y su ambivalencia está demasiado afianzada. Pero, en el mundo moderno, la indumentaria viene a desempeñar un papel en el modo en que hacemos frente a dicha ambivalencia. Tal como indica Davis, puesto que la ropa enmarca a nuestro yo corpóreo, parece «servir de una especie de metáfora visual para la identidad» (1992, pág. 25). Por ende, el

yo moderno es cada vez más consciente de sí mismo, lo que incluye su imagen, y es capaz de intervenir y actuar sobre ella. Las clases y las subculturas utilizan el estilo, la ropa, el cuerpo, la postura y demás para crear su identidad de forma consciente, tanto para afirmar su afiliación al grupo como para diferenciarse de los que están fuera y dentro del mismo. Por consiguiente, cuando hablamos de la individualidad y de la identidad y del papel desempeñado por la moda y el vestir, es importante reconocer que las identidades tienen un sentido social. El individuo puede querer «destacar», pero también quiere «encajar» dentro de un grupo.

CAPÍTULO

5

Moda y género

INTRODUCCIÓN

Según Wilson, “la moda está obsesionada con el género, define una y otra vez las fronteras de género” (1985, pág. 117). Así que, aunque nos parezca que la moda actual es más andrógina, incluso las prendas “unisex” demuestran una exagerada obsesión por el género. De hecho, las modas andróginas son una prueba más del grado en que éstas juegan con las fronteras de las diferencias sexuales. Esta obsesión se traduce en la ropa que llevan los hombres y las mujeres todos los días, que también denota un afán de marcar las diferencias de sexo: en muchas situaciones actuales y en muchas ocasiones, hay formas particulares de vestir que se exigen a hombres y mujeres. La ropa llama la atención sobre el sexo de quien la lleva, de modo que uno puede decir, generalmente a simple vista, si es un hombre o una mujer. Woodhouse observa: “Esperamos que los hombres “tengan aspecto” de hombres y que las mujeres “tengan aspecto” de mujeres” (1989, pág. ix). Este proceso empieza temprano: a los bebés, de quienes no se puede decir cuál es su sexo a primera vista, se les suele vestir con colores, telas y estilos que los diferencian y anuncian su sexo a la sociedad. Dichas prácticas son histórica y culturalmente específicas. La asociación común del rosa para las niñas y el azul para los

niños es una convención histórica reciente: “A principios del siglo XX, antes de la Primera Guerra Mundial, los niños llevaban rosa (“un color más fuerte y decidido”, según la literatura de la época) mientras que las niñas llevaban azul (que se consideraba más “delicado” y “remilgado”)” (Garber, 1992, pág. 1).

Ahora, lo contrario nos parece lo más natural para cada sexo, lo cual demuestra que las distinciones de género son arbitrarias. De este modo, cuando conocemos a una persona “pensamos que vemos su género y suponemos que es un indicativo de su sexo” (Woodhouse, 1989, pág. 1). Por consiguiente, “ver es creer”, aunque la gente pueda “transgredir las fronteras del vestir”, lo cual hace con frecuencia y a veces de modo muy convincente.

Las prácticas del vestir evocan los cuerpos sexuados, llaman la atención hacia las diferencias entre los hombres y las mujeres, que de otro modo podrían estar ocultas. El cuerpo se invoca tantas veces a través de la indumentaria, que tendemos a dar por sentado que la chaqueta que lleva un hombre exagera sus anchos hombros y el escote realza el cuello y el pecho de la mujer. Sin embargo, la ropa hace algo más que sencillamente atraer las miradas hacia el cuerpo y resaltar los signos corporales que los diferencian. Tiene la función de infundir sentido al cuerpo, al añadir capas de significados culturales, que, debido a estar tan próximas al cuerpo, se confunden como naturales. Éste es el caso de las prendas de vestir que no revelan el cuerpo de forma natural, sino que lo embellecen. Por ejemplo, en la indumentaria de los hombres, el traje masculino no sólo acentúa la silueta varonil, sino que añade “masculinidad” al cuerpo; en realidad, hasta aproximadamente los años cincuenta, la transición de niño a hombre se caracterizaba por el abandono de los pantalones cortos y la adopción de los largos. Tanta importancia tiene la ropa en nuestra lectura corporal que se puede sustituir la diferencia sexual en ausencia de un cuerpo. Así, una falda puede significar “mujer” y, de hecho, se utiliza a veces (de un modo insultante) para referirse a las mujeres, mientras que los pantalones significan “hombre”. El ejemplo más despiadado de esto es el que podemos ver en los indicadores de los lavados públicos para hombres y para mujeres, que muestran casi invariablemente los hombres con pantalón y las mujeres con falda. El hecho de que las mujeres normalmente usan pantalones no les impide escoger la puerta con el icono de la mujer, aunque esto iconos ya no se relacionan con lo que en realidad llevan los hombres y mujeres, sino con las prendas a las que se les suele asociar (Garber, 1992). Las prendas, en este caso, son el único distintivo, sirven para connotar la “feminidad” y la “masculinidad”. Tan

fuertes son las connotaciones que las prendas de vestir pueden hasta llegar a trascender el cuerpo biológico: la expresión comúnmente utilizada "ella es la que lleva los pantalones" se emplea para describir a una mujer dominante en una relación que ha adquirido las características que se suelen asociar a los hombres. Aquí "pantalones" significa "hombre" y "masculino".

Al contemplar estos ejemplos es evidente que, cuando de ropa se trata, nos hallamos muy lejos del ámbito de los hechos biológicos "brutos" y que estamos muy anclados en el de la cultura. La indumentaria es uno de los ejemplos más inmediatos y eficaces del modo en que se les da género a los cuerpos, hombre o mujer, y cómo llegan a significar "masculinidad" y "feminidad". Dado que nuestras ideas sobre la masculinidad y la feminidad no sólo están asociadas a la diferencia de sexos, sino también a la sexualidad, existe una estrecha relación entre los códigos genéricos del vestir y las ideas respecto a la sexualidad. De hecho, tal como arguye Butler (1990, 1993), es imposible comprender el género sin comprender las formas en que se construye la sexualidad en términos de "heterosexualidad obligatoria". En este capítulo, hablaré sobre las formas en que la indumentaria expresa ideas sobre género e investigaré el papel que desempeña en construir la "masculinidad" y la "feminidad". Se tratarán las conexiones entre género y sexualidad (concretamente, el modo en que la feminidad se combina con la sexualidad), pero la relación de la moda con la sexualidad se verá con más detalle en el capítulo 6. La moda normalmente se ha asociado con la "feminidad" y, por lo tanto, hemos de considerar también cómo se ha llegado a establecer históricamente esta concepción en Occidente. Una posible explicación puede encontrarse en la estrecha asociación de la "mujer" con el cuerpo, patente en gran parte de la teoría social de los siglos XVIII y XIX, así como en las enseñanzas cristianas. Sin embargo, antes de examinar estos temas es necesario definir los términos; aunque estemos relacionados, será distinguir entre sexo y género y también aclarar su relación con la sexualidad.

SEXO, GÉNERO Y SEXUALIDAD

El sexo, el género y la sexualidad suelen mezclarse, de modo que parece haber un vínculo "natural" e inevitable entre ellos. Tal como dice Judith Butler (1990), en el discurso occidental nuestros conceptos de que es lo que te hace hombre o mujer; es decir, nuestras ideas sobre el sexo y

género, surgen de las interpretaciones de sentido común sobre la sexualidad, generalmente aplicadas para referirse a la heterosexualidad. Antes de desenredar este complicado nudo, es importante empezar a establecer la diferencia entre los tres términos, aunque sólo sea para ver de qué modo están inevitablemente vinculados.

La distinción entre sexo y género ha sido esencial para el pensamiento feminista de la "segunda ola" y está especialmente relacionada con las constructivistas sociales femeninas, de la cual el libro *Sex, Gender and Society* (1976), de Ann Oakley, es un ejemplo clásico. El propósito de su libro es "separar el "sexo" del "género" en los múltiples campos en los que se ha propuesto la existencia de diferencias naturales entre hombre y mujer" (1976, pág. 17). La autora define el sexo y el género del siguiente modo: «"Sexo" es una palabra que hace referencia a las diferencias biológicas entre el hombre y la mujer, la visible diferencia genital, la diferencia relacionada con la función procuradora. "Género", sin embargo, es una cuestión cultural: se refiere a la clasificación social de "masculino" y "femenino"» (1976, pág.16).

Así, el material biológico determina el sexo, nos convierte en hombres y mujeres, pero no determina los rasgos de la "masculinidad" y del "feminidad" que son productos de la cultura. Esta distinción es importante, puesto que permite ver cómo los cuerpos adquieren sentidos que no son fruto de la naturaleza, sino de la huella de la cultura, de tal manera que, mientras todas las culturas marcan una diferencia entre los dos sexos, no todas ellas trazan una línea y en el mismo lugar o están de acuerdo con las características de los hombres y las mujeres. El hecho de que la diferencia sexual es en parte una diferencia de orden cultural se ha expuesto repetidas veces en los relatos antropológicos, que nos demuestran como otras culturas interpretan el sexo y "crean" el género, de los cuales el libro de Margaret Mead *Sexo y temperamento: entre sociedades primitivas* (1935) es el estudio clásico por excelencia. La falta de la correspondencia universal entre el sexo y género significa que no hay un vínculo "natural" entre las categorías biológicas de "hombre" y "mujer" y hasta críticas culturales de "masculino" y "femenino". Ortner (1996, pág. 18) describe el género como un juego o, para ser más exactos, como una multiplicidad de juegos que adoptan distintas "formas de tía corporal", así como "normas complejas" según el tiempo y lugar.

Otra prueba de que el sexo no determina el género de un modo "natural" son los estudios sobre los hermafroditas (personas con características de ambos sexos) que pueden asumir rasgos genéricos "normales" (masculino o femenino) a pesar de la ambigüedad de su sexo biológico.

Los estudios sobre los hermafroditas (por ej.: Stoller, 1968) dan a entender que la adquisición de la “masculinidad” y de la “feminidad” no es “natural” ni puramente “biológica”, sino el resultado de la socialización, de las expectativas culturales y parentales. Asimismo, la existencia de transexuales es una prueba más de la discontinuidad entre sexo y género. Los transexuales nacen con las características biológicas de un sexo, pero se identifican con la del opuesto. Oakley observa: “Ser un hombre o una mujer, un chico o una chica, es una cuestión que depende tanto de la ropa, los gestos, la ocupación, la red social y la personalidad, como de poseer unos genitales concretos” (1976, pág. 158). La indumentaria es un aspecto de la cultura, es un rasgo vital en la creación de la masculinidad y la feminidad: transforma la naturaleza en cultura al imponer significados culturales sobre el cuerpo. No existe una relación natural entre una prenda de vestir y la “feminidad” y la “masculinidad”, en su lugar hay un conjunto arbitrario de asociaciones que son específicas de la cultura. De este modo, la forma en que el vestirse connota feminidad y masculinidad varía de una cultura a otra; mientras los pantalones se solían asociar a los hombres y se consideraba “indecente” que las mujeres los llevaran en Occidente (hasta el siglo XX), se han llevado durante siglos en Oriente Próximo y en otros lugares. Además, la falda, que todavía sigue comunicando “feminidad” en Occidente, no significa lo mismo en otras culturas donde hombres y mujeres llevan *sarongs*. En Occidente, la falda ayuda a mantener una arbitraria pero esencial distinción de género. Sin embargo, mientras las diferencias de género que aporta la ropa sean arbitrarias, con frecuencia son fundamentales para nuestras lecturas de “sentido común” sobre el cuerpo. A este respecto, la moda también convierte la cultura en naturaleza, *naturaliza* el orden cultural. Como señala Woodhouse: “La indumentaria forma parte de un sistema de señalización social; se utiliza para indicar pertenencia [...], sobre todo se emplea para distinguir el género, de manera que, aunque los símbolos cambien con la moda, el mensaje, de género/sexo permanece igual; es decir, que la apariencia femenina indica el sexo femenino y la apariencia masculina el sexo masculino” (1989, pág. xiii).

En este sentido tal como observa Woodhouse, “anunciamos” nuestro sexo cuando nos vestimos según las convenciones de género. Este vínculo supuestamente “natural” se puede hallar en las revistas de moda que con frecuencia proclaman *Vive la différence!*, como si existiera una diferencia natural y sin problemas entre hombres y mujeres que la ropa se limitara a reflejar. Sin embargo, el travestismo que se enmascara en la

ropa del sexo contrario desafía estas suposiciones culturales. Cuando la mascarada es tan convincente que puede “hacerse pasar” por la “realidad”, es testimonio no sólo de la importancia de la ropa para diferenciar el género, sino del modo en que el sexo puede estar radicalmente separado del género. Ninguno de los dos son fijos y estables como se solía pensar, sino que están vinculados por hilos culturales que se pueden romper a voluntad.

Mientras la diferenciación entre sexo y género es útil en cuanto a que desnaturaliza la asociación generalizada entre las características del cuerpo y las de la “feminidad” y la “masculinidad”, muchas feministas contemporáneas son escépticas respecto a la posibilidad de trazar una línea clara entre el sexo y el género (para un resumen sobre este es un “hecho” desnudo de la naturaleza, un estado presocial al cual se le añade un significado social. No obstante, tal como dijo Butler (1990), la biología y la naturaleza no están fuera de la cultura como “simples hechos” que luego adquieren un significado social: la biología y la naturaleza están socialmente constituidas por derecho propio.

La dicotomía del sexo y del género se complica más por la asociación de ambos con la sexualidad. La sexualidad es extraordinariamente difícil definir, como veremos el capítulo 6. Con frecuencia se considera natural, una “fuerza” innata dentro de nosotros, pero, al igual que el sexo y el género, es un fenómeno cultural. Las experiencias, los apetitos y las prácticas sexuales de hombres y mujeres se suele decir que se deben a su biología, según las características “típicas” del género que tienen asignado. Estas asociaciones, aunque basadas en la naturaleza, herrería son culturales. Sin embargo, en lugar de las ideas sobre el sexo y género como la base de las suposiciones culturales respecto a sexualidad, Butler (1990) arguye lo contrario: son las sillas occidentales en lo referente a la heterosexualidad las que dan forma a las interpretaciones comunes respecto al sexo (biología) y el género (características culturales); el sexo no es, por consiguiente, un “hecho” desnudo de la naturaleza.

La teoría social moderna (aquí “moderna” abarca las ideas y los escritos de los pensamientos de la ilustración) ha tendido a ver a la mujer más cercana al “animal” cuál mundo natural debido a su función reproductiva (véase Entwistle, 1988; Sydie, 1987, para un resumen sobre este tema). Además, los cuerpo de las mujeres fueron vistos por algunos filósofos como la fuente de ciertas características asociadas con las mujeres: el útero, por ejemplo, se pensaba que hacía el cerebro de las mujeres más pequeño, más delicado y mero razonable que el de los hombres (Sydie, 1987). Por consiguiente, para Rousseau, las mujeres carecían de la

capacidad de razonar necesaria para funcionar en el terreno público y por eso ande permanece confinadas a la esfera privada del hogar, de la intimidad y de las emociones propias de su naturaleza como cuidadoras de niños (y hombres). Cuando de indumentaria se trata, estas conexiones entre la mujer, el cuerpo y la sexualidad tienen mucha fuerza, de modo que incluso en el puesto de trabajo todavía se suelen ver bajo esos términos. Los casos de violaciones o de acoso sexual en el trabajo, bajo la excusa de que "ella lo estaba pidiendo", son ejemplos de esta identificación de la mujer con el cuerpo (Lees, 1999; Wolf, 1991). Esto implica que muchas mujeres estén preocupadas por lo que resulta apropiado llevar para ir a trabajar, tal como vemos a continuación.

MIRADA RETROSPECTIVA: LA INDUMENTARIA Y EL GÉNERO EN LA HISTORIA

Las diferencias sexuales se han ido marcando progresivamente mediante estilos diferentes; también han influido los discursos sobre la moda y los complementos que las han vinculado con la vanidad "natural" y la debilidad del espíritu femenino. Durante siglos se ha asociado a la mujer con la inconstante moda, el exhibicionismo banal y el indulgente narcisismo. En realidad, esta asociación puede explicar parcialmente la marginación de la moda dentro de la teoría social, la razón por la que se ha considerado "frívola", eso sí sentido efímero, indigna la atención académica sería. Es habitual que, tal como ha señalado las feministas "por ej.: Ortner, 1974), las cosas relacionadas con las mujeres suelen tener una categoría social más baja que las asociadas con los hombres, día y que los pasatiempos y preocupaciones feministas hayan sido trivializadas y ridiculizadas (Ang, 1985; Modleski, 1982; Radway, 1987). La identificación de la mujer con la "trivialidad" de la moda y de los hombres con negocios más "serios" sólo ha sido desafiado en los últimos tiempos con la aparición del "nuevo hombre" cuya preocupación narcisista por su aspecto se convirtió en el tema de los anuncios publicitarios y de las revistas de hombres de los ochenta y cuya relación con la ropa y los complementos presentaba un fuerte contraste con la absurda masculinidad de "lavarse y salir" que había predominado durante la mayor parte de los siglos XIX y XX. Por consiguiente, al considerar la moda y el género vale la pena cuestionarse: ¿por qué se relaciona a las mujeres con la moda más que a los hombres?

La feminidad y la moda

Existe una estrecha relación entre mujer y moda que es tanto literal, metafórica. A las mujeres en las ha relacionado durante mucho tiempo con la confección de vestidos y la habilidad de la mujer con lo textil fue uno de los medios por los que se ensalzó su reputación como dramas y buenas esposas, en una época en la que tenían poca independencia económica de los hombres. Desde la preparación de la materia prima (el hilado, por ejemplo), hasta la costura y el arreglo de las prendas del hogar, la confección estuvo durante siglos en mano de las mujeres. En el siglo XVII, la costura se consideraba un trabajo "femenino", inapropiado para los hombres. De hecho, tal como indica Jones (1996), coser se consideraba moralmente bueno para la mujer, se creía que promovía la devoción y la disciplina, y se inculcaba en las escuelas de los conventos durante dicho siglo. Las mujeres también gozaban de cierto control sobre la moda como marchantes de moda durante el antiguo régimen del París prerrevolucionario. Una de estas marchantes fue Rose Bertin, modista de María Antonieta, cuyo poder e influencia sobre su famosa cliente "provocó una considerable censura" y conjuro a los que criticaba los excesos sartoriales de la reina (Jones, 1996, pág.25). La culpa su extravagancia recayó en la puerta de Bertin por considerable responsable de provocar, tentar y explotar la pasión de María Antonieta por las galas. Según Jones, no eran sólo las marchantes las que tenían una considerable influencia la difusión de modas a "frívolas" y excesivas, sino las vendedoras o *grisettes* que vendían directamente a las damas de la aristocracia y cuyos celos sexuales hacia estas mujeres ricas se decía que "se traducían en hacer que sus rivales "pagaran caros" sus bonitos vestidos" (1994, pág. 44). Jones afirma que en el siglo XIX esta preocupación por la implicación de la mujer en la cultura comercial fomentó nuevas ideologías sobre calidad de mujer que acabó recluyendo a las marchantes femeninas "a la trastienda, donde se les permitía coser y confeccionar, pero jamás dirigí controlar" (1996, pág. 48). El control de la mujer sobre el sistema de la moda como marchantes también se fue desmembrando paulatinamente con la aparición del modisto moderno encarnado en la figura de Charles Worth, que se hizo famoso la década de 1850 por ser el sastre de la emperatriz Eugenia. A raíz de ello, el trabajo femenino se confinó a la producción o cualificada y posteriormente a las malas condiciones laborales y de remuneración. Sin embargo, al menos en los tiempos medievales «la mujer estaba relacionada con los conceptos de tejer, del trabajo textil y de la moda

como labores "femeninas"» (Breward, 1994, pág.33). Estas asociaciones eran "restrictivas y comprendían poder a la vez": restrictivas en lo que respecta a que confinadas a la mujer a ciertos tipos de actividades, pero confería poder en cuanto a que la dama medieval podía administrar el dinero (1994, pág. 33). En los tiempos medievales, dice Breward, "el control del guardarropa tenía una especial importancia. [...] Se consideraba como una prerrogativa femenina, preocupada por el despliegue del poder mediante una profusión de tejidos y el cultivo de la belleza física" (lino recinto 94, pág.33). Este poder, junto a la ostentación personal y social y la administración de los gastos de la casa, perduró durante muchos siglos a medida que las mujeres iban haciendo cada vez más responsables del hogar. La habilidad de la mujer en este campo se tradujo en la mejora del prestigio general de la familia, tema tratado por los historiadores del siglo XVIII que examinaron el papel central de la mujer en la revolución consumista. Tal como sugiere DeGrazia, los esfuerzos de la mujer para crear un hogar "sirvieron para definir su historia familiar, indicar su posición social a otros burgueses, diferenciar su clase de los aristócratas y trabajadores" (DeGrazia y Furlough, 1996, pág. 19). De este modo, según Breward, las mujeres (sobre todo las burgueses) "se volvieron muy interesadas en la retórica del vestir, en su creciente importancia como comunicadas de prestigio, gusto y roles de género" (1994, pág. 34). Esto se ilustra en el estudio de Vickery (1993) sobre las prácticas de consumo de la dama del siglo XVIII, Elizabeth Shackleton de Alkincoats (1726-1781), que pasaba la mayor parte de su tiempo comprando objetos, se enorgullecía de ello y los registraba en sus diarios y cartas. En lo que respecta a la señora Shackleton, la compra era una forma de empleo desempeñada a la perfección por las mujeres, pero era una ocupación considerada "no cualificada" incluso aunque requiera tener gusto, tiempo, esfuerzo y un alto grado de conocimiento sobre las mercancías. Puesto que las mujeres se daban objetos personales y no bienes inmuebles, no es raro que invirtieron en estos y, sin una ocupación remunerada y ninguna "sabía", Vickery expone: "No es extraño que, como consecuencia, se volcara en los artefactos de la casa hielos personales para crear un mundo de sentido y en último término transmitir su historia" (1993, pág. 294).

A la vez que se ha relacionado a la mujer con la confección de ropa, con los tejidos y el consumo, también ha sido una asociación metafórica de la feminidad con la propia idea de la moda. Según Jones: "Las mujeres habían sido relacionada durante siglos con la inconstancia y el cambio" (1996, pág. 35), características igualmente describen la moda. Éste

también ha sido el caso, como indica en Breward (1994) y Tseëlon (1997), hacia el siglo XVIII, puesto que la moda se había considerado como un signo de debilidad y de laxitud moral de las "malvadas" mujeres de las hijas de Eva. Después de esta etapa, en un siglo XVIII más "iluminado", la asociación de la mujer con la moda se explicaba más en términos de su característica psicología "femenina" (Jones, 1996).

Tseëlon (1997), en su análisis sobre la relación de la feminidad con la moda, examina como los antiguos mitos sobre la feminidad han moldeado las actitudes occidentales hacia las mujeres. Concretamente examina los mitos de Eva, Pandora, Lilit y la virgen María. La autora observa que, entre ellas, estas figuras arquetípicas dan forma las actitudes morales respecto a la mujer y mediante las mismas "es descrita como alguien que se oculta tras falsos adornos, que utiliza su belleza y encantos para conducir a los hombres hacia su destrucción" (1997, pág. 12). Esta actitud ha adquirido un carácter muy particular dentro de las enseñanzas judeo-cristianas; desde las leyendas del Antiguo Testamento, hasta las cartas apostólicas de san Pablo, a la mujer se le ha relacionado con las tentaciones de la carne y de los adornos, sólo una de las formas en las que ella puede engañar a los hombres. Esta historia de la Europa cristiana, "testigo del hecho de que incluso los adornos en general eran considerados un vicio, se mezcló con la propia concepción de la esencia de la mujer" (1987, pág. 12). En el fondo de esta actitud hacia la mujer había miedo hacia el cuerpo que, en las enseñanzas cristianas, es la morada del deseo y de las tentaciones "malvadas", las cuales habían de ser regeneradas por el bien del espíritu. La mujer, como descendiente de Eva, era vista como más susceptible a las tentaciones de la carne y también podía usar su cuerpo para atentar a los hombres a que se aparta del camino de Dios.

De este modo, el adornado cuerpo (femenino) es inherentemente problemático para la moralidad judeo-cristiana, pero también lo es el cuerpo desnudo o sin adornos. Según Tseëlon, en las enseñanzas judeo-cristianas, la desnudez se convirtiera algo vergonzoso tras la Caída y, puesto que ésta se achaca a una mujer, entonces "los vínculos entre el pecado, el cuerpo, la mujer y la ropa se forman fácilmente" (1997, pág. 14). Dada su relación con la sexualidad y con el pecado, no es de extrañar que la confesión (femenina) estuviera sujeta a tan acalorados debates por parte de los moralistas y los clérigos del período medieval. Según Tseëlon, la cristiandad contrarrestaba sus temores hacia la mujer intentando controlar su sexualidad, creando un discurso de modestia y de castidad en el vestir que quedó codificado en la sexualidad femenina. La

doctrina cristiana enseñó que la redención se hallaba en la renuncia a los adornos y en la modestia del vestir, deber moral que surgió debido a la culpabilidad de Eva. Esto se aplicó principalmente la ropa femenina, pero con el horror añadido de que ninguna dosis de modestia puede deshacer por entero la sexualidad potencial del cuerpo femenino codificada como tal. La ropa, “ a través de su proximidad con el cuerpo, encierra el juego de la modestia y de la explicitud sexual, la negación y la celebración del placer” (1997, pág. 14), de modo que, mientras la ropa vela el cuerpo y oculta su desnudez, también puede realizarlo y conseguir desviar la tentadora mirada que se dirige la carne. Este juego de madres y exhibicionismo es bastante normal en la cultura occidental. Según Flügel (1930), que recurre al psicoanálisis para analizar la ropa, los humanos tenemos deseos ingratos pero contradictorios de modestia y exhibicionismo, lo cual explica el primer propósito de la ropa. La indumentaria representa un (inadecuado) intento de resolver esta contradicción psíquica y como tal es un "síntoma neurótico". Puesto que no puede conseguirlo es un recordatorio constante de nuestro altamente desarrollado sentido de la vergüenza, lo que la convierte en "el sonrojo constante en el rostro de la humanidad" (1930, pág.21).

Sí, como dice Tseëlon (1997), a las mujeres de las asocia más con el cuerpo, la sexualidad, el pecado y la ropa, entonces es comprensible que se las condene por su forma vestir considerándola y modesta y excitante. Podemos hallar diatribas especialmente misóginas sobre la feminidad y el vestir en los escritos medievales de los clérigos, así como en los de posteriores moralistas de los siglos XVII y XVIII. Por ejemplo, la autora cita a Edgard Cooke, que en 1678 escribió: “Un doble delito para la mujer, ser moldeada, según la moda de este mundo y así llevar su inocencia al descrédito mediante su inmodesta desnudez, porque ya no sólo peca contra la vergüenza, sino que también hace pecar a los demás contra la pobreza y, al mismo tiempo, se hace sospechosa ella misma” (1997, pág.16).

Desde el año 1100 hasta el comienzo del siglo XVII, las modas masculinas solían ser bastante eróticas, pero era la inmodesta exhibición femenina el centro de toda condena moral y religiosa. Sólo se podía acusar a una mujer de seducción en el vestir. Sin embargo, al condenar toda las formas de exhibicionismo, la iglesia "ha contribuido a infundir en la conciencia colectiva femenina una conciencia permanente sobre su aspecto y el impacto que producen los demás" (Tseëlon, 1997, pág. 13). Es normal, pues, que las mujeres hayan desarrollado un agudo sentido de conciencia de ellas mismas respecto a su imagen, que nada tiene que ver

con su "naturales" innata, sino que es un resultado de las actitudes y presiones culturales. Lo sorprendente respecto a esta actitud del exhibicionismo femenino como arma de seducción es que no sólo responsabiliza las mujeres de su propia conducta sexual, sino que también de la de los hombres: si un hombre sucumbe a la tentación sexual en pensamiento u obra, se considera culpa de la mujer por haberle provocado con la ropa. Esta actitud persiste el concepto de que la mujer "no estaba pidiendo" cuando ha sido atacada sexualmente o violada por llevar una falda corta o un vestido provocativo (Lees, 1999; Wolf, 1991). De este modo, la ropa y el vestir femeninas han sido regulados históricamente de acuerdo con el género y la sexualidad, así como con lo social, es decir, la clase, la distinción. Sin embargo, estos no suelen converger: como ya sea tratado del capítulo anterior, las leyes suntuarias intentaron regular el prestigio, pero en el caso de las mujeres también diferencian entre la mujer buena, amable y rica, y su hermana "caída", la prostituta. Emberley observa "1998, pág. 9) que la jerarquía de las pieles y de las posiciones sociales creadas por estos actos reguladores también influyeron en los conceptos de propia sexual entre las distintas clases de mujeres. En ciertas épocas se prohibió a las prostitutas que llevarán pieles, a fin de diferenciarlas de las "mujeres respetables". No obstante, no es sólo la moralidad sexual la que esta en juego en los discurso sobre las mujeres y la moda: el supuesto agrado de las mujeres por la moda y todo lo que reluce y brilla es igualmente conflictivo en lo que respecta al orden social general y moral en el siglo XVII y a principios del XVIII los temores respecto a la difusión del lujo a veces se centraron en el supuesto insaciable deseo de la mujer y en el peligro que suponía para la familia. Un tratado de 1740, por ejemplo, incluye lo siguiente: "Aunque sus hijos estén muriendo de hambre, les quitará la comida de la boca para alimentar su insaciable deseo del lujo. Obtendrá sus trajes de seda a cualquier precio" (Jones, 1996, pág 37). El discurso moral dio pie a otros tipos de retórica: "La ofensa sartorial pasó de ser definida como transgresión moral a ser una transgresión social" (Tseëlon, 1997, pág. 16). Aunque la primera fue considerada indicador de una debilidad de carácter, la segunda indica una falta de gentileza, educación y civismo. La transgresión moral supuso también una gran preocupación para ambos sexos, pero una mujer podía transgredir los códigos morales demás formas que el hombre. Al ir demasiado adornada, se puede interpretar que ha caído presa del pecado de la vanidad. Se consideraba que la moda de la legítima si era para complacer al marido Juan traerá un pretendiente (Jones, 1996). Derecho, para algunos filósofos de este periodo, el interés

de la mujer por la moda era el resultado inevitable de su psicología "femenina". Se decía que las mujeres eran especialmente susceptibles a los adornos "por su agudo sentido de la vista y por sus vivaces imaginaciones" (1986, pág. 36).

Mientras los hombres aristocráticos iban casi tan ahorrados como las mujeres, durante gran parte el periodo moderno este simple hecho no disolvió la asociación de la moda con la feminidad. En realidad, cuando se criticó el pavoneo de los hombres, a menudo se debía a su "afeminamiento" por demostrar demasiado interés en la moda. A veces esta crítica se basaba en la idea de que el interés del hombre por la moda transgredía la justa división de géneros. En otras ocasiones, el afeminamiento se veía como una imagen problemática para la nación. La educación afeminamiento del atuendo masculino con la disminución de los intereses nacionales es patente en la Inglaterra Isabelina: el sermón "Homilía contra el exceso", que Isabel I ordenó que se leyeron en las iglesias, se describen dichas asociaciones.

[...] Sin duda, muchos hombres se están volviendo tan afeminados, que no les preocupa lo que les cuesta su distinción, siempre deseosos de nuevos juguetes y de inventar nuevas modas. [...] Así que son nuestros fantásticos recursos como el hacermeír de otras naciones; mientras uno gasta su patrimonio en reportados y cortes, otro invierte más dinero en una camisa de baile que el que le bastaría para comprarse un atuendo noble y atractivo para todo su cuerpo [...] y todos los hombres, sin tener en cuenta su estado y condición, buscan sobresalir con atuendos caros (en Garber, 1992, pág. 27).

Según Garber, aquí el afeminamiento no significa homosexualidad (como suele significar en nuestros tiempos), sino "autoindulgencia" o "voluptuosidad" y, por consiguiente, "cosas de mujeres". La crítica va dirigida al dinero, tiempo y energía que el afeminado dedica a las femeninas frivolidades de la moda. Igualmente la crítica se dirigía al estilo *macaroni* (descrito en el capítulo 3), que fue popular entre los jóvenes aristocráticos del siglo XVIII. El término *macaroni* apareció en el léxico inglés de 1764 para describir el estilo asumido por los jóvenes ultramodernos de noble cuna. Era un estilo de petimetres, con influencia italiana y afrancesado, que fue criticado debido a que este tipo de caballero se había "vuelto tan afeminado débil, que no podía hacer frente a las amenazas extranjeras e incluso podía admirar la tiranía o bloquear" (Steele, 1988, pág. 31). Esto demuestra que los hombres tampoco se libraron de la crítica sartorial. Las críticas que se les ha hecho en distintas ocasiones han sido acerca de que deberían estar "por encima"

de la moda. Sin embargo, las pruebas históricas ilustran que los hombres a su manera también han estado dominados por la moda.

La indumentaria y la diferenciación de género

Si comparamos la vestimenta actual con la clásica, la medieval o la de las civilizaciones modernas, llegaremos a la conclusión de que el género probablemente sea más importante en la actualidad y se diferencia más claramente en realidad "hasta el siglo XVII o incluso el XVIII, la diferencia sexual en el vestido no estuvo muy marcada" (Wilson, 1985, pág. 117). Laver (1995) sugiere que la más significativa división en lo que respecta a la ropa no ha sido entre los géneros, sino entre las prendas "drapeadas" y "entalladas". El drapeado es la forma más sencilla y utilizar las telas y supone atar un rectángulo de tela alrededor de la cintura en forma de *sarong*, como el antiguo Egipto o desde el hombro como en las antiguas Grecia y Roma. Parece que en estas civilizaciones la ropa marcaba más la clase que el género; por ejemplo, los esclavos de Egipto iban casi desnudos como señal de su baja posición social.



Habits de Diveres Nations, grabado en acero de Michael Colyn, 1581, que demuestra que el género no está claramente diferenciado en la indumentaria del siglo XVI: tanto hombres como mujeres llevan prendas ornamentadas, que más bien tienden a apartar la atención hacia un cuerpo sexuado. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

En la ropa medieval la diferencia sexual ya se podía apreciar más en la ropa, aunque la clase era la característica predominante. La prohibición de que las mujeres enseñaran las piernas significó que sus trajes adoptaron la forma de la falda larga o de una toga, a diferencia de los trajes masculinos, que se convirtieron en falsas o mallas ajustadas que realizaban la pierna. Estos son los patrones establecidos y separados para el traje del hombre y el de la mujer: el traje masculino con prendas bifurcadas, medias, calzas y posteriormente pantalones; y los femeninos en forma de faldas o prendas largas similares como la saya, el manto o la toga. Sin embargo, en otros aspectos la vestimenta masculina y femenina era bastante similar. Hasta aproximadamente el siglo XVIII, como observa Wilson, "las mujeres que montaban a caballo y las deportistas, casi exactamente igual que los hombres, llevaban portamonedas y dagas colgados de sus cinturones" (1985, pág. 118). Además, en lo que adornos se refiere, no había nada en los trajes de los hombres y las mujeres que fuera distintivo, y la nobleza de ambos sexos llevaba prendas ornamentales de vivos colores y sofisticadas telas, así como maquillaje, pelucas y perfume. Las diferencias en los trajes eran menos significativas de lo que se podía imaginar y "a finales del siglo XV, el traje de moda se había vuelto tan fantástico y absurdo que era difícil de distinguir a un hombre de una mujer desde lejos" (1985, pág. 118). Además, los grandes sombreros y tacones altos llevados por ambos sexos a la diferencia de estatura que pudieran existir entre hombres y mujeres. Posteriormente, las diferencias se fueron haciendo más notables, según sugiere Breward (1994), con una agresiva masculinidad que se afirmaba asimismo el siglo XVI, en la forma de unas hombreras excesivas, almohadillados en las piernas y, de hecho, en los genitales, puesto que las grietas se volvieron más exageradas y elaboradas que nunca. Por todas estas diferencias obvias, también es cierto que durante gran parte del siglo XVI (y, de hecho, incluso del XVII) los trajes de moda para hombres y mujeres a menudo convergían en elaboradas gorgueras y grandes mangas abollonadas tanto para hombres como para mujeres. Las joyas, los lazos, encajes y brocados también adornaban las prendas de ambos sexos en los siglos XVII y XVIII.

Con el transcurso del siglo XVIII, en parte como resultado del creciente poder de la burguesía, se renunció a la ornamentación excesiva, a la complejidad y el artífice del vestir en favor de un aspecto más "natural". Tras la Revolución Francesa, los trajes de hombres y mujeres adoptaron nuevos perfiles más relajados, influidos en parte por las repúblicas clásicas de las antiguas Grecia y Roma. Las pelucas pasaron de moda

para ambos sexos al comienzo del siglo (aunque esto fue, en parte, una reacción contra los impuestos del polvo para el pelo) y el pelo de los hombres se dejó intencionalmente desarreglado, recogido detrás en una cola de caballo o suelto y salvaje. Este estilo más "relajado" empezó a influir en los hombres aristócratas y burgueses por un igual (Steele, 1988). Algunos, aunque no todos aristócratas, adoptaron relajado traje de campo, pantalones ajustados, chaqueta de montar, apropiados para actividades en el exterior como la casa y la pesca. Fue el estilo de vestir que influiría en los dandis de los periodos de la Regencia y victoriano del siglo XIX. Entre algunos aristócratas, sin embargo, todavía prevalecía un estilo refinado de señoritos, complicado y con perfumes.

Sin embargo, tal como hemos visto el capítulo 4, el estilo sin adornos para los hombres de finales del siglo XVIII y principios del XIX, se suele asociar con la aparición de la burguesía. A finales del XIX, este estilo se había afianzado en un aspecto formal y serio para los hombres, basado principalmente en elementos que compondrían el traje moderno en tres piezas, pantalones estrechos, chaqueta entallada y chaleco. Flügel hace referencia a esta disminución de la ropa masculina como a "la gran renuncia masculina", recorriendo a las teoría psicoanalíticas para analizar la moda y el vestir. Según él, a finales del siglo XVIII "el hombre abandonó su reivindicación de ser considerado hermoso. A partir de entonces sólo pretendía ser útil" (1930, pág. 111). El autor sugiere que la única importancia que la ropa tenía para los hombres desde aquel momento no era la de ir elegantemente vestidos y con muchos adornos, sino la de vestir "correctamente". Las causas eran principalmente de orden político y social: "Por consiguiente, no es de extrañar que la magnificencia y complejidad de los trajes, que también expresaban el ideal del Antiguo Régimen, se consideraran de mal gusto en la nueva tendencia social y en las aspiraciones que hallaron su expresión en la revolución" (Flügel, 1930, págs. 111-112).

Según Flügel, el espíritu fraterno y democrático que arrasó Europa y Norteamérica hizo que la ropa masculina, que anteriormente había servido para enfatizar las diferencias, hiciera hincapié en la solidaridad y la *uniformidad*; y, en lugar de una complejidad exagerada, que antes había separado a los ricos de los pobres, tuvo lugar una creciente *simplificación* en el traje masculino. Los gritos de democracia procedían de la burguesía que tenía que trabajar para ganar un sueldo, cuya riqueza no era producto de la herencia, sino de su propio esfuerzo. Así que, mientras la aristocracia había rehuido todas las asociaciones con las actividades económicas consideradas degradantes para la dignidad de los

caballeros (cuyas únicas actividades significativas eran las del ocio, por ejemplo montar a caballo y cazar, quizás hasta ir a la guerra), el burgués había hecho del trabajo algo honorable. La renuncia al "decadente" plumaje por parte del hombre burgués indicaba su compromiso con una vida industrial, de sobriedad y de trabajo, justo lo opuesto a la vida de ocio, indolencia y diversión del aristócrata. Kuchta (1996) está de acuerdo con Flügel en que la "gran renuncia masculina" surgió de la lucha por el poder político entre la clase media y los aristócratas, pero la remonta mucho más atrás en la historia, arguyendo que tiene su origen "en la respuesta visto que ética a la creciente difusión de la moda en el siglo XVIII ya la política cultural que apareció después de 1688" (1996, pág. 56). Es decir, Kuchta sugiere que se remonta hasta la "gloriosa" Revolución en Inglaterra y no a la Revolución Francesa de 1789-1792 o la Revolución industrial del siglo XIX.

Las revueltas sociales, políticas religiosas, las simpatías republicanas y el clasicismo se combinaron el traje femenino de finales del siglo XVIII y principios del XIX que adoptaron líneas clásicas similares a las de las antiguas culturas de Grecia y Roma. Según Lver (1995) y Steele (1988), los trajes femeninos durante este período también tuvieron la influencia el desarrollo de las colonias que pusieron en contacto las potencias europeas con el traje sencillo de las llamadas civilizaciones "primitivas" (Steele, 1988). Concretamente, la expedición de Napoleón a Egipto "indujo a sus compatriotas a una nueva ola de orientalismo que puso de moda los turbante" (Laver, 1995, pág. 156). El traje de la época en realidad era muy simple, una camisa o una túnica, que desde 1795 hasta aproximadamente 1815 se fue desarrollando sucesivamente desde el Directorio, pasando por el Consulado y las líneas del Imperio. La línea era una estudiada "naturalidad", la larga silueta del cuerpo y la ausencia del corsé permitían una mayor movilidad. Derecho, los historiadores suelen comentar la visibilidad del cuerpo femenino en esta época, arguyendo que "quizá ningún otro período entre los tiempos primitivos y los años veinte del siglo pasado las mujeres habían llevado menos ropa, como a principios del XIX (Laver, 1995). Esta sencillez de líneas no duró demasiado: pronto en el siglo XIX se volvió el corsé en forma de ballenas cortas y largas destinadas a conseguir un vientre plano y uniforme. El clásico vestido liso también fue pronto reemplazado con el resurgimiento de las faldas acampadas. En el transcurso del siglo XIX, las cambiantes modas en la corsetería y en las faldas alteraron la silueta del cuerpo la mujer: las crinolinas, polizones, almohadillados y una serie corsés de diferentes formas sirvieron para elevar o bajar la cintura,

aclarar el vientre o las caderas, elevar o bajar las nalgas, rellenar o aplastar el pecho. La crinolina hizo su aparición en la década de 1850 y muchas mujeres la acogieron con entusiasmo por la libertad de movimiento que permitía después de haber llevado las pesadas capas de enaguas. Entre sus desventajas estaba que era fácilmente inflamable y, puesto que la falda podía levantarse con facilidad sobre ella en los días de viento, también era difícil de controlar, lo cual creaba situaciones embarazosas para las mujeres. A finales de la década de 1860, se consideró antiestética y fue sustituida por la larga línea "Princesa" de la década de 1870.



Imagen de una mujer victoriana con crinolina bajo la falda del vestido, c. 1860. Fotografía de la autora

Durante la revolución industrial la diferenciación de género en el ámbito público y privado se fue haciendo más exagerada: el trabajo estaba separado del hogar y, aunque muchas mujeres trabajan fuera de casa, las "respetables" damas burguesas estaban confinadas a sus hogares en su

papel de esposa y madre (Davodoff y Hall, 1987). El exagerado énfasis en la diferenciación de género se tradujo en los estilos de vestir tanto masculinos como femeninos, muchas historias tradicionales sobre la indumentaria hacen hincapié en estas diferencias y descuidan algunas de las formas en que convergieron hacia finales del siglo XVIII y principios del XIX. Por ejemplo, el traje victoriana se describe el siguiente modo:

[...] los hombres eran serios (llevaban trajes oscuros y pocos adornos), las mujeres, frívolas (llevaban colores pastel, cintas, encajes y lazos); los hombres eran activos (su ropa les permitía el movimiento), las mujeres pasivas (su indumentaria inhibía el movimiento); los hombres eran fuertes (sus prendas realizadas o amplio pecho y hombros), las mujeres eran delicadas (sus vestidos acentúan sus caderas, sus hombros caídos y su suavemente redondeada silueta); los hombres eran agresivos (su ropa tenía unas líneas marcadas y definía claramente la silueta), las mujeres eran sumisas (su silueta indefinida, su ropa comprensiva) (Roberts, 1977, pág. 555).



Fotografía de Roger Fenton de la reina Victoria y el príncipe Alberto, 1854; en ella se puede ver cómo el género se diferenciaba cada vez más a mediados del siglo XIX. Reproducido con el amable permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

La renuncia a los adornos por parte de los hombres se contrarresta con los recargados adornos del traje femenino, especialmente durante el periodo victoriano donde los complementos y los encajes y cintas parecieron alcanzar su cenit. Las siluetas de ambos sexos, así como las diferencias, también se observan en los contrastes de colores (el invierno de los nuevos tintes anilinos a mediados del siglo XIX supuso que los trajes de las mujeres fueran de tonos claros, incluso chillones, mientras que a los hombres, en una época de dandis y de industrialización, se les representa generalmente vestidos de negro). Por último, los comentaristas tienden a relacionar a las mujeres victorianas con los incesantes movimientos de la moda; cada nueva estación trae consigo una nueva línea que cambie el contorno de la figura femenina, a diferencia de la de los hombres que parece estar congelada, sus prendas no se rinden ante las fluctuaciones de la moda.

La cuestión de cómo se han de explicar estas diferencias la plantean implícitamente algunos teóricos y se tiende a interpretaciones bastante simplistas. Para Laver (1995), las diferencias se pueden localizar principalmente en la “naturaleza” de los sexos; para Roberts (1977) y Veblen (1953), las diferencias en el vestir reflejan las posiciones socioeconómicas de ambos sexos en el siglo XIX, mientras que para Flügel (1939), cuyas ideas expongo en primer lugar, las diferencias son el resultado tanto de las predisposiciones psíquicas naturales de los hombres y de las mujeres como de condiciones sociales y económicas específicas. Estas explicaciones no suelen prestar mucha atención a muchos otros aspectos de los trajes de ambos sexos de la época, menosprecian las similitudes y exageran las diferencias entre ellos. Por lo tanto, el hecho de que el traje de mujer adoptará muchos elementos masculinos durante el siglo XIX no se tiene en cuenta, como el hecho de que el traje masculino no se solidificara en el uniforme estoico del caballero burgués hasta muy adentrado el siglo, tras haber sucumbido al movimiento de la moda y haberse rendido a algunas salpicaduras de color durante la mayor parte del tiempo. Además, la incomodidad de las entalladas y ajustadas prendas masculinas también se suele pasar por alto. Estas explicaciones que se basan en suposiciones comunes sobre el género han tenido bastante influencia y, por consiguiente, vale la pena verlas con más detenimiento.

Explicar las diferencias, una diferencia "natural"

la idea de una diferencia natural sea utilizado para explicar las diferencias en el vestir de los hombres y mujeres durante el siglo XIX y principios del XX, al igual que la supuesta diferencia entre hombres y mujeres en el interés por la ropa. Flügel (1930), como psicólogo, explica las prendas femeninas y las masculinas en términos de impulsos psíquicos. Se pregunta por qué los hombres renunciaron a sus finas pieles para llevar sus sombríos trajes y también reflexiona sobre cómo los hombres pueden soportar el sacrificio de renunciaron al adorno; dado su afán de exhibicionismo (que Flügel ve como un impulso humano básico), se pregunta a donde debe haber ido éste. Su respuesta se basa en la idea de que los hombres y las mujeres son distintos por "naturaleza". La mujer, según él, es más narcisista aquel hombre y posee un sentido más agudo de la rivalidad sexual, que la hace más proclive a competir con otras mujeres para lograr captar la atención sexual. Por consiguiente, "mientras el individualismo lo permita, las mujeres luchan entre ellos por llevar el "último" vestido de moda por el más caro" (1930, pág. 114). Los hombres, por otra parte, han de desenvolverse en el mundo social y político y, por consiguiente, es más probable que se vean afectados por ello. La monotonía de su traje tiene el deseado efecto social y político de producir "mayor solidaria entre ellos y entre una clase y otra" (1930, pág. 114). Sin embargo, puesto que el exhibicionismo es un impulso psíquico "natural", el hombre buscará alguna forma de compensar su represión y lo hará desplazando su deseo de "protagonismo" en otras cosas. En lo que a esto respecta, el trabajo puede actuar como una forma de "protagonismo", como podría suceder con el uniforme militar, que sigue siendo muy elaborado y recargado. El autor sugiere que puede tener lugar una modificación en la dirección de su deseo, haciendo que los hombres se alejen de la exhibición pasiva y pasen a la *scopophilia* (del griego *σκοπεο*, "ver") activa: "El deseo de ser visto transformado en el deseo de ver" (1930, pág. 118). Por lo tanto, los hombres disfrutaban de "un exhibición indirecta", con la que pueden gozar y sentirse orgullosos del esplendor de su mujer. Este desplazamiento implica "claramente algún elemento de identificación con la mujer" (1930, págs. 118-119) y puede aportar una satisfacción completa asimismo. Sin embargo, cuando la proyección del exhibicionismo no llega satisfacer el protagonismo masculino, "el hombre puede buscar conscientemente identificarse con una mujer llevar un atuendo femenino", es decir, puede recurrir al travestismo (1930, pág. 119).

En esta disertación sobre las prendas de las mujeres y los hombres, Laver (1995) llega a conclusiones similares a las de Flügel. Éste también sugiere que las mujeres son por "naturaleza" más narcisista que los hombres y que sus prendas denotan lo que él denomina el "príncipe de seducción", la meta es ensalzar el atractivo sexual. El autor observa que "se genera el propósito de la ropa para las mujeres ha sido el de hacerla sexualmente más atractivas, mientras que para el hombre ha sido el de ensalzar su prestigio social" (1969, pág. 14), de modo que, aunque en el siglo XVI hombres y mujeres llevaran gorgueras en el cuello y aunque ello supusiera un signo de prestigio para ambos, Laver arguye que para las mujeres también fue "un intento de explotar los encantos de la portadora al atraer la atención hacia su escote". Por consiguiente, la ropa desempeña un papel en atraer al sexo opuesto, especialmente para los hombres que buscan el atractivo las mujeres.

Estas explicaciones aportan ejemplos sobre cómo se recurre a las diferencias fundamentales entre hombres y mujeres, es decir, la "naturaleza", para explicar las diferencias en la conducta, en las prácticas, en las funciones que las feministas argüirían que se basan en el mundo social. En lugar de describir "hechos", las explicaciones de esta índole, que sugieren que las mujeres son por "naturaleza" más narcisistas que los hombres, reproducen actitudes sociales respecto a ambos sexos. Sin embargo, estas ideas ya no están tan relacionadas con la biología o el sexo, sino con el género. Concretamente, estas explicaciones reproducen mitos comúnmente aceptados sobre las mujeres como seductoras de los hombres que se remontan a actitudes judeo-cristianas (como las descritas por Tseñon, 1997). En realidad, no existen pruebas que demuestren que las mujeres sean más narcisistas que los hombres por "naturaleza" y, sin embargo, si hay muchas de que es al contrario. De hecho, basta con mirar atrás y revisar la historia de la indumentaria para descubrir que los hombres tuvieron tanto interés su aspecto como las mujeres y que pasaban casi tanto tiempo como ellas en arreglarse. Además los trajes masculinos muy bien se podrían considerar exhibicionistas y eróticos: las galletas que llevaron los hombres durante considerables períodos de tiempo es una de esas prendas de vestimenta que está estrechamente relacionada con el exhibicionismo, mientras que la atención hacia la pierna del hombre durante muchos siglos, con medias y calzas, era igualmente erótica, acaparaba la atención hacia el cuerpo masculino. También se podría argüir, como lo ha hecho Sennett (1977), que el escote que ha estado de moda esporádicamente entre las mujeres no era para exhibir sus "encantos" (como cita Laver, 1995), sino que antes del siglo

XVIII suponía un "lienzo" sobre el cual lucir las joyas. Hacia siglo XIX, cuando las mujeres llevaban vestido muy complicados y ornamentados, no era por ninguna inclinación "natural", sino que lo más probable es que fuera a raíz de su limitado papel social. "Basta compensar lo que suponía para una joven victoriana a atraer a un buen partido para comprender las razones de sus tendencias narcisista. ¿Qué más podría ser, sino concentrarse su aspecto?" (Roberts, 1977, pág. 566).

También hay problemas empíricos con la idea de una «gran renuncia masculina» a finales del XVIII. Por una parte, los hombres no renunciaron del todo al color y a las galas de su tiempo. De hecho, tal como indica Edwards: «El desarrollo del traje oscuro moderno para los negocios no empezó hasta la era victoriana. Puede decirse que no fue hasta las décadas de 1880 y 1890 cuando realmente despegó el uniforme estoico de los negocios; incluso entonces la elegancia del traje de etiqueta con el sombrero de copa y las polainas también llegó a la cumbre de su popularidad» (1997, pág. 19). Además, una vez el traje oscuro hubo alcanzado popularidad, se llevaba *además* de otras prendas. Según Edwards, los hombres burgueses de la época victoriana también llevaron trajes de lana de paseo, chaquetas de caza, chaquetas de marinero con rayas de colores claros, así como chaquetas de etiqueta de colores llamativos de joyas, como el esmeralda o el púrpura. Incluso el dandi no vistió predominantemente negro hasta mucho después en el siglo XIX. El dandi de la Regencia, cuyo principal exponente es el Apuesto Brummell habría llevado pantalones de montar de color de cuero, gamuza o nuez, una chaqueta de color azul de huevo de pato o azul oscuro, camisas blancas o tostadas y, a veces, un chaleco de color amarillo canario, guantes rosa y una corbata amarilla (Laver, 1995). En la década de 1860 el estilo dandi, representado por el melancólico Baudelaire, se volvió exclusivamente negro. Además, el traje masculino ornamentado se conservó en el traje militar, que hasta nuestros días sigue siendo de colores bastante llamativos y con muchos adornos (hecho que el propio Flügel reconoce). No obstante, lo que nos demuestran estos ejemplos, y lo que arguye Edwards, es que la historia de la indumentaria masculina, interpretada como el desarrollo uniforme y paulatino del traje oscuro de tres piezas, es engañosa, al igual que la historia que considera que la ropa de hombre se ha resistido a la moda. Si observamos la silueta del hombre a lo largo del siglo XIX, es posible distinguir una serie de modificaciones: la introducción de los pantalones de montar ajustados en sustitución de las medias en la primera mitad de siglo y su posterior evolución en pantalones hacia finales de siglo, de modo que, «aunque sea cierto que la

moda es cíclica y que en general los cambios eran, y hasta cierto punto, todavía son más rápidos en las mujeres que en los hombres, cuanto más mutaban los cambios en los adornos, los detalles y matices eran más similares para ambos sexos» (Edwards, 1997, pág.15). De hecho, tal como observa Edwards, la forma general de la indumentaria cambió poco para cualquiera de los dos sexos, al menos en la era victoriana, cuando la diferencia sexual estaba marcada por llevar pantalones o faldas. Además, aunque esta diferencia todavía seguía patente, existía un grado de convergencia entre la ropa masculina y la femenina, al adoptar el traje de mujer aspectos del masculino como las chaquetas que tenían el mismo corte a partir de la década de 1860. En realidad, salvo por la falda, los conjuntos de mujer para salir a la calle desde finales del XIX hasta el período eduardiano eran notablemente similares a los de los hombres.

Explicación de las diferencias: las divisiones «sociales»

Mientras las diferencias entre las prendas de los hombres y de las mujeres a veces podían ser exageradas, se daba el caso de principios y mediados de las modas victorianas, que destacaban por su constante codificación del género. Veblen (1935) y Roberts (1977) exponen un persuasivo argumento para la marcada diferencia de género en la indumentaria del siglo XIX. Ambos arguyen que la ropa transmite información sobre la posición social y económica del portador y sugieren que el traje Victoriano de la dama de clase alta y burguesa representaba su posición subordinada, símbolo de su papel como el «bien mueble del hombre». La explicación de Veblen sobre la moda se basa en su análisis general de la llamada «clase del ocio», la nueva clase rica que surgió en Estados Unidos durante el siglo XIX y que intentó recrear una forma de vida «aristocrática» en la república mercantil del «Nuevo Mundo». Esta clase emergente expresaba su riqueza haciendo alarde de consumo, de derroche y de ocio; es decir, demostraba su poder «pecuniario» comprando artículos y deshaciéndose de ellos cuando estaban pasados de moda (en lugar de cuando estaban gastados) y viviendo una vida de diversión (parecida a la vida del antiguo estilo aristocrático). El traje es un gran ejemplo de expresión de cultura «pecuniaria», puesto que «nuestra indumentaria siempre es una prueba e indica nuestra situación económica a los observadores a simple vista» (Veblen, 1953, pág. 119). El autor sugiere que la necesidad de alardear de gasto y derroche también puede explicar el incesante movimiento de la

moda. El derroche es una ofensa innata y hace aborrecible la futilidad y el gasto de la moda. La gente adopta las nuevas modas en un intento de huir de la futilidad y la fealdad de la moda, cada nuevo estilo es acogido como un alivio por la aberración anterior, hasta que ése también es rechazado en toda su futilidad.

Según Veblen (1953), el traje femenino de este ambiente demuestra esta dinámica más que el de los hombres, puesto que la única función de la señora de la casa es la de demostrar la capacidad de su señor para pagar, su poder económico para sacarla por completo de la esfera laboral. Por consiguiente, la explicación de Veblen de la clase del ocio hace de esta mujer de clase alta, pero nueva rica, un ser servil y compara su función con la de las sirvientas domésticas. Estas mujeres son el «bien mueble del hombre» y su complicada, pesada, poco práctica y opresiva ropa indica esto. Su traje también está muy relacionado con la moda, que representa su habilidad para gastar ostentosamente y ser moderna y derrochadora. Además, el traje de la mujer victoriana era un importante indicativo del ocio indirecto: la ropa evidentemente le impedía trabajar y era testimonio de su distancia del trabajo productivo, así como de su gasto por placer. Veblen describe el vestido femenino del siguiente modo: «El tacón alto, la falda, la imposible cofia, el corsé y el no tener en cuenta en general la comodidad de la persona es una característica evidente de toda indumentaria femenina civilizada» (en Wilson, 1985, pág. 52).

Aunque la explicación de Veblen se refiere a Estados Unidos a finales del siglo XIX, su análisis se ha aplicado más extensivamente. De hecho, tal como arguye Wilson, «prosiguió dominando las disertaciones sobre el vestir de una serie de escritores del campo de la historia de la moda» (1985, pág. 53). El análisis de Roberts sobre el traje victoriano de mujer (1977) es un ejemplo de la teoría veblenesca. La autora dice que la pesada y opresiva ropa condicionaba a la mujer a un papel sumiso y masoquista, haciendo de ella una «esclava exquisita» que languidecía en su subordinada posición. Su análisis se centra en el simbolismo del corsé como principal indicativo de su posición sumisa y masoquista y se concentra en el problema de acordonar los corsés.

Hay varios problemas con la explicación de Veblen y éstos también se pueden aplicar al análisis de Roberts. Veblen es, pues, un funcionalista: empieza planteando preguntas sobre por qué surge la moda y cuál es su función para la clase del ocio y llega a la conclusión de que en último término es disfuncional, es decir, irracional. Con ello, limita la función de la moda y no consigue entender su papel estético y cultural más

complejo. Sin embargo, hay más problemas con sus explicaciones de la relación de la mujer con la moda que vale la pena mencionar. En los análisis de Veblen y de Roberts, a las mujeres de cierta clase se les niega cualquier tipo de acción: la moda es concebida como una fuerza determinante y negativa en la vida de las mujeres victorianas de clase media y alta. Tanto Kunzle (1982) como Steele (1985) ofrecen visiones bastante distintas de la relación de la mujer victoriana con la moda y revisan la versión estándar sobre la moda del corsé como la prenda opresiva, según Veblen (1953) y también Roberts (1977). La explicación de Steele propone el papel erótico de la moda y arguye que la tradicional imagen de la mujer victoriana como sexual y socialmente reprimida «necesita una revisión urgente» (1985, pág. 3). La autora señala el problema de contemplar las modas del siglo XIX como básicamente «esclavistas» para las mujeres y las del siglo XX como «liberadoras», cuando en realidad el asunto es mucho más complicado y las continuidades son mayores de lo que uno pueda suponer de esta cruda caracterización. Kunzle (1982) aún va más lejos, pues arguye que el corsé de la mujer victoriana no era un signo de su posición servil, sino que, por el contrario, la fémina encorsetada era una mujer asertiva social y sexualmente, una trepadora social que utilizaba su aspecto y sexualidad para ascender en la escala social. Tanto Kunzle como Steele ven a la mujer victoriana como un sujeto activo y su argumento es apoyado por las pruebas históricas de lo que hacían las mujeres victorianas en sus prácticas diarias. (Sin embargo, Steele no está de acuerdo con la prueba de los amantes del corsé de Kunzle; véase capítulo 6.)

La reforma del traje Victoriano

El traje femenino en el siglo XIX fue motivo de crítica por considerarse insalubre (se decía que los corsés dañaban el bazo y los órganos internos, especialmente los reproductores) o antihigiénico (las faldas largas recogían el barro, la porquería y el estiércol de los caballos que eran elementos constantes en las calles de las ciudades del siglo XIX). Además, las reformadoras feministas condenaron el modo en que los estrechos hombros, las apretadas cinturas y las expansivas e incómodas enaguas restringían el movimiento del cuerpo femenino. Sin embargo, no eran sólo los trajes de mujer los que se criticaron por ser restrictivos; los trajes de los hombres con sus apretados cuellos, chaquetas y chalecos entallados también han sido criticados, por ejemplo por Flügel, a quien se asocia con el Movimiento de Reforma del Traje Masculino. Por otra parte, la indumentaria de hombres y mujeres se consideraba como

algo «irracional», dado que hacía adoptar al cuerpo formas «antinaturales» y era conducida por los «locos» ritmos de la moda que en una época científica no sólo se consideraban arcaicos sino absurdos e innecesarios. Estos movimientos de reforma procedían de un amplio espectro de la sociedad y estaban motivados por distintas inquietudes, unas más progresivas que otras (Newton, 1974; Steele, 1985).

En el siglo XIX se realizaron varios intentos de hallar otra alternativa menos restrictiva para el traje femenino. A principios de la década de 1850, salió un vestido conocido como *Bloomer* que tomaba el nombre de su más famosa proponente, la joven americana Amelia Bloomer, que fue recibido con gran entusiasmo por los comentaristas de ambos lados del Atlántico. El *Bloomer* estaba inspirado en el traje oriental: una falda hasta la altura de la pantorrilla sobre unos pantalones bombachos; pero era demasiado diferente al traje contemporáneo como para atraer a muchas mujeres de la época. Su asociación con las campañas en defensa de los Derechos de la Mujer también hizo que se viera con sospecha. Sin embargo, aunque el *Bloomer* llamó mucho la atención, Kate Luck arguye que no fue el primer intento de crear un traje pantalón para las mujeres, que se remonta a mucho antes que esos tiempos y que fue «defendido por miembros de una serie de distintos pero superpuestos electorados reformistas, especialmente por los socialistas comunales y los practicantes de la hidroterapia» (1992, pág. 201). Además, la autora sugiere que, entre estos grupos utópicos, los trajes pantalón «proporcionaban tema para los discursos en torno al desarrollo fisiológico de las mujeres, sobre sus habilidades profesionales, la naturaleza de su sexualidad y su lugar en la política nacionalista, y, como tal, había anticipado la mayoría de las preguntas, cuando no todas, que ocupaban a los seguidores del bloomerismo» (1992, pág. 201).

Los primeros pantalones para mujeres fueron los que llevaron las americanas partidarias del Movimiento Utópico desde la década de 1820 hasta la década de 1860. En todo Estados Unidos se creó una serie de comunidades como New Harmony de Robert Owen, Indiana (1825-1828), como alternativa al capitalismo industrial y diseñaron sus propios uniformes. Luck (1992) sugiere que alguna posible razón para la adopción de los pantalones por parte de las mujeres en New Harmony fue su carácter práctico, especialmente para el trabajo manual. Sin embargo, las poco convencionales ideas de Owen respecto al matrimonio como una asociación igualitaria entre hombre y mujer propiciaron que el traje pantalón femenino se asociara al libertinaje

sexual. Por otra parte, a mediados del siglo XIX, persistía un tabú sobre las piernas de las mujeres y los trajes pantalón, puesto que al llamar la atención hacia las mismas eran considerados «indecentes». Así pues, «desde mediados de la década de 1850, los críticos de los Derechos de la Mujer podían encasillar fácilmente los pantalones con el socialismo comunal y la falta de ortodoxia sexual» (Luck, 1992, pág. 211). El traje pantalón femenino fracasó en esa época, en parte debido a que era visto como un desafío a una distinción «natural» concedida por Dios entre los géneros que consideraba que eran los hombres los que debían llevar los pantalones. Esto podría explicar, al menos parcialmente, la razón por la que el *Bloomer* tuvo tan mala acogida y las revistas británicas de los años 1850 como *Punch*, lo ridiculizaron tachándolo de «masculino».



Esbozo satírico de la señorita Amelia Bloomer, 1851, llevando su famoso *Bloomer*. Reproducido con el permiso de la Mary Evans Picture Library.

También recibió las críticas del clero como las del revé rendo Talmadge que «citó a Moisés desde el pulpito como la autoridad que había prohibido a las mujeres llevar la ropa de hombre» (Newton, 1974, pág. 3). La respuesta de la señorita Bloomer aludió igualmente a las imágenes del Antiguo Testamento: «Su comentario fue que la primera moda fue impuesta por Adán y Eva con sus hojas de parra y en ninguna parte se decía que la de Adán fuera bifurcada y la de Eva no» (Newton, 1974, pág. 3). Estas asociaciones no frenaron en el siglo XIX la defensa por parte de los reformadores del traje bifurcado para las mujeres alegando razones de salud. Sin embargo, los que continuaron abogando por esta ropa no sólo tenían que enfrentarse a la «hilaridad pública ante la vista de tan excéntrica indumentaria, como se ha supuesto a veces», los verdaderos obstáculos «eran los dogmas de la sexualidad desenfadada femenina y su libertad social» (Luck, 1992, pág. 211).

El traje de la clase trabajadora

Hasta el momento, en esta disertación hemos tenido en cuenta el modo en que el género ha ido marcando progresivamente las pautas de la indumentaria, concentrándonos en las clases altas y medias del siglo XIX. En el caso de las mujeres de clase trabajadora, sin embargo, la frontera del género es en cierta medida distinta. Por ejemplo, la respetabilidad burguesa creaba una aguda diferenciación de género en términos del vestir, que no se reprodujo por completo entre las clases trabajadoras industriales. El análisis de la indumentaria de la clase trabajadora se ha descuidado, principalmente debido a la escasez de pruebas. Existen relativamente pocos ejemplos de los trajes de los trabajadores en las pinacotecas; la economía política de las pinturas, su exclusividad, supuso que las modas de élite eran las predominantemente representadas y las prendas de la clase trabajadora fueron olvidadas en gran medida. Hacia finales del siglo XIX esto empezó a cambiar, aunque lentamente, y con el avance de la fotografía el campo de la visión se extendió para incluir más representaciones de la gente «ordinaria».

Una buena fuente para el análisis de la ropa (de mujer) de la clase trabajadora en el siglo que nos ocupa son las fotografías y periódicos de Edward Munby. Aunque no era fotógrafo, Munby desarrolló una pasión (una «perversidad benigna» como editor de sus periódicos, según lo califica Hudson) por archivar fotos de mujeres trabajadoras:



Fotografía de Ellen Grounds, minera de Wigan, con Edgard Munby, 1873. El traje pantalón era aceptado para las mujeres trabajadoras en tiempos en los que el traje bifurcado todavía era un tabú para la dama respetable. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios de The Master and Fellows del Trinity College, Cambridge.

«Durante toda su vida visitó innumerables granjas para comprar fotografías o persuadir a las mujeres para que fueran a ver al fotógrafo de su pueblo» (Hudson, 1974, pág. 77). Encargaba a los fotógrafos que hicieran fotos a las lecheras, las sirvientas, las mineras, las obreras de las granjas y similares, y registró sus expediciones, encuentros y sesiones fotográficas con estas mujeres en sus periódicos. Sus colecciones de fotografías y sus periódicos ofrecen un valioso testimonio de la ropa y el aspecto de la mujer trabajadora en esa época. Estas mujeres, con sus rostros quemados por el sol y sus callosas manos, eran la antítesis de la dama victoriana (en quien Munby no tenía el menor interés) y sus prendas eran totalmente opuestas a las de una mujer «respetable». Describe a una minera del siguiente modo:

[...] Una mujer con pantalones de franela, chaleco (con botones de librea, en este caso), falda rosa y pañuelo de algodón lila [...] de unos 30 años y casada: pelo rubio, tez morena dorada, bastante limpia [...]. Una mujer muy respetable [...] su ropa no llama la atención en Wigan, una mujer con pantalones no es ni la mitad de extraña que una mujer con crinolina. Localidad bárbara (Hudson, 1974, pág. 76).

¡Bárbara, realmente! Su aspecto era bastante sorprendente, dados los trajes estándar de la época. En Londres y en otras ciudades provincianas «gentiles», los pantalones estaban tan vinculados con su propietario sexual que el hecho de que una mujer llevara pantalones que dibujaran el contorno de la pierna se hubiera considerado impropio, inmoral y licencioso. Sin embargo, los pantalones eran bastante comunes entre las mujeres trabajadoras del siglo XIX, especialmente entre las que hacían trabajos sucios y duros. Cuando visitó una cervecería, vio a muchachas entrenadas vestidas con

[...] una camisa de algodón ancha, un chaleco y pantalones de franela o de fustán (las enaguas serían un estorbo, como dice el señor S. [el director]), con la falda remangada alrededor de la cintura. Los pañuelos de algodón se usan para el trabajo en el exterior. Esta ropa es muy pintoresca y útil, y está impecable —no ennegrecida como la de las mineras—; es muy atractiva (Hudson, 1974, págs. 76-77).

Los pantalones también los llevaban las artistas en el escenario, aunque dichas mujeres ocupaban una posición marginal en la sociedad y, como las mujeres trabajadoras, no eran consideradas bastante «respetables». Las descripciones de Munby ilustran el hecho de que, mientras el vestido

desempeña un papel fundamental en el género de los cuerpos, no actúa independientemente de la clase, la ocupación y la localidad. Sus descripciones de estas mujeres también conectan el cuerpo con la ropa, a él le fascinaba especialmente la «dureza» y el robusto cuerpo de la mujer trabajadora debido al trabajo duro, así como la «bastedad» de sus guardapolvos y delantales. Por lo tanto, el modo en que se marca exactamente la diferencia de géneros depende de la posición social, las responsabilidades laborales y el lugar de nacimiento. La división de géneros, aunque muy marcada entre las clases altas y medias por llevar pantalones o faldas, no necesariamente se trasladó a las clases trabajadoras donde esta frontera era, al menos para la mujer que hacía trabajos manuales, semipermeable.

EL VESTIDO Y EL GÉNERO EN EL SIGLO XX

El siglo XX empezó con mujeres encorsetadas y con faldas largas y ha terminado con prendas bifurcadas que se pueden llevar en público sin peligro de censura o de bochorno. Este cambio fue el resultado de un millar de avances sociales, económicos, políticos y culturales, así como de la inevitable búsqueda incesante de la «novedad» por parte de la moda. Según Steele: «La Primera Guerra Mundial fue en muchos aspectos la línea divisoria entre el siglo XIX y la era moderna» (1985, pág. 224). Sin embargo, aunque el vestido femenino del período eduardiano parece sorprendentemente distinto al del estilo de prenda más ancha de la posguerra, no hemos de suponer que la guerra provocó el cambio en la moda. De hecho, mientras los corsés, los apretados polisones y las pesadas faldas se sustituyeron por prendas más fluidas, también es cierto que los diseños de Paul Poiret desde 1908 hasta 1910 «se pueden considerar como los precursores del aspecto de los años veinte» (1985, pág. 213). En realidad, Poiret ya estaba bajo el influjo de los movimientos de reforma del vestir antes de la guerra. El mayor abanico de oportunidades laborales para las mujeres les había proporcionado cierta independencia económica de los hombres y a veces se considera que fueron éstas las que aportaron el cambio directo en los trajes de las mujeres. Steele y Kidwell (1989), por ejemplo, arguyen que, a medida que las mujeres intentaban ser aceptadas en el mundo masculino de los negocios, a menudo adoptaban elementos propios de los trajes masculinos, por ejemplo los trajes de sastre y las corbatas, para apropiarse de algunos de los símbolos asociados con la masculinidad. No obstante, según Taylor y Wilson (1989), es demasiado

simplista equiparar a las mujeres que llevaban faldas más cortas con la completa emancipación social y política. Las mujeres no consiguieron la misma posición que los hombres durante ese período y, hasta cierto punto, la «emancipación» en las modas y las costumbres sociales (como que las mujeres fumaran en público o se citaran sin una carabina) «sirvió de sustituto para libertades económicas posiblemente más sólidas» (1989, pág. 79). Además, el cambio en las modas para las mujeres fue «evolutivo, no revolucionario» (Steele, 1985, pág. 226). Según Steele, aunque pueda parecer que las modas cambien de acuerdo con los tiempos, son más bien el resultado de cambios cíclicos *dentro* de la moda que el simple reflejo de los avances sociales, económicos o políticos que la trascienden.

Sin embargo, las actitudes cambiaban respecto al género. Durante la era eduardiana cada vez más mujeres jugaban al tenis, al badminton, al baloncesto femenino (*netball*), al hockey y otros deportes similares, lo cual influyó en promover un estilo de vestir más relajado y menos opresivo para las jóvenes y para las mujeres maduras. Este estilo fue representado por la *Gibson Girl*, cuyo «distintivo cuerpo en forma de ese dominaba la iconografía de las mujeres del novecientos (Craik, 1993, págs. 73-74) y cuyas actitudes y estilo de vida representaban a la mujer abiertamente activa de la era y marcaban el comienzo de la «cultura de los jóvenes» del siglo XX. La bicicleta también desempeñó su papel, su popularidad se hizo mayor a finales del XIX y principios del XX, dio a la mujer más libertad de movimiento y ayudó a romper gradualmente el tabú sobre las prendas bifurcadas. No obstante, los pantalones siguieron siendo socialmente inaceptables para la mujer «respetable» incluso en los «emancipados» años veinte. Las transformaciones en la ropa de mujer de principios del siglo XX están representadas en el estilo de Gabrielle Chanel, que hacia la Primera Guerra Mundial ya había «empezado a diseñar algunas de las primeras modas modernas» para las mujeres (Wilson, 1985, pág. 40). El estilo de jerséis cortos de Chanel, los vestidos y trajes lisos captaban la esencia del guardarropa de la mujer moderna, hasta el punto de que Wilson arguye que «el estilo Chanel habría de convertirse en el paradigma del estilo del siglo XX» (1985, pág. 40).

Mientras algunas de las antiguas barreras sartoriales se estaban rompiendo para las mujeres, la historia para el traje masculino era un tanto distinta. A pesar de todos los esfuerzos del diseñador francés Jean-Paul Gautier, la falda sigue siendo un poderoso símbolo de «feminidad». El tabú de que los hombres lleven faldas está tan arraigado que los que se atreven a presentarse así en público corren el riesgo de ser

ridiculizados, de manera que, mientras por una parte se podría decir que la frontera entre los géneros se iba borrando en el siglo XX, especialmente con el auge de las prendas deportivas que tendían a promover el aspecto «unisex», la diferenciación de género sigue siendo una característica persistente de la moda y parece que seguirá siendo de ese modo. Aunque algunas modas recientes puedan parecer andróginas, dichos estilos no han abolido las diferencias de género en el vestir. De hecho, la androginia ha sido un tema que ha estado presente en la moda del siglo XX y que ha adoptado numerosas formas con el transcurso del siglo. *Laflapper* de los años veinte representa la primera expresión de un intento de aproximación al estilo andrógino. Aunque para la duquesa de Westminster «los senos y las caderas habían desaparecido por completo, una figura bonita era la perfectamente recta y la menor sugerencia de una curva era considerada *gordura*» (Steele, 1985, pág. 237), esto era, dice Steele, un poco exagerado. Este aspecto causó controversia porque representaba la pérdida de la moralidad sexual; la mujer de los años veinte conocía el mundo y se suponía que era sexualmente más activa que las mujeres de la generación anterior.



Traje de paseo eduardino a principios del siglo XX, denota la convergencia que ha tenido lugar entre el traje de hombre y el de mujer, las dos mujeres de la fotografía llevan chaquetas entalladas estilo «masculino». Fotografía de la autora.

Las convenciones de la belleza femenina también sufrieron un desafío a medida que las modas se volvían «chic e informales, muy jóvenes y "medio masculinas", y sin duda, no eran tradicionalmente "femeninas" ni "bonitas"» (1985, pág. 240). No cabe duda de que el énfasis en la delgadez de caña de junco era algo nuevo después de la figura de «matrona» eduardiana y las curvas en forma de ese. Sin embargo, *la flapper* con su pelo corto y vestido liso era considerada «masculina» en sus tiempos, el estilo tenía más que ver con lo juvenil que con la masculinidad o el androginismo (1985, pág. 239).



Una flapper de 1920, cuyo corte de pelo y vestido suelto son un buen ejemplo del estilo juvenil de este periodo. Fotografía de la autora.

A pesar de que el androginismo ha entrado y salido de la moda, apenas ha rozado las fronteras del género que, por el contrario, se han acentuado durante el siglo XX. El deporte o, al menos, el estilo «deportivo» ha continuado ejerciendo una considerable influencia en las modas contemporáneas y ha ayudado a promover el androginismo en el vestir. El

diseñador americano Calvin Klein empezó a comercializar un estilo unisex que tuvo mucho éxito, en la ropa y en los perfumes, en la década de los noventa. Los años cincuenta destacan como período que promocionó un retorno a los antiguos conceptos de estilo «masculino» y «femenino». Tras los contornos angulares de los cuarenta, en las que las siluetas de hombres y mujeres destacaban por sus anchos hombros, el «New Look» de Dior de los cincuenta fomentó un retorno a la forma de la mujer victoriana, cintura estrecha y falda larga. El «New Look» de la posguerra fue censurado por algunos por considerarlo un «derroche» en una época en la que todavía había escasez de recursos; también se dice que representaba una ideología de la feminidad que devolvía a las mujeres a sus hogares después de sus esfuerzos durante la guerra. Sin embargo, aunque este estilo era abiertamente «femenino», el significado del «New Look» era mucho más complejo que todo esto, según ha comentado Partington (1992). Partington examina el modo en que las mujeres de la clase trabajadora adoptaron el «New Look», ajustándolo a sus propias circunstancias y arguye que, al modificarlo, estas mujeres infundieron al vestido su propio significado.

La ropa de hombre y el «nuevo hombre»

La visión de Partington sobre la complejidad de los significados generados por la ropa supone un buen punto de partida para hablar de la moda masculina. Según Edwards (1997), las modas de los hombres modernos se han descuidado mucho; la atención que han recibido suele haber estado limitada a la cuestión de la utilidad y se han omitido los engorros del traje masculino. Las teorías de Veblen (1953), Flügel (1930) y Laver (1995), tratadas anteriormente, tienden a ver el desarrollo del traje del hombre moderno en términos de una renuncia a los adornos en pro de la utilidad del sobrio y constreñido traje. Sin embargo, según Edwards, «el principal ejemplo del utilitarismo de la ropa masculina, concretamente del traje pantalón, es un símbolo de sexualidad masculina en lo que respecta al ensanchamiento de los hombros y del pecho y conectar la laringe con la entrepierna a través del cuello y de la corbata, así como un práctico uniforme (históricamente incómodo) de respetabilidad» (1997, pág. 3).

Se dice que el traje pantalón tiene el poder de transmitir «respetabilidad» y el deseo de ser de una «persona de negocios» o «profesional»; pero aparte de eso se ha considerado desprovisto de cualquier otro significado. No obstante, estas asociaciones no implican en modo alguno que agoten todos los posibles significados del traje masculino en los

diferentes contextos. Polhemus observa cómo el *zoot suit* de los años cuarenta era el centro de un «extravagante uso de tela cara», sus «lujosos complementos» proclamaban a gritos «me lo he hecho a medida» (1994, pág. 17). El autor prosigue diciendo que mientras para Flügel (1930) el traje manifestaba la renuncia al adorno, para la identidad cultural negra que estaba apareciendo en las ciudades americanas de los años cuarenta, se convirtió en «una prenda llamativa y extrovertida» (1994, pág. 18). Los significados del traje (de hecho, de cualquier prenda) nunca son estables, sino que están sujetos al cambio social y a la reinención. Cuando se localiza el traje en un contexto y se lo considera parte de las prácticas de un grupo, en lugar de interpretarlo meramente en un sentido abstracto, como hace Polhemus en *Streetstyle* (1994), estas reinenciones, renegociaciones, se vuelven evidentes. Sin embargo, tal como mencioné en el capítulo 2, existe una tendencia a «leer» sin más a una distancia teórica. En el caso de los trajes de hombre, la tendencia ha sido leer sólo la utilidad de las modas masculinas (como algo contrario al exhibicionismo erótico, que algunos teóricos ven como el único sentido de las modas femeninas). Esto no procede de algo esencial respecto al traje sino de la actitud cultural predominante que crea hombres cuyo interés en las frivolidades de la moda y de la ropa no excede de lo estrictamente imprescindible. De ahí que el estudio de la moda masculina se haya visto frenado por las asociaciones de la moda con el afeminamiento y la «persistencia de las actitudes genéricas, las relaciones de género y los estereotipos genéricos relativos a los hombres, a la masculinidad y a su lugar en la sociedad» (Edwards, 1997, pág. 4). En su análisis de los «trajes de los hombres» en la abogacía, Richard Collier (1998) habla de la consideración de la realidad corporal del hombre en el trabajo, sugiere que los distintos estilos de la masculinidad actúan en la práctica del derecho, pero que la «especificidad *sexuada* de este estilo ha estado muy poco explorada, al contrario de la creciente literatura sobre la realidad corporal de las mujeres en dicha profesión» (1998, pág. 32). Es decir, los cuerpos de los hombres se consideran como algo natural o son invisibles, a diferencia de la atención que se presta a los cuerpos femeninos en el trabajo y en otras áreas públicas. Sin embargo, Collier arguye que esta «desexualización» de los hombres ha dependido «de ciertas suposiciones muy problemáticas» y se pregunta: «¿Significa esto que una sala de justicia en la que sólo haya hombres carece de erotismo o lo trasciende? Dicho argumento supondría en primer lugar que las relaciones entre hombres son asexuadas [...] y, en segundo lugar, que, como seres sexuados, el erotismo masculino se confina a la esfera privada, afectiva» (1998, pág. 32). Al examinar los distintos estilos del vestir y de la corporalidad en el trabajo, Collier arguye que el

cuerpo del hombre en el trabajo intenta distanciarse de las connotaciones del cuerpo y del erotismo: el traje cumple el propósito de desexuar el cuerpo masculino «no en el sentido de hacer que los hombres trajeados trasciendan el apego erótico (nada más lejos), sino más bien en términos de borrar la especificidad sexual del cuerpo masculino» (1998, pág. 34). Dicho de otro modo, al hacer el cuerpo del hombre «invisible», el traje oculta las características sexuales, pero lo más importante: «Este cuerpo es la normativa en el ámbito público, ha llegado a representar la neutralidad y la incorporeidad» (Thornton, en Collier, 1998, pág. 34).

El reciente interés en el concepto del «nuevo hombre» de los ochenta ha «demostrado la falta de atención prestada anteriormente a las modas masculinas (Edwards, 1997, pág. 3). Esa década supuso un momento significativo en la historia de las modas masculinas, pues representó una ruptura en los conceptos tradicionales de masculinidad y produjeron, tal como dice Frank Mort (1988, 1996), nuevas representaciones más sexuadas del cuerpo masculino. Mientras la masculinidad tradicional ha tendido a centrarse en el ámbito de la producción (es decir, en el trabajo), el «nuevo hombre» de los ochenta ha consentido en los placeres del consumo que anteriormente se asociaban sólo a la «feminidad». Sean Nixon (1996) señala cuatro lugares clave para la «circulación» del «nuevo hombre»: la publicidad televisiva, los anuncios de la prensa, las tiendas de ropa y las revistas para hombres. El autor afirma que el «nuevo hombre» era el centro del marketing, del diseño y de la venta al detalle; todo ello tenía como punto de mira al consumidor masculino y crearon una serie de masculinidades con productos cada vez más fáciles de encontrar en las tiendas y centros comerciales. En los años ochenta la producción de ropa masculina aumentó significativamente con el crecimiento de la venta al por menor, de la «especialización flexible» que permitió una mayor diferenciación comercial de los productos. Las tiendas minoristas como Next estaban en cabeza de estos avances, al poner prendas de calidad y de moda con un diseño persuasivo al alcance del consumidor masculino «medio». El crecimiento y la importancia del diseño también se reflejó en la aparición de las revistas de estilo para hombres como *Arena* y *GQ* que aportaron nuevas formas de masculinidad diferenciada. Una «característica sorprendente» de dichas revistas fue «la del volumen de representaciones visuales puramente masculinas» (Nixon, 1996, pág. 167).

El análisis del «nuevo hombre» predijo el comienzo de un serio examen sobre los hombres y el consumo. También marcó la aparición de

una erotización más abierta de la forma masculina, particularmente en relación a la mirada femenina (opuesta a la mirada homosexual). La masculinidad, que una vez fue desconocida e incuestionable, se ha convertido ahora en el tema de investigación no sólo de académicos, sino también de la prensa. Desde los ochenta, este nuevo y supuestamente «narcisista» aunque también «humano» hombre ha estado públicamente muy visible y se le ha visto tan feliz con su bebé en brazos como con su traje de Armani. En los periódicos se ha hablado mucho de la «realidad» de este «nuevo hombre»: ¿era una mera invención de los medios o se había «construido» un hombre real? La periodista Polly Toynbee en *The Guardian*, en 1987, dijo que semejante hombre era una ficción y que «no parece probable que lo veamos en nuestro período de vida» (en Mort, 1996, pág. 17). Sin embargo, hacer preguntas sobre la veracidad o la falsedad de las representaciones plantea no pocas dificultades: no siempre es posible equiparar las representaciones con la realidad y también puede ser muy engañoso, puesto que ambas no gozan de una correspondencia de «uno a uno». Además, los teóricos de los medios y de la cultura han argüido que las representaciones tienen su propia realidad. Por consiguiente, según Mort (1996), este «nuevo hombre» no era «una mera quimera»; por el contrario, sugiere que «el debate sobre los cambiantes papeles del hombre se concretaba en una serie de escenarios» en los que el ámbito del consumo desempeñaba un papel importante, como lugar donde este debate sobre la masculinidad adquiriría «mayor alcance» (1996, pág. 17). El autor prosigue examinando cómo en los ochenta «la dinámica del mercado ocupaba un lugar privilegiado en dar forma a los deseos y necesidades de los hombres jóvenes» (1996, pág. 18).

Mientras estos avances en la venta al por menor y en la comercialización ampliaron el régimen de representaciones de la masculinidad, no eran los únicos lugares donde los tradicionales conceptos sobre la misma fueron explorados y desafiados. Desde principios de los setenta, la música pop ha supuesto un foro para la investigación sobre el género: sofisticadas bandas de rock como Roxy Music así como cantantes tipo David Bowie desafiaron algunas de las convenciones estándar de la presentación del hombre. Sus exagerados trajes, complicados peinados y espectaculares maquillajes eran la antítesis de la sobriedad convencional asociada con la masculinidad. Posteriormente, en los ochenta, la aparición de nuevas bandas relacionadas con el movimiento «New Romantic» desafiaron igualmente algunos de los más poderosos tabúes de la indumentaria masculina. Estrellas del pop como Boy George llevaban

sofisticados maquillajes, uñas pintadas, lazos en el pelo y faldas, jugando provocativamente con las convenciones no sólo de género, sino también de sexo. Mientras la heterosexualidad ha sido la regla a la que ha aspirado toda masculinidad, Boy George puso en vanguardia anteriores sexualidades sumergidas, un estilo que insinuaba homosexualidad y travestismo. El término «desviación de género» se utilizó en aquellos tiempos para describir las formas en las que los tabúes relativos (sobre todo masculinos) a la presentación en público desafiaban las convenciones básicas de género. Sin embargo, curiosamente, ni Mort ni Nixon ni Edwards conceden ningún espacio a la música popular en sus análisis de la masculinidad, en su lugar se centran en el desarrollo del «nuevo hombre» de la «corriente principal». Esto puede que tuviera alguna relación con el hecho de que estos estilos tuvieran poco impacto en las principales corrientes masculinas y en las prácticas de consumo del «hombre corriente de la calle»; de hecho, estas estrellas del pop contaban con más fans femeninas que con seguidores masculinos.

Vestirse con la ropa del sexo opuesto y «desviación de género»

En los setenta y en los ochenta el vestirse con la ropa del sexo opuesto es una práctica minoritaria. Sin embargo, en lo que aquí nos concierne la relación entre la moda y el género es un interesante fenómeno que examinar, puesto que, al desafiar los propios términos en que actúan las convenciones de «masculinidad» y «feminidad», el vestirse con ropa del otro sexo pone de manifiesto la arbitraria naturaleza de las mismas. Garber (1992) ha examinado tanto el «hecho» de vestirse con ropa del otro sexo en diferentes contextos (desde los santos medievales hasta las estrellas del pop), así como la fascinación recurrente sobre dicho tema en Occidente. Vestirse con la ropa del sexo contrario divide los debates sobre la sexualidad e ilustra la dificultad de separarlos del género. Por ende, la transgresión en el vestir ha sido un tema recurrente en la cultura lesbiana; también se ha considerado como una perversión sexual, una manifestación de un trastorno genérico. Los transgresores también se confunden a veces con los transe-xuales (que en realidad consideran que están en el cuerpo del sexo opuesto). Sin embargo, dichas clasificaciones no sólo son problemáticas sino que con frecuencia son rechazadas por el propio colectivo al que pretenden clasificar. Dada su estrecha relación con las sexualidades subterráneas y marginales, la disertación de Garber contempla el modo en que está vinculada con la «homosexualidad y la identidad gay, desde los *drags* y

el *voguing* hasta la moda y el diseño para el espectáculo, desde los muchachos actores de los escenarios del Renacimiento inglés hasta Gertrude Stein y Divine» (1992, pág. 4). Sin embargo, la autora considera que ninguna explicación sobre vestirse con la ropa del sexo opuesto debería estar circunscrita a la comunidad gay y lesbiana, puesto que con frecuencia alcanza a la cultura más alta y a la corriente popular. Vestirse con la ropa del sexo contrario fue una característica de gran parte de la literatura renacentista, así como de las novelas del siglo XIX y principios del XX: *Orlando*, de Virginia Woolf, se centra en un personaje travestido, mientras que *La muchacha de los ojos de oro*, de Honoré Balzac, y *Mademoiselle de Maupin*, de Théophile Gautier, son dos personajes femeninos travestidos de hombre para cortejar a amantes femeninas.

Vestirse del sexo opuesto también ha sido un tema en la cultura popular: películas como *Con faldas y a lo loco*, *Tootsie* y *Señora Doubt-fire* nos han mostrado actores como Jack Lemon, Tony Curtis, Dustin Hoffman y Robin Williams como travestidos. Para Garber, uno de los aspectos más importantes de esta práctica es el modo en que supone un reto para las sencillas nociones de binariedad, que ponen en tela de juicio las clasificaciones de «mujer» y «hombre», si son consideradas esenciales o creadas, biológicas o culturales» (1992, pág.10). Según Garber, lo que produce esta transgresión en el vestir es una crisis en la división binaria de hombre y mujer, masculino y femenino. Cada vez se presta más atención a la idea de un «tercer término», un tercer sexo cuya propia existencia cuestiona la estabilidad de las categorías «femenino» y «masculino». Por lo tanto, se puede decir que los hermafroditas centran la atención en la inestabilidad del sexo y se pueden ver como un tercer sexo. Sin embargo, muchas veces, dice Garber, el vestirse con ropa del sexo opuesto puede ser practicado por uno u otro sexo: se supone que puede ser un fenómeno masculino o femenino. Sin embargo, para Garber, esto niega o menosprecia al travesti que según ella acuña un tercer término que «no es un término» o ni siquiera un sexo, sino un «espacio de posibilidad» para la disminución o desaparición del género (1992, pág. 11). La autora prosigue señalando que el tercer término es siempre un espacio de negación, indica algo que *no es* en lugar de algo que *es*, como en el caso del «Tercer Mundo», que no guarda una unidad salvo por el hecho de que *no* es el primero o segundo mundo. Esta negación de las categorías fijas de hombre y mujer es lo que da tanta fuerza a vestirse con la ropa del sexo contrario. Según expone la autora: «Vestirse con la ropa del sexo

opuesto es un espacio de posibilidad que estructura o confunde a la cultura; es el elemento disruptivo que interviene no sólo como una crisis de categorías de hombre y mujer, sino también como una crisis de categoría en sí misma» (1992, pág. 17). Gamman y Ma-kinen (1994) no están tan seguros de que vestirse con la ropa del sexo opuesto sea necesariamente una transgresión, puesto que en gran parte depende del contexto en que se lleve el disfraz. Hotchkiss (1996) es de la misma opinión, ya que según él unas veces puede confirmar un orden tradicional y otras trastocarlo o permanecer como algo ambiguo. Gamman y Makinen también critican el fallo de Garber al no distinguir entre vestirse con la ropa del otro sexo y travestismo. El primero puede ser practicado por todo tipo de individuos por razones sociales; por ejemplo, las mujeres desde los tiempos medievales hasta principios del siglo XX se vistieron de hombre para gozar de una mayor movilidad social de la que se le permitía a su sexo (Hotchkiss, 1996; Wheelwright, 1989). A diferencia de Garber, Gamman y Makinen arguyen que el travestismo es distinto a vestirse con la ropa del sexo contrario, en cuanto a que está relacionado con el placer sexual, puesto que las experiencias de travestismo producen una excitación sexual al llevar la ropa del otro sexo, un placer similar al fetichismo sexual. Asimismo, Woodhouse (1989) dice que hay una diferencia entre el que se viste con la ropa del otro sexo y el travestido que se basa en el deseo de este último de «hacerse pasar» por una mujer; los que se visten del otro sexo, por el contrario, pretenden acaparar la atención hacia la artificialidad de su aspecto. La diferencia entre el que se viste con la ropa que no es la propia de su sexo y el travestido la veremos con más detalle en el capítulo 6, al igual que el tópico del fetichismo sexual.

Mascarada, exageración de género y ambigüedad

Vestirse con la ropa del sexo opuesto revela la arbitrariedad o la mascarada del género: si la feminidad puede ser creada a voluntad por los hombres y la masculinidad encarnada en una «marimacho» o una drag king, entonces el género es despojado de su naturalidad y de muestra ser un conjunto de estilos regulados culturalmente. El género está, pues, desligado del cuerpo y se logra mediante el estilo: la feminidad y la masculinidad no son producto de los cuerpos de hombre o de mujer y no existe una conexión natural entre los cuerpos de mujer y la feminidad o los cuerpos de hombre y la masculinidad. Sin embargo, si éste es el caso, no son sólo los que se visten con la ropa del otro sexo

quienes realizan una transformación del género o se visten con ropa impropia a su sexo; todos lo hacemos, puesto que toda prenda tiene una relación arbitraria con el sexo «natural». Pero ¿qué es el sexo? Para Butler (1990, 1993), el sexo carece de propiedades esenciales, es el producto de nuestras ideas sobre la sexualidad y el género que interpretan para crear el sexo biológico. Por consiguiente, Butler utiliza la idea de capacidad de interpretación para «crear conflicto» a fin de acabar con las ideas convencionales sobre el sexo y el género. Examina de qué modo la heterosexualidad es el entorno predominante, la matriz hegemónica o el «marco regulador» para organizar los cuerpos y los deseos. De este modo el cuerpo sexuado adquiere sentido sólo a través de las actuaciones de género reguladas culturalmente según la ideología heterosexual. A este respecto, el trabajo de Butler se adentra en el campo de la teoría cultural conocido como «teoría de la homosexualidad», que analiza el modo en que el deseo sexual ha sido construido histórica y culturalmente. Para los teóricos de la homosexualidad, el lenguaje distingue y define la sexualidad y el modo en que lo hace tiene importantes implicaciones en la identidad de género.

Las ideas de Butler sobre la capacidad de interpretación se remontan a los primeros teóricos, aunque ella se aparta de su trayectoria en aspectos importantes. La psicoanalista Joan Riviere ha sido particularmente influyente al sugerir que el género se crea a través de la ropa y el estilo corporal. Su famoso ensayo «Womanliness as Masquerade», escrito en 1929, afirma que las mujeres que realizan trabajos considerados «masculinos» o las que tienen una «ambición masculina» han tenido que ocultarse tras una fachada de «feminidad» para evitar el castigo de los hombres: «Por consiguiente, la condición femenina se puede asumir y llevar como una máscara, tanto para ocultar la posesión de masculinidad como para prevenir las repercusiones esperadas si se descubre que la tiene» (1986, pág. 39). Estas mujeres, con frecuencia profesionales con éxito, adoptan de forma exagerada los símbolos de la «feminidad» y puede que se comporten con una actitud seductora con los hombres con los que se relacionan. Esta interpretación exagerada calma algunas de sus ansiedades sobre su feminidad y su deseo de masculinidad. Sin embargo, la autora sugiere que no existe una distinción sencilla entre la «verdadera condición femenina» y la «mascarada de la feminidad»: «El lector puede preguntarse ahora cómo definir la condición femenina o dónde trazar la línea que separa a la verdadera mujer de la "mascarada". Yo no sugiero que realmente exista

tal diferencia; ya sea radical o superficial, son lo mismo» (Riviere, 1986, pág. 39).



Un travesti, con un corpiño y medias de mujer, llama la atención sobre la artificialidad de los códigos de género. Fotografía reproducida con el permiso del fotógrafo Mike Hughes.

La mujer que actúa con una feminidad exagerada a veces también recibe el nombre de «homotravestida»; una mujer masculina que disfraza sus tendencias con una interpretación exageradamente femenina. Las mujeres que podrían entrar en esta categoría son del tipo Pamela Anderson, Dolly Parton o incluso Barbara Cartland, que exageran la feminidad, casi hacen una parodia de ella. La diferencia entre las ideas de Butler y las de Riviere es que las de la primera desafían la propia clasificación del sexo, mientras que Riviere se queda en el plano del género en su análisis, dejando intacta la polaridad hombre-mujer. Sin embargo, a pesar de estas diferencias, ambas ilustran el modo en que los estilos corporales del vestir actúan para construir el género que es más cultural que natural.

Aunque pueda parecer que vivimos en una sociedad donde las polaridades como «hombre» y «mujer» están separadas en lo que respecta a la ropa (así como en muchos otros aspectos de la vida social), la convención sigue ciñéndose a la necesidad de hacer la distinción. Además, la ropa sigue conllevando una carga de asociaciones ya sean con la «masculinidad» o la «feminidad». Por ejemplo, cuando las modas de las mujeres avanzan en dirección al traje pantalón masculino, las

formas angulares o las telas más burdas se consideran «masculinas» o a veces «andróginas», ambas describen la importancia del género como forma de dar sentido a la moda. Se podía decir que el género es más importante en la actualidad que antaño. Al menos en lo que respecta a las modas de élite, la diferenciación de género no era tan importante como la de clase hasta principios del siglo XVIII.

En este capítulo he intentado describir y analizar cómo se indica el género mediante la indumentaria y he hecho hincapié en lo difícil que es considerar el género como una categoría separada de la clase, del grupo paritario y de la ocupación, etc., puesto que la forma en que se diferencia y construye el género varía según los mismos. También se constituye de forma diferente según el contexto social específico. Por lo tanto, los códigos de género varían enormemente según los muchos factores distintos que operan en un contexto concreto. La falda, por ejemplo, es la prenda con más carga de código genérico, llevada casi exclusivamente por mujeres. Con frecuencia es impuesta explícitamente por la convención social, como sucede en las profesiones donde se “prefiere” la falda.

En resumen, mientras que en la actualidad las mujeres disfrutaban de una mayor libertad en lo que a indumentaria se refiere y los hombres, desde los años ochenta, pueden gozar de placeres anteriormente “femeninos” como la moda, la sociedad contemporánea sigue preocupada por la diferencia sexual y define estilos corporales específicos y de vestir para hombres y mujeres. Las fronteras de género todavía son tangibles, aunque no totalmente infranqueables para unos pocos individuos “creativos” como Boy George o Jean-Paul Gautier. En su mayoría, aunque amplios, son a pesar de todo claramente genéricos y la moda continúa jugando con el género, incluso aunque periódicamente lo deconstruya.

CAPÍTULO

6

Moda, adorno y sexualidad

Si el adorno está próximo al cuerpo, ni qué decir tiene que también lo está a la sexualidad. La sexualidad moderna tiene su origen en nuestro cuerpo (sexuado) y las cosas que utilizamos para adornar nuestros cuerpos llevan al menos potencialmente una carga sexual. Además, puesto que nuestros cuerpos son el lugar donde residen nuestros sentimientos sexuales, no es de extrañar que las propiedades de los adornos, el tacto de la ropa o el olor de la piel estén vinculados a los placeres corporales y erotizados, incluso fetichizados. Steele (1985, pág. 9) llega incluso a argüir que, «puesto que la indumentaria está íntimamente relacionada con el cuerpo físico, en el fondo toda la ropa es erótica», como lo es la «búsqueda de la belleza», que es una característica inherente en la moda. Sin embargo, sería engañoso suponer que los adornos corporales como la ropa, las joyas, los tatuajes sencillamente reflejan un cuerpo presexuado o presexual; en realidad, hacen mucho más que todo eso, embellecen el cuerpo, le infunden sexualidad. Los materiales que se usan habitualmente cubren y revelan el cuerpo, añadiéndole connotaciones sexuales que de lo contrario estarían ausentes. Con frecuencia se dice que la desnudez carece de interés, que no es «sexy», mientras que la ropa añade misterio al cuerpo haciéndolo más provocativo. La imaginación es un componente de la sexualidad, y la

ropa, al mantener parte del cuerpo oculto, puede estimular la fantasía y aumentar el deseo sexual: de hecho, el striptease depende del misterio de las prendas y de la imaginación del observador que son negados una vez si se ha revelado todo. La indumentaria está, pues, asociada con el erotismo, si consideramos que éste es «un aspecto de la experiencia interna a diferencia de la sexualidad animal» (Bataille, 1986, pág. 29), es decir, si con él nos referimos a los sentimientos y pasiones de la imaginación. Los animales pueden tener sexo, pero no son eróticos; sólo los seres humanos con sus cualidades subjetivas pueden serlo. Según George Bataille, el factor decisivo en la experiencia humana del erotismo es «un aspecto intangible, [...] no una cualidad objetiva» del objeto amado elegido (1986, pág. 29). Si el erotismo es imaginativo y subjetivo, esto puede explicar por qué los objetos eróticos de los demás no siempre resultan atractivos al observador «ajeno» a la experiencia (en la mira al observador no sólo hay belleza). Esto sucede con toda experiencia erótica: podemos descubrir que nuestros deseos aumentan al entrar en contacto con ciertas prendas de vestir y que nuestra experiencia sexual es más intensa al llevar ciertas prendas. Esto puede explicar por qué los centros nudistas tienen poco atractivo «erótico» para la mayoría: de hecho, no se asocia el nudismo con el cuerpo sexual, sino con una especie de concepto de cuerpo «natural». El hecho de que la ropa «aporta» sexualidad al cuerpo se demuestra en que los nudistas suelen llevar algún tipo de adorno para los acontecimientos sociales nocturnos, a menudo, como preludio de un encuentro sexual. Así, según Steele: «Al esconder el cuerpo, la ropa excita la curiosidad sexual y crea en el observador el deseo de quitarla» (1985, pág.42). La indumentaria y otros adornos corporales forman parte del vocabulario con el que los seres humanos se inventan a ellos mismos, llegan a entender a los demás y entablan significativas relaciones entre ellos. Por consiguiente, parece inevitable que se incorporen en el vocabulario del deseo y en los imaginativos encuentros eróticos que tenemos con los demás. El fetichismo supone un caso particular extremo donde la elección del objeto, ya sea una persona, una prenda de vestir, una tela o un zapato, es transformada por la imaginación del fetichista, que dota al objeto de poderes especiales. Sin embargo, el fetichismo existe en un continuo de conducta sexual; para la mayoría de las personas, ya sean fetichistas o no, la indumentaria y el adorno desempeñan un importante papel en la vida erótica por su capacidad para estimular la imaginación. En lo que a esto se refiere, no es de extrañar que la moda éste obsesionada con el sexo. La moda, dice Steele, es «un sistema simbólico

vinculado con la expresión de la sexualidad, en tanto la conducta sexual (incluyendo la atracción erótica) como en la identidad de género» (1996, pág. 4). La moda con frecuencia roba elementos de las subculturas sexuales subterráneas (que a raíz de ello ya no son completamente subterráneas) y la iconografía del sadomasoquismo y del fetichismo llega ahora hasta la pasarela y las tiendas. Respecto a esto, Steele arguye: «Para comprender la moda contemporánea, es esencial explorar el fetichismo» (1996, pág. 5). La moda también se ha inspirado en las culturas gay y lesbiana en su investigación sobre el género y la identidad sexual. Además, la paradoja del travesti sexualmente ambiguo ha captado la atención de los principales medios de comunicación y ha creado una mayor conciencia de la ambigüedad sexual de la ropa.

En este capítulo analizo las asociaciones entre la moda, el adorno y la sexualidad. Utilizó el término «adorno» deliberadamente, puesto que también se puede aplicar a la cosmética, a las joyas como los pendientes, las ajorcas, los anillos en el ombligo y en los pezones, a los tatuajes, a otros embellecimientos corporales y al papel que desempeñan en la expresión de la sexualidad. Los adornos de este tipo, aunque unas veces están de moda y otras dejan de estarlo, en algunos casos guardan estrecha relación con las conductas y las prácticas sexuales y se puede relacionar con un acto erótico, una predilección o una identidad sexual (homosexualidad, travestismo o sadomasoquismo, por ejemplo). En este capítulo sugiero algunas de las formas en que la ropa y los adornos llegan a desempeñar un papel importante en la expresión de los deseos sexuales, la orientación y la identidad sexual. Sin embargo, tal como he señalado en el capítulo anterior, la sexualidad es una palabra compleja que está estrechamente relacionada con el sexo y el género. Por lo tanto, es necesario definir este término difícil y ambiguo antes de analizar los modos en que el adorno se puede vincular con las conductas, las prácticas, las ideas y las representaciones sexuales.

LA SEXUALIDAD, LOS CUERPOS Y LA IDUMENTARIA

La sexualidad es un concepto moderno. La palabra no apareció hasta mediados o finales del siglo XIX y le llevó un tiempo asumir todos sus significados actuales. Bristow (1977), al hacer referencia al *Diccionario Oxford*, resume algunos de los primeros usos de la palabra y observa como se desarrolló a la par que la creciente preocupación victoriana por

clasificar los tipos sexuales como homosexuales y bisexuales, dentro del contexto de la normativa heterosexual, que tuvo lugar desde la década de 1860. Esta obsesión victoriana fue el origen de la sexología como una rama del conocimiento que intenta comprender la sexualidad y que comenzó su proyecto produciendo tipografías de deseos sexuales considerados patológicos, como el sadomasoquismo y la ninfomanía, así como la homosexualidad y la bisexualidad. La palabra sexualidad está íntimamente relacionada con el sexo, aunque es una palabra demasiado compleja de definir, pues se puede referir a un acto (como en «hacer el sexo»), un conjunto de características anatómicas (como «hombre» o «mujer»). Sin embargo, curiosamente, aunque vinculada al sexo y a las capacidades reproductivas de hombres y mujeres, la sexualidad, como concepto moderno, es el producto de una mayor separación entre el coito y la reproducción. La sexualidad hoy en día es algo más que la suma de sexo. Está muy relacionada con el erotismo, con las ideas, las fantasías, los deseos, bastante independientes del acto sexual real o de cualquier necesidad reproductora. De ahí que Horrocks observe que la sexualidad abarca una amplia franja de la existencia humana que hace que «no sea un fenómeno simple y uniforme» (1997. pág. 1).

La moderna fascinación por la sexualidad también debe mucho psicoanálisis: vivimos en una era que todavía está dominada por las teorías de Sigmund Freud, que propuso que el sexo era la esencia de nuestra identidad, la clave para una vida de felicidad y plenitud. Para Freud, los bebés nacen con «impulsos» enfocados en sus necesidades y placeres corporales. A la vez que hallan placer en la satisfacción de las necesidades corporales básicas, los bebés manifiestan la necesidad de que les miren y mirar. La libido de mirar contiene la clave de la comprensión del desarrollo de nuestras identidades de género, a la vez que proporciona una explicación de la fuerza que posee la indumentaria en términos de deseos sexuales. Para Freud, los chicos y las chicas comienzan con un deseo de mirar el cuerpo y ver los órganos «ocultos». Es esa libido de mirar la que al final catapulta al muchacho a los complejos de Edipo y de castración, puesto que a través de la mirada uno llega a darse cuenta de la diferencia sexual. A partir de ése momento, esos impulsos, el voyeurismo y el exhibicionismo, adquieren un género: los muchachos desarrollan el deseo de mirar y las chicas el de ser miradas. Para Freud, esta división procede del reconocimiento de la castración cuando el muchacho, metafóricamente, si no ya literalmente, mira por debajo de la falda de la mujer y se da cuenta de su «carencia». El choque de este descubrimiento puede ser traumático para los chicos que posteriormente pueden

desarrollar diferentes estrategias para hacer frente a esto: el varón adulto puede intentar reducir la potencial amenaza y temor de la castración, reprimiendo o compensando el hecho de la misma. Esto puede adoptar la forma de castigo a la mujer por su «carencia» y el trauma que ello produce o por añadir adornos al cuerpo de la mujer. En el primer caso, la impresión es aliviada mediante una mirada obsesiva por el voyeurismo, que se fija en el cuerpo de la mujer y se hace preguntas sobre el mismo, con frecuencia dando como resultado algún tipo de humillación o castigo. El segundo ejemplo, acaba en una fijación obsesiva por una parte concreta del cuerpo femenino, como los pies o un objeto relacionado con los mismos, como los zapatos, que sirven de sustituto del pene. Muchas veces este objeto fetichista se elige por su proximidad, temporal o espacialmente con los primeros recuerdos sexuales: el fetichismo del zapato, por ejemplo, se explica veces haciendo referencia a su estrecha relación con la experiencia (real o imaginaria) de estar en el suelo mirando por debajo de las faldas de una mujer.

El primer volumen de la historia de la sexualidad de Foucault (1979) analiza el legado freudiano y el modo en que el sexo se convierte en un tema de bastante debate en la era victoriana. El autor expone que la sexualidad «expresada en el discurso» mediante interminables prohibiciones tuvo el efecto de hacer de la sexualidad un aspecto importante de nuestra identidad. Dada su contingencia histórica, Foucault critica la idea común de que la sexualidad es una fuerza natural, que trasciende el tiempo y lugar. Por el contrario, afirma que la sexualidad no es una fuerza (que pueda ser deprimida liberada, como defendía el psicoanálisis freudiano y algunos filósofos marxistas), sino que carece de «esencia», de cualidades «naturales» innatas, y que es el producto de sistemas de poder-conocimiento (como el psicoanálisis) que le han dado importancia del proceso de nombrarla y clasificarla. La sexualidad es, pues, producto de nuestras actitudes culturales hacia el sexo que crea prácticas sexuales especiales, así como categorías de tipos sexuales. Ni qué decir tiene que la identidad sexual está muy relacionada con la identidad de género: las características del género suelen tener sus orígenes en versiones comúnmente aceptadas de la sexualidad de hombres y mujeres. Tal como se ha visto el capítulo 5, estas actitudes hacia el género y la sexualidad, la supuesta naturaleza «asertiva» o incluso «agresiva» del hombre y la supuesta naturaleza «gentil» y «pasiva» de la mujer, surgen de lo que Butler (1990) denomina «heterosexualidad obligatoria». Las ideas respecto al género son el producto de las ideas sobre la (hetero)sexualidad hasta tal punto que a

menudo suelen confundirse. Las ideas sobre la «feminidad» están muy relacionadas con las ideas sobre la sexualidad femenina y esto se puede demostrar al examinar el modo en que ambas se mezclan en los debates sobre la ropa femenina. Este capítulo analiza el ejemplo del «poder del vestir» que, como discurso sobre la indumentaria de la mujer «profesional», ilustra particularmente bien la función de género y sexualidad. El cuerpo femenino, como demuestra este ejemplo, es un cuerpo que no sólo está marcado como «femenino», sino también saturado de significados «sexuales».

La complejísima red de asociaciones entre sexualidad e identidad sexual está entrelazada en toda una serie de prácticas de adornarse. Adornar el cuerpo se puede asociar a actos sexuales, dar placer sexual, enviar señales sexuales, señalar identidades sexuales. De este modo, el supuesto interés de las mujeres en la ropa y su deseo de estar «sexis» suele naturalizarse, considerándolo algunos sociólogos y psicólogos (como se ha visto el capítulo anterior), una tendencia «natural» que surge de su deseo de atraer a un compañero adecuado. Por otra parte, el deseo del hombre de mirar a la mujer, su placer por los accesorios de la indumentaria femenina, como la ropa interior, las joyas y similares, se han vuelto tan naturales que el voyeurismo o la «mirada masculina» se considera como un aspecto de la psicología sexual del hombre. El supuesto exhibicionismo «natural» de las mujeres y el voyeurismo de los hombres, por supuesto, han sido criticados por las feministas y, de hecho, incluso por el propio Freud, que dice que estos dos «impulsos» distintos -el impulso de ser mirado y el de mirar- se encuentran en ambos sexos desde una temprana edad; sólo posteriormente son asignados a un género. Cuando los placeres o identidades sexuales van en contra de lo «normal» o de la heterosexualidad «natural», entonces el aspecto o el estilo se considera un «desviación» o incluso «patológico», como en el caso de algunas opiniones sobre fetichismos en la ropa. Una vez definida la desviación, especialmente la sexual, con frecuencia ensalza el atractivo de algo en lugar de reducirlo y esto puede explicar, en parte, la razón por la que la principal corriente de la moda suele adoptar identidades sexuales *underground* como el sadomasoquismo, el fetichismo, la gay o la lesbiana. Estos *looks* o estilos permiten que la conciencia de la moda «juegue» en las fronteras de la denominada sexualidad «normal».

EL ADORNO Y LA ATRACCION SEXUAL

La cultura occidental infunde mucho significado sexual al cuerpo femenino y, como tal, las mujeres a menudo son sagazmente conscientes del poder potencial de la ropa, de las joyas y del maquillaje como aliados sexuales que pueden ensalzar su atractivo. Esto nada tiene que ver con ninguna identidad «natural» femenina, sino que es el resultado de asociaciones culturales que tienden a ver a la mujer más próxima al sexo y a la sexualidad que los hombres. Sin embargo, aunque el vínculo entre la indumentaria y el erotismo pueda parecer evidente, no debe confundirse con las explicaciones sobre la ropa y el adorno basadas en la cruda idea de la «atracción sexual», como la teoría de Laver de la «zona erógena cambiante». Tal como hemos visto el capítulo anterior, los escritos de Laver sobre la moda tienden a recurrir a ideas estereotipadas sobre la estrecha relación de la feminidad con la moda. Ésta idea de la «zona erógena cambiante» ilustra el modo en que las mujeres están constantemente vinculadas con la idea de la seducción a través de la imagen. Las modas para las mujeres, decía Laver (1969), muestran una preocupación por la seducción (lo denominó el “principio de seducción”). Sin embargo, tal como se ha mencionado en el capítulo 2, estas explicaciones monocausales sobre la moda son demasiado simples para explicar la complejidad de las modas femeninas y, de hecho, a veces pasan por alto la descarada naturaleza sexual de la indumentaria masculina en ciertos periodos de la historia. Las motivaciones que hay tras la ropa no se pueden reducir a una sola explicación: en ciertos momentos nos vestimos para la ocasión y algunas veces las mujeres pueden vestirse para demostrar su posición y los hombres para atraer admiradoras. Según Wilson (1985), el atractivo sexual está vinculado a normas de belleza que son enormemente variables. Asimismo, el argumento de Steele (1996) critica dicha teoría del «atractivo sexual», la cual ve como una adopción de ideas brutas sobre la sexualidad femenina basadas en una psicología sobre el sexo anticuada.

La carga erótica de la indumentaria también puede proceder de su capacidad para simbolizar los órganos sexuales. Freud interpreta la vestimenta en términos de simbolismo sexual; por ejemplo, las pieles finas simbolizan el vello público; las corbatas y sombreros, el pene; los zapatos, cinturones o velos, la vagina. Flügel (1930), con su enfoque psicoanalítico, afirma que no sólo ciertos artículos del vestir representan los órganos sexuales, sino que todo el sistema de la indumentaria también lo hace en un intento de reconciliar el deseo contradictorio de modestia y

de exhibicionismo. El atractivo de la indumentaria según Flügel, procede del hecho de que ésta puede revelar y ocultar simultáneamente el cuerpo, avivando la imaginación y estimulando el deseo. Puesto que el centro de la moda es el cuerpo, no es de extrañar que ésta casi llegue a obsesionarse con el sexo y la sexualidad. Sin embargo, aunque la indumentaria en cualquier cultura, occidental o no, tradicional o moderna, puede estar relacionada con ideales eróticos públicos o privados, el sistema moderno de la moda se expresa mediante ciertos artículos que adquieren una connotación sexual. Las imágenes de la moda en las revistas y los anuncios de las vallas publicitarias se mueven entre las fronteras de las principales ideas contemporáneas sobre la sexualidad.

EL PODER EN EL VESTIR, LA FEMINIDAD Y LA SEXUALIDAD

Tal como he dicho anteriormente, el sexo y la sexualidad están muy relacionados con las ideas de género. Esto se puede comprobar al examinar el modo en que se crea al cuerpo femenino a través del discurso sobre el poder en el vestir, como cuerpo «femenino» y «sexual». El poder del vestir apareció a finales de los setenta en Estados Unidos, era un discurso explícitamente femenino sobre cómo vestir para trabajar. Estaba dirigido a la mujer con «carrera» o «profesional» y creó una forma de vestir que buscaba resaltar o dar un género al cuerpo de la mujer haciéndolo claramente «femenino». El tema recurrente el poder del vestir se enfoca en «controlar» la sexualidad para adquirir «autoridad», respeto y poder en el trabajo. El resultado es un «uniforme» para trabajar que traza una delgada línea entre el traje «masculino» (es decir, el traje pantalón) y los adornos «femeninos» destinados a «suavizar» las líneas del corte del traje de chaqueta. El poder del vestir está muy relacionado con el concepto de «vestirse para triunfar», que a mediados de los setenta se había proclamado como un factor esencial para el éxito de los hombres en su carrera (Molloy, 1980). Adquirió mayor importancia a principios de los ochenta con el telón de fondo del movimiento feminista y el aumento de mujeres en profesiones que antes eran predominantemente masculinas. El uniforme del poder del vestir pronto se convirtió en una especie cliché de los ochenta: traje sastre con falda tubo de color azul marino con una blusa moderna y algo «femenino» en el cuello, como un pañuelo o un collar. Este estilo estaba encarnado por la señora Thatcher y

por otras muchas mujeres «profesionales» públicas (incluso se relacionó a la princesa Diana con este estilo en algunos de sus actos públicos). Aunque el poder del vestir expresaba muchas de las mismas preocupaciones del “vestirse para triunfar”, en concreto, la idea de “sentido común” de que tu aspecto determina tu éxito en el trabajo, difiere de su homóloga masculina en lo que respecta a que la sexualidad de la mujer se considera uno de los mayores obstáculos en su carrera profesional. ¿Por qué surgieron ansiedades respecto a la indumentaria de las mujeres profesionales y de negocios en esa época y por qué se consideraba importante para las mujeres con carrera prestar especial atención a los mensajes potencialmente sexuales de su ropa? ¿Por qué era este un tema exclusivo de las mujeres? La respuesta estas preguntas se hallan en la asociación cultural del pensamiento occidental del cuerpo femenino con la sexualidad, lo cual hace que el traje de mujer tenga una mayor carga sexual que el del hombre. Este estilo de vestir, relacionado como lo está con todo un discurso sobre el cuerpo femenino en el trabajo, demuestra el grado en que los cuerpos femeninos están sexualizados y también el modo en que el género se mezcla con la sexualidad.

El lugar de trabajo, ya sea el ámbito profesional como el de los negocios, ha sido históricamente el dominio masculino y el modo en que se organizan las tareas ha seguido patrones definidos por los hombres. Además, la capacidad reproductora del cuerpo femenino condujo a que se asociara con la naturaleza. La reproducción y la sexualidad son especialmente problemáticas para las mujeres trabajadoras, puesto que la sexualidad se considera inapropiada en el trabajo (Gatens, 1991; Hearn y otros, 1993; McNay, 1992; Ortner, 1974; Sheppard, 1989, 1993). El ámbito público del trabajo se asocia con la maximización de los beneficios y con la productividad, y esto se considera que solo se puede alcanzar mediante el control racional de los impulsos de la libido (Bataille, 1986; Burrell y Hearn, 1993; Hearn y otros, 1993). La destreza para hacer el trabajo en casi todas las ocupaciones (salvo en la de la industria del sexo) requiere que la sexualidad se queden casa. La asociación cultural de la mujer con la sexualidad es, por lo tanto, un obstáculo para su papel, su posición y autoridad en el trabajo. Las feministas como Hearn y otros (1993), Mackinnon (1979), Pringue (1988, 1993) y Sheppard (1993) han observado que la sexualidad suele utilizarse para rebajar a las mujeres en el trabajo. Sin embargo, se ha de tener en cuenta que, mientras la sexualidad se puede utilizar sin duda alguna contra las mujeres, por supuesto, también puede ser aprovechada por ellas para sus propios intereses: no sólo es la prostituta la que se viste

para marcar su cuerpo y atraer a los clientes, sino que la vendedora también puede optar por usar una falda corta para aumentar sus posibilidades de hacer más ventas con los hombres. En ambos casos, el poder sexual puede traducirse en poder económico, aunque hasta qué grado es liberadora o confiere poder es un tema abierto a debate.

El poder del vestir, sin embargo, no pretende hacer uso de la sexualidad de este modo; va dirigido a aquellas mujeres en cuyas ocupaciones la sexualidad se considera inadecuada. Los manuales sobre el poder en el vestir, como el *Women: Dress for Success*, de Molloy (1980), resume una serie de reglas que prometen a la mujer con carrera cierto control sobre su cuerpo y su aspecto ante los conceptos definidos por el hombre sobre la sexualidad femenina y la potencial mirada o objetivizadora del hombre en el puesto de trabajo. Según Molloy, la mujer profesional o de negocios necesita “autoridad” si quiere tener éxito en su carrera. El autor considera que hay dos cosas que restan “autoridad”: parecer una “secretaria” y, por consiguiente, no una profesional cualificada y ser demasiado “sexy”. La ropa que recomienda Molloy reduce la sexualidad potencial de la mujer. Aconseja no llevar chalecos para los negocios porque llama la atención sobre el pecho y este consejo se extiende al tipo de chaqueta que una llevar: “debe ser lo bastante amplia como para cubrir los contornos del busto. No tiene que tener pinzas en la cadera que exageren el busto” (1980, pág. 50). La chaqueta es el símbolo primordial de la “profesionalidad” y es justamente lo opuesto al suéter que, al ser la prenda por excelencia de las secretarías, es también apta para atraer a los hombres: “un suéter de cachemir en una mujer incluso con formas moderadas es una de las prendas más seductoras” (1980, pág.77). La popularidad de las «chicas del suéter» de los años 50 (estrellas como Lana Turner) es una muestra de esta asociación. Sin embargo, aunque el cuerpo de la mujer con carrera no ha de resultar demasiado sexual, esta exigencia no implica que las mujeres deban vestir como los hombres: todo lo contrario, han de conservar su “feminidad” y al mismo tiempo hacer frente al potencial problema del erotismo y la objetivización. No obstante, Molloy no sólo advierte a la mujer con carrera de que no tenga un aspecto demasiado sexual, sino que también previene contra ser demasiado “femenina” en el trabajo: llevar estampados de flores o colores “femeninos” como el salmón o el rosa restan “autoridad”. El autor indica que los pañuelos para el cuello son «buenos instrumentos de atención» en el trabajo, puesto que llevan la atención hacia la cara y la alejan de los «problemáticos» senos. No obstante, aunque evite tener un aspecto demasiado femenino, la mujer que aspira a ser carrera también ha

de procurar no ser demasiado “masculina”. Esta es una de las razones que da para evitar el uso de los pantalones en la sala de juntas y en el despacho. Según él, aunque puedan ser aceptables en empresas en las que predominen las mujeres, “corres un riesgo si tienes que tratar con hombres” porque, según parece, no les gusta hacer negocios con mujeres que llevan pantalones (1980, pág. 73). Una mujer con falda es, por lo tanto, indudablemente «femenina» y esto, según Molloy, la hace menos peligrosa para los hombres en el trabajo.

De este modo, el poder en el vestir intenta lo imposible, hacer atravesar a las mujeres profesionales por una verdadera cuerda floja, equilibrando la necesidad de reducir su sexualidad con la de conservar su feminidad en un mundo laboral masculino. El traje que se considera más apropiado para la mujer trabajadora profesional es un compromiso entre la exigencia de reprimir el erotismo potencial del cuerpo femenino y la de ser mujer al mismo tiempo. El traje desastre femenino divide el cuerpo en dos: su torso está cubierto por una chaqueta entallada que disimula su pecho, pero su feminidad queda patente por su falda. Al llevar falda en la oficina, la mujer profesional o de negocios manifiesta su compromiso con la “feminidad”, aunque pueda estar actuando en terrenos mayoritariamente dominados por los hombres. Esta necesidad de feminidad dentro del mundo masculino se manifiesta de un modo más evidente en la imagen de una asesora que entrevisté durante mi investigación sobre el traje de la mujer profesional (Entwistle, 1997b, 2000). Ella defiende con firmeza los trajes de chaqueta con falda para la reunión de negocios: «a los hombres -dice ella- les gusta ver las piernas de las mujeres». Así, a pesar de que la sexualidad esté fuera de lugar, la falda que potencialmente indica «feminidad» no es sólo aceptable, sino preferible. Sin embargo, podríamos preguntarnos si es posible mantener una diferencia entre la sexualidad del cuerpo femenino y las convenciones sobre feminidad. ¿Podría ser el caso de que se prefieran las faldas para las mujeres no por ser «femeninas», sino porque éstas llaman la atención hacia una zona sexualizada del cuerpo femenino? En realidad, dadas las asociaciones culturales de lo “femenino” con lo “sexual”, se podría decir que ambos conceptos no se pueden separar y que el traje de la mujer es el resultado de una combinación de ambos. Las contradicciones del poder en el vestir ilustran cómo la distinción entre sexualidad y género con frecuencia desaparece, sobre todo en lo que a la mujer respecta. Ello demuestra de que modo la “mujer” está formada, en parte, por las asociaciones con la sexualidad; ambas están inextricablemente relacionadas. Las “normas” o convenciones del vestir

en el trabajo para la mujer demuestran cómo todavía se la asocia rutinariamente con la sexualidad y cómo las mujeres, objetos de la mirada masculina, han de «controlar» sus cuerpos para evitar dichas asociaciones sexuales.

Aunque el término de “poder en el vestir” ya no esté de moda, los principios primordiales de éste estilo siguen vigentes. Las mujeres profesionales y cuidadosas todavía tienen que vigilar más atentamente su vestimenta que sus colegas masculinos y no han abandonado el traje sastre (Entwistle, 1997^a, 1997b, 2000). Las mujeres profesionales y de negocios continúan expresando su preocupación por su indumentaria para el trabajo, a fin de no despertar ningún impulso sexual. Esta preocupación por el cuerpo es una prueba más del modo en que las mujeres han tenido que ser conscientes de sus cuerpos y responsables no sólo de su sexualidad, sino de la sexualidad de los hombres que podrían “descarriarse” e interpretar eróticamente su atuendo. Una mujer que entrevisté insinuó que las mujeres tienen que controlar su atavío por el bien de los hombres para que les cueste «leer» a las mujeres y a sus cuerpos. Dice que vestirse para trabajar

[...] supone eliminar cualquier tipo de señal sexual y creo que el puesto de trabajo no es el lugar adecuado para, ya sabes [...], pero creo que en el lugar de trabajo, especialmente con todos los casos de acoso sexual, las mujeres han de ser sensatas y sensibles a los hombres y su respuesta a la respuesta que puedan producir [...] es no enviar señales equívocas de índole sexual. [...] La mayoría de los hombres apreciará a las mujeres que no se visten provocativamente (Entwistle, 1997a, págs. 246-247).

Su afirmación aquí implica que el acoso sexual es algo sobre lo que las mujeres tienen algún control si se visten apropiadamente y no lanzan «señales sexuales». Sin embargo, dada la inestabilidad de la indumentaria y el potencial de que cualquier prenda puede ser considerada erótica, ningún estilo de vestir puede eliminar el problema del acoso sexual por completo. De hecho, dicha actitud es muy conflictiva, especialmente, como sucede en muchos casos de violaciones, cuando se utiliza para insinuar que la violación es algo a lo que las mujeres invitan a través de su atuendo (Lees, 1999). Lo que esta actitud ilustra es el modo en que los cuerpos de las mujeres son una desventaja en potencia del trabajo, debido a que se asocian con la sexualidad. No sorprende descubrir que el discurso sobre el poder en el vestir intente reducir éstas asociaciones, pero a la vez las reproduce en otra forma.

FETICHISMO Y ADORNO

Quizá el mejor ejemplo de la conexión entre el adorno y la sexualidad sea el fetichismo, donde los propios objetos se convierten en el centro de la excitación sexual. Aunque el fetichismo comporta cierto estigma de «perversión», ha gozado de una interesante relación con la moda desde aproximadamente los años sesenta, cuando los diseñadores de moda empezaron a inspirarse en las subculturas sexuales *underground*. En esos tiempos el estilo fetichista llegó a la corriente principal a través de la pequeña pantalla con personajes como el de Emma Peel, la heroína de los vengadores. El estilo “pervertido” combinaba la piel, el PVC, los corsés, las medias y los tacones altos. Tal como observa Polhemus (1994), muchas de estas prendas fueron creadas por el diseñador John Sutcliffe, que dirigía una pequeña empresa denominada *Atomage*, que fabricaba ropa para los “entusiastas” *underground* del fetichismo. Este mundo se trasladó al terreno público y se puso al alcance de todos gracias a la tienda SEX de Malcom McLaren y Vivienne Westwood, donde en los años setenta se vendían a los *punks* prendas con connotaciones abiertamente fetichistas.

El término “fetichismo” tiene tres significados dentro de tres tradiciones intelectuales diferentes. En un principio se utilizó en el campo de la antropología para describir un objeto sagrado, como un talismán o tótem, que ciertas comunidades creían que estaba cargado de propiedades especiales o mágicas. Posteriormente fue utilizado por Marx para describir el modo en que los artículos en el capitalismo llegan a cobrar vida propia, especialmente cuando él «mundo del objeto está dotado de poderes, propiedades, valores y significados intrínsecos» (Slater, 1997, pág. 112). Por lo tanto, él «artículo fetichista» se refiere al modo en que los objetos llegan adquirir magia, a menudo en la forma de «atractivo sexual». El tercer conjunto de significados, que procede la psicología, la sexología y el psicoanálisis, se aplica al modo en que algunos objetos se asocian a los sentimientos sexuales hasta el punto de que el individuo los necesita para excitarse sexualmente y llegar al orgasmo. Tal como expone Steele (1996), Alfred Bidet y Richard von Krafft-Ebing fueron los primeros en el utilizar la palabra en el moderno sentido psicológico. Krafft-Ebing definió el fetichismo como “la asociación de la lujuria con la idea de ciertas partes de la persona femenina o con ciertos artículos de su atuendo” (Steele, 1996, pág. 11). Krafft-Ebing también acuñó los términos “sadismo” (del marqués de Sade) y “masoquismo” (de Leopold von Sacher-Masoch, que escribió el clásico erótico la Venus de las

pieles). En su análisis de la moda y del fetichísimo, Kunzle define este último como la “desviación de los sentimientos eróticos privados de un individuo hacia una parte no genital de cuerpo, hacia una prenda de vestir asociándola con dicha zona del cuerpo o hacia el efecto que dicha prenda de vestir producen en el mismo” (1982, pág. 1).

Un fetiche puede ser, entonces, una parte del cuerpo (piernas, senos o pies, por ejemplo) o una prenda de vestir asociada a una parte del cuerpo (zapatos, ligas, sujetadores); también puede ser la combinación de una prenda de vestir con el efecto que produce en el cuerpo (como el sentimiento de opresión a llevar un corsé o un traje de caucho). Cualquier objeto que adorne el cuerpo puede convertirse en un fetiche: corsés, sujetadores, tacones altos, así como materiales como el caucho, la piel o el PVC, cuyas propiedades de olor, opresión o brillo los hace populares entre los fetichistas. Estos materiales marcan el contorno del cuerpo y lo hacen suave y brillante. Algunos fetichistas disfrutaban vistiéndose con su tejido elegido para que todo su cuerpo este aprisionado y comprimido. El placer sexual procede tanto de la sensación de compresión como de la visión del propio cuerpo experimentado con un objeto completo, herméticamente sellado (en términos simbólicos, un objeto fálico).

Los fetichismos, como es natural, pueden ponerse de moda. A veces los fetiches son tan amplios como para definir la moda de un grupo o periodo. Según Kunzle: «Cuando la moda (expresión cultural grupal) y el fetichismo (expresión sexual individual) están en perfecta armonía, podemos hablar de un fetiche “cultural” o “nacional”» (1982, pág.1), y pone como ejemplo el vendaje de los pies en las mujeres en China. Steele (1996) observa que las modas occidentales toman periódicamente ideas prestadas del fetichismo: los diseñadores de alta costura como Vivienne Westwood, Versace y Thierry Mugler, así como los minoristas, grandes almacenes y empresas de venta por correo han adoptado en distintos momentos parte del estilo fetichista. Sin embargo, aunque exista cierta convergencia entre la moda y el fetichismo, también hemos de hacer una distinción entre ambos. Las modas pueden “jugar” con la idea del fetichismo, pero su ludismo se encuentra a cierta distancia de la verdadera experiencia del mismo, tal como la suele definir la literatura académica. Aunque Freud creía que había cierto grado de fetichismo del amor “normal”, la mayor parte de las personas no son fetichistas en el sentido “puro” de la palabra, según la definen los psicólogos. Freud argüía que podemos enfocarnos en una parte del cuerpo (las piernas, las nalgas, lo senos) como parte de nuestro deseo sexual hacia el “otro”, pero que

[...] la situación sólo se vuelve patológica cuando el anhelo por el fetiche trasciende el punto de ser meramente una condición necesaria apegada al objeto sexual y se convierte en la meta habitual y, además cuando el fetiche se desprende de un individuo particular y se convierte en el único objeto sexual (Gamman y Makinen, 1994, pág. 37).

Gamman y Makinen están de acuerdo con la insistencia de Freud en que en todos nosotros existe «cierto grado» de fetichismo, pero no comparten su idea de la distinción entre lo «normal» y lo «patológico». Asimismo, Steele advierte del peligro de tomar el término «patológico» con su valor nominal. En lo que Freud, Gamman y Makinen están de acuerdo es en la importancia de distinguir entre las diferentes etapas de los niveles del fetichismo y para ello hacen referencia al trabajo de Paul Gebhard, el cual consideran especialmente útil, puesto que es uno de los investigadores que contempla el fetichismo en términos de «etapas» o niveles. Para Gebhard, el primer nivel será cuando existe una preferencia por cierto tipo de pareja sexual, estímulo o actividad que no es realmente fetichismo, pero es afín a la idea del amor «normal» de Freud. El segundo nivel será cuando existe una fuerte preferencia por ciertos tipos de compañeros o compañeras y actividades. El tercer nivel será cuando son necesarios estímulos concretos para la actividad sexual y cuando dichos objetos son necesarios para la gratificación sexual o el orgasmo. El cuarto nivel se da cuando el estímulo específico ocupa el lugar de la pareja sexual y se convierte en el fetichismo más extremo. Esto es útil cuando hacemos la distinción entre el fetichismo como predilección sexual y el fetichismo como estilo de moda. El «verdadero» fetichismo supone mucho más que sencillamente adoptar un aspecto fetichista; está relacionado con los sentimientos sexuales que se despiertan al llevar ciertas prendas. Así que, tanto para Freud, como para la mayor parte de los psicoanalistas, el fetichismo sólo es «patológico» cuando el objeto se desprende del cuerpo del amado. Gamman y Makinen citan el ensayo de Freud “Fetichismo” (1963), que abarca desde la descripción de los fetiches hasta su lectura psicoanalítica, arguyendo que sustituyen el falo «perdido» de la madre. De este modo, Freud llega a la teoría de que es más probable que los fetichistas sean hombres, puesto que los hombres tienen más tendencia a buscar un sustituto para el pene y pueden fetichizar el cuerpo femenino para calmar las ansiedades de castración. Esta asociación de los hombres con el fetichismo es aceptada por la mayoría de los psicólogos que trabajan en el campo de la sexualidad.

Stoller (1985), por ejemplo, sugiere que el fetichismo es un fenómeno predominantemente masculino, aunque describe un reducido número de mujeres fetichistas (como una mujer que conoció que se excitaba casi hasta llegar al orgasmo cuando llevaba ropa de hombres). Gamman y Makinen (1994) han desafiado ésta ortodoxia, al sugerir que las mujeres pueden ser fetichistas y que con frecuencia fetichizan objetos en su adoración o fijación con las estrellas del pop, la comida y la ropa. Hacen referencia al argumento de Freud:

[...] La mitad de la humanidad debería estar clasificada entre los fetichistas de la ropa. Todas las mujeres, por así decirlo, son fetichistas de la ropa. [...] Una vez más es una cuestión de represión del mismo impulso, esta vez, sin embargo, en la forma pasiva de permitir ser vistas, que se expresa mediante la ropa y en virtud de lo cual la ropa se convierte en un fetiche (Freud, en Gamman y Makinen, 1994, pág. 41).

Aquí Freud no está argumentando que las mujeres sean fetichistas activas, sino que su idealización de la ropa está vinculada con la represión de su deseo de ser miradas. Gamman y Makinen afirman que el apego de las mujeres a los objetos puede implicar, y de hecho lo hace, un fetichismo activo, pero su argumento depende de no explicar el fetichismo en términos de compensación por la ansiedad de castración (como la teoría psicoanalítica clásica) que implicaría que sólo los hombres pueden ser fetichistas. Hacen referencia a una visión alternativa sobre los orígenes del fetichismo, es decir, que se puede explicar haciendo referencia a los primeros recuerdos sobre la separación de la madre, una experiencia que es tan traumática para los niños como para las niñas. La separación de la madre se calma a veces cuando el niño se fija en ciertos objetos asociados con ella, como las medias y los zapatos, que pueden servir de sustitutos en su ausencia. Si se adopta esta teoría del fetichismo, podría parecer que las mujeres ciertamente fetichizan y Gamman y Makinen ofrecen muchos ejemplos que apoyan esta idea. Últimamente, han proliferado las imágenes de mujeres con ropa fetichista. Unas cuantas mujeres famosas, como la diseñadora inglesa Vivianne Westwood y la cantante Madonna, han hecho popular el estilo fetichista para las mujeres en su exploración del sexo y de la sexualidad. Este estilo desempeñó un papel importante en la subcultura *punk*; las mujeres *punks* de los setenta, con su vulgar maquillaje, ligas, medias, piel y cadenas, se inspiraron en el estilo subversivo para burlarse abiertamente de las convenciones de la feminidad. El libro de Madonna, *Sex* (1992), explora las áreas tabú de la sexualidad femenina como el

sadomasoquismo, la bisexualidad y el lesbianismo y su imagen al mismo tiempo se inspiraba en las subculturas sexuales. Tal como observa Steele (1996), el fetichismo entra y sale periódicamente del mundo de la moda, y las imágenes de mujeres con ropa fetichista se han vuelto habituales desde los años setenta. La autora afirma que el capitalismo desempeñó un papel importante en la aparición de modas fetichistas «tanto porque la propia moda se ha desarrollado a la vez que el capitalismo, como porque la industria de la moda ha robado recientemente muchas prendas del guardarropa fetichista» (1996, pág. 55). El capitalismo tiene la habilidad de incorporar mucho de lo que es radical y controvertido y lo hace como parte de su búsqueda de nuevos mercados y consumo continuado. De esta forma ha integrado en la corriente principal subculturas sexuales que anteriormente eran *undreground*, aunque despojando al estilo de parte de su significado original. Puesto que el capitalismo suele utilizar el sexo para vender artículos (tal como hemos visto antes, esto está relacionado con el artículo fetichista), no es de extrañar que se adopten objetos que ya llegan cargados de significados sexuales.

Sin embargo, aunque para las mujeres de hoy sea más aceptable explorar abiertamente la sexualidad y aunque la ropa fetichista esté más a nuestro alcance, todavía hay pocos relatos de mujeres que practiquen el fetichismo. Hay excepciones: lo que las mujeres disfrutaban llevando ropa interior, por ejemplo, nos proporciona verdaderas mujeres fetichistas. La controversia en torno al corsé francés a finales del siglo XIX, lleva nuestra atención a acordonarse el corsé, que, según Kunzle (1982), era practicado por un reducido número de fetichistas que, afirma el autor, eran mujeres sexual y socialmente asertivas. La controversia el corsé es interesante de analizar por las preguntas que suscita respecto a su relación entre la indumentaria, el erotismo y la sexualidad.

La controversia del corsé

El corsé es una prenda con fuertes connotaciones sexuales y eróticas, tanto en el pasado como en el presente: una vez vinculado a la belleza estándar victoriana, ahora se asocia con el sadomasoquismo y la iconografía pornográfica y gozo de cierta popularidad como artículo de moda a finales de los ochenta (Steele, 1996). Ha levantado considerables controversias más que ninguna otra prenda del atuendo femenino: Roberts (1977) y Veblen (1953) lo han visto como objeto de opresión física y de objetivización sexual, y Kunzle y otros (1982) como una prenda de aserción del poder sexual, que ahora es considerada como

estimulante del placer por sus «entusiastas». Existen, por lo tanto numerosas lecturas sobre el corsé que Kunzle (1982) y Steele (1985, 1996) están dispuestos a señalar. Ambos reconocen la ambivalencia del corsé y, en realidad, de la ropa en general, que expresa dos deseos opuestos: las prendas cubren el cuerpo, pero también lo ensalzan y lo exhiben. Por lo tanto, Kunzle observa que el «simbolismo sociocultural de acordonar el corsé y sus componentes rituales revelan su propósito esencialmente ambivalente de reforzar el tabú sexual oprimiendo objetivamente al cuerpo a la vez que rompen ese tabú realizando subjetivamente» (1982, págs. 2-3).

Sin embargo, aunque Steele y Kunzle están de acuerdo en la naturaleza erótica del corsé y arguyen que la lectura establecida de la mujer victoriana «pasiva», oprimida por sus ballenas se ha de revisar, cuando se trata de interpretar la evidencia del corsé, hay desacuerdo. Para Kunzle: «La historia del acordonamiento es parte de la historia por la lucha de la expresión sexual, hombre y mujer» (1982,, pág. 2). El autor prosigue con su análisis de las mujeres victorianas (y algunos hombres) que según él eran fetichistas de los cordones del corsé y lo usaban porque le gustaba la sensación de constricción que producía dicha prenda hasta el punto de excitarse sexualmente. Ve esta práctica sexualmente expresiva, incluso liberadora, especialmente para las mujeres, puesto que representa una alternativa a la feminidad asexual que dominaba en la cultura victoriana. Los enemigos de la expresión sexual para Kunzle eran aquellos reformadores de la indumentaria que condenaron el corsé basándose en la moralidad o en la salud, insistiendo en una ideología de feminidad vinculada al terreno doméstico. Prosigue diciendo que «las mujeres usaron su sexualidad y las formas sexuales de su vestido, como siempre han hecho, para salir de su posición como sujeto socio sexual. Y moralmente se convertían en cabeza de turco de sus sufrimientos» (1982, pág. 2).

Su argumento se basa en las pruebas extraídas de revistas como *Englishwoman's Domestic Magazine* (EDM) que, entre 1867 y 1874, publicaron una serie de artículos y cartas sobre la práctica de apretarse el corsé y se convirtieron en el centro debate entre los fetichistas de los cordones y sus detractores. También recurre mucho a los relatos personales de los diarios y de las entrevistas. Dichas fuentes afirman que las amantes del corsé podían apretárselo hasta dejarse cinturas can finas de 41, 38, 35,5, e incluso de hasta 33 centímetros y proclamaban los beneficios eróticos y sanitarios de dicha práctica. Además, las amantes del corsé solían hablar de los placeres eróticos de los tacones altos que

junto con el corsé fuertemente apretado podían, según Kunzle, inducir a sensaciones kinésicas placenteras de índole erótica. Además, el corsé por sí mismo podía desempeñar un complicado papel en el juego erótico:

[...] el estado de estar fuertemente encorsetada es una forma de tensión erótica y constituye *ipso facto* una necesidad o desahogo erótico, que puede ser deliberadamente controlado, prolongado o pospuesto. Para el hombre, el corsé representa un intrincado obstáculo erótico, cuya habilidad de sacarlo permitía todo tipo de juegos eróticos e indicaba experiencia amorosa. Para la mujer aflojarse el corsé significaba (promesa de) satisfacción sexual (Kunzle, 1982, pág 31).



Detalle de un anuncio de corsés que ilustra la ceñida cintura considerada estética a finales del siglo XIX. El corsé más que ninguna otra prenda de vestir ha estado sujeta a grandes críticas. Reproducido con el permiso de los fideicomisarios del Victoria and Albert Museum.

Según la definición de Kunzle del fetichismo como desviación de los sentimientos eróticos hacia una parte no genital del cuerpo, hacia una prenda de vestir asociada con una parte del mismo o hacia una prenda de vestir con el efecto que ésta produce en el cuerpo, para el autor, el fetichismo de acordonarse no es lo mismo que el del corsé. El fetichismo del corsé se centra en el propio objeto que se relaciona con ciertos poderes o propiedades del ser amado, como en el caso del amante que desata a la amada. La fetichista de los cordones puede que no esté interesada en el corsé per se, sino en las sensaciones producidas por el mismo cuando está fuertemente apretado y en la tensión erótica que se genera al llevarlo, como en el caso de la mujer para quien la satisfacción sexual procede de ser desatada por su amante o el del amante que se excita al ver el efecto que el corsé producen el cuerpo de su amada. Hay, por lo tanto, algo de masoquismo en el hecho de acordonarse y muchas de las cartas de la revista EDM son sadomasoquistas en cuanto a su alabanza de la tensión, constricción y dolor inducido por el acordonamiento. Algunas poseen una estructura narrativa común al relatar sus recuerdos de ser obligadas a llevar un apretado corsé por los padres estrictos o una profesora de internado. Tal como señala Steele (1996), las cartas de la revista EDM se centran en tres temas: la modificación extrema el cuerpo a raíz de llevar el corsé día y noche, un placer sadomasoquista en la dominación y la humillación y trasgresión en el vestir, pues algunos de los que escribían eran hombres a quienes les gustaba llevar corsés.

Steele (1985, 1996) está en desacuerdo con las afirmaciones de Kunzle de que los fetichistas de los cordones son individuos, sexual y socialmente liberados, así como las pruebas en las que basa su argumento. Sin embargo, la autora insiste en primer lugar en la necesidad de distinguir entre la corsetería ordinaria *de moda* tal como la practicaban la mayoría de las mujeres del siglo XIX y la práctica fetichista minoritaria de acordonarse: la mayor parte de los corsés llevaban ballenas dentro de los límites de la moda normal y corriente, sólo una minoría de corseteros tenía mayores demandas de corsés más pequeños. Además, las estadísticas a las que hace referencia Kunzle no son fiables. Las citadas cartas de la revista EDM probablemente exageraban las estadísticas del efecto erótico; medir los corsés que todavía existen hoy en día no sirve de mucho, puesto que no hay modo de saber hasta qué grado se apretaron. Los filántropos del siglo XIX recopilaban otras estadísticas de las corseterías, que eran las que se encargaban de medir a las mujeres para hacerles el corsé. Algunos corseteros han dicho que

cuanto más ceñido en el corsé, más se debía haber apretado. Aunque es imposible imaginar cinturas tan finas como de 41 centímetros, Steele insinúa que tales «cinturas son poco corrientes» y que ya «es hora desechar el mito de la cintura de 41 centímetros como representación de la mujer del siglo XIX» (1996, pág. 61). También añade que, aunque hubiera algunas amantes del corsé habituales, acordonarse también ha sido sólo una parte del espectro de lo que supone llevar corsé. Las adictas al corsé o los fetichistas de los cordones, arguye, eran escasos y no estaban relacionados entre ellos; por ende, no podemos hacer generalizaciones tomando como referencia esta pequeña minoría. Es imposible saber por los relatos de la revista EDM si había muchas mujeres que fueron fetichistas de los cordones. Aunque muchas de las cartas serán firmadas con nombres de mujer, eso no significa que realmente fueron escritas por mujeres, puesto que tal como acertadamente señala Steele (1985), en la literatura pornográfica es habitual atribuir historias sexuales a personajes femeninos. Esto no significa que no hubiera adictas victorianas al corsé, tal como dice Kunzle, pero la prueba que nos ofrece no es concluyente.

Aunque el corsé fue desapareciendo gradualmente la moda femenina a principios del siglo XX, ha conservado su poder como prenda erótica y todavía supone uno de los objetos fetichistas más significativos de nuestros días. Steele examina el corsé de los noventa y cita entrevistas con una serie de adictas al mismo. Una mujer, Cathie J., empezó a utilizarlo por el interés de su marido en los corsés; ella no experimenta ningún placer sexual por llevarlo, pero le «gusta a su marido» (1996, pág. 85). No obstante, ella se asegura de que no se produzca asociación alguna con la dominación. Otra entrevista con una mujer, Lauren, demuestra que parece ser una verdadera fetichista, se ata el corsé para ella misma, no para su compañero, y siente placer por las sensaciones que produce dicha prenda en su cuerpo y la forma que le da al mismo. Entre los hombres que usan corsé, Fakir Musafar ha alcanzado una considerable fama por las extraordinarias modificaciones de su cuerpo y es un entusiasta del corsé. Dice que los corsés son «muy eróticos» porque «potencian experiencias sexuales. [...] todos tus órganos internos y tus componentes sexuales están en posiciones distintas, contenciones distintas y así sucesivamente», lo cual, según él, hace que el sexo yendo encorsetado con una mujer también encorsetada sea especialmente erótico» (Musafar, en Steele, 1996, pág. 81).

Tal como demuestra el relato de Musafar, las propiedades físicas de la ropa y las sensaciones que produce en el cuerpo se pueden convertir en el

centro de la atención erótica y convertirse fetiches. Según Steele (1996), los fetiches tienden a caracterizarse por ser «olorosos» y «sensitivos». El látex y la piel son el centro de la atención erótica, en parte debido a su olor, que para los fetichistas es muy erótico. También son apreciados por su tacto duro y suave a un mismo tiempo, que permiten dibujar el contorno del cuerpo, a la vez que lo comprimen. A algunos fetichistas les gusta vestirse de arriba abajo con su material preferido y este deseo (como los amantes del corsé) puede significar que su fetiche sea una restricción que roza el sadomasoquismo. Sin embargo, tal como señala Steele, esta predilección por los materiales «duros» es relativamente reciente y ha llegado en parte a raíz de las modernas tecnologías que permiten la fabricación de las prendas de látex y de PVC. En el siglo XIX y principios del XX, las telas «suaves» o «femeninas», como las pieles, la sea, el satén y el terciopelo eran el centro de la atención erótica de los fetichistas. Leopold von Sacher-Masoch en su libro *la Venus de las pieles* cuenta la historia de un ama dominante que siempre llevaba pieles cuando dominaba y humillaba su amante. Sin embargo, a pesar de que Freud creyera que las pieles simbolizan el vello púbico y aunque posean cualidades de lujo, el fetichismo de las pieles no es muy común. En el siglo XIX, la seda y el satén eran los más comunes entre hombres y mujeres. El psicoanalista Wilhelm Stekel (1930) describió varios fetichismos asociados con las mujeres y descubrió que en algunos casos el fetichismo de la muñeca estaba relacionado con un fetichismo adulto hacia ciertos materiales. Resume tres casos de fetichistas de la seda o el satén, uno de los cuales fue publicado en el *journal de médecine* en 1914 y describe a una chica que se había educado en una familia de tejedores de seda, que descubre que acariciar dicha tela le produce una sensación de estremecimiento de placer sexual por todo el cuerpo. Su fetichismo la condujo a robar seda de las tiendas y fue arrestada y condenada en varias ocasiones; Stekel (1939) también observa la conexión entre el fetichismo femenino por ciertas telas y la cleptomanía.

Travestismo

Un terreno de fetichismo que parece casi exclusivamente masculino es el travestismo, que evidentemente muchas veces empieza con un fetichismo por la ropa interior femenina de seda y posteriormente evoluciona hasta el deseo de llevar todo un atuendo de mujer. La palabra “travestido” puede hacer referencia tan sólo “al acto de vestirse con ropa de otro sexo, es decir, cuando sexo adopta las prendas del otro” (Ackroyd, 1979, pág.

10). Sin embargo, las definiciones contemporáneas la hacen más específica; los sexólogos y psicólogos la ven como el acto de vestirse con la ropa del otro sexo acompañado de obsesiones fetichistas. Ackroyd, al hablar de los hombres que se visten de mujer, hacia una importante distinción entre el travesti y el transexual: el primero es fetichista y consigue placer llevando prendas del sexo opuesto, mientras que el segundo se aparta de esta etapa fetichista para adentrarse en una «forma amplia de “pasar” al sexo femenino y el deseo de convertirse en el sexo opuesto» (1979, pág. 14). No obstante, esta diferencia no es evidente en todas las obras: Stekel (1930), en su explicación sobre lo que es un “travestido”, describe el caso de una mujer que muestra un desagrado general por su propio sexo y un fuerte deseo de tener un cuerpo de hombre y se viste como tal; ella no experimenta ningún placer fetichista por llevar ropa masculina y, por esta razón, sería más adecuado describirla como una transexual que como una travestida. La diferencia entre travestismo y transexualismo es importante, puesto que parece que mientras los hombres pueden caer en una de estas categorías, hay muy pocas mujeres que encuentren placer sexual por llevar ropa de hombre, lo cual hace que la transexualidad sea más común entre las mujeres que el travestismo. Además, sería un error suponer que el hombre travestido comparte la aspiración transexual de ser mujer. Según Meter Ackroid (1979), éste puede dar pistas, conscientes o no, de su identidad masculina, aun cuando va vestido de mujer. Algunos travestis sienten la necesidad de «pasar» por mujer en público, pero muchos se sienten satisfechos sencillamente vistiéndose de mujer en su casa.

Mientras en la historia podemos ver transgresiones en el vestir por parte de ambos sexos (como hemos visto el capítulo anterior), las razones por las que las mujeres tienden a vestirse con ropa del sexo opuesto suelen ser de índole social, económico y político más que fetichista; hay algunos relatos de mujeres que se visten de hombre por placer sexual. Cuando vestirse de hombre está relacionado con el lesbianismo, la experiencia llevar ropa de hombre no es probable que sea sexual per se, sino que, tal como digo a continuación, se lleva para indicar la identidad sexual como lesbiana o por el deseo de burlarse de las convenciones del aspecto femenino y expresar su identificación con lo masculino. De acuerdo con Ackroyd (1979), la razón por la que las mujeres no obtienen placer al llevar ropa de hombre es porque ésta no es tan erótica. Esta explicación resulta bastante simplista y no explica el modo en que la ropa masculina ha sido erotizada. Históricamente la ropa de hombre había sido erótica,

como lo prueban las braguetas, y en los últimos años la ropa interior masculina se ha convertido en el centro de la atención erótica.

El travesti es también casi siempre heterosexual. Su interés fetichista en la ropa es explicado a veces en relación a su deseo, envidia o admiración por las mujeres, que le llevan a vestir como ella. Los travestis están abiertos a los placeres fetichistas de vestirse como una mujer. Sin embargo, Ackroyd (1979) señala que otros travestis no se sienten tan cómodos con el aspecto de su indumentaria y optan por restarle importancia. El fenómeno del travestismo se ha discutido mucho en la literatura psicológica y muchas teorías distintas intentan explicarlo. Stoller (1968), en su análisis, explica el travestismo haciendo referencia a la idea de la castración de Freud: un hombre vestido de mujer vuelve a promulgar la original creencia infantil en la mujer fálica y subconscientemente intenta resolver o calmar sus temores de castración.

La lencería y el erotismo

La lencería es otro aspecto evidente del vestir que se ha vinculado con la sexualidad, aunque también cumple muchas otras funciones. La lencería tal como hoy la conocemos no se empezó a llevar hasta el siglo XIX. Según observaron Willet y Cunningham: «La ropa interior ha tenido - y todavía tiene- un importante interés “psicológico”» (1992, pág. 11), y sugieren que para considerar esta dimensión hemos de observar los significados de la lencería dentro de su propia época. Esto es útil a tener en cuenta, puesto que el desarrollo de la ropa interior en el sentido moderno «fue una importante etapa histórica en la evolución del erotismo del vestir» (Steele, 1996, pág. 116). La primera lencería que se llevó en el período medieval eran sencillos trajes lisos que se usaban para proteger al cuerpo del contacto con las telas rígidas e incómodas. A este respecto, «su función era puramente utilitaria» más que erótica (Willet y Cunningham, 1992, pág. 21). Las mujeres de élite llevaron corsé a partir del siglo XV y, aunque a simple vista la reducida cintura de la mujer isabelina pueda parecer que está vinculada con la atracción sexual, dicho estilo está más relacionado con la posición social que con el erotismo. Tal como demuestra Foucault (1979), durante el siglo XIX la sexualidad se convirtió en el centro de un inmenso interés dentro de toda una gama de discursos, hecho que contradice la visión general de que la era victoriana fue un tiempo de represión sexual. Sin embargo, las victorianas hacían alarde, aunque a veces muy exagerado, de una actitud «mojigata» hacia el cuerpo y la sexualidad que halló su expresión en las

capas de ropa que llevaban. Mientras la mujer moderna de principios del siglo XIX había llevado poca ropa bajo su diáfana camisa, hacia finales del siglo el cuerpo femenino quedó oculto tras una compleja combinación de camisola, corsé, medias y enaguas. No obstante, cuando el cuerpo quedó oculto bajo capas de ropa cada vez más rígidas, la atención erótica se trasladó a «sus recubrimientos, que se convirtieron en un asunto de preocupación furtiva» y una vez más se asociaron con las partes ocultas del cuerpo. La ropa interior comenzó aquí connotaciones eróticas y se convirtió en el centro del interés sexual (Willet y Cunningham, 1992, pág. 11). Esto se pone de manifiesto al examinar las actitudes hacia las mujeres en calzas. A principios y mediados del periodo victoriano, el tabú de las mujeres con prendas bifurcadas se extendió a las calzas o pantalones que, aunque los llevaban los hombres, eran considerados indecentes en la mujer, que no los llevó hasta finales del siglo XIX; la modestia exigía que se llevara algún recubrimiento bajo la jaula de crinolina (que el viento fácilmente podía levantar hasta por encima de la cabeza). Sin embargo, mientras, tal como observa Steele: «Algunos hombres se quejaban de que la oportunidad de mirar los genitales femeninos disminuyó cuando las mujeres adoptaron las calzas, nació un nuevo voyeurismo dirigido a las propias calzas» (1996, pág. 120).

El periodo victoriano tardío y eduardiano temprano de la *belle époque* a veces se distingue como la era en la que la lencería femenina se volvió aún más elaborada y sexualmente codificada. Hacia finales del siglo XIX, el frufú de las cinco enaguas estaba repleto de carga erótica, al igual que los pantalones de encaje que llevaban las mujeres. De hecho, el atractivo erótico de los pantalones y de las enaguas fue el origen del popular can-can, donde las piernas de las bailarinas lanzando patadas en el aire revelaban metros de encaje (Steele, 1996). Durante este periodo de erotización del secreto, las capas ocultas del cuerpo alcanzaron nuevas cimas; además se introdujeron nuevas formas de ardidés eróticos, desde la perforación de los pezones hasta los cosméticos, para ensalzar la sexualidad del cuerpo. Sennett observa cómo “la laceración de los senos, el uso de lencería que emita sonido y algunas formas de maquillaje significaba que la atracción sensual procedía de preparativos ocultos por la ropa. [...] Nadie ve los anillos a menos que se vea a la mujer desnuda, las enaguas se pueden oír pero no se pueden ver” (1977, pág. 189). Mientras la «moda» de perforar los pezones (al igual que los genitales) siguió siendo *underground*, hacia finales de siglo se empezaron a comercializar los cosméticos y el perfume, aunque las mujeres

«respetables» tenían que usarlos con discreción para no ser tomadas por prostitutas.

Cuando se considera la proximidad al cuerpo, no es de extrañar que la ropa interior sea el centro de un gran interés erótico. Es la última parada antes de revelar el cuerpo desnudo, una «posición intermedia» entre el cuerpo vestido y desnudo que sirve para infundir una mayor carga erótica al proceso de desnudarse (Steele, 1996, pág. 116). La ropa interior juega, pues, un papel esencial en muchas experiencias sexuales. Es importante en el juego sexual y, además, se puede convertir en el centro de la obsesión masculina, y a raíz de ello también se presta al fetichismo como la prenda que está más en contacto con el cuerpo del amado y como la que evoca las partes más apreciadas del mismo.

Al igual que fetichismo, la lencería como prenda exterior se ha puesto de moda recientemente, así como sus asociaciones con el fetichismo, puesto que la ropa interior es un aspecto del vestir que suele distinguirse y convertirse en fetiche. La lencería moderna ha reducido su tamaño, pero el atractivo erótico de ciertas prendas interiores no ha disminuido y los artículos eróticos y pornográficos a menudo recurren a los aspectos más complicados de la lencería femenina para conseguir el efecto deseado. Las medias, las ligas, los ligeros, los sujetadores y las bragas siguen desempeñando su función en la excitación sexual, aunque hay una considerable diferencia entre las mujeres (y sus amantes) a quienes les gustan los sujetadores, las bragas o ligeros y medias transparentes y los fetichistas cuya obsesión es la lencería y está separada del cuerpo del amado. Algunos casos extremos de fetichismo presentan tal interés obsesivo en la ropa interior que a algunas mujeres les han robado su lencería (Steele, 1996). Las medias y los ligeros están muy presentes en la literatura erótica y pornográfica y han adquirido una serie de asociaciones que están casi siempre cargadas de erotismo, aunque la inmensa mayoría de mujeres habitualmente lleven pantis o leotardos (esto puede explicar parcialmente el atractivo que tienen las medias en la pornografía actual). El erotismo de la media procede también de lo que es revelado y lo que es ocultado. Tal como observa Steele (1996), el ligero alrededor de las caderas enmarca el área genital, mientras que el borde de la media lleva la atención hacia la parte superior de los muslos. El contraste entre el tejido de gasa y la carne es más tentador cuando hay un grado de diferencia de color: la autora dice que el negro es el color más erótico para la mujer blanca, mientras que el rojo y el blanco lo son para la negra, puesto que tienen el mismo efecto de marcar la frontera entre la ropa y la piel. A veces estos contrastes se utilizan en los sujetadores: el

sujetador negro tiene un contraste tonal más marcado sobre la piel blanca, el rojo o el blanco sobre la piel negra. El sujetador, que ahora es una prenda común en el guardarropa femenino, es un invento moderno. Los senos a los que se les había dado forma con el corsé de ballenas, consiguieron hace relativamente poco tener su propia prenda, «aproximadamente alrededor de 1908, más por accidente que por diseño» (Hawthorne, 1992, pág. 24). Según Hawthorne, muchos diseñadores de moda contemporáneos reivindican haberlo «inventado», incluyendo el diseñador Paul Poiret. El director de cine Howard Hughes, también industrial que hizo una importante contribución a la ingeniería aeronáutica, diseñó el famoso sujetador de Jane Russel en *The Outlaw* (1943) y a veces se considera el inventor del sujetador tal como lo conocemos. Al igual que con toda la ropa, el sujetador actúa en el cuerpo para transformarlo: según la forma de la copa y el uso de aros, el sujetador puede alterar espectacularmente la forma del busto, que a su vez se transforma según la moda del momento. El sujetador alcanzó su cima (tanto literal, como metafóricamente) a finales de los cuarenta y en los años cincuenta, cuando, tras la aparición de Russel con su senos en punta, la forma cónica del sujetador fomentó el estilo de la “chica del suéter” de actrices de Hollywood como Lara Turner. Durante los años sesenta se hizo popular el estilo de pecho plano; en lugar de proyectar los senos hacia delante, el sujetador estaba diseñado para aplanarlos.

¿Qué hay de la ropa interior masculina? Willet y Cunningham dicen que «el hombre nunca usó ropa interior provocativa; su prosa sencilla ha contrastado claramente con los poéticos adornos llevados por la mujer» (1992, pág. 16). Esta afirmación no es del todo cierta, puesto que la ropa interior masculina ha sido una característica del interés homosexual durante gran parte del siglo XX; las camisetas blancas, por ejemplo, están especialmente erotizadas en la iconografía gay. Además, aunque la ropa interior masculina no haya contenido la misma carga erótica que la de las mujeres dentro de la principal cultura heterosexual, recientemente ha habido un cierto aumento de imágenes de hombres como objetos sexuales. Un nuevo hombre «narcisista» cuyo cuerpo se ha convertido en objeto de la mirada erótica apareció en los años ochenta. El ejemplo más famoso es el de la campaña de anuncios de Calvin Klein en 1982, donde se mostraban hombres bronceados y con buena musculatura con ceñidos calzoncillos blancos y *boxers* (el anuncio más grande en valla publicitaria se puso nada menos que en la plaza Times Square de Nueva York). Aunque el atractivo erótico de los calzoncillos de algodón blancos para hombres todavía persiste, el mercado se ha abierto considerablemente y

ya se puede comprar calzoncillos de una serie materiales, del látex, piel y PVC. Esto parece sugerir que existe mayor interés en los cuerpos masculinos y la ropa interior de hombre ya está permitida.

El adorno y la identidad sexual

Los cuerpos no sólo se pueden adornar con ropa, sino también con cosméticos, joyas, tatuajes, pañuelos de cuello, perfume, y estos adornos también pueden convertirse en el centro de la atención. El tatuaje, la escarificación y el *piercing* son algunas de las formas más antiguas de adornar el cuerpo y en un principio estaban muy relacionadas con los rituales religiosos y ritos de paso en muchas culturas diferentes. En Occidente, estas modificaciones corporales como los anillos en la nariz, en el ombligo y los tatuajes están en boga dentro del mundo de la moda y han perdido sus asociaciones con los rituales sagrados, aunque el *piercing* y los tatuajes tienen una historia más larga. Sennett (1977) observa como en la década de 1890 hubo una «moda pasajera» de perforar los pezones de las mujeres. La práctica estaba, y hasta cierto punto todavía está, relegada a las subculturas gay, sadomasoquista y fetichista, aunque últimamente ha ganado cierta aceptación en la corriente cultural principal. La perforación de los genitales es una práctica más marginal, aunque ahora se habla más de ella en los medios que antes. Parte del atractivo de dicha práctica para sus defensores procede el propio dolor de perforarse que, para los sadomasoquistas, es experimentado como sexualmente agradable. Sin embargo, una vez se han curado las heridas, sus adictos dicen que aumenta el placer sexual, intensifica la excitación y el orgasmo, a la vez que propicia una serie de juegos de dominación sadomasoquista. Estas prácticas fetichistas «extremas» están relacionadas con las subculturas sexuales, como la de los pervertidos, donde, tal como expone Polhemus: «Existe un serio compromiso por explorar una nueva sexualidad, una sexualidad que busca sustituir lo informal, la promiscuidad de “tu casa o la mía” de la revolución sexual de los sesenta con un enfoque basado más en la relación y el ritual (incluso en la espiritualidad)» (1994, pág. 105). Polhemus arguye que en los últimos años, los *perve* han servido para redefinir y ampliar «el significado del sexo en si mismo» (1994, pág. 105). En un mundo que todavía está haciendo las paces con los efectos del sida, semejante exploración de la sexualidad mediante el adorno ha adquirido una mayor visibilidad y aceptación en el ámbito de los clubes londinenses y ha aumentado el interés en las prácticas fetichistas: la

revista *Skin Two* y clubes nocturnos especiales como *Submission* y el *Torture Garden* han proliferado considerablemente en los años noventa, atrayendo mucho la atención de los medios. Esta popularidad, dice Polhemus, no ha de sorprendernos, «el sida, los asuntos relacionados con el género y la mayor conciencia de las deficiencias de la última “revolución sexual” de los sesenta señalan la necesidad de un nuevo enfoque de la experiencia erótica y sexual» (1994, pág. 105).

La indumentaria puede desempeñar un papel importante en la expresión de las sexualidades marginales y los de otro modo deseos «secretos». Los gays han utilizado durante mucho tiempo la ropa y otras formas de adornos corporales para indicar su homosexualidad a los otros gays. La iconografía de la masculinidad mediante ciertos uniformes son los dos ejemplos más obvios. Este tema del vestir y la expresión de la identidad sexual es analizado por Rolley (1992) es su examen de la indumentaria en las relaciones entre lesbianas. La autora observa cómo las «familiares corbatas», en general, suelen ser visibles a través del traje y del uniforme que «sirven para distinguir a sus portadoras del resto de la sociedad y para vincularlas en un cuerpo unificado» (1992, pág. 33). En este aspecto, «la pareja lesbiana que vestía de igual modo hacía hincapié tanto en su especial intimidad como en su diferencia frente al resto de la sociedad». En algunos casos esta relación se manifiesta mediante la similitud, pues visten como si fueran hermanas gemelas, pero Rolley opina que esto es más para reprimir que para expresar la naturaleza física de la relación. Sin embargo, cuando, como en la relación entre Vita Sackville-West y Violet Trefusis, una de las mujeres elige vestir de forma «masculina», «cumple la doble función de definir la relación de la pareja de mujeres y también de la intrusión de un hombre» (1992, pág. 34). Por ende, para la pareja lesbiana, la ropa facilita la expresión del «cuerpo lesbiano masculino» y sus deseos. Las prendas masculinas también desempeñan su función al expresar la diferencia dentro de la relación lesbiana, que es una réplica de la diferencia que encontramos en la relación heterosexual. La ropa juega, pues, un papel esencial en expresar las identidades sexuales, que de lo contrario, no se podrían percibir. Ésta es la razón por la que la indumentaria y los adornos han sido tan importantes para los gays y lesbianas. Los estilos comúnmente reconocidos de «hombre» y «mujer» dentro de la comunidad lesbiana juega con códigos que hacen visibles las orientaciones sexuales: «¿De qué otro modo podría reconocerse que una mujer es lesbiana sino es a través de su cuerpo, su ropa y el diálogo entre ambos?» (1992, pág. 38).

Al analizar los vínculos entre el adorno y la sexualidad, esta disertación se ha centrado en las expresiones «espectaculares», del fetichismo y el travestismo, que, aunque quizá sean extremas en su forma de manifestar la sexualidad, su propia marginalidad aparentemente las ha apartado del ámbito de la gente «ordinaria». Sin embargo, tal como arguye Steele (1985), debido a su estrecha relación con el cuerpo, toda prenda de vestir está relacionada de algún modo con el erotismo o al menos tiene el potencial de contener una carga erótica. Por consiguiente, no es sólo en los ejemplos espectaculares extremos donde hallamos las conexiones entre el cuerpo, el adorno y el erotismo, sino en los aspectos ordinarios y cotidianos del vestir que es probable que estén relacionados con los ideales de belleza en diferentes momentos. Puesto que la indumentaria y los adornos con frecuencia indican una gran preocupación por la estética, están vinculados con el erotismo. Además, tal como he dicho antes, la práctica más «mundana» de vestirse para ir a trabajar, especialmente la del poder en el vestir, ilustra el grado en el que el cuerpo y la vestimenta, especialmente en las mujeres, están infundidos de significado sexual. La ropa y los adornos pueden estar vinculados a expresiones de sexualidad, desde los placeres eróticos que generan en el cuerpo hasta el modo en el que pueden expresar la identidad y la orientación sexual. Tal como hemos visto al comienzo de este capítulo, la indumentaria puede «añadir» significados sexuales al cuerpo, que de lo contrario no serían tan evidentes. Según el contexto y el individuo, la ropa y los adornos pueden desempeñar una importante función en la expresión de la sexualidad y del deseo, forman parte de un complejo ritual de seducción sexual. Las personas pueden utilizar prendas estratégicamente con fines sexuales, y donde es más evidente es en la indumentaria de las mujeres de la calle o prostitutas cuya ropa y conducta están sexualmente codificadas. Sin embargo, dichos códigos se pueden utilizar en otros tipos de encuentros sexuales, al igual que se pueden emplear en el sexo comercial.

CAPÍTULO

7

La industria de la moda

INTRODUCCIÓN

Si, tal como dice Leopold (1992, pág. 101), la moda es un sujeto «híbrido», cualquier análisis de la misma deberá tener en cuenta vanos agentes, instituciones y prácticas que formen intersecciones para producirla. Es una industria con relaciones particulares de producción y consumo y un terreno discursivo sobre temas como la identidad, el género y la sexualidad. Tras haber hablado sobre los últimos temas en capítulos anteriores, ahora me centraré en el hecho de que la moda es una *industria* de gran trascendencia económica, medioambiental y cultural. La moda ha sido importante en el desarrollo industrial y económico de una serie de países como Gran Bretaña, donde el desarrollo de la industria textil puso en marcha la Revolución industrial. Sin embargo, la moda también ha desempeñado un papel relevante en las relaciones globales entre las naciones. La expansión del capitalismo en los siglos XVIII y XIX dependió de la explotación de los recursos en las naciones en vías de desarrollo, cuyos efectos fueron devastadores sobre las poblaciones indígenas y el entorno. La expansión del capitalismo de «mercado-libre» ha supuesto una búsqueda continua para un mayor provecho de los fabricantes de la industria textil y

de la confección, que depende de buscar y explotar la mano de obra más barata en los países en vía de desarrollo, así como a la población indígena inmigrante. La historia de la industria de la moda es, por consiguiente, ver gonzosa. La producción de moda se ha alimentado del trabajo de los obreros más vulnerables, mujeres de clase trabajadora, niños y nuevas poblaciones de inmigrantes. En el siglo XX, la clase, el género y la raza se han vuelto tan interconectadas que es imposible relatar una historia de la confección que no tenga en cuenta el modo en que estos factores se entrecruzan para hacer que dicha industria sea una de las más pobres en lo que respecta a sueldos y condiciones. Al tener presente esta historia, se abre una gran disparidad entre la moda como libertad de expresión, el ludismo y el ocio, y la moda como un sistema opresivo de producción. En lo que a esto respecta, el cuerpo del portador contrasta fuertemente con el de la trabajadora que es casi invariablemente incapaz de poder comprar las prendas que fabrica. Para mantener el *glamour*, las firmas de moda se han de distanciar de algunas prácticas laborales muy opresivas y oscuras. Esto se ha conseguido con un éxito relativo: en los últimos años, algunas multinacionales han sido denunciadas por su explotación de mujeres y niños en el extranjero.

Sin embargo, tal como dicen Fine y Leopold (1993), las obras sobre la producción no suelen estar relacionadas con las del consumo y a la inversa. En la literatura de la moda hay una tendencia a favorecer la producción o el consumo y a ver la una o la otra como el principal agente determinante de la moda. Esto ha supuesto que, mientras los economistas, historiadores y sociólogos del trabajo y de la producción contemplan el desarrollo económico, industrial y tecnológico de la moda, los estudios culturales y gran parte de la sociología cultural se centran en la moda como texto y discurso. Sin embargo, la división es falsa, puesto que ni la producción ni el consumo actúan independientemente el uno del otro. Antes de que la producción se pueda traducir en consumo, se han de generar unos ingresos, crear unos hábitos y comercializar productos; la producción está muy vinculada con el consumo, pero las prácticas de consumo por sí solas no determinan por completo las relaciones de producción. Según Fine y Leopold: «Estas cadenas en el vínculo entre la producción y el consumo confirman los problemas de definir un único modelo, ya sea para la dependencia o el consumo de la producción» (1993, pág. 72). Hay diferentes imperativos que

organizan la producción y el consumo de los distintos conjuntos de artículos, comida, techo, indumentaria que conducen a Fine y Leopold a argüir en favor de un «enfoque de sistemas de provisión», que se centra en el modo en que los patrones de producción y consumo tienen puntos en común en cualquier mercado. Braham alega algo similar cuando dice: «Es mucho más apremiante intentar considerar la moda en términos de sus aspectos culturales y económicos que tratar con uno de los dos aspectos, aunque se ha de reconocer que este enfoque no encaja bien dentro de las fronteras disciplinarias establecidas» (1997, pág. 133).

En este capítulo examinaré la literatura sobre la moda como sistema (más correctamente, sistemas) para la producción de ropa, sin olvidar la tendencia dentro de la misma a separar la producción y el consumo. Empiezo con una disertación sobre la historia de la industria textil y la confección en términos de desarrollos tecnológicos y de la organización y explotación del trabajador y luego pasaré a analizar las recientes investigaciones sobre la industria de la moda contemporánea que demuestra cómo la producción de moda sigue estando organizada según explotación de clase, raza y sexo. Sin embargo, la producción sólo es una parte de la historia de la moda y, si se ve como inextricablemente unida al consumo, se ha de prestar atención a los agentes que proporcionan el vínculo esencial entre ambos. Tal como expone Fine y Leopold, la provisión de actividades dentro de las industrias de la moda «debe tanto a la aparición de agentes que median el suministro y la demanda (como las redes de distribución de la industria de la moda) como al desarrollo de ciertos conjuntos de fuerzas por sí mismo» (1993, págs. 95-96). El «intermediario» surgió por primera vez en la década de 1880, como suministrador de materia prima a la pequeña industria mediante contrato; alrededor de la Primera Guerra Mundial el «intermediario» o el almacén desempeñó un papel importante en Estados Unidos en definir el atuendo de la mujer. En la actualidad muchos intermediarios culturales desempeñan una función esencial en la definición de la moda, los diseñadores de moda, los periodistas y los editores de las revistas, los compradores y minoristas, por mencionar unos pocos. La industria de la moda siempre se ha asociado con el *glamour* el trabajo de los periodistas; fotógrafos y modelos son importantes en el proceso de definir la moda. En un mundo saturado de imágenes, la imagen de una firma de moda o de una etiqueta se ha de elaborar cuidadosamente a través de una serie de lugares económicos y culturales —publicidad, marketing, revistas, diseño de tienda—. El papel de estos agentes se ha de considerar bajo un enfoque de «sistemas de provisión».

Las complejas interacciones entre estos distintos agentes e instituciones de moda se han de examinar en términos de sus relaciones temporales y espaciales entre ellos. El tiempo es esencial para algunos mercados (el del *prêt-à-porter* femenino, por ejemplo) y para otros no. El espacio, concretamente el espacio minorista, no sólo es importante para las relaciones sociales de la moda, sino también para el fabricante de la imagen de moda de una corporación, de modo que este capítulo concluirá explorando la naturaleza de las ubicaciones espaciales de la moda: los mercados, tiendas, grandes almacenes y centros comerciales.

DESARROLLO HISTÓRICO DE LA INDUSTRIA DE LA MODA

Gran Bretaña fue la primera nación en industrializarse y la producción textil, especialmente el algodón, fue el motor que impulsaba este desarrollo. El algodón se había puesto de moda ya en el siglo XVIII como una tela versátil para la ropa del hogar y posteriormente como tela para vestidos (Wilson, 1985). La industria del algodón británica creció exponencialmente en el siglo XIX y Gran Bretaña se convirtió en un gran consumidor de los recursos naturales de sus colonias en el subcontinente indio, destruyendo de ese modo el mercado indígena. Chhacchi (1984) arguye que los británicos condujeron a la ruina a la artesanía y los telares tradicionales de la India y convirtieron a uno de los países textiles más antiguos del mundo en importador de tejidos de Inglaterra.

La misma industria que derrochaba recursos en el extranjero dependía de la explotación extensiva de los trabajadores en su tierra natal. Las imágenes de molinos peligrosos y ruidosos y talleres antihigiénicos y saturados de gente han pasado a representar uno de los aspectos característicos de la producción durante la Revolución industrial en Gran Bretaña en el siglo XIX. Tal como expone Howard:

La industria de la indumentaria ha estado siempre contaminada por una nociva criatura conocida como el taller explotador [*sweatshop*]. La palabra conjura imágenes de lugares sofocantes y oscuros desvanes hacinados de mujeres y niños trabajando sin parar durante la noche por salarios que escasamente les llegan para comer. [...] Es la peculiar naturaleza de esta industria, cuyas condiciones pueden verse hoy en día más o menos tal como eran hace cien años (1997, pág. 151).

Howard cita al economista John R. Commons, que en 1901 dio la siguiente definición:

El término «sudar» o «sistema del sudor» en un principio denotaba un sistema de subcontratas en el que el trabajo se daba a contratistas para que éste se hiciera en pequeños talleres u hogares. [...] El sistema del sudor contrasta con el «sistema de la fábrica», donde el fabricante emplea a sus propios trabajadores, bajo la administración de su propio supervisor o superintendente, en su propio edificio (1997, pág. 152).

La razón para el desarrollo de esta cadena de subcontratación reside en la «peculiar naturaleza» de la moda, según Howard. Más que la mayoría de los productos culturales, la confección, especialmente para mujeres, es muy impredecible: los cambios de temporada y el movimiento de la moda significan que la fabricación de ropa femenina es muy arriesgada (tal como veremos con más detenimiento a continuación). Ningún comerciante quiere quedarse con prendas que no puede cambiar y así «la industria ha hecho frente históricamente a esta im-previsibilidad trasladando el riesgo hacia abajo en la cadena de producción: del minorista al fabricante, de este último al contratista luego al subcontratista y por último al hogar del trabajador» (Howard, 1997, pág. 15).

Los resultados de esta feroz competitividad en la subcontrata son salarios bajos y malas condiciones para los que se encuentran al final de la cadena, las mujeres que cosen la tela y unen las piezas. La existencia de este tipo de talleres hoy en día muestra lo incompleto que ha sido el proceso de la industrialización dentro del sector textil y la industria de la confección. Si, tal como se pensaba, en el siglo XIX y a principios del XX, la tecnología es progreso, se debería esperar que los nuevos inventos para el hilado, el corte y la costura de la ropa hubieran aportado mejoras a los trabajadores del sector. Como mucho, dicha tecnología puede acelerar el proceso de la confección de prendas. Sin embargo, en comparación con otras industrias, la fabricación de ropa está mucho menos mecanizada y los avances tecnológicos no han eliminado la unidad básica de producción, la mujer en la máquina de coser.

UNA INDUSTRIA IMPERFECTA

La historia de la industrialización dentro de la industria de la confección y del sector textil está inevitablemente vinculada con la explotación colonial en el extranjero, así como con la explotación en el propio país. Los patrones de relaciones industriales basados en la desigualdad establecida en el siglo xix se reproducen en las industrias actuales textiles y de la confección. Poner al descubierto la industria de la moda, según Phizacklea (1990), es poner al descubierto las interconexiones entre clase,

género, raza y etnia, conexiones que tienen raíces históricas. Estos patrones tienen su origen en los tiempos preindustriales: en su análisis de las relaciones de género en la industria textil y de la indumentaria, Lown y Chenut dicen que «en la creación del proceso de cambio industrial y tecnológico había muchos conceptos implícitos respecto a la conducta de género apropiada de las mujeres trabajadoras y muchos temores sobre las implicaciones de cualquier cambio en los patrones familiares de los roles de género» (1984, pág. 25). Los autores examinan la estructura de la producción textil predominante en la Inglaterra preindustrial dentro del sistema de la casa de campo (también conocido como el sistema de «subcontratación»), según el cual la producción de lana estaba organizada por el cabeza de familia de la casa, el marido o el padre: los comerciantes distribuían la lana al hombre de la casa, responsable de supervisar el hilado que realizaban las mujeres y los niños. Tejer era una tarea que solían hacer los hombres y adquirió más categoría que la del hilado. Aunque había algunas tejedoras, en el siglo XVIII fueron gradualmente sustituidas por tejedores que, cada vez más inseguros de su posición, crearon gremios para excluir a las mujeres y a los niños. Con la llegada de la mecanización para la producción de telas (los telares de seda fueron los primeros en ser mecanizados, seguidos en 1718 por el primer molino de agua en Derby y posteriormente por las máquinas de vapor), la producción se trasladó del hogar a las fábricas. Bajo el sistema de la fábrica, los roles de género existentes se reprodujeron: las mujeres y los niños eran empleados para hacer funcionar los telares eléctricos y los hombres supervisaban. Esta división del trabajo era también una división de salarios y de posición social puesto que los hombres ganaban más que las mujeres, que, por lo general, cobraban por pieza producida (es decir, por la cantidad de hilo producida). La industrialización reproducía, pues, las características relaciones de género desiguales de la época preindustrial, así como la división de géneros entre «cualificada» y «no cualificada»: las tareas típicas de los hombres recibían la categoría superior de «cualificadas», mientras que no sucedía lo mismo con las de las mujeres. Aunque estas divisiones nada tengan de «naturales», las ideas respecto a las capacidades «naturales» de hombres y mujeres se utilizaron para apoyar estos argumentos. Según Elson (1984), abundan los mitos sobre las mujeres en la industria textil y de la confección: por ejemplo, las mujeres no tienen una capacidad técnica, tienen «dedos ágiles», no necesitan ganar tanto como los hombres puesto que dependen de ellos. Elson también dice que tales mitos todavía persisten en el mundo en vías de desarrollo que venden estas ideas sobre su mercado laboral femenino a fin de atraer a compañías multinacionales para que inviertan en sus países. La autora indaga cómo estos mitos se afianzan en suposiciones sobre las habilidades masculinas

y femeninas. Las habilidades femeninas se contemplan como que «sencillamente suceden»; son «naturales» y, por consiguiente, carecen de verdadero arte o técnica, puesto que, tal como expone Phizacklea (1990), la adquisición de una habilidad está ubicada en el terreno doméstico y muy lejos de la vista y, por consiguiente, del reconocimiento. Por eso, dicen Chapkis y Enloe (1984), en lugar de ser «barato», el trabajo femenino es *abaratado* por las actitudes culturales que no saben reconocerlo o concederle su verdadera posición y recompensa.

Las nuevas tecnologías textiles que se desarrollaron durante el siglo XIX no elevaron estas condiciones, puesto que la tecnología por sí sola no produce un cambio natural. La predicción de Marx de que el uso de la máquina de coser, junto con otras fuerzas del progreso, acabaría con «los criminales caprichos sin sentido de la moda» no se ha producido (Fine y Leopold, 1993, pág. 100). La máquina de coser ha seguido siendo el principal instrumento tecnológico en la producción de ropa en el siglo XX y esta dinámica hace que dicha producción sea contraria a otras formas de producción en masa, por ejemplo, la industria del automóvil. En lugar de que la maquinaria a gran escala haya ido sustituyendo paulatinamente a los trabajadores individuales, el trabajador individual en su máquina sigue siendo el puntal de la industria de la confección, aunque la relación se haya vuelto cada vez más automatizada. Mientras la máquina de coser fomentaba la producción de las fábricas y aumentaba la velocidad en que se hacían las prendas, «también sirvió para reforzar más que para hundir la base artesanal de la producción» (1993, pág. 102). Según Fine y Leopold, hacia 1882 los modistos con gran habilidad utilizaban unos sesenta y ocho puntos diferentes. La máquina de coser posiblemente fue diseñada para ser un instrumento para ahorrar trabajo, pero también sirvió para ensalzar lo que se esperaba de un vestido, de modo que los fabricantes de ropa estaban bajo la presión de fabricar prendas cada vez más sofisticadas. Sin embargo, hubo un movimiento paralelo hacia la reducción de habilidades: las tareas de costura se vieron limitadas con la invención de la máquina para hacer ojales. Por lo tanto, Fine y Leopold dicen que, aunque estos inventos aceleraron el ritmo de las tareas de sastrería, no aumentaron el número de prendas que se podían realizar simultáneamente. Una excepción temprana a este hecho fue la introducción en la década de 1870 de una máquina de vapor para cortar, que podía cortar hasta veinticuatro capas de tela al mismo tiempo.

Las nuevas tecnologías se adaptan para encajar en la cultura, en lugar de aportar un cambio, como algunas personas esperan. Los mitos existentes

sobre el género forman parte del cálculo de las fábricas respecto a qué maquinaria emplear y a qué trabajador irá destinada. Según Lown y Chenut (1984), en el siglo XIX la compañía textil Courtaulds diseñó deliberadamente maquinaria que pudiera ser manipulada por jóvenes manos femeninas y buscó mano de obra femenina en áreas donde la pobreza era muy alta. Escogieron Halstead, en Essex, porque era una zona agrícola deprimida que había sufrido mucho no sólo a raíz de la industrialización, sino por el traslado del negocio de la lana a Lan-cashire. Esto proporcionó a Courtaulds una mano de obra hecha a medida para la explotación.

Lown y Chenut también examinan las similitudes y diferencias entre la producción textil en Francia, Estados Unidos y la India. Por ejemplo, en Estados Unidos en el siglo XIX las mujeres jóvenes de las comunidades rurales formaron el grueso de los trabajadores del sector textil. Trasladas desde el campo a las fábricas de las ciudades, se esperaba que estas muchachas y jóvenes enviaran a sus hogares una gran parte de su salario. Posteriormente en el mismo siglo se explotó a los inmigrantes procedentes de Europa del Este. Tal como observa Howard: «Entre 1880 y 1900, más de tres millones de inmigrantes europeos llegaron a nuestras ciudades; los judíos huían de los *pogroms* de Rusia, los italianos y eslavos y otros trabajadores [...] desesperados por encontrar trabajo casi por cualquier salario» (1997, pág. 152). Como puerta de entrada principal hacia el «Nuevo Mundo», Nueva York recibía este flujo constante de inmigrantes y pronto creó un gran centro de producción textil. En la actualidad este patrón continúa con las mujeres inmigrantes pobres de Sudamérica, que suponen la gran mayoría de la industria de la confección en Estados Unidos. Cada nueva ola de inmigración proporciona un nuevo grupo de trabajadoras vulnerables listas para ser explotadas.

GÉNERO, CLASE Y RELACIONES ÉTNICAS EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

Como hemos visto antes, la desigualdad en el sector textil y de la confección no sólo abarca la clase y el género, sino también el eje racial y de la etnia. Tal como observan Chapkis y Enloe (1984) y Phiza-cklea (1990), en un momento dado los blancos favoritos para el reclutamiento de las industrias textiles tienden a ser mujeres procedentes de agrupaciones étnicas concretas. De este modo el racismo y el etno-centrismo actúan de forma global a medida que las compañías occidentales legitiman su implantación en los países del hemisferio sur, bajo el pretexto de que las mujeres asiáticas están dispuestas a trabajar durante más horas y que son

más aptas para realizar un trabajo repetitivo. A las mujeres de los países desarrollados se las incita a culpar a las mujeres de los países en vías de desarrollo, sobre todo a las latinoamericanas y asiáticas, por sus bajos salarios y malas condiciones laborales. Según Chapkis y Enloe: «Las mujeres del Tercer Mundo —así reza la explicación racista y sexista— están "dispuestas por naturaleza" a trabajar por menos y son "tolerantes por naturaleza" ante las condiciones laborales más duras» (1984, pág. 3).

El vínculo entre la etnia y el sexismo es complejo: según Enloe (1984), cuando los grupos étnicos están organizados en jerarquías, las mujeres tienden a ser relegadas a los peores trabajos. Esto lo confirma Phizacklea (1990), que analiza las incorrecciones entre clase, género, raza y etnicidad en la industria textil y de la confección de toda Europa. Describe cómo el sistema de subcontratas adopta distintas formas según los países: en Alemania, por ejemplo, los minoristas, centros comerciales y empresas de venta por correo suelen subcontratar a fabricantes asiáticos, mientras que en Gran Bretaña suelen ser los empresarios nacionales los que coordinan la producción de prendas de series limitadas. Estas firmas británicas están principalmente dirigidas por una minoría étnica masculina al final de la feroz cadena de subcontratación. La cadena puede suponer hasta un 200 % por encima del valor del producto y sueldos miserables para los subcontratistas y los trabajadores, principalmente mujeres. El predominio de minorías étnicas masculinas en esta industria es un factor importante. A medida que los trabajos tradicionales van desapareciendo, muchos hombres tienen pocas opciones, salvo la de montar su propio negocio, pero Phizacklea (1990) dice que si los hombres de otras razas tienen una posición social baja, la de las mujeres es aún peor. De hecho, cuando la autora preparó su estudio, no halló ninguna mujer de negocios.

En dichas firmas, el trabajo a veces se lleva a cabo en condiciones similares a las de los talleres y fábricas del siglo XIX, en pequeñas y hacinadas habitaciones alrededor de la zona East End de Londres, por ejemplo. Sin embargo, una forma de producción aún más «barata» que ya se está empleando en la actualidad, en Inglaterra y en otros países desarrollados, es el trabajo en casa, donde la labor se realiza en el hogar y la trabajadora paga los gastos fijos de combustible, luz, etc. La situación laboral de estas mujeres no recibe el apoyo de su posición social respecto a las leyes de inmigración en muchos países donde las mujeres inmigrantes entran como «propiedad» de su compañero o el que lleva el pan a casa y, por consiguiente, también adquieren un papel secundario en el mercado laboral (Phizacklea, 1990). Además, el

miedo a las agresiones raciales hace que el trabajo en casa resulte más seguro para esas mujeres. A este respecto, su posición y condiciones de existencia están ligadas a otras relaciones de poder, no menos extendidas y omnipresentes que el racismo, que suele estar institucionalizado. A medida que las oleadas de inmigrantes están excluidas de la mayoría de las oportunidades de trabajo para los blancos, se van concentrando en los sectores de salarios bajos y malas condiciones, en su mayor parte clandestinos y por ende vulnerables a la explotación.

Esta explotación despiadada de las mujeres pobres de la clase obrera y de las minorías étnicas no se ha aceptado pasivamente: la historia de la industria textil y de las industrias de la confección está repleta de historias de rebeliones. Tal como expone Andrew Ross: «Puesto que estas industrias han sido testigo de algunos de los peores excesos laborales, también se las ha asociado con victorias históricas para los trabajadores y suponen un hito simbólico en el panorama de la iconografía laboral» (1997, pág. 11).

Por ejemplo, Lown y Chenut (1984) señalan cómo, en 1860, las mujeres de Courtaulds fueron a la huelga cuando la empresa intentó bajar el precio por pieza. Aunque fueron obligadas a regresar tras el paro laboral, tuvieron más suerte en la década siguiente cuando los empresarios, temerosos de que su personal femenino se fuera a trabajar al servicio doméstico, tuvieron que mejorar los salarios y las condiciones laborales. Las trabajadoras de la confección estuvieron al frente de la acción industrial en Estados Unidos a principios del siglo XX, cuando una serie de huelgas de las trabajadoras de este sector dejó su huella en las relaciones laborales. El centro de la acción industrial fue la erradicación del taller explotador, que sólo desapareció de la vista temporalmente, aunque, según observa Ross, nunca se eliminó por completo. Quizás el episodio de acción industrial más famoso en esta industria sea la marcha de la Triangle Shirtwaist Company de 1909, que provocó una extendida huelga entre las 20.000 camiseras de todo el país a la que, en 1910, siguió una huelga de 60.000 confeccionistas de capas. El resultado fue el «Protocolo de Paz», que «hizo que los empresarios reconocieran el sindicato y un gremio de talleres, e instauraran un procedimiento de quejas y una Junta de Control Sanitario para supervisar las condiciones sanitarias en los talleres» (Howard, 1997, pág. 153). El optimismo de este Protocolo pronto se difuminó cuando seis meses después murieron 146 trabajadores en la fábrica Triangle Shirtwaist. El Protocolo hizo que muchos fabricantes cerraran sus talleres y contrataran fuera su trabajo, traspasando la responsabilidad de controlar las condiciones laborales al subcontratista. Tal

como observa Howard, esta situación sólo sirvió para trasladar el taller explotador hacia un plano más marginal, interponiendo una distancia artificial entre el fabricante y el subcontratista que dificultó la posibilidad de mantener las normativas legales en los talleres. Sin embargo, en 1926 se estableció una comisión en Nueva York para examinar las condiciones de trabajo en la industria de la confección, con la intención de asegurar que el fabricante (o el «intermediario») no pudiera escapar a la responsabilidad y que ésta fuera compartida con el contratista. Esto favoreció un aumento regular de los salarios y una mejora de las condiciones, de modo que a mediados de los sesenta «más de la mitad del millón doscientas mil trabajadoras de la industria de la moda estaba organizada y los salarios reales han ido aumentando con el paso de las décadas» (1997, pág. 155).

Aunque se suele pensar que esta cruda explotación fue erradicada desde entonces, la «dinámica básica no ha cambiado en un centenar de años» (Howard, 1997, pág. 151). En la actualidad, las trabajadoras de todo el mundo están a merced de un volátil mercado que es muy sensible a la recesión. Son una mano de obra de usar y tirar, se importa barata cuando se necesita y se la despide cuando el mercado está deprimido. Lo que ha cambiado hasta cierto punto es la ubicación de los talleres en la economía global de nuestros días. También se da el caso de que las nuevas relaciones de explotación se han construido sobre los cimientos de las diferencias raciales y étnicas, así como de género. La mano de obra barata se puede hallar hoy en día en los países en vías de desarrollo, por ejemplo, en el subcontinente asiático; también se puede encontrar entre las poblaciones inmigrantes de los países desarrollados de Occidente. Según Rose (1997), las elevadas esperanzas del New Deal en los años sesenta se fueron desvaneciendo debido a los cambios económicos y políticos a partir de los años setenta, a medida que la recesión, el neoliberalismo y la economía del *laissez-faire*, bajo el estandarte de economía de «mercado libre», han ido presionando cada vez más a los fabricantes de la industria de la moda para que busquen mano de obra más barata. Hoy en día en dicha industria se pueden hallar las trabajadoras y los trabajadores más vulnerables y explotados cuyas condiciones laborales y salariales son las primeras a reivindicar en esta batalla global. Además, el trabajo en casa ha vuelto a estar en auge, lo cual reduce los costes y aumenta los beneficios para las grandes corporaciones. Lo más sorprendente es el descubrimiento de la esclavitud por contrato en terreno americano. En 1995, se descubrió que los contratistas El Monte habían importado mujeres tailandesas

para trabajar en su fábrica californiana, donde apenas tenían libertad y eran poco más que esclavas a sueldo (Su, 1997). Estas relaciones de explotación se han de situar dentro del contexto de la industria de la confección, en general, y de la implicación femenina en la misma, en particular.

LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN

Las condiciones de producción en el sector de la confección dependen de una amplia gama de factores sociales, políticos, económicos y culturales. Además, cuando hablamos de la producción textil, es importante destacar que no hay sólo una, sino una serie de industrias que fabrican ropa, cada una de ellas organizada de modo distinto según el contexto y si dicha industria está orientada al mercado de masas o no. Según Fine y Leopold (1993), la historia de la moda es la historia de los diferentes «sistemas de provisión». La ropa hecha a medida en el diseño exclusivo y en la *alta costura* todavía existe junto a la confección masiva, que está fragmentada en distintos sectores del mercado. La provisión de ropa ha de cumplir ciertas exigencias de los mercados segmentados de forma natural —para niños, hombres y mujeres—, así como las de los mercados de diversos tamaños, los cuales desarrollan cada uno distintas estrategias para controlar la producción. Cada sub-sector de la industria tiene su propia dinámica vinculada a una amplia gama de agentes implicados en el proceso. Según Fine y Leopold, si se generaliza respecto a las directrices adoptadas por la industria de la confección en los últimos doscientos años, se puede decir que han sufrido una transformación, y de un consumo inicial de prendas de vestir diseñadas para durar se ha pasado a la compra de múltiples prendas, baratas y que se sustituyen con frecuencia. De este modo ha empezado a emular a la industria alimentaria en la que los productos son comercializados como perecederos.

Los plazos de tiempo son de vital importancia en la moda femenina, en la que se hace hincapié en el cambio y en las nuevas líneas y esto propicia que del diseño se pase a la fabricación y a la distribución con mucha rapidez. Tal como indican Fine y Leopold (1993), en los años veinte la industria de la confección femenina todavía funcionaba con niveles muy básicos de desarrollo, en comparación con otras industrias de consumo como es el caso de la automoción y, de hecho, a diferencia de la moda masculina, donde la producción se ha enfocado durante mucho tiempo en los «productos básicos» como el traje pantalón,

chaquetas, abrigos y similares. Esto conduce a Fine y Leopold a cuestionarse si la industria de la confección femenina ha alcanzado alguna vez una producción verdaderamente masiva, y a argüir que la moda, como sucede con los fugaces estilos, ha servido para compensar el fracaso de lograr una producción a gran escala dentro de la misma. Tal como hemos visto, la historia de la moda se ha narrado mayoritariamente como la historia de la indumentaria femenina y su rápido cambio estético. No obstante, según los mencionados autores, las explicaciones que ven esto como una emanación de algún impulso psicológico femenino básico son prácticamente inadmisibles. Por el contrario, afirman que la evolución del sistema de la moda representó un intento de adaptar el fracaso de llegar a una producción masiva. De ahí que la «moda» sirva para aportar

[...] la supuestamente anárquica y rápidamente cambiante proliferación de prendas femeninas, característica que no sólo la distingue de otras industrias sino también de otras industrias de la confección, ha servido como sustituto de la innovación técnica, que ha surgido no como respuesta a un incremento en las rentas, a cambios en las preferencias del consumidor o al agotamiento de las posibilidades que surgen de la producción a gran escala, sino del fracaso de la industria en lograr una producción verdaderamente masiva (Fine y Leopold, 1993, pág. 95).

Leopold (1992) sigue atacando los argumentos (tratados en el capítulo 5) que conectan la moda con la frivolidad o vanidad esencial de las mujeres, para apartar la atención de la psicología del consumidor y llevarla a la dinámica de la industria. La moda como estilo transitorio y fugaz se ha convertido en el motor de la confección femenina y esto explica la razón por la que en el sector textil se dan algunas de las peores condiciones laborales para los trabajadores. Los rápidos y repentinos cambios de estilo ejercen presión en los fabricantes para trabajar rápido y a bajos precios, a fin de reducir el riesgo de un exceso de producción para prendas que una vez terminadas ya no estén de moda. Ésta es la razón por la que es más probable que los fabricantes recurran a las subcontratas donde se puede hallar la mano de obra más «flexible», es decir, la que se puede contratar y despedir a voluntad, sin que exija bajas por enfermedad, excedencias por maternidad y cosas similares. En Estados Unidos y en Gran Bretaña, con el paso de los años, los sucesivos gobiernos neoliberales han reducido los salarios y han creado en su propio país una población a medida para ejercer este tipo de trabajo por sumas miserables.

Los factores demográficos también han desempeñado un importante papel en el desarrollo de la producción masiva en la ropa de hombre: concretamente, la migración de poblaciones hacia Occidente ha servido para estimular la industria de la confección masculina cuyos requisitos no eran conseguir una ropa de moda sino práctica. A lo largo del siglo XVIII, Europa ejerció una influencia en las modas estadounidenses al importar prendas de Londres y París. Sin embargo, el crecimiento de colonos en la región del Midwest infló la población rural. A medida que las vías del ferrocarril y las vías fluviales avanzaban hacia el oeste y la población masculina en expansión necesitaba ropa de protección resistente, esta demanda impulsó el cambio tecnológico en la producción textil para aumentar la disponibilidad de prendas. A raíz de ello, se adaptaron herramientas y materiales de la ingeniería para el sector de la confección (por ejemplo, la utilización de remaches, en lugar de costuras hechas a mano). Fine y Leopold (1993) arguyen que el vínculo entre los nuevos patrones de trabajo y las nuevas prendas se plasman en el *cowboy*, quien al trabajar en condiciones en las que se levanta mucho polvo, requería prendas fuertes y que le protegieran: un sombrero para protegerse los ojos, un pañuelo grande para taparse la boca y demás. Los marineros y los esclavos también necesitaban ropa resistente y burda, y estos grandes grupos de trabajadores masculinos sirvieron de estímulo para la producción de ropa a gran escala. El incentivo para la industrialización y la producción en serie surgió del hecho de que estos primeros mercados eran amplios y uniformes, mientras que las recién construidas vías de ferrocarril y canalizaciones de agua también ayudaron a abrir nuevos canales de distribución para la producción doméstica de ropa para hombre. La guerra civil influyó igualmente en este proceso al fomentar la creación de las primeras tallas estandarizadas para hombres y facilitar de ese modo la confección de uniformes. Esto supuso un significativo desarrollo, puesto que las tallas estándar supusieron un avance esencial para la ropa de confección masculina.

La ropa de mujer apenas se vio afectada por estos avances: el trabajo femenino no exigía prendas especiales y las habilidades culturales de costura que aprendían las mujeres significaba que muchas prendas se producían en casa. De hecho, la máquina de coser, a la vez que estimuló parcialmente la producción en fábrica, también facilitó la confección de prendas en casa y propició el desarrollo de patrones comerciales realizados por compañías como Buttericks. Los vestidos de mujer hechos en fábricas no empezaron a aparecer hasta principios del siglo XX, coincidiendo con la mayor participación de las mujeres en el mercado laboral, entre otros

factores. Sin embargo, a finales de la Primera Guerra Mundial el desarrollo industrial de la ropa femenina continuó por detrás de la masculina «mostrando características que cada vez eran menos propicias para conducir al desarrollo de la producción masiva» (Fine y Leopold, 1993, pág. 101).

LA MODA COMO INDUSTRIA CULTURAL

La exposición anterior sugiere que para comprender la moda es necesario trascender el argumento de la estética pura, puesto que lo que se define y reconoce como «moda» es el producto de una cadena de actividades industriales, económicas y culturales, así como estéticas. Tal como dice Peter Braham:

Lo que distingue al código de la moda es que ha de pasar por el filtro de la industria de la moda, de modo que las modificaciones del código presentadas en las pasarelas de París se exponen a ser rechazadas por una serie de publicistas, críticos, periodistas y exponentes de la moda, pero también por los fabricantes y los compradores de las tiendas (1997, pág. 134).

En cada etapa, las elecciones sobre qué vender las realizan los fabricantes, los compradores y los distribuidores para las tiendas. Los periodistas y los representantes de la moda desempeñan su función en el desarrollo de una moda en particular y todos estos agentes señalan el modo en que una nueva moda «no sólo está en relación estética con las modas anteriores, sino que también posee una relación material con el coste y la complejidad de su diseño, fabricación y distribución» (Braham, 1997, pág. 135). De este modo, al igual que Fine y Leopold, Braham arguye que la moda no es sólo cultura, sino también industria, no trata sólo del consumo, sino también de la producción. Una forma de ver la moda es como una *industria de cultura*. La moda es el producto de un complejo juego de interacciones entre varios agentes establecidos en relaciones temporales y espaciales entre ellos, entre firmas de diseño, fabricantes de tejidos y prendas, tiendas de venta al detalle y compradores. Las conexiones entre estos agentes son tan complejas que a veces es difícil separarlas. Algunos fabricantes no tienen fábricas, como Marks and Spencer en Gran Bretaña, mientras que otros diseñadores no son los fabricantes de los artículos que llevan su nombre, sino que conceden una licencia al fabricante, como en el caso de la ropa interior de Calvin Klein, por ejemplo. Si interpretamos la moda como una compleja industria

cultural, surge toda una serie de preguntas acerca de la relación entre la producción y el consumo y las cadenas de diseminación y distribución que las vinculan. ¿Quién define qué es la «moda», el diseñador, el fabricante, el minorista o el consumidor? ¿Quiénes son los protagonistas y cuál es justamente su función? ¿Dónde hemos de buscar para hallar «moda», en la firma de diseño, en la pasarela o en la calle? ¿Sigue la producción las exigencias del consumidor o es a la inversa? Dadas las restricciones de tiempo, ¿cómo cumple la producción la demanda del consumidor de una moda en concreto? Estas cuestiones centran la atención en la moda como práctica socioeconómica y no como un mero discurso estético. También se apartan de las teorías sobre la moda con demasiadas ínfulas (expuestas en los capítulos 2 y 3, consideradas reductoras) y se centran en el funcionamiento cotidiano de la industria de la moda.

Braham (1997) ofrece una visión amplia de la literatura sobre la moda como industria de cultura y afirma que para comprenderla hemos de apartarnos de la emulación o del modelo del «filtrado descendente» que ha supuesto la base de muchas discusiones sobre la moda y su difusión. El autor resume el principal debate entre el modelo de «filtrado descendente» propuesto por Simmel (del que se ha hablado en los capítulos 2 y 3) y contempla reinterpretaciones más recientes de la moda como el resultado de procesos socioeconómicos más complejos. Según Braham, el argumento de Simmel sobre la difusión de la moda desde la élite hasta el público en general ha sido el pilar sobre el que se ha fundado gran parte de los subsiguientes debates entre los teóricos. En los capítulos 2 y 3, comento que este modelo de emulación es demasiado simplista para ser cierto y que confunde la consecuencia con la intención: llevar la última moda puede que en realidad no sea una expresión del deseo de ser como los «mejores», sino de algún otro deseo, posiblemente del de ser visto como «moderno» e «in» respecto al tiempo (Campbell, 1989, 1993). Sin embargo, uno puede criticar la teoría de Simmel examinando más a fondo los datos empíricos sobre la industria de la moda y las operaciones, decisiones y selecciones que ven que un estilo pueda ser definido como «moda». La emulación es un modelo demasiado limitado para explicar las complejas interacciones entre los diferentes cuerpos en el sistema de la moda, que hacen que un estilo se ponga de moda. Herbert Blumer ha dicho que un estilo se convierte en moda no cuando una élite lo lleva, sino cuando corresponde al «gusto incipiente del público consumidor de moda» (en Braham, 1997, pág. 139). Una élite puede influir en la dirección de ese gusto, pero no lo controla y los intentos realizados para coordinar el gusto popular

pueden fracasar. Si bien es cierto que la difusión de este gusto colectivo debe mucho a los líderes de la moda y a los innovadores que legitiman el gusto, éstos no pueden determinarlo por completo. El hecho de que existe algo misterioso respecto a este «gusto incipiente», aunque resulte difícil hallar sus orígenes, no significa que sea ficticio.

Sin embargo, a pesar de la dificultad en precisar estas preferencias, Blumer (1969) propone algunos elementos que hemos de considerar para comprender cómo se forma la moda. Sugiere que las modas son, en parte, producto de opciones selectivas realizadas por los diseñadores (quienes eligen qué prendas mostrar en sus colecciones) y de los periodistas y compradores (que seleccionan algunos artículos como la «imagen» de una estación en particular). Los diseñadores son conscientes de que sus prendas serán filtradas a través de estos mediadores culturales, pero nunca podrán predecir cuáles escogerán los minoristas y los periodistas. Blumer también destaca que existe una notable similitud entre todos los minoristas y periodistas en cuanto a qué elementos seleccionar y con esto señala el hecho de que estos mediadores culturales están tan metidos en el mundo de la moda y tan entrenados a detectar las tendencias, que en general eligen las mismas prendas. De hecho, el éxito de cualquier minorista depende de su capacidad para detectar la última tendencia. Lo mismo puede decirse respecto a las considerables similitudes entre las colecciones de *prêt-à-porter* de temporada de Milán, Nueva York, París y Londres, donde se pueden encontrar líneas y colores similares entre las diferentes firmas. Esto, una vez más, se puede explicar por el hecho de que, como innovadores o mediadores culturales, los diseñadores ocupen el mismo universo y búsqueda de inspiración en los mismos lugares: en los minoristas, en la cultura popular, en la música, así como en el arte de «calidad». Cada diseñador y estilista individual quiere ser visto como el que ha captado el sentir del momento y, con ello, conecta con las mismas tendencias culturales. La «moda» es, pues, el producto de interacciones entre estos mediadores culturales y sus fuentes de inspiración, así como el resultado de la dinámica interna de la propia moda. Se podría decir que todos estos complejos elementos están íntimamente interconectados, puesto que son, de la forma más evidente, clara y también más importante, el modo en que una nueva tendencia aspirante a convertirse en moda se relaciona con la moda del momento. Es decir, la nueva moda busca inevitablemente ampliar, cualificar, comentar o contradecir la moda existente.

Mientras los diseñadores, fabricantes y minoristas dependen de saber detectar las últimas tendencias, «es mucho más agotador empezar a delinear los contenidos concretos de esta comunicación o trazar su funcionamiento» (Braham, 1997, pág. 142). Sin embargo, podemos examinar la relación entre los distintos agentes y considerar de qué manera el estilo llega a definirse como moda a través del proceso de selección. Este criterio, tal como observa correctamente Braham, nos obliga a apartarnos del modelo del «filtrado descendente», contemplar a una serie de personajes clave en el proceso de la moda y observar las conexiones esenciales entre producción, distribución y minorista. Braham tiene en cuenta a bastantes de estos personajes, concretamente, modistos, minoristas y compradores de moda. También examina una serie de avances recientes en la producción, principalmente la aparición del marketing de nicho y la producción *just in time*, característica de la «especialización flexible» que se dice que han surgido para hacer frente a la inestabilidad del mercado. Ahora examino lo que Braham tiene que decir al respecto.

Tal como observa el autor, la alta costura ha perdido su lugar como el centro de la moda, pues ya no dicta la dirección de la misma. París ha sido descentralizada por una sucesión de avances del siglo XX, especialmente la aparición de la producción en serie, las colecciones de *prêt-à-porter*, la influencia de la música pop y de las culturas juveniles como fuentes de estilos de moda, que ahora se dice que emergen desde la calle hasta llegar a la pasarela (Polhemus, 1994). Estos avances han servido para borrar las divisiones entre la alta costura y la moda de todos los días; esta última apenas se queda atrás en relación a la primera y en muchas ocasiones dicta las tendencias que más adelante adoptará la alta costura. Con las nuevas fuentes de la moda que proceden de la calle, la ordenada difusión por temporadas de la moda de élite desde las colecciones de alta costura ya no es viable. Esto conduce a Braham a afirmar que ahora tenemos «múltiples sistemas de moda»: la moda se mueve arriba, abajo y a lo largo desde distintos puntos de partida y en varias direcciones, en lugar de emanar desde una sola fuente o «filtrar hacia abajo» desde la élite hasta las masas (1997, pág. 141)). Este declive en el papel de la alta costura como innovadora principal de la moda no supone que ésta carezca de importancia en la moda contemporánea. De hecho, una de las características sorprendentes de la moda en los últimos años es el grado en que los diseños de alta costura forman parte de la actualidad de la moda cotidiana. De ahí que Braham diga que sólo porque los diseñadores se fijan en la moda de la

calle eso no significa que no haya razón para estar interesado en la moda de alta costura. En primer lugar, este préstamo de la calle puede en realidad ensalzar el prestigio de los diseñadores. En segundo lugar, mientras París puede que ya no sea el centro de la moda, las firmas de alta costura parisinas han adquirido importancia por ser las protagonistas principales en las colecciones de *prêt-à-porter*. La incontestable evidencia de la influencia de los diseñadores también radica en el inmenso ámbito económico de estas firmas de moda, propiedad de conglomerados multimillonarios que operan a escala mundial. Tal como reconoce Braham (citando a Davis), el objetivo de estas promotoras financieras es disuadir a los diseñadores insistiendo en que algunos de sus diseños sean populares y lo bastante sencillos como para ser reproducidos fácilmente en la confección masiva para la moda de la calle. Este imperativo económico borra la línea divisoria entre la alta costura y la moda de la calle y puede verse en el amplio número de contratos de franquicias entre las firmas de moda y los fabricantes (de gafas, ropa interior, perfumes y cosmética, etc.). Por ejemplo, el High Fashion Industry Accord (Acuerdo de la industria de la moda de alta costura), firmado en Italia en 1971, muestra la importancia que han adquirido las alianzas entre las firmas de diseño, los fabricantes de tejidos y prendas y los promotores financieros. Bajo este acuerdo, los modistos italianos reciben un subsidio si sus nuevas líneas se ajustan a las directrices acordadas con los principales fabricantes de prendas que pueden reproducir fácilmente sus diseños para los grandes mercados. Estos ejemplos demuestran el grado en el que el diseñador de alta costura participa mucho más hoy en día del mundo cotidiano de la cultura de los artículos de primera necesidad que del exclusivo mundo de la moda de élite.

En Inglaterra, el otro factor que se ha de considerar en cualquier conversación sobre la moda es la escuela o facultad de arte, que desempeña un papel muy influyente en la formación de diseñadores y diseñadoras como Mary Quant y, posteriormente, Vivienne Westwood. El diseño británico ha alcanzado fama mundial por su imaginación e innovación. Esto prosiguió en los años noventa con la «invasión» británica de la alta costura parisina: John Galliano primero en Givenchy y ahora en Christian Dior, Alexander McQueen en Givenchy, Stella McCartney en Chloe. Según Angela McRobbie, estos diseñadores son ejemplos de un fenómeno relativamente nuevo, el diseñador como autor, un fenómeno propulsado por las revistas de moda que juegan con la idea de que el diseñador es un genio. Sin embargo, representan la

minoría más reducida de entre todos los diseñadores, cuya mayoría no llega a alcanzar celebridad, sino que ha de luchar para ganarse un puesto en un mercado cada vez más saturado. McRobbie (1998, pág. 1) considera el modo en el que estos diseñadores constituyen un «nuevo trabajador cultural», en algunos casos «ejemplos principales» de los «hijos de Thatcher» que están empezando en su arte de vender sus destrezas, ya sea trabajando por cuenta propia para cadenas corporativas como Next o C&A o como diseñadores independientes vendiendo directamente al público en los mercadillos. Con el desarrollo de las subculturas, desde los años sesenta muchos jóvenes diseñadores han descubierto que pueden aprovisionarlas mediante pequeños distribuidores y mercadillos, lo que ha desembocado en un aumento del «empresariado subcultural»: este «autogenerado autoempleo demostró la existencia de una desordenada red de microeconomías que inicialmente se hallaban dentro de las subculturas y que luego se han ido extendiendo mucho más allá de ellas» (McRobbie, 1998, pág. 8).

El contexto socioeconómico es importante para comprender esta expansión. Muchos teóricos han comentado el crecimiento del consumo y la fragmentación del mercado en «mercados de gustos» cada vez más diferenciados. Esto ha servido para estimular el surgimiento del «marketing de nicho» para capitalizar los nuevos gustos; un crecimiento, aparentemente sin final, del material simbólico y de las imágenes de los anuncios, del marketing y del diseño minorista trabaja para crear significados en torno a los artículos hasta el punto de que, según Baudrillard (1983), lo que se consume es la imagen, no el objeto. Estos avances, incluyendo la creciente globalización de la producción y el consumo, han sido bautizados bajo la rúbrica de «posfordis-mo». En términos de su impacto sobre la moda, «el expandido mercado de imágenes ha creado la necesidad de una nueva fuerza laboral de creadores de imágenes y, una vez más, los intermediarios culturales entran en escena para desempeñar su función» (McRobbie, 1998, pág. 4).

Moda al por menor

Tanto si está pensada para firmas de diseño corporativas como para los mercadillos, los diseños de moda se han de vender mediante un mecanismo u otro. De este modo, el minorista juega un papel esencial en definir la moda y, de hecho, Braham (1997) propone que los grandes

minoristas como Marks and Spencer o Next pueden ejercer incluso más influencia en la moda que los propios fabricantes y diseñadores. Según Braham, en los países industriales avanzados la tendencia es que los diseños minoristas se concentren en las grandes cadenas: en Gran Bretaña, Marks and Spencer y el grupo Burton constituyen aproximadamente el 25 % de todas las prendas vendidas. Ambos han tenido que responder a la presión del mercado para cambiar su *stock* con mayor rapidez y han tenido que adaptarse a la rapidez del cambio de la moda. En los ochenta la tendencia en los minoristas se decantó hacia el consumo de «estilo de vida», que se caracteriza por pequeños mercados de nicho dirigidos a un mercado cada vez más segmentado de consumidores cuya identidad (edad, soporte económico, gusto, etc.) se halla bajo el constante escrutinio del personal de marketing. El término «estilo de vida» designa un enfoque particular de marketing, pero, según Shields, también se puede usar para describir «agrupaciones afectivas [...] que emergen a través del medio de los sistemas compartidos de códigos simbólicos de conducta estilizada, adorno, gusto y *habitus*» (1992, pág. 14). El marketing del «estilo de vida» ha alterado sutilmente el modo en que se producen, distribuyen, comercializan y venden no sólo la moda, sino también artículos como la comida. En el caso de Burton, el marketing de nicho condujo a la creación de distribuidores minoristas que cubren segmentos concretos del mercado: Principies, Top Shop, Top Man y Burton (Nixon, 1996). La creciente importancia de seguir el ritmo de la moda también condujo a hacer hincapié en partidas más pequeñas para reducir el riesgo de superproducción y de superávit. La preocupación por las partidas pequeñas también se conoce bajo el nombre de «especialización flexible» (véase a continuación). Braham se asegura de no conceder demasiada importancia a este cambio. Dado el argumento de Fine y de Leopold (1993), esa producción en serie, especialmente dentro de la moda femenina, nunca se puso en práctica con verdadero éxito. Braham se pregunta si el cambio hacia una producción pequeña y flexible por partidas es tan espectacular como puede parecer en un principio.

Sin embargo, una característica que distingue la moda contemporánea es la aparición de la producción *del just in time*, apoyada por el despliegue de nuevas tecnologías informáticas. La producción *del just in time* incorpora todas las características de la «especialización flexible», partidas reducidas producidas rápidamente a través de la cadena de subcontratación, que en Gran Bretaña recae principalmente en la «flexibilidad» del trabajo casero. Sin embargo, lo que caracteriza la producción *del just in time* es el uso de las últimas tecnologías, especial-

mente las de la comunicación que ordenan los datos sobre las ventas entre fabricante y minorista, permitiendo a ambos operar con niveles de inventario mínimo. Las mercancías llegan cuando son necesarias, «a la vez que permiten que la producción se lleve a cabo y sea completada, en la medida de lo posible, basándose sólo en pedidos firmes de los minoristas» (Braham, 1997, pág. 156). Quien mejor realiza este sistema de provisión es el grupo Benetton, cuya producción, distribución y estrategia minorista unen los patrones tradicionales de producción, como la subcontratación, con las últimas tecnologías para la producción de ropa, como avanzadas técnicas de tinte, y las tecnologías de comunicación punteras para llevar un buen control sobre las ventas y la eficaz distribución de las prendas de moda *just in time*. Sin embargo, tal como comenta Belussi en su estudio sobre Benetton, la tecnología no puede explicar por sí sola el éxito del grupo; pero en su lugar centra su explicación en el «medio comercial en que se produce» y en la firme estrategia empleada (en Du Gay, 1997, pág. 169). En otras palabras, el éxito de Benetton radica en su creciente control del mercado y en los fuertes vínculos que ha creado entre los agentes implicados en los sistemas de producción y distribución (proveedores, subcontratistas, agentes, minoristas). En el contexto de esta estrategia se han difundido las nuevas tecnologías que han contribuido a la más reciente e intensa expansión de Benetton. El grupo Benetton, fundado por Luciano y Guiliana Benetton, es una serie de franquicias en la que las tiendas no pagan derechos de propiedad a Benetton, pero aceptan unas estrictas normas de diseño y disposición de la tienda. Dado que el conjunto global de las sucursales se administra localmente, Benetton no tiene demasiados gastos fijos ni empleados que mantener. Además la utilización eficaz de los subcontratistas permite a Benetton mantener bajos los costes de producción. Con las tareas «no cualificadas» delegadas en los fabricantes y minoristas, Benetton concentra sus actividades en el desarrollo del producto y en cuidar su imagen. Las inversiones de Benetton se traducen en nuevas tecnologías para la innovación del producto (como la introducción de nuevos procesos de tinte), diseño general de las prendas haciendo hincapié en la «calidad» y desarrollo de tecnología de información que permite a los minoristas estar al día respecto a las demandas de los clientes y responder con rapidez a las mismas. Tal como observa Belussi: «Las tiendas Benetton informan regularmente sobre los patrones de las ventas y la magnitud de los pedidos repetidos y de este modo el tiempo requerido para la decisión final sobre la distribución entre los subcontratistas se reduce

notablemente» (en Du Gay, 1997, pág. 174). La estrecha conexión con la demanda permite a Benetton correr pocos riesgos: las prendas están expuestas en las tiendas y no guardadas en los almacenes. El control generalizado de la imagen de la compañía es cuidadosamente reproducido en el diseño y la disposición de la tienda, mucho marketing y campañas publicitarias controvertidas.

Tal como demuestra el anterior argumento, la «moda» (más concretamente, cierta segmentación del mercado) o «modas» son el resultado de una gama de prácticas interconectadas: prácticas de mercado y económicas, relaciones y prácticas laborales, desarrollos tecnológicos y una serie de prácticas más «culturales» como el marketing y el diseño. Estas actividades en algunas ocasiones se superponen, los «fabricantes», como en el grupo Benetton, coordinan el marketing y el diseño, de modo que la distinción realizada tradicionalmente en la literatura de la moda entre producción y consumo es artificial y no aclara demasiado las importantes relaciones que existen entre ambas. Además, tal como arguye Du Gay, mientras solemos pensar en «negocios» y «cultura» como conceptos incompatibles, en los últimos años, las empresas y los negocios han empezado a pensar y a hablar sobre la «cultura»:

[...] Se ha llegado a ver como un medio esencial para asegurar el éxito organizativo porque se dice que si puedes controlar eficazmente el «significado» en el trabajo, de modo que la gente llegue a concebirlo y a comportarse de forma que lo maximice con su implicación y, por lo tanto, con su contribución a la organización para la que trabajan, es casi seguro que será una empresa solvente, eficaz y exitosa (1997, pág. 1).

Du Gay emplea el término «economía cultural» para describir el modo en que la cultura y la economía se interrelacionan de una forma tan compleja que ninguna esfera domina o determina a la otra. En su lugar, Du Gay dice que la «cultura» y la «economía» son «híbridos», que se «constituyen mutuamente» el uno al otro (1997, pág. 2). Por una parte, ninguna actividad es puramente «económica», puesto que todas las decisiones económicas implican otras culturales; por otra, toda «cultura» es «fabricada» de alguna manera; en gran medida está fabricada en masa y es, por lo tanto, fruto de la toma de decisiones económicas. El «significado», dice Du Gay, «es creado en lugares "económicos" (en el trabajo, en las tiendas) y se hace circular mediante procesos y prácticas económicas [...] a través de anuncios, materiales de marketing y el propio diseño de los productos, no en menor medida que en otros campos de la existencia de las sociedades modernas» (1997, pág. 4). Las prácticas «económicas» a las que el autor hace referencia

también se podrían describir como prácticas «culturales» (de hecho, los anuncios suelen ser analizados dentro de los estudios culturales como culturales más que como económicos; véase, por ejemplo, Williamson, 1978). Tal como se ha dicho anteriormente, los intermediarios culturales, como los periodistas y los compradores de moda, hacen de mediadores entre la producción y el consumo. Estos «practicantes desempeñan un papel esencial en conjuntar la producción con el consumo al intentar asociar los bienes y los servicios con significados culturales particulares y los enfocan a los posibles compradores» (Du Gay, 1997, pág. 5). Al anunciar el «marrón como el nuevo negro» o el «gris como el nuevo negro», como hicieron los periodistas de la moda en los inviernos de 1997 y 1998 respectivamente, los comentaristas culturales pueden ayudar a promover un estilo, color o diseñador. Desde esta perspectiva podemos observar una serie de prácticas importantes para la producción sin tener que hacer la falsa distinción entre verlas como puramente económicas o culturales. Las prácticas que ahora examino aclaran más la relación entre economía y cultura cuando éstas se unen en la experiencia de la moda, es decir, los lugares de venta como el mercado, la tienda, los grandes almacenes y el centro comercial. Todos estos espacios anulan la diferencia entre lo cultural y lo económico, puesto que comprar es tanto una actividad económica como cultural.

ESPACIOS PARA LA MODA

Según el argumento de que la moda es tanto económica como cultural, la tienda (los grandes almacenes, el centro comercial, el mercadillo de artículos de segunda mano) se puede ver como el espacio que vincula estas prácticas de manera muy explícita. La tienda es el lugar donde el intercambio económico se establece claramente y se torna cultural: las tiendas y los mercados son espacios de actividad económica —donde se compra y se vende— que están anclados en toda una serie de prácticas diversas y actividades cotidianas. De hecho, se puede consumir sin comprar nada, tal como el término «ir a ver escaparates» sugiere; los artículos consumidos no son materiales sino el propio espectáculo cívico de la tienda. Ahora existen muchos estudios sobre los espacios de consumo, que van desde el mercado, los grandes almacenes y más recientemente el centro comercial, las «villas de diseñadores» y los almacenes fuera de la ciudad (por ejemplo, Shields, 1992; Slater, 1993, 1997). Se dice que la organización espacial de

estos lugares está implicada en la constitución de las identidades «moderna» y «posmoderna». Estos espacios no son sólo lugares primordiales para el consumo de artículos e imágenes, sino que desempeñan un papel esencial en la expresión del deseo, de la identidad y de la subjetividad en la cultura moderna y, como dirían algunos, posmoderna. Tal como demuestra Foucault (1977) en su trabajo en la prisión, el espacio nunca es inerte o simplemente está «allí», sino que está activo en la constitución de las relaciones sociales. La disposición de un edificio y la organización espacial de las calles produce un impacto en el movimiento de los cuerpos, dirige al individuo y organiza el flujo de las masas hacia ciertos tipos de actividades, relaciones y patrones. Recientemente, se ha hecho hincapié en algunos aspectos del ir de compras como es el diseño de la tienda y su disposición que atraen la mirada *del flaneur* de nuestros días. Slater sugiere que estos espacios de consumo contienen una «enorme carga ideológica en el período moderno y una vez más hoy en día: la imagen de una sociedad civil próspera» (1993, págs. 188-189).

Mercados, tiendas y grandes almacenes

Las tiendas ocupan un importante lugar dentro de la vida económica y cultural de la población o ciudad. Según Braudel: «Una ciudad es impensable sin un mercado» (en Slater, 1993, pág. 191). El mercado (al aire libre o cerrado) es la forma más primitiva de espacio de compras y es un lugar fundamental para la venta de ropa usada. Hasta principios del siglo XX cuando la moda de confección llegó a la inmensa mayoría de la población, la clase trabajadora llevaba ropa de segunda mano comprada en los mercados, además de la que se confeccionaba en su propia casa. La indumentaria suponía un gasto considerable y eso hizo que la moda estuviera fuera del alcance de la mayoría de las personas, aunque las modas desfasadas se podían comprar en los mercadillos de artículos de segunda mano y «al menos ello permitía que esos vestidos fueran reciclados y sobrevivieran a su papel de artículos de moda» (Fine y Leopold, 1993, pág. 131). En la actualidad, aunque todavía existan los mercadillos de segunda mano, lo hacen junto con los grandes almacenes, centros comerciales y, más recientemente, los almacenes de fuera de la ciudad y las «villas de diseñadores» que almacenan modas de final de línea. La búsqueda de ropa usada se volvió a hacer popular en los años sesenta y setenta entre los jóvenes, especialmente entre los hippies que rechazaban el estilo de vida consumista por considerarlo un derroche y

ecológicamente perjudicial. Tal como observa McRobbie (1994b), existen varias interpretaciones de este estilo. La autora cita a Hall (1977), por ejemplo, quien argumenta que el estilo hippie indica una «identificación con los pobres», así como un rechazo del estilo de la clase media alta. Sin embargo, el estilo retro se instaura separado de los valores de la clase media y de lo sombrío de la verdadera pobreza, hecho que conduce a algunas personas (la novelista Angela Cárter es reconocida por McRobbie en lo que a esto respecta) a cuestionarse si hurgar entre un revoltijo de saldos hace que no se tome en serio a aquellos que buscan por necesidad y no por elección propia. Sean cuales fueren las razones y cualesquiera las interpretaciones de la ropa de antigua, la imagen antigua ha continuado siendo popular entre los jóvenes. McRobbie dice que la mayoría de las subculturas juveniles ha confiado en la ropa pasada de moda para crear su estilo y que ese estilo ha influido en la principal corriente de la moda y en los minoristas hasta el punto de que las tiendas destinadas a los jóvenes suelen copiar las tácticas de los vendedores de los mercadillos al exponer sus prendas. Sin embargo, los mercadillos modernos también han copiado las tácticas de la tienda, al aceptar las tarjetas de crédito como forma de pago en lugar de ceñirse al efectivo y en algunas ocasiones también han fijado los precios. Además, la división entre el estilo de la calle y la corriente principal es cada vez menor. McRobbie sugiere que existe una serie de fecundaciones cruzadas entre ambas: la moda principal, por ejemplo, es un parásito de las subculturas pospunk y también reproduce los estilos ya reciclados de los mercadillos callejeros. Al escribir sobre el estilo a mediados de los ochenta, la autora sugiere que

[...] el mejor ejemplo de estas superposiciones y fecundaciones cruzadas reside, actualmente, en los armarios de los llamados jóvenes profesionales, tanto hombres como mujeres. Los nuevos artículos que ahora componen su armario fueron casi todos, hasta el último calcetín o media, descubiertos, restaurados y llevados por los jóvenes que trabajaron o rondaron por Camden Market y por toda una serie de rastros a finales de los setenta y principios de los ochenta (1994b, pág. 138).

McRobbie observa que el traje femenino anunciado como la última moda del verano de 1988 es una adaptación del traje de Chanel que a principios de los sesenta llevaban celebridades como Jackie Kennedy, mientras que los trajes para el té anunciados en los veranos de 1987 y 1988 por Next y Laura Ashley siguen el estilo de la moda de los vestidos de crepé de los años cuarenta. Prosigue diciendo que «el estilo retro siempre enfatiza

su distancia de la ropa usada» (1994b, pág. 140) y supone el ejercicio altamente selectivo del gusto por parte' del comprador de ropa antigua. Los mercados son lugares de encuentros e interacciones sociales, de «actividades heterogéneas» que atraen a las masas y que se prestan de forma natural a formar parte del espectáculo (Slater, 1993). Lo mismo sucede con las galerías comerciales que reunieron toda una gama de actividades cuando surgieron por primera vez a finales del xviii y principios del XIX. Don Slater, refiriéndose al trabajo de Walter Benjamín en las galerías, observa de qué modo reúnen «en una sola imagen la idea de que el mercado es, culturalmente, un lugar de reunión para las masas, al ofrecer centros de atención diferentes e intereses contingentes» (1993, pág. 192). Las galerías son pasillos cubiertos, generalmente arqueados y con tiendas y cafés en uno o ambos lados; en el siglo XVIII algunas veces incluían burdeles y otras lugares para el recreo urbano. El Palais Royal, construido en París en 1780, «contenía una de estas galerías, considerada emblemática al mostrar las raíces del consumismo moderno en las masas urbanas enfocadas en el espectáculo» (1993, pág. 193). Según Slater, la galería poseía tres formas de reunir a las masas: «El mercado premoderno, las reuniones de ocio sociales y la propia ciudad» (1993, pág. 193). Las galerías constituyeron, pues, un espacio para el consumo, en parte antiguas y en parte nuevas, que sirvió para promover formas modernas de consumo y de venta al detalle. A diferencia del mercado retro donde los comerciantes vendían sus mercancías directamente al público, éstas separaron la producción del consumo. De este modo propiciaron la aparición de «intermediarios», como el vendedor o puestero que mediaba entre fabricantes y consumidores. Al reunir a una serie de comerciantes, la galería continuó con la tradición del mercado premoderno, pero despersonalizó las relaciones entre vendedor y comprador, por ejemplo, al instaurar precios fijos en lugar del regateo. La galería también fue un espacio donde los modernos de la «sociedad» se encontraban para pasear. Esto sirvió para estimular «el crecimiento de infraestructuras de consumo específicas, por ejemplo, la tienda moderna y la comercialización del ocio» (1993, pág. 194). Una diversa gama de tipos sociales como financieros, *flâneurs*, dandis y prostitutas, cada uno de ellos persiguiendo sus propios intereses dentro del mismo espacio, podían elegir entre asistir a conciertos o a vodeviles, o encontrarse en habitaciones o en clubes. Semejante gama de actividades fue incorporada posteriormente en los grandes almacenes donde hubo un tiempo, en el que contaban con salas de lectura, salas de descanso, restaurantes y, posteriormente,

salones de belleza y peluquerías. Las galerías eran ciudades en miniatura, simulaciones de una ciudad dentro de la propia ciudad, no muy distintas de los modernos centros comerciales. En los últimos años, los centros comerciales se han erigido en las afueras de las ciudades en el mundo desarrollado; ejemplos representativos son el Arndale Centre de Manchester, Gran Bretaña, y en Estados Unidos, el Copley Center de Boston. Langman (1992) y Shields (1992) dicen que el centro comercial ha sustituido a la catedral gótica de los tiempos feudales y la fábrica de la era industrial se ha convertido en el edificio o espacio por excelencia de la sociedad contemporánea. Sin embargo, aunque parezca un nuevo espacio «posmoderno», tal como podemos ver en el argumento de Slater (1993), el centro comercial incorpora muchos aspectos del consumismo moderno y premoderno.

Las tiendas siempre han gozado de un lugar especial en la ciudad como espacios de ocio, deseo y lujo. Tal como indica Porter: «El *siglo XVIII* trajo consigo la aparición de las tiendas de lujo, en la City, en Picadilly y Mayfair» (1990, pág. 199). Estas tiendas despertaron nuevos placeres y oportunidades para las mujeres «respetables» que anteriormente carecían de la libertad para pasear por la ciudad, aunque sus movimientos seguían estando más restringidos que los de sus homólogos masculinos (Nava, 1992). Ir de compras también puede resultar una actividad placentera para los hombres. El poeta Robert Southey escribió en una carta: «Si tuviera que pasar el resto de mi vida en Londres, [...] creo que las tiendas seguirían divirtiéndome. Siempre puede hallarse algo extraordinario o hermoso en ellas» (en Porter, 1990, págs. 145-146). Las tiendas eran lugares para asombrarse y disfrutar: en las tiendas de lujo de Londres, los artículos se exponían en el escaparate con mucho arte. Shelley observa con qué «habilidad» se exponían las telas para las mujeres:

[...] Tanto si son sedas, *zarazas* como muselinas, cuelgan en pliegues detrás de los delicados escaparates de modo que se puede estudiar el efecto de un material u otro, como si fueran los pliegues de un vestido de mujer. [...] Tras los grandes escaparates de vidrio todo aquello que uno pueda imaginar está pulcra y atractivamente expuesto y en tal abundancia que casi te convierte en avaricioso (en Porter, 1990, pág. 144).

Las tiendas de telas marcaron el ejemplo en términos de diseño de fachada, pero fueron sin duda los grandes almacenes, como Bon Marché de París o Whiteley en Bayswater, Londres, los que resultaron ser la «gran innovación

victoriana» (Porter, 1990, pág. 201). Hasta la década de 1830, las tiendas habían sido muy especializadas, pero algunos tenderos, especialmente los de las tiendas de telas, como William Whiteley, vieron el potencial de ampliar su gama de productos y clientela (los precios en muchas de esas tiendas estaban fuera del alcance de la mayoría de las personas). Al incluir más artículos en un mismo espacio y al marcar claramente los precios, las tiendas de tela de mediados del XIX, que estaban en plena expansión, podían permitirse bajar los precios y facilitar que el comprador conociera el precio de los artículos a simple vista, sin tener que pasar por el apuro de preguntarlo. Estas tiendas de telas constituyeron proto-grandes almacenes creados bajo las pautas de los mercados cubiertos que surgieron en la década de 1830 en ciudades como Newcastle, donde el mercado Grainger (terminado en 1835) albergaba carniceros, verduleros y paradas de artículos de fantasía y «sirvió de imán para el nuevo desarrollo de esta ciudad» (Lancaster, 1995, pág. 8). Al eliminar «el temor a la compra» escribiendo los precios claramente, estas nuevas tiendas prosperaron junto a la nueva clase media-baja (Porter, 1990).

Según Lancaster: «Los orígenes de los grandes almacenes ingleses están firmemente anclados en los procesos gemelos de industrialización y urbanización» (1995, pág. 7), aunque reconoce que tales tiendas tienen raíces todavía más antiguas. Los primeros grandes almacenes en Inglaterra aparecieron en el norte, por ejemplo en Manchester y New-castle. Whiteley's, fundado en 1864, fue la primera de dichas tiendas que se abrieron en Londres, al principio como vendedores de telas, pero luego se expandió rápidamente ofreciendo joyerú., pieles y otros artículos selectos. Poco después, grandes tiendas como Dickins and Jones se trasladaron a Regent Street y se expandieron hasta convertirse en grandes almacenes en la década de 1890, mientras los almacenes Army and Navy abrían sus puertas en 1871.

La novedad de estos proto-grandes almacenes y de los posteriores grandes almacenes fue su provisión de una extensa gama de productos y servicios, entre los que se incluían restaurantes y salones de descanso. También eran lugares donde sentarse y soñar, y en ningún otro lugar era más evidente que en el Bon Marché de Aristide Boucicaut de París, fundado en 1852. En cuanto a estilo, Bon Marché imitó a las exposiciones internacionales: la Gran Exposición en el Crystal Palace, Londres (1851), y posteriormente la Exposición Universal de París (1855) y las ferias mundiales de Chicago (1893) y San Luis (1904). Los precios no sólo estaban claramente marcados como en la exposición de París, sino que todo el decorado de la tienda había sido creado para proporcionar un

espectáculo que animaba al curioso. Uno no necesariamente tenía que consumir nada salvo el propio espectáculo, aunque animaba a que uno se imaginara el dueño de los objetos expuestos. La tienda fue creada a gran escala, proporcionando una nueva forma de libertad: «Todo el mundo podía entrar, curiosear en los diferentes departamentos, merodear de piso en piso, sin pagar un centavo. El primer proto-gran almacén era demasiado pequeño y formal para ofrecer semejante anonimato» (Lancaster, 1995, pág. 18). Al aplacar los temores hacia la compra y estimular el deseo, los grandes almacenes se convirtieron en una vitrina para un creciente mercado de productos y artículos al alcance de un mayor número de personas, lo cual nunca había sucedido antes.

El diseño innovador de las tiendas, la decoración del escaparate y los mostradores interiores facilitaban el espectáculo de la tienda de tejidos y de los grandes almacenes. Mientras que en el siglo XVIII se había «diseñado la atractiva fachada», lo que no se consiguió hasta el siglo siguiente, dice Porter, fue una buena iluminación. Las tiendas gigantes como Swan y Edgar's que florecieron en el West End de Londres tenían excelentes escaparates iluminados con luz de gas, que servían de vitrinas para los artículos (Porter, 1990), de modo que las nuevas formas de iluminación revolucionaron la arquitectura moderna: tal como el historiador de arquitectura Reyner Braham expone: «La mera abundancia de luz [...] cambió eficazmente todos los hábitos visuales establecidos para contemplar los edificios» (en Leach, 1989, pág. 104). En ningún otro lugar se demostraba el afán de mostrar como en los grandes almacenes de las grandes ciudades de Estados Unidos: «A diferencia de los europeos, que con frecuencia manifestaban deseos estéticos en el arte más selecto, los americanos canalizaban sus deseos casi por completo [...] en la creación de formas comerciales masivas» (Leach, 1989, pág. 100). Los diseñadores comerciales de Estados Unidos trabajaron para generar «efectos teatrales» y «encanto», «interpretando y exagerando los artículos y sus entornos de modos que los disfrazaban y los transformaban en lo que no eran» (Leach, 1989, pág. 100). Estos diseñadores no sólo contaban con nuevos medios de iluminación, sino que también podían explotar nuevos materiales y técnicas, por ejemplo, nuevas formas de utilizar el vidrio para crear aguafuertes, glaseados, esmerilados, así como nuevos tipos de color producidos por los tintes anilinos, todo ello con la finalidad de atraer y deslumbrar a los que entraban. La decoración de la tienda era cada vez más importante a finales del XIX y «es apropiado que el primer defensor importante de la decoración fuera el mayor de todos los escritores de cuentos de hadas

americanos, L. Frank Baum, creador de *El mago de Oz*» (Leach, 1989, pág. 107). La filosofía de Baum es evidente en sus cuentos de hadas y en su interés en comercializar, celebrar el consumismo, el despliegue y el espectáculo artificial. Además de escribir, de interesarse por la fotografía, por el cine y de trabajar como minorista y en el campo del marketing, creó la primera revista dedicada al escaparatismo, *Shop Window*, y reunió la primera National Association of Window Trimmers (Asociación Nacional de Escaparatistas). Según Leach, para Baum «el escaparatismo era fantasía, infancia, teatro, juego tecnológico y venta, todo ello contenido en una misma cosa» (1989, pág. 10). Se dio cuenta de la importancia del escaparatismo para captar la atención de los paseantes y para estimular el deseo de consumo; con ello, «elevó la categoría del escaparate al primer lugar entre las estrategias de publicidad» (1989, pág. 110). Lo que aquí está en juego es la creación de un mundo de fantasía basado en el consumo de artículos. Entre finales del siglo XIX y principios del XX, América se convirtió en la «tierra del deseo», en un lugar que estimulaba el consumo de mercancías. Era un mundo que hacía hincapié en la individualidad y en la satisfacción individual, un mundo de ocio y consumo cada vez más secular que jugaba con el hedonismo, la libido, los sueños y los anhelos. No es de extrañar, pues, descubrir que la «metáfora del consumo como un "mundo de los sueños" dominara los debates del siglo XIX sobre el consumo» (Slater, 1993, pág. 196).

El énfasis en el espectáculo todavía es una característica de las grandes tiendas y grandes almacenes, especialmente en Navidad, cuando se exponen objetos de forma extravagante, con frecuencia en escenarios de ensueño y fantasía. El escaparatismo se ha convertido en un importante componente de la práctica de la venta al por menor: los modernos grandes almacenes, al igual que muchas tiendas, están bien versados en las estrategias para atraer la mirada y dirigir los pasos del consumidor a través del tiempo y del espacio. En los interiores de las tiendas actuales, «madera pulida, acabados con metal sólido, ventanas con grandes vidrieras, espejos de probador, letreros anunciadores, accesorios, luces direccionales y demás», se incita a los compradores a participar del espectáculo, organizando «formas de buscar compradores» (Nixon, 1996, pág. 61). En su análisis de la construcción de la masculinidad de los años ochenta, Nixon examina las formas en que las prácticas de venta al por menor, como el diseño de la tienda y su interior, orquestaban la venta de la ropa de hombre en tiendas como Next y Top Man. Para Nixon, las innovaciones de diseño que tienen lugar en la indumentaria

masculina de los años ochenta tomaron forma «mediante su inserción dentro de un conjunto de prácticas de venta» (1996, pág. 47). En otras palabras, una parte importante de la venta de nuevos estilos para hombre era su emplazamiento en lugares concretos de consumo que eran conscientemente diseñados. La explicación de Nixon sobre la indumentaria masculina, a diferencia de otros estudios que analizan la moda abstrayéndola y tratándola de un modo textual o semiótico, insiste en que el consumo de una moda en particular no está separado de la práctica de la venta al detalle, de cosas como el diseño de la tienda y su distribución. Estas prácticas son importantes en el proceso de destacar estilos particulares y subjetividades relacionadas con ellos, en este caso, el «nuevo hombre». A este respecto, Nixon considera el modo en que el diseño de la tienda y la venta de la moda al por menor (junto con revistas como *Arena*) operaban conjuntamente para crear formas de expectación para hombres en relación con el «nuevo hombre» de los ochenta. Lo mismo se puede decir de muchos grandes almacenes de renombre actuales y de las tiendas que fabrican cuidadosamente su entorno para crear la imagen apropiada. Cuando Ralph Lauren introdujo «Polo» en Selfridges a mediados de los noventa en Londres, la distribución estuvo cuidadosamente orquestada por los diseñadores de la firma de moda para asegurar que se creaba la imagen adecuada para la marca.

Es evidente que la moda no sólo existe como una fuerza o idea abstracta, sino que *se pone en práctica* mediante las acciones de los agentes individuales, fabricantes, compradores, editores de revistas, periodistas, minoristas y consumidores dentro de varias subsecciones del sistema o sistemas de la moda. La moda se ha de traducir y hacer que cobre sentido, proceso que trasciende las prácticas económicas y culturales hasta el grado en que es imposible separar lo económico de lo cultural, puesto que tal como dice Du Gay (1997), éstas no existen por separado, sino que se constituyen mutuamente entre ellas. Sin embargo, según Leopold (1992) y Fine y Leopold (1993), esto no se tiene en cuenta en la literatura, que tiende a centrarse en el consumo o en la producción, sin examinar las formas en las que están interconectados. Lo que queda implícito, pero sin ser mencionado por Du Gay y por Fine y Leopold es que el cuerpo es el objeto principal de la moda. Tal como he manifestado en este libro, la moda es un lugar importante para los discursos sobre el cuerpo y la identidad que se forja a través de varias ubicaciones y prácticas, desde los diseñadores que diseñan sobre el cuerpo, las modelos que llevan y promocionan las modas, hasta los

periodistas y minoristas que interpretan los estilos del cuerpo mediante el texto y la imagen. No podemos olvidar a las costureras que cosen las prendas, puesto que la moda se crea gracias al trabajo (y explotación) de estas personas. Los consumidores tampoco pueden pasar inadvertidos dentro del cuadro, ya que las modas sólo se vuelven populares cuando son consumidas y llevadas; es decir, mediante la expresión e interpretación activa de la moda en la ropa cotidiana fabricada en el plano del cuerpo individual. Para comprender la moda se requiere entender las interconexiones entre estos distintos cuerpos: el discursivo, el textual y el vivido, y las acciones de los agentes que ellos mismos encarnan.

Conclusión

La moda y la indumentaria encarnan al cuerpo en la cultura: la moda produce discursos sobre el cuerpo y sobre cómo adornarlo, la indumentaria es la traducción de la moda en la práctica diaria. La revista de moda, por ejemplo, marca los estilos y hace que éstos tengan sentido: «Este invierno, el marrón es el nuevo negro», por ejemplo, como en el invierno de 1997. Con ello a menudo establece la moda en términos de sistemas de oposiciones, por ejemplo:

La primavera está al caer y su estilo es nuevo y sencillo. El minimalismo del invierno ha cedido el paso a una eléctrica combinación de feminidad con lo deportivo. Por una parte, hay prendas bonitas, pero saludables; por la otra, existe una nueva imagen utilitaria. Parecen encontrarse en los extremos opuestos del espectro, pero comparten una simplicidad esencial y una silueta relajada (Walker, 1999, pág. 107).

La unión de «bonito» con «deportivo» y «utilitario» y la «simplicidad esencial» de estos estilos opuestos, ofrecen al lector una guía para dar sentido a las elecciones de prendas que pueden estar a su disposición en un momento dado. Al exponer las opciones de este modo, las revistas de moda no sólo desempeñan su papel en promover ciertas imágenes, sino en dar sentido a la moda para los consumidores en potencia. La revista de moda es,

por consiguiente, un ejemplo del modo en que la «moda» —como idea abstracta y discurso estético— y la «moda» —como la indumentaria actual que se encuentra a la venta cada temporada— conectan con la ropa que usamos todos los días. El consejo que ofrecen los periodistas de la moda y los editores cumple la función de enmarcar las opciones de los consumidores para su atuendo cotidiano. El consejo respecto a la «mejor compra» en las tiendas o sobre cómo traducir los estilos de la alta costura hoy en día se puede encontrar en todas partes, en los periódicos y en los programas de estilo de la televisión, así como en revistas de moda llenas de *glamour*. Estos textos no programan a los consumidores para comprar ciertas cosas: las modas pueden fracasar y, de hecho, a veces fracasan en despegar incluso cuando se las promociona mucho (los tacones de aguja que promocionaron las revistas de moda a finales de los noventa necesitaron varias temporadas de promoción antes de que se pudiera ver que un número significativo de ellos había reemplazado a los tacones anchos y bajos tan populares en los comercios). Sin embargo, los intermediarios culturales, como los periodistas, son un importante vínculo en la cadena de la moda que se extiende desde el fabricante y el minorista hasta el consumidor.

De esta manera, la «moda», tal como existe en las revistas y en otros textos, goza de una compleja relación con la «ropa» cotidiana. La moda establece los parámetros en torno a la indumentaria, mientras la vestimenta es la encarnación de la moda, puesto que sólo cuando es llevada por un suficiente número de personas se puede decir que está de moda. Es imposible explicar con exactitud por qué algunas modas tienen éxito, mientras otras fracasan, salvo tal como Braham (1997) sugiere, que nos refiramos a la idea de Blumer del «gusto incipiente» (1969). Una moda que tenga éxito capta el «estado de ánimo» o el «gusto» que está surgiendo. Si se hubieran de buscar formas de conectar la moda con la indumentaria, deberíamos seguir la pista a las conexiones entre fabricantes, distribuidores y consumidores. Un lugar evidente por donde empezar es por los intermediarios culturales, como los periodistas y los compradores que divulgan y promueven la moda y, al hacerlo, se mueven entre fabricantes y consumidores.

Este libro sólo ha tratado de la función de dichos intermediarios, área apta para futuras investigaciones. He intentado proporcionar al lector una visión general de las formas en las que se ha pensado sobre la moda y la indumentaria y se ha escrito acerca de las mismas. Con ello, he expuesto que uno ha de analizar la manera en que la moda, como discurso y como práctica, encarna al cuerpo, haciéndolo social e identificable, y cómo esta

construcción del cuerpo a través de la ropa es de considerable importancia para el desarrollo de la sociedad moderna. La literatura sobre la moda y la indumentaria, por lo general, ha descuidado al cuerpo y ha optado por separar la moda de la corporeidad y del complejo mundo social en el que operan los cuerpos. Los textos también han tendido a crear una división artificial entre los cuerpos que crean la moda y los que la llevan, según arguye enérgicamente Leopold. He intentado sugerir que es importante establecer conexiones entre la producción y el consumo y relacionar las teorías de la moda con las prácticas del vestir. Una forma de conseguirlo, tal como vimos en el capítulo 7, es analizar la moda como una industria cultural y contemplar las prácticas de los intermediarios culturales como el vínculo entre la producción y el consumo. También he sugerido que el cuerpo proporciona el vínculo que falta entre ambos. Una vez más, me gustaría recalcar que para comprender el cuerpo en la cultura es necesario entender cómo el cuerpo textual (el cuerpo expresado en los discursos producidos por los textos, como la revista de moda) se relaciona con la experiencia de la corporeidad (el cuerpo que se manifiesta en la vida cotidiana a través de las experiencias y de las prácticas de la indumentaria). Comprender la moda y la indumentaria supone entender la relación entre los distintos cuerpos dentro de la industria de la moda, como los fabricantes y los mediadores culturales, y las acciones realizadas por los individuos y las decisiones tomadas por los mismos sobre sus cuerpos. Estudiar la indumentaria como práctica corporal contextualizada implica estudiar las negociaciones que tienen lugar entre la «moda» y la «indumentaria». Supone examinar la forma en que la moda se traduce en prenda, la forma en la que el cuerpo textual de la revista de moda es interpretado y encarnado en la experiencia práctica de «vestirse».

Dicho entorno indica la necesidad de indagar cómo se puede traducir el discurso textual sobre el cuerpo en un cuerpo vestido real. Haré de nuevo referencia al pasaje citado al principio de esta conclusión: para comprender la relación entre los textos y los discursos sobre la moda y sus prácticas, hemos de preguntarnos, ¿cómo el estilo utilitario promocionado por *Marte Claire* en 1999 se traduce en el estilo que llevan las mujeres? ¿Qué mujeres adoptaron este estilo y por qué? ¿Cuáles son las estadísticas de este estilo: lo llevan las mujeres de una edad, clase, raza o etnia en particular? ¿Cómo es adoptado este estilo por las mujeres y qué factores influyen en dicha adaptación? ¿En qué ocasiones es apropiado llevar este estilo (para trabajar, en vacaciones, para salir de noche) y en qué ocasiones no sería adecuado (en una entrevista de trabajo, en un funeral)? ¿Hay ocasiones en las que debería ser «atenuado» o combinado con otros estilos

(quizás incluso con el estilo *pretty*) y, si ése es el caso, por qué? Todas estas complejas negociaciones forman parte integrante de la experiencia diaria de la moda en la práctica cotidiana de vestirse y, sin embargo, apenas se reconocen, si es que llegan a tenerse en cuenta en los estudios académicos sobre la moda. En este libro he expuesto la necesidad de crear estos vínculos entre la moda y la indumentaria y entre la producción y el consumo, y de establecer el entorno de la práctica corporal contextualizada. Espero haber sugerido lo que implica semejante estudio y, por consiguiente, de qué modo puede llegar a proceder una sociología sobre la moda y el vestir.

Bibliografía

- Ackroyd, R, *Dressing Up*, Londres, Thames and Hudson, 1979. .
- Ang, I., *Watching «Dallas»: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres, Methuen, 1985.
- Ash, J. y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora Press, 1992. Ash, J. y L. Wright (comps.), *Componente of Dress Design, Manufacturing and Image-Making in the Fashion Industry*, Londres, Routledge, 1988. Bailey, R., «Clothes Encounters of the Gynaecological Kind: Medical Mandates and Maternity Modes in the US 1859-1990», en R. Barnes y J. B. Eicher (comps.), *Dress and Gender: Making and Meaning*, Oxford, Berg, 1992.
- Bakhtin, M., *Babelais and bis World*, Indiana, Indiana University Press, 1984.
- Barnard, M., *Fashion as Communication*, Londres, Routledge, 1996. Barnes, R. y J. B. Eicher (comps.), *Dress and Gender: Making and Meaning*, Oxford, Berg, 1992. Barthes, R., *The Fashion System*, Londres, Cape, 1985 (trad. cast: *Sistema de la moda*, Barcelona, Gustavo Gili, 1978) (de próxima aparición en Paidós). Bataille, G., *Erotism: Death and Sensuality*, San Francisco, City Lights Books, 1986 (trad. cast.: *El erotismo*, Barcelona, Tusquets, 1997). Baudelaire, C., «The Painter of Modern Life», en *My Heart Laid Bare Other Prose Writings*, Londres, Soho Book Company, 1986 (trad. cast.: *El pin tor de la vida moderna*, Murcia, Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Murcia, 1994).
- Baudrillard, J., *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, St. Louis, MO, Telos, 1981.
- , *Simulations*, Nueva York, Semiotext(e), 1983.
- Bauman, Z., *Modernity and Ambivalence*, Cambridge, Polity Press, 1991.

- Beck, U., *Risk Society: Towards a New Modernity*, Londres, Sage, 1992 (trad. cast.: *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós, 1998).
- Belsey, A. y C. Belsey, «Icons of Divinity: Portraits of Elizabeth I», en L. Gent y N. Llewellyn (comps.), *Renaissance Bodies: The Human Figure in English Culture 1540-1660*, Londres, Reaktion, 1990.
- Benjamin, W., *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism*, Londres, Verso, 1989 (trad. cast.: *Baudelaire: poesía y capitalismo*, Madrid, Taurus, 1993).
- Bentham, J., *The Body Electric: Patterns of Western Industrial Culture*, Londres, Thames and Hudson, 1976.
- Bentham, J., *The Works of Jeremy Bentham*, vol. 4, edición a cargo de J. Browning, Edimburgo y Londres, W. Tait, Simkin Marshall and Co., 1843.
- Berger, J., *Ways of Seeing*, Harmondsworth, Penguin Books, 1972 (trad. cast.: *Modos de ver*, Barcelona, Gustavo Gili, 1980).
- Berman, M., *All That Is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*, Londres, Verso, 1983 (trad. cast.: *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*, Madrid, Siglo XXI, 1991).
- Berthelot, J. M., «Sociological Discourse and the Body», en M. Featherstone, M. Hepworth y B. Turner (comps.), *The Body: Social Process and Cultural Theory*, Londres, Sage, 1991.
- Blacking, J., *The Anthropology of the Body*, Londres, Academic Press, 1977.
- Blumer, H., «Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection», *Sociological Quarterly*, n° 10, 1969, págs. 275-291.
- Bourdieu, P., *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1984 (trad. cast.: *La distinción*, edición a cargo de María Carmen Ruiz de Elvira, Madrid, Taurus, 1998).
- , *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press, 1989.
- , «Structures, Habitus and Practices», en P. Press (comp.), *The Polity Reader in Social Theory*, Cambridge, Polity Press, 1994. Bradley, C., *A History of World Costume*, Londres, Peter Owen, 1955. Braham, R., «Fashion: Unpacking a Cultural Production», en P. Du Gay (comp.), *Production of Culture, Cultures of Production*, Londres, Sage, 1997.
- Brake, M., *The Sociology of Youth Culture*, Londres, Routledge and Kegan Paul, 1985.
- , *Comparative Youth Culture*, Londres, Routledge and Kegan Paul, 1985.
- Braudel, E., *The Structures of Everyday Life: The Limits of the Possible*, Londres, Fontana, 1981.
- Breward, C., *The Culture of Fashion*, Manchester, Manchester University Press, 1994.
- Brewer, J., *The Pleasures of the Imagination: English Culture in the Eighteenth Century*, Londres, Harper Collins, 1997.

- Brewer, J. y R. Porter (comps.), *Consumption and the World of Goods*, Nueva York, Routledge, 1993.
- Bristow, J., *Sexuality*, Londres, Routledge, 1997.
- Brooks, R., «Sighs and Whispers: A Review of a Bloomingdale Mail Order Catalogue for the Lingerie Department», en A. McRobbie (comp.), *Zoots Suits and Second-hand Dresses: An Anthology of Pasión and Music*, Londres, Macmillan Education, 1989.
- , «Fashion Photography, the Double-Page Spread: Helmut Newton, Guy Bourdin and Deborah Turberville», en J. Ash and E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora Press, 1992.
- Bryson, A., «The Rhetoric of Status: Gesture, Demeanour and the Image of the Gentleman in Sixteenth- and Seventeenth-Century England», en L. Gent y N. Llewellyn (comps.), *Renaissance Bodies: The Human Figure in English Culture 1540-1660*, Londres, Reaktion Books, 1990.
- Burrell, G. y J. Hearn, «The Sexuality of the Organization», en J. Hearn, D. L. Sheppard, P. Tancred-Sheriff y G. Burrell (comps.), *The Sexuality of Organization*, Londres, Sage Publications, 1993.
- Butler, J., *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Londres, Routledge, 1990.
- Callaway, H., «Dressing for Dinner in the Bush: Rituals of Self-Definition and British Imperial Authority», en R. Barnes y J. B. Eicher (comps.), *Dress and Gender: Making and Meaning*, Oxford, Berg, 1992.
- Campbell, C., *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford, Basil Blackwell, 1989.
- , «Understanding Traditional and Modern Patterns of Consumption in Eighteenth-Century England: A Character-Action Approach», en J. Brewer y R. Porter (comps.), *Consumption and the World of Goods*, Nueva York, Routledge, 1993.
- , «When the Meaning is not a Message: A Critique of the Consumption as Communication Thesis», en M. Nava, A. Blake, I. MacRury y B. Richards (comps.), *Buy this Book: Studies in Advertising and Consumption*, Londres, Routledge, 1997.
- Cash, T. E., «The Impact of Grooming Style on the Evaluation of Women in Management», en M. R. Solomon (comp.), *The Psychology of Fashion*, Nueva York, Lexington Books, 1985.
- Chapkis, W. y C. Enloe (comps.), *Of Common Cloth: Women in the Global Textile Industry*, Transnational Institute, 1984.
- Chhacchi, A., «The Case of India», en W. Chapkis y C. Enloe (comps.), *Of Common Cloth: Women in the Global Textile Industry*, Transnational Institute, 1984.

- Clarke, J., S. Hall, T. Jefferson y B. Roberts, «Subcultures, Cultures and Class», en T. Bennett, G. Martin, C. Mercer y J. Wollacott (comps.), *Culture, Ideology and Social Process: A Reader*, Milton Keynes, Open University Press, 1992.
- Colderidge, N., *The Fashion Conspiracy: A Remarkable Journey through the Empires of Fashion*, Londres, Mandarin, 1989.
- Collier, R., «"Nutty Professors", "Men in Suits" and "New Entrepreneurs": Corporeality, Subjectivity and Change in the Law School and Legal Practice», *Social and Legal Studies*, vol. 7, n° 1, 1998, págs. 27-53.
- Cordwell, J. y R. Schwarz (comps.), *The Fabrics of Culture: An Anthropology of Clothing and Adornment*, La Haya, Mouton, 1979.
- Cosgrove, S., «The Zoot Suit and Style Warfare», en A. McRobbie (comps.), *Zoot Suits and Secondhand Dresses*, Londres, Macmillan, 1989.
- Coyle, A., «Sex, Skill in the Organisation of the Clothing Industry», en J. West (comps.), *Work, Women and the Labour Market*, Londres, Routledge, 1982.
- Craik, J., *The Face of Fashion*, Londres, Routledge, 1993.
- Crossley, N., «Body Techniques, Agency and Inter-Corporality: On Goffman's Relations in Public», *Sociology*, vol. 129, n° 1, 1995a, págs. 133-149.
- , «Merleau-Ponty, the Elusive Body and Carnal Sociology», *Body and Society*, vol. 1, n° 1, 1995b, págs. 43-63.
- , «Body/Subject, Body/Power: Agency, Inscription and Control in Foucault and Merleau-Ponty», *Body and Society*, vol. 2, n° 2, 1996, págs. 99-116.
- Csordas, T. J., «Somatic Modes of Attention», *Cultural Anthropology*, vol. 8, n° 2, 1993, págs. 135-156.
- , «Introduction: The Body as Representation and Being-in-the-World», en T. J. Csordas (comps.), *Embodiment and Experience: The Existential Ground of Culture and Self*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996.
- Davidoff, L. y C. Hall, *Family Fortunes: Men and Women of the English Middle Classes*, Londres, Hutchinson, 1987 (trad. cast.: *Fortunas familiares*, Madrid, Cátedra, 1994).
- Davis, R., *Fashion, Culture and Identity*, Chicago, University of Chicago Press, 1992.
- De Grazia, V. y E. Furlough (comps.), *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, Londres, University of California Press, 1996.
- De la Haye, A., *Fashion Sourcebook*, Londres, Macdonald and Co., 1988.
- Derrida, J., *Of Grammatology*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1976.
- Diamond, I. y L. Quinby (comps.), *Feminism and Foucault: Reflections on Resistance*, Boston, Northeastern University Press, 1988.
- Ditcher, E., «Why We Dress the Way We Do», en M. R. Soloman (comp.), *The Psychology of Fashion*, Nueva York, Lexington Books, 1985.
- Douglas, M., *Natural Symbols*, Harmondsworth, Pelican Books, 1973 (trad.

- cast.: *Símbolos naturales: exploraciones en cosmología*, Madrid, Alianza, 1988).
- , «Do Dogs Laugh?»: A Cross-Cultural Approach to Body Symbolism», en M. Douglas (comp.), *Implicit Meanings: Essays in Anthropology*, Londres, Routledge, 1979a.
- , *Implicit Meanings: Essays in Anthropology*, Londres, Routledge, 1979b.
- , *Purity and Danger: An Analysis of the Concept of Pollution and Taboo*, Londres, Routledge and Kegan Paul, 1984 (trad. cast.: *Pureza y peligro: análisis de los conceptos de contaminación y tabú*, Madrid, Siglo XXI, 1991).
- Du Gay, P. (comp.), *Production of Cultures, Cultures of Production*, Londres, Sage, 1997.
- Edwards, T., *Men in the Mirror: Men's Fashions and Consumer Society*, Londres, Cassell, 1997.
- Elias, N., *The History of Manners: The Civilizing Process*, vol. 1, Nueva York, Pantheon, 1978 (trad. cast.: *El proceso de la civilización*, Madrid, FCE, 1988).
- Elson, D., «Nimble Fingers and Other Pables», en W. Chapkis y C. Enloe (comps.), *Of Common Cloth: Women in the Global Textile Industry*, Transnational Institute, 1984.
- Elson, D. y R. Pearson, «Nimble Fingers make Cheap Workers: An Analysis of Women's Employment in Third World Export Manufacturing», *Femi-nist Review*, n° 7, primavera de 1981.
- Emberley, Julia V., *Venus and Furs: The Cultural Politics of Fur*, Londres, I. B. Tauris and Co., 1998.
- Enloe, C., «Racism at Work», en W. Chapkis y C. Enloe (comps.), *Of Common Cloth: Women in the Global Textile Industry*, Transnational Institute, 1984.
- Entwistle, J., *Fashioning the Self: Woman, Dress, Power and Situated Bodily Practice in the Workplace*, tesis doctoral, University of London, Goldsmiths' College, 1997a.
- , «Power Dressing and the Fashioning of the Career Woman», en M. Nava, I. MacRury, A. Blake y B. Richards (comps.), *Buy this Book: Studies in Advertising and Consumption*, Londres, Routledge, 1997b.
- , «Sex/Gender», en C. Jenks (comp.), *Core Dichotomies in Sociology*, Londres, Sage, 1998.
- , «Fashioning the Career Woman: Power Dressing as a Strategy of Consumption», en M. Talbot y M. Andrews (comps.), *All the World and her Husband: Women and Consumption in the Twentieth Century*, Londres, Cassell, 2000.
- Entwistle, J. y E. Wilson, «The Body Clothed», *700 Years of Art and Fashion*, Londres, Hayward Gallery, 1998.
- Erickson, M. K. y S. M. Joseph, «Achievement Motivation and Clothing Preferences of White Collar Working Women», en M. R. Solomon (comp.), *The Psychology of Fashion*, Nueva York, Lexington Books, 1985.

- Evans, C. y M. Thornton, *Women and Fashion: A New Look*, Quartet Books, 1989.
- Ewen, S., *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*, Nueva York, McGraw-Hill, 1976.
- Featherstone, M., «The Body in a Consumer Society», en M. Featherstone, M. Hepworth y B. Turner (comps.), *The Body: Social Process and Cultural Theory*, Londres, Sage, 1991a.
- , *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage, 1991b.
- Featherstone, M., M. Hepworth y B. Turner (comps.), *The Body: Social Process and Cultural Theory*, Londres, Sage, 1991.
- Featherstone, M. y B. Turner, «Introduction», *Body and Society*, vol. 1, n° 1, 1995.
- Feher, M., R. Naddaff y N. Tazi, *Fragments for a History of the Human Body, Part One*, Nueva York, Zone, 1999.
- Fine, B. y E. Leopold, *The World of Consumption*, Londres, Routledge, 1993.
- Finkelstein, J., *The Fashioned Self*, Cambridge, Polity Press, 1991.
- Flügel, J. C., *The Psychology of Clothes*, Londres, Hogarth Press, 1930.
- Foucault, M., *The Birth of the Clinic*, Londres, Tavistock Publications, 1976 (trad. cast.: *El nacimiento de la clínica: una arqueología de la mirada médica*, Madrid, Siglo XXI, 1999).
- , *Discipline and Punish*, Harmondsworth, Penguin Books, 1977 (trad. cast.: *Vigilar y castigar*, Madrid, Siglo XXI, 2000).
- , *The History of Sexuality*, vol. 1, *Introduction*, Harmondsworth, Penguin Books, 1979 (trad. cast.: *Historia de la sexualidad*, vol. 1, Madrid, Siglo XXI, 1998).
- , «Body/Power», en C. Gordon (comp.), *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972-77*, Nueva York, Pantheon Books, 1980.
- , *The History of Sexuality*, vol. 2, *The Uses of Pleasure*, Nueva York, Vintage Books, 1985 (trad. cast.: *Historia de la sexualidad*, vol. 2, Madrid, Siglo XXI).
- , *The History of Sexuality*, vol. 3, *The Care of the Self*, Harmondsworth, Penguin Books, 1986 (trad. cast.: *Historia de la sexualidad*, vol. 3, Madrid, Siglo XXI).
- , «Technologies of the Self», en L. Martin, H. Gutman y P. Hutton (comps.), *Technologies of the Self (comps.), Technologies of the Self: A Seminar with Michel Foucault*, Amherst, University of Massachusetts Press, 1988 (trad. cast.: *Tecnologías del yo y otros textos afines*, Barcelona, Paidós, 1996).
- Frank, A. W., «Bringing Bodies Back In», *Theory, Culture and Society*, vol. 7, n° 1, 1990.
- Freeman, C., «Designing Women: Corporate Discipline and Barbado's Off-Shore Pink Collar Sector», *Cultural Anthropology*, vol. 8, n° 2, 1993.
- Freud, S., «Fetishism», en *Sexuality and the Psychology of Love* (1927), Nueva York, Collier Books, 1963.

- Gaines, J., «Introduction: Fabricating the Female Body», en J. Gaines y C. Herzog (comps.), *Fabrications: Costume and the Female Body*, Londres, Routledge, 1990.
- Gaines, J. y C. Herzog (comps.), *Fabrications: Costume and the Female Body*, Londres, Routledge, 1990.
- Gamman, L. y M. Makinen, *Female Fetishism: A New Look*, Londres, Lawrence and Wishart, 1994.
- Gamman, L. y M. Marshment, *The Female Gaze: Women as Viewers of Popular Culture*, Londres, Women's Press, 1988.
- Garber, M., *Vested Interests: Cross Dressing and Cultural Anxiety*, Harmondsworth, Penguin Books, 1992.
- Gatens, M., *Feminism and Philosophy: Perspectives on Difference and Equality*, Cambridge, Polity Press, 1991.
- Giddens, A., *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge, Polity Press, 1991 (trad. cast.: *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona, Península, 1997).
- Goffman, E., *The Presentation of Self in Everyday Life*, Londres, Penguin Books, 1971 (trad. cast.: *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Madrid, H. F. Martínez de Murguía, 1987).
- , *Relations in Public*, Harmondsworth, Pelican Books, 1972 (trad. cast.: *Relaciones en público: microestudios del orden público*, Madrid, Alianza, 1979).
- , *Gender Advertisements*, Londres, Macmillan, 1976.
- , *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*, Harmondsworth, Penguin Books, 1979 (trad. cast.: *Estigma: la identidad deteriorada*, Buenos Aires, Amorrortu, 1980).
- Gorsline, D., *A History of Fashion: A Visual Survey of Costume from Ancient Times (1953)*, Londres, Fitzhouse Books, 1991.
- Greenblatt, S., *Renaissance Self-Fashioning: From More to Shakespeare*, Chicago, University of Chicago Press, 1980.
- Hall, S., «The Hippies: An American Movement», Birmingham, CCCS Stenciled Papers, 1977.
- Hall, S. y T. Jefferson (comps.), *Resistances through Rituals*, Londres, Hutchinson, 1977.
- Halltunen, K., *Confidence Men and Painted Women: A Study of Middle-Class in America, 1830-1870*, Nueva Haven y Londres, Yale University Press, 1982.
- Haug, F. (comp.), *Female Sexualization*, Londres, Verso, 1987.
- Havelock, H., *Studies in the Psychology of Sex*, Filadelfia, F. A. Davis and Co., 1982.
- Hawthorne, R., *Bras: A Private View*, Londres, Souvenir Press, 1992.
- Hearn, J., D. L. Sheppard, P. Tancred-Sheriff y G. Burrell (comps.), *The Sexuality of the Organization*, Londres, Sage Publications, 1993.
- Hebdige, D., *Subculture: The Meaning of Style*, Londres, Methuen, 1979.

- Hollander, A., *Seeing through Clothes*, Berkeley, University of California Press, 1993.
- , *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*, Nueva York, Alfred A. Knopf, 1994.
- Hoodfar, H., «Return to the Veil: Personal Strategy and Public Participation in Egypt», en N. Radcliffe y M. T. Sinclair (comps.), *Working Women: International Perspectives on Labour and Gender Ideology*, Londres, Routledge, 1991.
- Horrocks, R., *An Introduction to the Study of Sexuality*, Londres, Macmillan, 1997.
- Hotchkiss, V. R., *Clothes Make the Man: Female Cross Dressing in Medieval Europe*, Londres, Garland, 1996.
- Howard, A., «Labor, History and Sweatshops in the New Global Economy», en A. Ross (comp.), *No Sweat: Fashion, Free Trade and the Rights of Garment Workers*, Londres, Verso, 1997.
- Hudson, D., *Munby: Man of Two Worlds*, Londres, Abacus, 1974.
- Jenkins, R., *Fierre Bourdieu*, Londres, Routledge, 1992.
- Jones, J., «Coquettes and Grisettes: Women Buying and Selling in Ancien Régime Paris», en V. de Grazia y E. Furlough (comps.), *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, Londres, University of Chicago Press, 1996.
- Kohler, C., *A History of Costume*, Nueva York, Dover Publications, 1963.
- Kuchta, D., «The Making of the Self-Made Man: Class, Clothing, and English Masculinity», en V. de Grazia y E. Furlough (comps.), *The Sex of Things: Gender and Consumption in Historical Perspective*, Londres, University of Chicago Press, 1996.
- Kuhn, A., «The Body and Cinema: Some Problems for Feminism», en S. Sheridan (comp.), *Grafts: Feminist Cultural Criticism*, Londres, Verso, 1988.
- Kunzle, D., *Fashion and Fetishism: A Social History of the Corset, Tight-Lacing and other Forms of Body-Sculpture in the West*, Totowa, NJ, Rowan and Littlefield, 1982.
- Lancaster, B., *The Department Store: A Social History*, Londres, Leicester University Press, 1995.
- Langman, L., «Neón Cages: Shopping for Subjectivity», en R. Shields (comp.), *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*, Londres, Routledge, 1992.
- Laquer, T. y L. Bourgeois, *Corporal Politics*, Cambridge, MA, MIT List, Visual Arts Centre, 1992. Laquer, T. y C. Gallagher, *The Making of the Modern Body: Sexuality, Society and the 19th Century*, Londres, University of California Press, 1987. Laver, J., *Dress: How and Why Fashions in Men's and Women's Clothes have Changed during the Past Two Hundred Years*, Londres, John Murray, 1950.
- , *Dandies*, Londres, Weidenfeld and Nicolson, 1968.

- , *Modesty in Dress*, Boston, Houghton Mifflin, 1969.
- , *A Conche History of Costume* (1969), Londres, Thames and Hudson, 1995 (trad. cast.: *Breve historia de la moda*, Madrid, Cátedra, 1989). Leach, W., «Strategies of Display and the Production of Desire», en S. Bronner (comp.), *Consuming Visions: Accumulation and Display of Goods in America, 1880-1920*, Ontario, Penguin Books, 1989.
- Lees, S., «When in Rome», *The Guardian*, 16 de febrero de 1999, págs. 6-7.
- Leopold, E., «The Manufacture of the Fashion System», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills*, Londres, Pandora, 1992.
- Lewis, R., *Gendering Orientation: Race, Femininity and Representaron*, Londres, Routledge, 1996. Lewis, R. y K. Rolley, «(Ad)Dressing the Dyke: Lesbian Looks and Lesbian Looking», en M. Nava, A. Blake, I. MacRury y B. Richards (comps.), *Buy this Book: Studies in Advertising and Consumption*, Londres, Routledge, 1997. Lown, J. y H. Chenut, «The Patriarchal Tread: a History of Exploitation», en W. Chapkis y C. Enloe (comps.), *Of Common Cloth: Women in the Global Textile Industry*, Transnational Institute, 1984. Luck, K., «Trouble in Edén, Trouble with Eve: Women, Trousers and Utopian Socialism in Nineteenth Century America», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills*, Londres, Pandora, 1992. Lurie, A., *The Language of Clothes*, Nueva York, Random House, 1981 (trad. cast.: *El lenguaje de la moda: una interpretación de las formas de vestir*, Barcelona, Paidós, 1994). MacKinnon, C. A., *Sexual Harassment of Working Women*, Nueva Haven, Yale University Press, 1979. Mauss, M., «Techniques of the Body», *Economy and Society*, vol. 2, n° 1, 1973, págs. 70-89. McCracken, G. D., *The Trickle-Down Theory Rehabilitated*, Nueva York, Lexington Books, 1985. McDowell, C., *Dressed to Kill: Sex, Power and Clothes*, Londres, Hutchinson, 1992. McKendrick, N., J. Brewer y J. H. Plumb, *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of the Eighteenth Century*, Londres, Hutchinson, 1983.
- McNay, L., *Foucault and Feminism: Power, Gender and the Self*, Cambridge, Polity Press, 1992.
- , «Gender, Habitus and the Field: Pierre Bourdieu and the Limits of Reflexivity», *Theory, Culture and Society*, vol. 16, n° 1, 1999, págs. 95-117.
- McRobbie, A., «Setting Accounts with Subculture», en T. Bennett, G. Martin, C. Mercer y J. Wollacott (comps.), *Culture, Ideology and Social Process*, Londres, B. T. Batsford, 1981.

- (comp.), *Zoot Suits and Second-hand Dresses: An Anthology of Fashion and Music*, Londres, Macmillan, 1989.
- , *Feminism and Youth Culture: From «Jackie» to «Just Seventeen»*, Londres, Macmillan, 1991.
- , *Post-Modernism and Popular Culture*, Londres, Routledge, 1994a.
- , «Second-hand Dresses and the Role of the Ragmarket», en A. McRobbie (comp.), *Post-Modernism and Popular Culture*, Londres, Routledge, 1994b.
- , *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry»*, Londres, Routledge, 1998.
- Mead, M., *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*, Nueva York, William Morrow, 1935 (trad. cast.: *Sexo y temperamento: en tres sociedades primitivas*, Barcelona, Paidós, 1999).
- Merleau-Ponty, M., *The Primacy of Perception*, Evanston y Chicago, Northwestern University Press, 1976.
- , *The Phenomenology of Perception*, Londres, Routledge and Kegan Paul, 1981 (trad. cast.: *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Planeta-De Agostini, 1985). Miller, D., *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford, Basil Blackwell, 1987.
- Modleski, T., *Loving with a Vengeance: Mass Produced Fantasies for Women*, Hamden, CT, Shoe String Press, 1982.
- Molloy, J. T., *Women: Dress for Success*, Nueva York, Peter H. Wyden, 1980.
- Moore, H. L., *A Passion for Difference*, Cambridge, Polity Press, 1994.
- Mort, E., «Boy's own», en R. Chapman y J. Rutherford (comps.), *Male Order: Unwrapping Masculinity*, Londres, Routledge, 1996.
- Mulvey, L., «Visual Pleasure and Narrative Cinema», *Screen*, vol. 16, n° 3, 1975.
- Nava, M., *Changing Cultures: Feminism, Youth and Consumerism*, Londres, Sage, 1992.
- Newton, S. M., *Health, Art and Reason: Dress Reformers of the 19th Century*, Londres, John Murray, 1974.
- Nixon, S., «Have you got the Look? Masculinities Shopping Spectacle», en R. Shields (comp.), *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*, Londres, Routledge, 1992.
- Oakley, A., *Sex, Gender and Society*, Londres, Temple Smith, 1976.
- Ortner, S. B., «Is Female to Male as Nature is to Culture?», en M. Rosaldo y L. Lamphere (comps.), *Women, Culture and Society*, Stanford, Stanford University Press, 1974.
- , *Making Gender: The Politics and Erotics of Culture*, Boston, Beacon Press, 1996.
- Partington, A., «Popular Fashion and Working-Class Affluence», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora,

1992. Perniola, M., «Between Clothing and Nudity», en M. Feher (comp.), *Fragments of a History of the Human Body*, Nueva York, MIT Press, 1990.
- Phizacklea, A., *Unpacking the Fashion Industry: Gender, Racism and Class in Production*, Londres, Routledge, 1990. Polhemus, T., *Bodystyles*, Luton, Lennard, 1988.
- , *Streetstyle*, Londres, Thames and Hudson, 1994.
- Polhemus, T. y L. Proctor, *Fashion and Anti-Fashion: An Anthropology of Clothing and Adornment*, Londres, Cox and Wyman, 1978. Porter, R., *English Society in the Eighteenth Century*, Londres, Penguin Books, 1990. Pringle, R., *Secretaries Talk: Sexuality, Power and Work*, Londres, Verso, 1988.
- , «Bureaucracy, Rationality, Sexuality: The Case of Secretaries», en J. Hearn, D. L. Sheppard, P. Tancred-Sheriff y G. Burrell (comps.), *The Sexuality of the Organization*, Londres, Sage, 1993. Radway, J., *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, Londres, Verso, 1987. Ramazanoglu, C. (comp.), *Up against Foucault: Explorations of some Tensions between Foucault and Feminism*, Londres, Routledge, 1993. Ribeiro, A., *A Visual History of Costume: The Eighteenth Century*, Londres, B. T. Batsford, 1983.
- , «Utopian Dress», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora, 1992. Richardson, J. y A. L. Kroeber, «Three Centuries of Women's Dress: A Quantitative Analysis», en G. Willis y D. Midgley (comps.), *Fashion Marketing*, Londres, Alien and Unwin, 1973. Riviere, J., «Womanliness as a Masquerade» (1929), en V. Burgin, J. Donald y C. Kaplan (comps.), *Formations of Fantasy*, Londres, Methuen, 1986. Roach, M. E. y J. B. Eicher (comps.), *Dress, Adornment and Social Order*, Nueva York, John Wiley and Sons, 1965. Roberts, H., «The Exquisite Slave: The Role of Clothes in the Making of the Victorian Woman», *Signs*, vol. 2, n° 3, 1977, págs. 554-569. Rolley, K., «Love, Desire and the Pursuit of the Whole: Dress and the Lesbian Couple», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora, 1992.
- Ross, A. (comp.), *No Sweat: Fashion, Free Trade and the Rights of Garment Workers*, Londres, Verso, 1997.
- Rouse, E., *Understanding Fashion*, Londres, BSP Professional Books, 1989. Said, E., *Orientalism*, Harmondsworth, Penguin Books, 1985 (trad. cast.: *Orientalismo*, Madrid, Libertarias-Prodhufo, 1990). Schulze, L., «On the Muscle», en J. Gaines y C. Herzog (comps.), *Fabrica-*

- tions: *Costume and the Female Body*, Londres, Routledge, 1990. Sekora, J., *Luxury: the Concept in Western Thought, Edén to Smollet*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1977. Sennet, R., *The Fall of Public Man*, Cambridge, Cambridge University Press, 1977 (trad. cast.: *El declive del hombre público*, Barcelona, Edicions 62/Península, 1978).
- , *Flesh and Stone: The Body and the City in Western Civilization*, Londres, Faber and Faber, 1994 (trad. cast.: *Carne y piedra: el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Madrid, Alianza, 1997). Sheppard, D. L., «Organisations, Power and Sexuality: The Image and Self-Image of Women Managers», en J. Hearn (comp.), *The Sexuality of the Organization*, Londres, Sage, 1989.
- , «Women Managers' Perceptions of Gender and Organizational Life», en A. Mills, J. Tancred y P. Tancred (comps.), *Gendering Organizational Analysis*, Londres, Sage, 1993. Shields, R. (comp.), *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*, Londres, Routledge, 1992.
- Shilling, C., *The Body and Social Theory*, Londres, Sage, 1993. Silverman, K., «Fragments of a Fashionable Discourse», en T. Modleski (comp.), *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture*, Bloomington, Indiana University Press, 1986. Simmel, G., *The Sociology of Georg Simmel*, Londres, Collier/Macmillan, 1950 (trad. cast.: *Sociología*, Barcelona, Edicions 62/Península, 1988).
- , «Fashion» (1904), en D. Levine (comp.), *On Individuality and Social Forms*, Londres, University of Chicago Press, 1971. Slater, D. R., «Going Shopping: Markets, Crowds and Consumption», en C. Jenks (comp.), *Cultural Reproduction*, Londres, Routledge, 1993.
- , *Consumer Culture and Modernity*, Cambridge, Polity Press, 1997. Smith, A., *The Wealth of Nations* (1776), Londres, Penguin Books, 1986 (trad. cast.: *La riqueza de las naciones*, Madrid, Alianza, 1999). Solomon, M. R. (comp.), *The Psychology of Fashion*, Nueva York, Lexington Books, 1985. St. Martin, L. y N. Gavey, «Women Body Building: Feminist Resistance and/or Femininity's Recuperation», *Body and Society*, vol. 2, n° 4, 1996, págs. 45-57.
- Steele, V., *Fashion and Eroticism: Ideals of Feminine Beauty from the Victorian Age to the Jazz Age*, Oxford, Oxford University Press, 1985.
- , *Paris Fashion: A Cultural History*, Oxford, Oxford University Press, 1988.
- , *Fetish: Fashion, Sex and Power*, Oxford, Oxford University Press, 1996.
- Steele, V. y C. B. Kidwell (comps.), *Men and Women: Dressing the Parí*, Washington, Smithsonian Institute Press, 1989.

- Stekel, W., *Sexual Aberrations: The Phenomenon of Fetishism in Relations*, Nueva York, Liveright Publishing Corporation, 1930.
- Stoller, R. J., *Sex and Gender: On the Development of Masculinity and Femininity*, Londres, Hogarth Press Institute of Psychoanalysis, 1968.
- , *Observing the Erotic Imagination*, Nueva Haven, Yale University Press, 1985.
- Su, J., «El Monte Thai Government Workers: Slave Sweatshops», en A. Ross (comp.), *No Sweat: Fashion, Free Trade and the Rights of Garment Workers*, Londres, Verso, 1997.
- Sydie, R. A., *Natural Women, Cultured Men*, Londres, Methuen, 1987.
- Synnott, A., *The Body Social: Symbolism, Self and Society*, Londres, Routledge, 1993.
- Tarrant, N., *The Development of Costume*, Londres, Routledge, 1994.
- Taylor, L. y E. Wilson, *Through the Looking Glass*, Londres, BBC Books, 1989.
- Thornton, S., *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge, Polity Press, 1995.
- Triggs, T., «Framing Masculinity: Herb Ritts, Bruce Weber and the Body Perfect», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora, 1992.
- Tseélon, E., «Fashion and the Signification of Social Order», *Semiótica*, vol. 91, n° 1-2, 1992a, págs. 1-14.
- , «Is the Presented Self Sincere? Goffman, Impression Management and the Postmodern Self», *Theory, Culture and Society*, vol. 9, n° 2, 1992b.
- , *The Masque of Femininity*, Londres, Sage, 1997.
- Turner, B., *The Body and Society: Explorations in Social Theory*, Oxford, Basil Blackwell, 1985 (trad. cast.: *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social*, México, Fondo de Cultura Económica, 1989).
- , «Recent Development in the Theory of the Body», en M. Featherstone, M. Hepworth y B. Turner (comps.), *The Body: Social Process and Cultural Theory*, Londres, Sage, 1991.
- Turner, T., «Bodies and Anti-Bodies: Flesh and Fetish in Contemporary Social Theory», en T. Csordas (comp.), *Embodiment and Experience: The Existential Ground of Culture and Self*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996.
- Veblen, T., *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions* (1899), Nueva York, Mentor, 1953 (trad. cast.: *Teoría de la clase ociosa*, Madrid, Hyspamerica, 1988).
- Vickery, A., «Women and the World of Goods: A Lancashire Consumer and her Possessions, 1751-81», en J. Brewer and R. Porter (comps.), *Consumption and the World of Goods*, Londres, Routledge, 1993.
- Walker, E., «Catwalk Special», *Marte Claire*, febrero de 1999, págs. 107-115.

- Weatherill, L., «The Meaning of Consumer Behaviour in Late Seventeenth-and Early Eighteenth-Century England», en J. Brewer y R. Porter (comps.), *Consumption and the World of Goods*, Londres, Routledge, 1993, págs. 206-227.
- , *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660-1760*, Londres, Routledge, 1996.
- Weiner, B. y Schneider, J. (comps.), *Cloth and the Human Experience*, Londres, Smithsonian Institute Press, 1991.
- Wheelwright, J., *Amazons and Military Maids: Women who Dressed as Men in the Pursuit of Life, Liberty and Happiness*, Londres, Pandora, 1989.
- Willet, C. y Cunningham, R., *The History of Underclothes*, Nueva York, Dover Publications, 1992.
- Williamson, J., *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*, Londres, Marión Boyars, 1978.
- Willis, G. y D. Midgley (comps.), *Fashion Marketing: An Anthology of View-points and Perspectives*, Londres, Alien and Unwin, 1973.
- Willis, P., «The Expressive Style of a Motor-Bike Culture», en J. Benthall y T. Polhemus (comps.), *The Body as a Medium of Expression*, Londres, Alien Lañe, 1975.
- , *Profane Culture*, Londres, Routledge and Kegan Paul, 1978. Wilson, E., *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Londres, Virago, 1985.
- , *The Sphinx in the City*, Londres, Virago, 1991.
- , «The Postmodern Body», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora, 1992. Wolf, N., *The Beauty Myth*, Londres, Vintage, 1991 (trad. cast.: *El mito de la belleza*, Barcelona, Emecé, 1992). Woodhouse, A., *Fantastic Women: Sex, Gender and Transvestism*, Londres, Macmillan, 1989. Wright, L., «Out-grown Clothes for Grown-up People: Constructing a Theory of Fashion», en J. Ash y E. Wilson (comps.), *Chic Thrills: A Fashion Reader*, Londres, Pandora, 1992. Yarwood, D., *Fashion in the Western World 1500-1900*, Londres, B. T. Batsford, 1992. Young, I. M., «Women Recovering our Clothes», en S. Benstock y S. Ferriss (comps.), *On Fashion*, Nueva Brunswick, Rutgers University Press, 1995.

