

PRÁCTICAS DEL VESTIR Y CAMBIO SOCIAL. LA MODA COMO DISCURSO

Laura Zambrini

Universidad de Buenos Aires / CONICET (Argentina)

laura.zambrini@gmail.com

Resumen

El artículo versa acerca de las transformaciones en el campo de la moda a partir del ocaso de la cultura de masas y el posterior advenimiento de la sociedad global. Con tal fin, se realiza un breve recorrido sobre las principales etapas de la historia de la moda, y su vital importancia en el desarrollo de la cultura de masas en el siglo xx. Luego en una segunda instancia, se analizan las transformaciones de la indumentaria en el contexto de la Globalización tecnológica y cultural. Las prácticas estéticas, y en particular las del vestir, están vinculadas con los cambios sociales ocurridos en occidente. La moda puede ser considerada como un sistema de comunicación que se ha configurado históricamente con un discurso propio y que habilita múltiples interpretaciones respecto a la consolidación y crisis de la modernidad, y al auge de los nuevos paradigmas. El objetivo del presente trabajo consiste en proponer una reflexión teórica acerca de la función social de las prácticas del vestir y los discursos propuestos por la moda, según los distintos cambios sociales y culturales. Revisamos la compleja relación entre la cultura de masas, la consolidación del sistema de la moda, y la transición que atraviesa en la actualidad en la denominada era global, en virtud de comprender el entramado de significados que unen a la moda y a la sociedad.

Palabras clave: Moda, Cambio social, Modernidad, Globalización.

Orígenes suntuarios. La moda y la búsqueda de la distinción social

Pensar los inicios de la moda invita a reflexionar acerca del florecimiento de la sociedad moderna en Europa, y los diversos cambios socio-históricos, políticos y culturales que han transformado la vida social a partir de la consolidación de los valores de la modernidad. La cultura occidental ha sufrido distintas mudanzas a lo largo de su compleja historia y, en cada una de ellas, las prácticas del vestir han tenido funciones sociales distintas acordes al contexto. Cavilar sobre la moda supone que esta no opera como un fenómeno aislado e independiente de la sociedad en la que se ha gestado y de los cambios socio-culturales producidos. Por el contrario, existe una tendencia hacia la reciprocidad entre las formas de vestir de las personas, los valores culturales y el mundo social. Cada época histórica tendrá como correlato determinados patrones estéticos y usos de indumentarias que expresan una cosmovisión ligada a un tipo de orden social.

A diferencia de la función social que las prácticas del vestir habían tenido en la denominada Etapa Aristocrática (Riviere, 1977), la moda surgió en la sociedad moderna y capitalista denotando las necesidades de cambio constante como rasgo cultural principal. Excede los objetivos del presente trabajo el desarrollo –con mayor detenimiento– de la intrincada historia del traje y la moda, y sus distintas etapas; pero destacamos que la transición de los valores de la aristocracia ligados a las Cortes Medievales y al Feudalismo en Europa, se contraponían a los valores de la naciente burguesía. Dicha puja tuvo como escenario privilegiado al campo político, y a su vez, puede rastrearse en el campo del arte y de la creación de indumentaria. A lo largo del artículo nos referiremos a la moda “en sentido moderno” pues previamente no podría ser catalogada como tal. Las concepciones acerca de la elegancia y el buen gusto en el vestir como atributos deseables y estéticos de las personas, están relacionadas con el proceso sociológico que instaló la idea de civilización en occidente, herencia de la sociedad cortesana (Elías, 1977). Estos patrones

sellaron los antecedentes y los parámetros estilísticos para el posterior desarrollo de la Alta Costura. Elías sugiere que la Edad Media funcionó como una etapa de transición pues fue en dicho momento histórico cuando surgieron los primeros manuales de etiqueta y de comportamiento social. A grandes rasgos, podemos afirmar que en las etapas anteriores a la moda burguesa predominaban en Europa las elites aristocráticas que controlaban formalmente el privilegio del vestir. Mediante el dictado de las Leyes Suntuarias (1) se prohibían el uso de determinadas ropas, telas y/o colores a todos aquellos que no pertenecieran a las cortes, a la nobleza y al clero, por ejemplo. Este sistema del vestir respondía a sociedades cuyas estructuras internas se caracterizaban por la fijeza de los roles sociales. Por ende, la indumentaria refería –a simple vista– a las identidades de los sujetos de acuerdo con sus actividades y posiciones en la escala social. Existían trajes que comunicaban la función social en consonancia con la actividad desempeñada: atuendos de guerreros, de campesinos, de siervos, trajes para la realeza y otros para los cortesanos, a modo ilustrativo. Eran sociedades estratificadas a partir de estamentos rígidos siendo imposible el traspaso de uno hacia otro. Las posesiones de las tierras y de los títulos de nobleza –heredados mediante lazos sanguíneos– funcionaban como los principales atributos para gozar un lugar social acomodado.

El ascenso de la burguesía como grupo social dominante permitió que estas características fuesen modificándose paulatinamente. Los principales acontecimientos que utilizamos como referentes históricos para enmarcar dichos procesos son: la Revolución Francesa, la Revolución Industrial y la posterior consolidación del sistema capitalista.

La emergente sociedad de clases impuso un sistema del vestir que lograba expresar los potenciales cambios internos en la estructura social y las nuevas identidades colectivas. Fue en esta etapa que surgió la moda propiamente dicha, es decir, con innovaciones permanentes de estilos estéticos y con cambios relativos en las jerarquías sociales. Al modificarse el entramado social a causa del liderazgo de los valores burgueses, entre otros factores, permitió que tanto el dinero como los ideales de libertad e igualdad adquirieran un valor categórico. Este proceso fue acompañado por las mutaciones en el sistema productivo y en las tecnologías, transformando al trabajo de la industria fabril en el principal organizador de lo social. El crecimiento de las ciudades y la consecuente concentración de las poblaciones en las urbes, la necesidad de ampliar los mercados a donde vender lo producido, posibilitado a su vez por el intercambio de materias primas entre las colonias –especialmente en el rubro textil– fueron los impulsos necesarios para el desarrollo de la industria de la moda.

Desde esta perspectiva se puede afirmar que el cambio social y la moda se unieron de manera significativa, y fue en este momento histórico cuando nacieron los recambios de las ropas por temporadas (otoño, invierno, primavera, verano). En épocas anteriores, a excepción de los estratos acomodados, las personas solían tener uno o dos trajes durante toda su vida. La moda burguesa rompió con estos hábitos e introdujo el gusto por el cambio constante en el vestir. Los ciclos de la moda se adaptaron a los ritmos industriales, y encontraron sociedades que absorbieron positivamente la democratización en el vestir y el consumo (2). En el año 1860, el diseñador Charles Worth creó la primera firma de Alta Costura en Francia, marcando durante mucho tiempo los principales parámetros de la elegancia y el buen vestir difundidos a través de los catálogos de moda con fines elitistas y distintivos. Por su parte, la creación de la máquina de coser permitió una confección seriada que forjó prendas de baja calidad y bajo precio/costo dirigida a la distribución masiva en las grandes tiendas. De este modo, se consolidó un sistema de la moda bipartito, es decir, compuesto por dos elementos: la Alta Costura y la confección seriada (Saulquin, 1990). Según Lipovetsky (1994), la democratización de la moda llegó por causa de la burguesía puesto que la mayoría de las clases populares accedió a su consumo. No obstante, los privilegios del vestir persistieron en manos de unos pocos liderados por la alta burguesía. Es por ello que Riviere sostiene que en principio pareció ser efectiva la democratización vestimentaria. Pero más tarde lo fue solo de modo parcial porque mediante la Alta Costura, la elite burguesa conservó el privilegio del vestir al igual que la aristocracia lo hizo en épocas anteriores amparada en las Leyes Suntuarias. A partir del siglo XIX, comenzaron a ser presentadas las colecciones de

moda, indicando las prendas y estilos que deberían ser usados en la próxima estación o temporada. Aquí surgió la figura de los estilistas como aquellos que proponían y dictaminaban a la moda.

Por su parte, la Sociología clásica del siglo XIX, catalogó a la moda como un fenómeno contradictorio que evidenciaba la lucha social debido a la estratificación de los distintos sectores sociales. Por un lado, se destacaba la presencia de una elite portadora de los bienes de distinción y, por otro, una inmensa mayoría que intentaba adoptar y/o imitar dichos símbolos distintivos. Las luchas de aspiraciones se consolidaban cuando la elite trataba –al sentirse amenazada– de alejarse lo más posible de la mayoría creando nuevos símbolos de distinción social (Martínez Barreiro, 1998).

Autores como Spencer (1947) y Simmel (2002), postularon que la moda estaba atravesada por el fenómeno de la imitación social siendo las clases más pudientes las que intentaban separarse a partir de las apariencias (mediante la ropa, especialmente) de las clases más bajas. A su vez, éstos últimos mediante la imitación de los sectores más acomodados pretendían emular una mejor pertenencia social. Para Simmel, los juegos de las imitaciones y/o distinciones resultaron funcionales para el desarrollo del sistema capitalista porque favorecieron el consumo. Por esta razón, el autor argumentó que la moda tuvo la función social simultánea de “unir y diferenciar” a una sociedad que se encontraba dividida en diversas clases sociales (Simmel, 1938). La moda cohesionaba a los distintos grupos a la vez que los diferenciaba entre sí. Veblen (1987), destacó que la indumentaria funcionó como un símbolo de ocio porque una “apariencia elegante” brindaba información acerca del lugar que el sujeto ocupaba en la estructura productiva. El autor mediante la Teoría de la clase ociosa destacó que un individuo al invertir su dinero en el consumo de la moda/ indumentaria, mostraba a los demás –en una primera instancia– su capacidad adquisitiva mediante un derroche ostensible.

Lipovetsky (1994) y Saulquin (1990) describen que en la denominada etapa burguesa de la moda (Riviere, 1977) se conformó un sistema del vestir bipolar cuya función era básicamente manifestar y salvaguardar la distinción social. El sistema de la moda brindó identidades a los sujetos y los mimetizó en lo masivo sentando las bases culturales para el desarrollo durante el siglo XX de una cultura de masas. Los años de posguerra, y luego el ascenso de las clases medias en las décadas de los años 50 y 60, encontraron en el diseño *Pret a porter* una forma de vestir que acompañó los cambios sociales y los nuevos roles de género en las vidas cotidianas. Para Lipovetsky (1994) el auge del *Pret a porter* expresó los cambios a niveles estéticos y simbólicos, siendo las revistas de moda, las publicidades y las grandes marcas las que estimularon la creación de nuevas identidades sociales en torno al consumo. De este modo, el sistema de la moda bipolar se reorganizó, y fue lentamente reemplazado por otro modelo tripartito que integró a:

- la confección en serie
- el *Pret a porter*
- e hizo entrar en crisis a la Alta costura.

Los cambios en las formas de vida de las personas y el surgimiento de nuevas identidades sociales repercutieron oportunamente en la moda. De acuerdo a Lipovetsky, la juventud se fue gestando como una condición valorizada, producto de una sociedad que se empezaba a concentrar en el tiempo presente y en el consumo inmediato como forma de vida y lazo social.

La Moda y La Cultura de Masas

Numerosos autores sostienen que el siglo XX ha sido el período histórico en donde la moda se ha consolidado como tal porque se integró por completo en la cultura occidental. Los medios de comunicación masivos (*mass-media*) resultaron excelentes vehículos para la transmisión de los parámetros estéticos y de consumo que impulsaban “el estar a la moda” como lo hegemónico. Morin (1962) describe que durante el siglo XX se afianzó la masificación del consumo - impulsada especialmente

por los Estados Unidos - difundándose hacia el resto de los países occidentales. Fue la antesala histórica a la denominada Planetarización (Morin, 2002) o Globalización - en los términos de Bauman (1999) - de la cultura occidental y del consumo como estilo de vida principal. El surgimiento de las industrias culturales - en especial la industria cinematográfica apoyada en las figuras denominadas *Stars de Hollywood* - fue fundamental en el desarrollo y democratización de la moda. La cultura de masas persuadía a un "Gran Público" mediante la difusión de determinados estilos y parámetros estéticos a seguir colectivamente. Más adelante, serán las industrias del ocio, de las vacaciones y la problematización de la vida privada tratados de manera masiva como formas de evasión de lo cotidiano (Morin, 1962). El surgimiento de la industria Publicitaria resultó clave en la exaltación del consumo. Baudrillard (1989) sostiene que dicho consumismo conlleva a reemplazar las relaciones humanas, por otra que privilegia a los objetos. Según el citado autor, la cultura de masas logró que los hombres adapten sus pensamientos a los ritmos industriales modelando una civilización en favor del consumo de las marcas privilegiadas. Por lo tanto, sugiere que las personas bajo este paradigma se definen a sí mismas y a los otros, a partir de la relación con los objetos como signos de distinción social. El intercambio simbólico de objetos mantendrá la jerarquía social, y ocultará a escala ideológica que mediante la renovación constante de los objetos de moda se compensará la ausencia de una movilidad social real inexistente. En el mismo sentido, Bourdieu (1998) considera que la sociedad moderna está organizada sobre la base de "la lógica de la distinción", donde ciertos hábitos y prácticas sociales son legitimados como superiores. Esta diferenciación se presenta como si fuese "natural". Las categorías de pensamiento y apreciación del mundo de los grupos dominantes son interiorizadas por las capas medias y bajas funcionando como los parámetros legítimos para pensar y percibir lo social. Así, los esquemas mentales y corpóreos tienden a corresponderse con las estructuras sociales a las que aluden. De esta forma, para Bourdieu los gustos con relación a qué es estético y qué no lo es estarán signados de manera significativa por el grupo de pertenencia y por el origen social. La moda para el autor será vital en esta lógica pues funcionará como un instrumento de distinción social y de clase ya que favorecerá la idea de un estilo de vida legítimo signado por el consumo y la concentración de los capitales económicos y simbólicos traducidos en formas de *habitus*.

Morin afirma que bajo la cultura de masas, el arte se produce bajo las mismas normas masivas de la fabricación industrial. Es decir, una producción seriada de bienes culturales difundidos a través de los medios de comunicación masivos logrando orientar las emociones y las formas de percibir el mundo en pos de la identificación social a partir del consumo (3). La moda en esta etapa se consolidó a partir de los mandatos autoritarios, únicos y masivos liderados por los diseños de la Alta Costura. Esto respondía a una sociedad cuyas identidades eran relativamente estables pues los Estados nacionales y el trabajo industrial/fabril contenían y regulaban la vida social mediante las políticas de bienestar. En otro orden, Foucault (1989) señaló que en esta etapa el capitalismo estuvo regido mediante las disciplinas. En las sociedades disciplinarias -nacidas en el siglo XVIII y XIX, que encontraron su esplendor en el siglo XX- los sujetos eran regulados mediante dispositivos de encierro que funcionaban como instituciones ordenadoras de lo social. Mediante la metáfora del Panóptico, el autor sugirió que los mecanismos de dominación son asociados a la idea de vigilancia, considerando que la sociedad moderna es caracterizada por lo carcelario, es decir, una sociedad que vigila y castiga a través de sus instituciones. El poder moldea los cuerpos a través de discursos que se constituyen en regímenes de verdad y establecen las condiciones de posibilidad del pensar y del hablar, e inclusive engendrando las formas de resistencia a este. En este sentido, plantea el establecimiento de una noción histórica de la normalidad de los sujetos y sus cuerpos que actúan en formas de tecnologías del yo (Foucault, 1990). Si bien Foucault jamás relacionó su teoría con la moda y las prácticas del vestir, algunos autores sostienen que sus ideas planteadas sobre el disciplinamiento de los cuerpos también se pueden rastrear y enlazar con la historia de la moda (Turner, 1989). En el siglo XIX, la figura del corsé femenino ilustra una forma

de disciplina y opresión sobre los cuerpos de las mujeres, pues el uso de dicha prenda era asociada a cuestiones morales. En cambio, durante el siglo xx, las modas –en principio– acogieron ropas más cómodas acompañando la renovación de los estilos de vida, los roles y las expectativas de los géneros (4). No obstante, los exigentes parámetros de belleza y juventud fueron transformándose en los nuevos dispositivos poniendo el acento tanto en el peso corporal como en las calorías de las comidas ingeridas. Las dietas y las rutinas de ejercicios físicos se volvieron los discursos normatizadores y funcionales a la creación de los estereotipos de la moda masiva (Entwistle, 2002).

Podemos resumir que la moda durante la cultura de masas se caracterizó por estar regida a partir de los ritmos industriales, fue en sus comienzos un sistema bipolar (Alta Costura y confección seriada) para luego ser un sistema tripartito integrando al *Pret a porter*. Esta moda se organizó sobre la base de ciclos de alrededor de 18 a 20 años en las formas, colores y texturas cuyos fines eran mantener la distinción social según el acceso al consumo (Saulquin, 1990). Los ciclos funcionaron de manera equilibrada y armónica en la sociedad industrial porque era un sistema del vestir que respondía a una sociedad cuyas estructuras internas solían ser relativamente estables e integradoras. Aquí el consumo y la masificación gobernaban a la moda y el individuo era ocultado tras los mandatos autoritarios y el disciplinamiento de la masificación. Los iconos vestimentarios más representativos de esta etapa fueron: el *Jean* y la *T-Shirt*.

Sin embargo, estos ciclos del sistema de la moda que gozaban de ritmos regulares empezaron a alterarse ocasionando la desarticulación de la moda por causa de las transformaciones en la sociedad industrial y disciplinaria. Los cambios están produciendo una significativa crisis social y cultural que se plasman a su vez en los modos de vestir (Saulquin, 1999). La moda se fue organizando bajo nuevos parámetros relacionados con la Globalización, y las nuevas formas sutiles de control que redefinen los escenarios económicos, políticos, tecnológicos y culturales a escala local y global.

Moda y Globalización

Las sociedades disciplinarias descritas previamente estallaron en crisis dando paso al desarrollo de las sociedades de control (Deleuze, 1990). A finales del siglo xx los espacios de encierro aglutinados en las instituciones, atravesaron una profunda transformación. Poco a poco están siendo reemplazados por otros cuya organización se focaliza en los espacios abiertos y en el ejercicio de formas de control más sutiles de la vida cotidiana de los sujetos. La Globalización es principalmente un proceso económico y, como tal, ha provocado profundas crisis y cambios culturales. Se caracteriza por la primacía del capital financiero y la interdependencia de las economías mundiales. La consolidación del paradigma informático y las tecnologías cibernéticas han transformado el sistema productivo y redefinido las relaciones sociales, generando un fuerte impacto a partir de la desregulación del mundo del trabajo. De este modo, surgieron nuevas problemáticas sociales a causa del desempleo. Anteriormente vimos que, en la sociedad de masas, el trabajo estaba suscrito al paradigma industrial asociado a la producción en las fábricas, con una fuerte presencia del Estado y sus políticas integradoras que regulaban y disciplinaban la sociedad. Este modelo entró en crisis en la década de los años 70, y ya en los años 90 comenzó su agonía con la aplicación de las políticas neoliberales. Los estados nacionales comenzaron a perder poder en sus propios territorios y se retiraron de los principales ámbitos en los que actuaban – salud, educación, seguridad, etcétera– dando paso al sector privado que privilegió las ganancias económicas en detrimento del desarrollo humano. Esta transformación produjo consecuencias sociales y –si bien la industria no ha desaparecido– muchas fábricas durante los años de la década de los 90 fueron cerrando, y las identidades sociales y laborales se fueron transformando. Es decir, que las fábricas han sido gradualmente reemplazadas por el control de las empresas, el sector financiero y el de servicios. Emergió el desempleo con un problema social acarreado nuevas formas de violencia causadas por la re-estructuración del tejido social. Consecuentemente, irrumpe en la esfera pública la figura del excluido social. La sociedad tendió

a polarizarse en aquellas personas que disfrutan de la Globalización y aquellas que la padecen. La sensación de movimiento constante (real o no) y la interconexión en forma de redes es posibilitada a través de la tecnología (Bauman, 1999). Se diluyen las fronteras, y se resignifican las percepciones de las nociones de tiempo y espacio tradicionales. Lo virtual se integra en las vidas cotidianas y redefine las relaciones sociales. Por ello, el don de la flexibilidad, la capacitación y acceso a la información, así como la adaptación permanente de los sujetos se vuelven rasgos precisos para adecuarse a los cambios constantes y faltas de certezas (Sennet, 1998). Se han modificado los estilos de vida y las identidades sociales con tendencia a la homogeneización cultural.

No obstante, este proceso no se lo considera lineal sino que, por el contrario, ha generado respuestas contestatarias y resistencias frente a lo masivo. Existe una tensión entre lo local y lo global posibilitando una especie de hibridación cultural y desmasificación (García Canclini, 1990). Lo híbrido para muchos países es una forma de defensa de la identidad nacional y un repliegue hacia lo local frente al avance de la Globalización.

En este contexto, la moda también resultó afectada ya que el sistema de la moda era producto de la sociedad industrial y masiva la cual –como vimos– franquea una crisis. La moda como sistema organizado a partir de los ciclos industriales está desarticulándose dando paso a la sociedad cibernética o post-industrial. De este modo, resurge el individuo anteriormente tapado por la cultura de masas (Saulquin, 1999). La sociedad occidental se ha vuelto aún más compleja en su estructura interna debido a la fragmentación de los estilos de vida. Las tendencias de la moda pautadas y seguidas colectivamente pasan poco a poco a una esfera más individual y personalizada. Es decir, que coexisten tantos modos de vestir como estilos de vidas posibles. Asimismo, se refleja la tendencia social a independizarse de los mandatos colectivos, coincidiendo con el ocaso del diseño de la Alta Costura como único y totalitario parámetro estilístico. Conviven distintas estéticas que muestran los diferentes estilos de vida de los sujetos. Como ya dijimos, se desarticula la moda masiva porque ocurren cambios sociales que jaquean a la sociedad moderna e industrial, dando lugar a la consolidación del imaginario de la posmodernidad y al paradigma cibernético.

Este nuevo escenario, y especialmente en el campo del diseño de la indumentaria, el desarrollo tecnológico posibilitó que en los países centrales se crearan nuevas fibras –llamadas inteligentes– usadas para el diseño interactivo (Manzini, 1996). Es decir, un diseño de ropa con tecnología incorporada que privilegia el cuidado ecológico. Estas fibras tienen la capacidad de reaccionar a partir de estímulos externos como el frío, el calor, la lluvia, o bien a partir de funciones del cuerpo humano no deseadas como la transpiración, por ejemplo. Le brindan al usuario un mayor *confort* que las fibras tradicionales como el algodón o las lanas. No obstante, paradójicamente, el elemento tecnológico fortifica el control social planteado por Deleuze. Mediante los discursos de un supuesto acceso a mayores libertades como por ejemplo los brindados por las empresas de telefonía celular, o en este caso en particular por los fabricantes de dichas prendas, se deja de lado que estos artefactos culturales son diseñados con la incorporación de *chips* que, a su vez permiten localizar y rastrear a las personas con rapidez. Paulatinamente, se fue incorporando como valor social positivo el *plus* de diseño y la originalidad en las prendas y objetos –en oposición– a las modas masivas. La búsqueda de la expresión de la propia personalidad mediante el consumo de los diseños y objetos “no masivos” lentamente se ha ido absorbiendo como lo legítimo (5), e interpela a los consumidores revalorizando el individualismo como rasgo social.

Esta transición consolidó en la moda a la adolescencia y la juventud como valores sociales que: por un lado, resaltan lo joven como forma de vida legítima y; por otro, lo consolidan como el principal *target* consumidor al que apelan las marcas (Klein, 2001).

En otro orden, la moda evidencia la redefinición social en torno a las nociones de la sexualidad y las identidades de género pues en el diseño se comienzan a desdibujar los límites tradicionales y binarios de lo femenino y lo masculino en virtud de una

concepción más andrógina de los cuerpos. A su vez, los diseñadores incorporan en sus prototipos elementos de estilos de vida alternativos y de las distintas culturas –anteriormente tapadas por la cultura de masas– dando paso a las modas étnicas, por ejemplo.

La moda ha comenzado un proceso de desarticulación –lo cual no indica su desaparición– sino que es transformada y reorganizada acorde con las nuevas necesidades sociales y los distintos estilos de vida. La moda masiva da paso a un incipiente sistema general de la indumentaria que hace tambalear al sistema de la moda exponente de la sociedad industrial. Si bien la industria como forma de producción no ha desaparecido, es posible que ella se integre bajo los nuevos complejos parámetros tecnológicos y productivos (Saulquin, 1999). Este sistema de vestimenta (actualmente en vías de consolidación) responde a la sociedad global –en contraposición– a la sociedad industrial y de masas, donde el sistema del vestir tendía a la distinción social pero con fines integradores. En cambio, en la sociedad global la función social del vestir es probable que exprese la fragmentación y la exclusión de numerosos sectores sociales. Pues no todos podrán acceder a las nuevas prendas interactivas, ni gozar de su confort. De este modo, se acentúa la existente polarización social a través del consumo y la estética. La moda definida como una de las principales prácticas de la modernidad y como sistema de comunicación, a estas alturas pareciera que deberá readaptarse de acuerdo con lo contextual. Y posiblemente llegue a mostrar con mayor impacto, que ciertos sujetos pueden integrarse a la estructura social –en contraste– con otros que permanecerán en la categoría de excluidos. Hasta aquí se planteó que al caer lo masivo emergía el sujeto (anteriormente oscurecido por la cultura de masas). Pero cabe preguntarse quién y cómo será este sujeto, y qué tipo de mundo habitará si no logra consolidar los lazos sociales que le permitan unirse y sensibilizarse frente a sus semejantes, más allá de las modas, el consumo y las apariencias estéticas.

Notas

1 Las leyes suntuarias fueron un conjunto de disposiciones legales en Europa cuyo objetivo era regular la diferenciación social basada en la indumentaria y el lujo. De este modo se impedía formalmente que las personas no pertenecientes a la aristocracia pudieran emular una mejor pertenencia social mediante la vestimenta. Dichas leyes dictaminaban qué tipo de ropa y colores podían ser utilizados de acuerdo con la jerarquía social, permitiendo por lo tanto identificar y separar a simple vista los rangos y las actividades sociales. Los historiadores de la moda destacan la importancia de las leyes suntuarias en la historia social entendidas éstas como materiales concretos de comunicación para la comprensión de la dimensión simbólica de las prácticas del vestir con fines identitarios. El periodo de normatividad más significativo fue en la baja Edad Media y comienzos de la Edad Moderna, momento en que comienza poco a poco la moda (Guglielmi, 2004). El acceso por parte de la burguesía al dinero pero no al linaje, fue determinante en la disputa por el prestigio social y los privilegios en el vestir. El advenimiento del capitalismo hizo que las leyes suntuarias dejaran de tener sentido dando paso a la lógica de la distinción social (Bourdieu, 1998).

2 Se considera que los sucesos más relevantes que impulsaron el nacimiento de la moda fueron: el desarrollo de la sociedad cortesana y el Renacimiento, la expansión del comercio a partir de las Cruzadas, el afianzamiento de la burguesía como la clase que concentraba las riquezas y la vida urbana e industrial, entre otros. A diferencia de la etapa anterior donde el vestir tenía un fin clasificatorio, la era moderna sentó las bases para el afianzamiento de un sistema del vestir basado en el cambio continuo ya que la moda necesitó una sociedad que tenga cierta movilidad interna para su pleno desarrollo. Esta es una de las razones por las cuales se interpreta que la moda no haya sido impulsada en el orden feudal (Entwistle, 2002).

3 Morin (1962) define las principales estrategias que posibilitan la producción y la circulación de los bienes culturales en la cultura de masas tales como: homogeneización, vulgarización, *standardización* y sincretismo. Estas tenían como objetivo primordial la difusión de una cultura sin grandes complejidades en su contenido, de fácil acceso y comprensión, que pudiera abarcar la mayor cantidad de público posible. Dicha lógica se integró con las identidades nacionales, trascendiendo lo local a partir de los medios masivos de comunicación. La cultura de masas tendió a la masificación social por medio del consumo. En este sentido, el sistema de la moda operó masivamente mediante los mandatos autoritarios de los principales centros productores de moda (París, Nueva York, Milán) y en especial de alta costura. Los fines fueron por un lado, la homogeneización estética; y por otro, salvaguardar la distinción social consolidando el consumo como rasgo identitario.

4 Las nociones de Foucault en torno al poder pueden ser relacionadas con las prácticas del vestir para comprender los modos en que los cuerpos adquieren significado a partir de los discursos sociales. La perspectiva de género no está presente en la obra de Foucault, pero trabajos feministas posteriores como los

realizados por Butler (1999), por ejemplo han unido la noción del poder foucaultiano para explicar al cuerpo generizado a partir del esquema binario de lo femenino y lo masculino como un constructo de los discursos de la modernidad. En este contexto, la indumentaria cumple un papel esencial puesto que marca y refuerza las fronteras de las identidades de género binarias e inscribe significados culturales sobre los cuerpos.

5 Numerosas campañas publicitarias interpelan al consumidor mediante la idea de resaltar la propia personalidad y dejar de lado los mandatos colectivos. A modo de ejemplo, la última campaña de *Dove* resulta un buen exponente de dicho proceso ya que propone asumir el propio cuerpo dejando de lado los parámetros de la moda masiva que homogeneiza la corporalidad femenina en la delgadez extrema.

Bibliografía

- Bauman, Zigmunt *La globalización. Consecuencias humanas*. Buenos Aires: FCE. 1999.
- Baudrillard, Jean *Crítica a la economía política del signo*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. 1989.
- Bourdieu, Pierre *La distinción*. Madrid: Taurus. 1998.
- Butler, Judith *El género en disputa*. México: Paidós. 1999
- Deleuze, Gilles Postdata sobre las sociedades de control en *Conversaciones (1972-1990)* en [www.philosophia.cl /](http://www.philosophia.cl/)
- Escuela de filosofía Universidad ARCIS. 1990.
- Elías, Norbert *El proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica. 1977.
- Entwistle, Joanne *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós. 2002.
- Foucault, Michel *Vigilar y Castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. 1989.
- Foucault, Michel *Tecnologías del yo*. Barcelona: Paidós. 1990.
- García Canclini, Néstor *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo. 1990.
- Guglielmi, Nilda *Disciplinare il lusso: La legislazione suntuaria in italia e in europa tra medioevo ed Etá Moderna. Temas Medievales*, enero/dic., vol. 12. 2004.
- Klein, Noemi *No logo*. Buenos Aires: Paidós. 2001.
- Laver, James *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Cátedra. 1989.
- Lipovetsky, Gilles *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama. 1994.
- Lurie, Allison *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós. 1994.
- Manzini, Ezio *Artefactos*. Barcelona: Ediciones Experimenta. 1996.
- Martínez Barreiro, Ana *La moda en las sociedades modernas*. Madrid: Tecnos. 1998.
- Morin, Edgar *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus. 1962.
- Morin, Edgar *La era planetaria en Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO. 2002.
- Nederveen, Jan, *Globalization as Hybridization*, en *International Sociology*. Vol. 9, Nº 2. 1994.
- Riviere, Margarita *Moda: ¿comunicación o incomunicación?* Barcelona: Gili. 1977.
- Revista *DeSigniS n°1 La moda. Identidades y representacion*. Barcelona: Gedisa. 2002.
- Saulquin, Susana *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé. 1990.
- Saulquin, Susana *La moda, después*. Buenos Aires: ISM. 1999.
- Sennet, Richard *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama. 1998.
- Simmel, Georg *Sobre la Aventura* Barcelona: Ediciones Península. 2002.
- Simmel, Georg *Cultura femenina y otros ensayos*. Buenos Aires: Espasa Calpe. 1938.
- Spencer, Herbert *Principios de Sociología*. Buenos Aires: Revista de Occidente. 1947.
- Turner, B. *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social*. México: FCE. 1989.

Veblen, Thorstein *Teoría de la clase ociosa*. Buenos Aires: Hyspamérica. 1987.

Vigarello, Georges *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Buenos Aires: Nueva Visión. 2005.

LAURA ZAMBRINI

Es Socióloga (UBA) y doctoranda en Ciencias Sociales (Fsoc, UBA) con una beca CONICET (2006/11). Es docente Adjunta en la materia Sociología, orientada al diseño de indumentaria y textil en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU-UBA). Participa de un proyecto Ubacyt en la misma facultad dirigido por la Dra. Verónica Devalle, y es miembro del Grupo de Estudios de Sexualidades (GES) del Instituto Gino Germani. Investiga temas relacionados con el campo de la Sociología del cuerpo y del vestir, y las identidades de género.