



Dime cómo vistes y te diré quién eres: un acercamiento teórico a la relación moda e identidad

Antonio Hernández Matos
Centro de Estudios Iberoamericanos
Universidad de Puerto Rico en Arecibo

Introducción

La moda aún no está de moda entre los intelectuales. Sigue siendo un tema desdeñado, considerado inferior intelectualmente, fútil, en parte por lo efímero de su existencia. Esto a pesar de que el número de trabajos que estudian los fenómenos del vestido y la moda ha crecido considerablemente en los últimos 20 o 30 años, desde que Gilles Lipovetsky afirmara que “la moda entre los intelectuales no se lleva”.¹ El argumento de este ensayo es que en el contexto de nuestras sociedades occidentales, sociedades dominadas por la lógica del consumo, la moda y el vestido son herramientas discursivas y prácticas claves en la construcción de identidades. La presente reflexión va dirigida a examinar cómo algunos estudiosos han articulado esa relación entre moda, vestido, e identidad.

Dicha resistencia al examen académico del vestido y la moda es aún más enigmática dada la importancia central de ambos en nuestras sociedades, sociedades de cuerpos vestidos. Como acertadamente sugiere la socióloga británica Joanne Entwistle,

“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”, y que el vestirse “es un acto de preparar el cuerpo para el mundo social, hacerlo apropiado, aceptable, de hecho, hasta respetable y posiblemente incluso deseable [...] la ropa es una experiencia íntima

¹ Gilles Lipovetsky, *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas* (Barcelona: Editorial Anagrama, 2000), 1.



del cuerpo y una presentación pública del mismo.”² (Todavía el radio de acción del cuerpo desnudo es limitado.)

O, para decirlo de otra forma, como afirma la filósofo británica Kate Soper, “clothing, [...], signals a human wearer, and in doing so is tied into our conceptions of dignity, personhood and bodily integrity”.³ Tan íntimo es ese vínculo que el acto de desnudez obligatoria es experimentado como denigrante, como bien han sabido los ejércitos alrededor del mundo

Claro, lo que se entiende por “ir vestido” difiere de sociedad en sociedad, y de contexto en contexto -y su extensión va desde simples pinturas y adornos hasta complejos ensamblajes de diferentes materiales que cubren el cuerpo en su totalidad. Sin embargo, sea como sea que se defina el acto de vestirse, la moda y el vestido cumplen una doble función, individual y social, un puente entre lo íntimo y lo público. Como sugiere Kaja Silverman, “clothing and other kinds of ornamentation make the human body culturally visible [...] clothing draws the body so that it can be culturally seen, and articulates it in a meaningful form”.⁴ Más aún, esa relación es íntima con el Yo y abre un puente entre este y la sociedad. Citando una vez más a Silverman, “I would feel impelled to stress as strongly as possible that clothing is a necessary condition of subjectivity -that in articulating the body it simultaneously articulates the psyche”.⁵ Es decir, la moda y el vestido contribuyen a articular las identidades de los sujetos.

² Joanne Entwistle, *El cuerpo y la moda: una visión sociológica* (Barcelona & Buenos Aires: Ediciones Paidós, 2002), 13. Véase también, Erwin Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York, London & Sidney: Anchor Books, 1959). Gregory Stone propone que siempre nos vestimos para una audiencia cuya validación es necesaria para el establecimiento de nuestro “yo”. Gregory Stone, “Appearance and the Self” en Mary E. Roach & Joanne B. Eicher (eds.), *Dress, Adornment, and the Social Order* (New York: John Wiley & Sons, 1965), 216-245.

³ Kate Soper, “Dress Needs: Reflections on the Clothed Body” en Joanne Entwistle & Elizabeth Wilson (eds.), *Body Dressing* (Oxford & New York: Berg, 2001), 18. Más aún, Soper sugiere que “the point is to dress in the manner in which we are happy for others to see us. This may be either with a view to their barely noticing us (or noticing us only for our discretion), or with the more extrovert end of focusing their attention on us.” Soper, “Dress”, 19.

⁴ Kaja Silverman, “Fragments of a Fashionable Discourse” en Tania Modleski (ed.), *Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture* (Bloomington: Indiana University Press, 1986), 145.

⁵ Silverman, “Fragments”, 147.



Ya a mediados del siglo XX, el sociólogo estadounidense, Gregory Stone, proponía que, “in response to his clothes, the wearer was cast as a social object -a “me”- or, as we shall say, given some identity. A person’s dress also imbued him with attitudes by arousing others’ anticipations of his conduct as well as assisting the mobilization of his own activity. In [George H.] Mead’s terms, then, the self as object and attitude is established by appearance”.⁶ O, como en febrero de 1876 lo expresaba más filosóficamente y de forma concisa un artículo en *The Englishwoman’s Domestic Magazine*, “the appearance is the condition on which the reality is possible”.⁷ La “apariencia” es un elemento clave en la constitución de la identidad –tanto privada como pública– del sujeto porque, como sugiere Susan Kaiser, primero, “aparecer”, tener “apariencia” es inevitable y, segundo, es la única forma en que podemos “representarnos”.⁸ Por lo que en la “apariencia” hay un proceso de autoreflexión durante el cual, según el esquema de Stone, el sujeto se apropia de conceptos -evidentemente, del acervo cultural disponible- de identidad, valor, actitud, etc. De esta forma, “by appearing, the person *announces* his identity, *shows* his value, *expresses* his mood, or *proposes* his attitude [...] one’s clothes impart value to the wearer both in the wearer’s own eyes and in the eyes of others”.⁹ Así que no solamente se trata de lo que el sujeto presenta en su propuesta de “apariencia” sino que se incluye la respuesta de los demás a dicha propuesta.

⁶ Stone, “Appearance”, 222. Para Stone, “apariencia” no solamente se refiere a la cuestión del arreglo -de la cual forman parte, evidentemente, la moda y el vestido-, sino que también incluye otras características como los “gestos”.

⁷ Según citado en Christopher Breward, “Femininity and Consumption: The Problem of the Late Nineteenth-Century Fashion Journal”, *Journal of Design History*, 7:2 (1994): 77.

⁸ Susan Kaiser, “Minding Appearances: Style, Truth and Subjectivity” en Entwistle & Wilson (eds.), *Body Dressing*, 92.

⁹ Stone, “Appearance”, 230, 222. Otros estudiosos del tema han cuestionado el énfasis en la “apariencia” -tanto de la propuesta de Stone como de la “Symbolic Interaction Theory” de la cual participan académicos claves en el estudio de la moda y el vestido, como Herbert Blumer, Susan Kaiser y Mary Roach, entre otros. Por ejemplo, Rachel K. Pannabecker cuestiona el enfocarse en la “apariencia” perdiendo de vista la presencia de diversos elementos no vinculados al cuerpo que sirven a los sujetos para construir identidades y decir algo sobre sí mismos, como lo son los autos, las casas, etc. Joanne Hershfield demuestra este punto cuando señala que, “through activities such as choosing which products to buy and designing the space of the home, the housewife partook in a process of self-fashioning by extending her “uniqueness” beyond the confines of her own body, an artistic practice that women were encouraged to



Aquí podemos retornar a lo que Entwistle propone y, enfocando el lente, afirmar que, “not only does dress form the key link between individual identity and the body, providing the means, or “raw” material for performing identity, dress is fundamentally an inter-subjective and social phenomenon, an important link between individual identity and social belonging”.¹⁰ En parte, esa pertenencia se logra porque la moda y el vestido pueden llegar a funcionar -o se pueden entender- como mecanismos de control social pues al mismo tiempo que permiten la construcción y la comunicación de una identidad esta se mantiene generalmente dentro de los límites de lo que es socialmente definido como un cuerpo “normal” y un vestido “apropiado”.¹¹ Para resumir, la moda y el vestido vinculan el sujeto y la sociedad, primero, porque aquellos proveen un mecanismo de expresión al sujeto para presentarse en sociedad, y, segundo, porque la sociedad tiende a limitar las opciones de expresión vestimentaria de las que dispone el sujeto.

Ahora bien, esto último no significa que las opciones identitarias sean muy reducidas en número o fijas; por el contrario, y esto apunta a otra característica importante de la moda y el vestido, estos han servido de vehículo de expresión de diversos intentos de autodeterminación por parte de los sujetos, que se han manifestado desde, al menos, la baja Edad Media y el Renacimiento. Más aún, la moda y el vestido pueden servir -y lo han hecho- para escrutar y repensar identidades marginales, fronterizas, y con ello, los mismos fundamentos de las políticas

engage with in their primary roles as housewives”. Rachel K. Pannabecker, “Fashioning Theory: a Critical Discussion of the Symbolic Interactionist Theory of Fashion”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 15:3 (1997): 181; Joanne Hershfield, *Imagining La Chica Moderna: Women, Nation, and Visual Culture in Mexico, 1917-1936* (Durham & London: Duke University Press, 2008), 96. Me parece que esas deficiencias pueden ser subsanadas con el concepto de “moda” que aquí propongo.

¹⁰ Joanne Entwistle, “The Dressed Body” en Entwistle & Wilson (eds.), *Body Dressing*, 47.

¹¹ Entwistle, “Dressed”, 48-49. De hecho, Herbert Blumer va más allá y concibe la moda como una forma de control social ya que impone orden en un mundo móvil, permitiendo la transición ordenada del presente al futuro, y lo nuevo que presenta lo somete al proceso de competencia y al juicio de la “selección colectiva”. Herbert Blumer, “Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection”, *The Sociological Quarterly*, 10:3 (June 1969): 275-291.



de identidad en nuestras sociedades occidentales.¹² Como sugiere Kaiser, “by minding appearances, individuals can explore borderlands epistemologies, recognizing them for what they are: sites under construction -sites that are liminal or hybrid, in between positionalities [...] minding appearances, then, can be an epistemology of ambiguity”.¹³ Es decir, la moda y el vestido no solo pueden funcionar como mecanismos de control social sino que, paradójicamente, también pueden operar como mecanismos liberadores en la construcción y expresión de identidades.

Finalmente, unas breves palabras acerca de la nomenclatura aquí a utilizarse y una corta aclaración. Primero, existe una rica variedad de términos que se han utilizado en el análisis del fenómeno de la moda y, como es de esperarse, cada autor los maneja de forma particular. Esto, lamentablemente, muchas veces ha llevado a una confusión teórica, por lo que se hace necesario clarificar ciertos conceptos.¹⁴ Cuidando de respetar las particularidades conceptuales de los autores que aquí se trabajan, en términos del argumento general del texto -que la moda y el vestido funcionan como mecanismos de construcción de identidades en nuestras sociedades occidentales- la distinción principal a manejar es entre moda, vestido y estilo. La “moda” es, ante todo, cambio

¹² “Identidad” es entendida aquí como el producto de un *performance*, en el sentido que le da Judith Butler, es decir, como el resultado de la repetición de una serie de actos discursivos. El sujeto no existe antes de su construcción, sino que es en dicha repetición que se produce uno que puede reflexionar sobre sí mismo como poseedor de ciertas características, sean estas de género, raciales, sociales, etc. El *performance*, según Butler, oculta la historicidad de la identidad que se construye lo que permite la naturalización de la misma. Esa identidad puede ser concebida como un “ideal normativo” si se toma como algo fijo. Sin embargo, porque el *performance* nunca se repite de forma idéntica, es posible la transgresión de las identidades que se intentan sostener. La moda es una de las formas en las que, para usar una frase ilustrativa de Joan Scott, “subjects are discursively constituted”. Véase, Judith Butler, “Introduction” y “Gender is Burning” en Judith Butler, *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of “Sex”* (New York & London: Routledge, 1993), 1-23, 121-140; Joan Scott, “The Evidence of Experience”, *Critical Inquiry*, 17:4 (Summer 1991): 793.

¹³ Kaiser, “Minding”, 89. El orden ha sido alterado.

¹⁴ Por ejemplo, Roach & Eicher distinguen, y descartan, seis posibles formas de referirse al fenómeno del vestido – “appearance”, “adornment/ornament”, “clothing”, “apparel”, “costume”, “fashion”- para proponer “Social Aspects of Dress” al campo que se ha de estudiar. Blumer distingue entre “fads” y “fashion”. En español algunos autores distinguen entre “moda” y “Moda”. Me parece que el texto de Alison Lurie a discutirse más adelante es un buen ejemplo de esa confusión teórica. Mary Ellen Roach-Higgins & Joanne B. Eicher, “Dress and Identity”, *Clothing and Textile Research Journal*, 10:4 (Summer 1992): 1-8.



rápido y constante.¹⁵ Pero dichos cambios se enuncian y se presentan en forma de discurso regulador que se manifiesta acompañado de un mandato de acatamiento, de un deber de aceptación. No obstante, ese discurso, lejos de ser unitario, unívoco, es un campo de batalla entre una variedad de enunciados y proposiciones, lo que lo vuelve un ámbito paradójico, como se mostró anteriormente.¹⁶ El “vestido”, por su parte, se toma de forma amplia incluyendo, además de la pieza indumentaria, los accesorios/adornos y modificaciones del cuerpo (tatuajes, “piercing”). La moda siempre determina las normas suntuarias, pero no todo “vestido” siempre está de moda, aunque si es posible afirmar que todo “vestido” en algún momento estuvo de moda. Por último, el “estilo” se entiende como el manejo particular que los sujetos hacen a nivel individual de las normas que la moda establece y las herramientas que el vestido provee. De esta forma, se puede afirmar que nada escapa a la moda.

Segundo, lo que aquí se presenta no es una historia del vestido ni una historia de la moda. Tampoco es una búsqueda acerca de por qué ocurre la moda o cómo funciona, cuáles son sus mecanismos internos, fundamentales. Se trata, más bien, vale recalcar, de una discusión teórica acerca de algunos textos claves que ayudan en la conceptualización de la relación entre la moda y el vestido y diversas formas de identidad. El examen de esas formas de articulación, de esas relaciones entre moda y vestido y cuerpo/identidad se ha conformado de diferentes maneras a través del tiempo. Aquí solo analizaré cuatro instancias que considero fundamentales en la

¹⁵ Wilson, Davis y Pannabecker, así como otros estudiosos del tema, proponen que la característica fundamental de la moda es el cambio rápido y sucesivo. James Laver llegó a proponer una cronología del proceso de rechazo, aceptación y abandono de las modas. Ver: Elizabeth Wilson, *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Rev. & Updated Ed. (London & New York: I.B. Tauris, 2003), 3; Fred Davis, *Fashion, Culture, and Identity* (Chicago & London: The University of Chicago Press, 1992), 14-15; Pannabecker, “Fashioning”, 178, n. 2; James Laver, *Taste and Fashion: From the French Revolution to the Present Day*, New and Rev. Ed. (London: G.G. Harrap & Co., 1945).

¹⁶ Pannabecker propone que pueden existir varios “sistemas” de moda simultáneamente. Pannabecker, “Fashioning”, 180. Scott también alude a la diversidad de sistemas discursivos y a la posibilidad de contradicciones al interior de cualquier sistema de ellos. Scott, “Evidence”, 793.



articulación de aquellas relaciones pues, históricamente, los estudiosos vuelven a ellas una y otra vez.: lenguaje, distinción social, modernidad y género.

De la moda como lenguaje

La idea del vestido como forma de comunicación es, parecería evidente, antigua. Baste como ejemplo la existencia de leyes suntuarias desde tiempos remotos; leyes que establecían los significados de determinadas piezas o colores, así como restricciones en su uso.¹⁷ En particular, dichas leyes ayudaban a establecer el estrato social al que pertenecía su usuario. Esta concepción del vestido como signo del estatus social aún persiste, como se discutirá más adelante. Sin embargo, a pesar de dicha antigüedad, no fue hasta los años '60 del siglo XX que se concretiza la noción de la moda como lenguaje formal. Esta concepción propone que la moda es un lenguaje, con su sistema de signos y códigos, que se puede desentrañar a través del examen semiótico.

El primer esfuerzo sistemático de formular una semiótica del vestido fue el de Roland Barthes. En los escritos recogidos en el texto *El sistema de la moda*, propone que la Moda no puede significar sin la palabra escrita que la describa y que la provea de significado.¹⁸ Por ello, su foco es el texto de Moda. El texto de Moda la disemina como “sentido”; según Barthes, “el lenguaje añade a la imagen un *saber*”, el cual es develado casi como fenómeno iniciático en el que el autor o autora del texto funge como sacerdote/sacerdotisa que va exponiendo los secretos que

¹⁷ Un ejemplo: entre las demandas de los rebeldes durante la Revuelta de los Campesinos en Alemania (1524-1525) estaba el poder usar el color rojo en sus vestidos, como podían hacerlo los miembros de la élite. James Laver, *Costume & Fashion: A Concise History* (New York: Thames and Hudson, Inc., 1985), 86.

¹⁸ Roland Barthes, *El sistema de la moda y otros escritos* (Barcelona & Buenos Aires: Ediciones Paidós, 2003). Aquí mantengo la escritura original del texto en francés en el que Barthes utiliza “Mode” para referirse al sentido de “fashion” y “mode” para referirse a “fad”. El texto en español mantiene dicha diferencia ortográfica: “Moda” vs. “moda”.



permiten ver lo que antes se desconocía, las relaciones ocultas entre diseño, colores, significados.¹⁹ Es decir, el vestido “escrito”, en el esquema de Barthes, tiene como función primordial el transmitir información.²⁰

No obstante, la palabra cumple varias funciones al interior del texto de moda, que repercuten, de diversas formas, en la relación moda-identidad. Entre ellas, primero, la palabra cumple una función de énfasis. Esa función se manifiesta en la expresión de lo incluido y lo excluido en la descripción del vestido-imagen, en lo que se resalta, se aísla de la imagen. Así, por ejemplo, el énfasis haría parecer que el individuo llevara puesto solo lo que se acentúa del vestido, tornándose en su figura. Esa sería una de las diferencias clave entre la imagen -la cual generalmente se consume como un todo a la vez- y el lenguaje -que no puede imitar la simultaneidad de la mirada.

Una segunda función de la palabra en el texto de Moda es la parataxis de adjetivos. Esta, a su vez, cumple al menos dos objetivos: primero, sirve “como el signo de una profusión de gustos y, por consiguiente, de una gran riqueza de personalidad”; es decir, la persona descrita en los textos de Moda -y, por consiguiente, aquella que sigue la Moda- parecería ser una persona con conocimiento, refinada en sus gustos, con una capacidad estética que le permite crear combinaciones (supuestamente) originales en su vestir.²¹ Ahora bien, esa personalidad imaginada a través de la parataxis de adjetivos en los textos de Moda es para Barthes solamente “una generalidad de acumulación, no de síntesis”, y, más interesante e importante aún, “la *persona* de

¹⁹ Barthes, *Sistema*, 26-27; 31.

²⁰ El sociólogo argentino Oscar Traversa afirma que “las revistas dedicadas al público femenino diseminan la moda no como publicidad sino como información”. Oscar Traversa, *Cuerpos de papel: figuraciones del cuerpo en la prensa, 1918-1940* (Barcelona: Editorial Gedisa, 1997), 215.

²¹ Barthes, *Sistema*, 263.



Moda es a la vez imposible y, sin embargo, perfectamente conocida”.²² Dicho de otra forma, aquello que parecería ser, no es; para Barthes, esa persona/personalidad que emana de, que se construye en, los textos de Moda es imposible porque lo que acontece es una aglomeración de características sin posibilidades de integración, la cual solo puede existir como descripción, como palabra. Segundo, la parataxis de adjetivos al proveer “pequeñas esencias separadas” permite que el adjetivo se transforme en el ser, lo que implica una confusión del sujeto -la mujer de Moda, en el caso de Barthes- y el adjetivo, “entre lo que es y lo que se dice de ella”.²³ Sin embargo, y de forma paradójica, esta función de la palabra en el texto de Moda también sirve para esbozar “tipologías de tono científico, es decir, autoritarias, tranquilizadoras”.²⁴ De esta forma, existen en los textos de Moda la mujer deportista, la clásica, la radical, etc., cada una con una plétora de adjetivos que la describen (y los cuales se pueden yuxtaponer entre los tipos), que permiten a los sujetos desarrollar un sentido de pertenencia, de identificación.

Una última función, de entre las que quedarían por discutir, de la palabra en el texto de Moda es la enunciación de unidades compuestas por contrarios (audacia discreta, coqueta sin coquetería). Dichas unidades apuntan a una característica fundamental del mundo de la moda: la yuxtaposición de contrarios entre los cuales no hay obligación de elegir, sino que se pueden usar sin ningún remordimiento ni culpa. Esto a su vez indica, según Barthes, que “aquí el significado está constituido por una visión a la vez sincrética y eufórica del mundo”.²⁵

Puede decirse que esas funciones de la palabra en los textos de Moda sirven para sustentar los trabajos identitarios de la misma. Gracias al texto de moda (uso la minúscula a conciencia) el

²² Barthes, *Sistema*, 290.

²³ Barthes, *Sistema*, 290.

²⁴ Barthes, *Sistema*, 290.

²⁵ Barthes, *Sistema*, 266.



sujeto sueña con ser él y otro a la vez a través de esta, pero como “el sueño de identidad se expresa esencialmente mediante la afirmación del nombre” esa aspiración solo se puede lograr a través de la sinécdoque, la sustitución de su nombre por el nombre de la figura de moda (o, en un sentido tal vez más limitado, por la marca).²⁶ Como ejemplifica Hershfield en el caso de la “mujer moderna” en el México revolucionario e inestable de las primeras tres décadas del siglo XX, “female figures modeling the newest fashions offered an object of identification through which they might imagine themselves in the guise of the model”.²⁷

Sin minimizar las propuestas de Barthes, hay una serie de planteamientos que resultan un tanto problemáticos y que es preciso señalar. Una limitación fundamental son las propias fronteras de su propuesta: atenerse a la “regla terminológica” -limitarse a las descripciones en los textos de Moda en las revistas especializadas. Sin este límite, arguye, la moda pierde lo que tiene de “elaboración ideológica”, no sería más que caprichos con formas, colores y detalles, “como desde siempre ha ocurrido en la indumentaria”.²⁸ Sin embargo, esto omite, me parece, primero, toda una variada gama de posibilidades significantes existentes en otras formas culturales, como la misma imagen. Segundo, rehúye de la posibilidad de otro tipo de análisis de las funciones significativas de la Moda, como el análisis discursivo y el visual. Y, tercero, siendo este un ensayo historiográfico es preciso señalar que obvia el hecho de que la vestimenta, al igual que la Moda desde su surgimiento, han significado, han sido utilizadas históricamente para desplegar una serie de significados. Esta limitación del esquema que Barthes pretende desarrollar es uno de los resultados de la ausencia de una mirada histórica en el mismo.

²⁶ Barthes, *Sistema*, 291.

²⁷ Hershfield, *Imagining*, 51.

²⁸ Barthes, *Sistema*, 70.



Un efecto problemático de esa ausencia de historicidad es una ceguera, al menos parcial, hacia cuestiones de género. Por ejemplo, una afirmación cuestionable es que arguye que “casi” no hay una prohibición social sobre la masculinización de la mujer.²⁹ No obstante, la literatura que analiza la sujeción a la que han sido sometidas las mujeres históricamente es vasta, y en ella se encuentran ejemplos de cómo aquellas mujeres que contravenían las convenciones vestimentarias femeninas de su época eran marginadas, castigadas, o condenadas al ostracismo.³⁰ De hecho, es oportuno mencionar aquí otro aspecto problemático relacionado: al utilizar solo revistas de modas dirigidas a mujeres, enfatiza solo ese aspecto del discurso de la moda, dejando al hombre fuera de ella.

Un último planteamiento problemático es la propia búsqueda que emprende: la de un sistema estable que dé cuenta de signos universales; hay una sola determinada lectura;³¹ “buscamos establecer una estructura general, capaz de explicar todos los enunciados de Moda, sin importar cuáles sean sus contenidos; para ser universal, esa estructura también deberá ser lo más formal posible”.³² (En una entrevista acerca del texto admite que ese valor universal tiene “forma provisional”, pero esa provisionalidad no se refiere a los argumentos o resultados, sino a la relación objeto-método: si el objeto cambia, el método cambia.)³³ Esta búsqueda, de nuevo, apunta a la

²⁹ Barthes, *Sistema*, 293.

³⁰ Aunque tengo que reconocer que tal vez la ahistoricidad de sus afirmaciones se debiera en parte a la falta de trabajos históricos que discutieran estos temas. Véase su ensayo, “Historia y sociología del vestido”, para una idea de tal ausencia. Barthes, “Historia y sociología del vestido: algunas observaciones metodológicas” en Barthes, *Sistema*, 347-362. Para Entwistle y Wilson, la ahistoricidad del intento de Barthes -y otros intelectuales que trabajan la moda como lenguaje, como Lurie, David Hebdige y Umberto Eco- va más allá pues los mismos no toman en cuenta las prácticas de los sujetos en su vida diaria. Entwistle & Wilson, “Introduction”, 3.

³¹ Barthes, *Sistema*, 43. Wilson señala, acertadamente, que el sistema que Barthes desarrolla es uno cerrado y arbitrario, establecido en un vacío, en el que la moda no tiene ni historia ni función. Sin embargo, para ella, Barthes asume como relativos los significados que establece; por el contrario, entiendo que él intenta -sin éxito, como se verá en breve- encontrar cierta estabilidad para los mismos. Wilson, *Adorned*, 57-58.

³² Barthes, *Sistema*, 71.

³³ Barthes, “Sobre *El sistema de la Moda*” en Barthes, *Sistema*, 430.



ahistoricidad del acercamiento de Barthes pues, por un lado, desatiende las relaciones sociales en las que se producen fenómenos como la moda y el vestido, y, por otro, desdeña cualquier indicio de agencia por parte de los sujetos, cualquier capacidad de influenciar el desarrollo de las estructuras, significados y significantes del lenguaje. No obstante, la idea de una estructura tal como la que propone buscar es traicionada por el propio Barthes, cuando reconoce que el significado de las unidades significantes puede cambiar de año en año y de lugar en lugar.³⁴ Con esto lo que quiero es señalar una tensión interna, no resuelta, en el sistema semántico de la Moda que Barthes quería desarrollar.³⁵

Décadas después dos intelectuales estadounidenses -la escritora Alison Lurie y la socióloga Ruth Rubinstein- publican sendos libros en los que intentan sistematizar una lectura de la moda, en gran medida fijando -o intentando fijar- una serie de significados a ciertas formas de vestir, principalmente en Inglaterra y Estados Unidos. El fundamento teórico de Lurie en su texto es la equivalencia que establece entre la moda (como lenguaje) y el lenguaje hablado. Para ella, la moda tiene todas las propiedades, características y comportamientos de un lenguaje, por lo que,

“si la indumentaria es una lengua, debe tener un vocabulario y una gramática como el resto de las lenguas. Por supuesto, como ocurre con el habla humana, no hay una sola lengua de la indumentaria sino muchas [...] Y dentro de cada lengua de la indumentaria hay muchos dialectos y acentos distintos [...] Por otra parte, como ocurre con el habla, cada individuo tiene su propio repertorio de palabras y emplea variaciones personales de tono y significado”.³⁶

³⁴ Barthes, *Sistema*, 226.

³⁵ En otro texto afirma que “de hecho, el vestido no es más que el significante de un único significado principal [...]”. Barthes, “Historia”, 360.

³⁶ Alison Lurie, *El lenguaje de la moda*, 2da ed. (Barcelona & Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 1994), 22.



La estructura misma del texto -muy particularmente la del primer capítulo- remite a esas equivalencias directas que establece.³⁷ Según ella, ese lenguaje lo utilizamos para crear unas identidades más o menos libremente -el “elegir la ropa, en la tienda o en casa, es definirnos y describirnos a nosotros mismos”³⁸- o de forma casi impuesta -el ponerse ropa regalada nos obliga a “aceptar y proyectar la imagen que tiene de ti el donante”.³⁹

Por su parte, Rubinstein se acerca a la teoría de la interacción simbólica sin nunca aceptarla abiertamente. Para ella, el lenguaje de la moda funciona de la siguiente forma:

“when applied to clothing, the term *language* refers to the use of a particular vocabulary derived from the storehouse of images that support the structure of social interaction, the system of statuses and roles. Like words, clothing images become significant only when they are used in a specific social context. Images may function as *signs* that convey a single, relatively clear-cut meaning or as *symbols* having multiple meanings and connotations or associations. Images are signifiers that carry meaning and value”.⁴⁰

De esta forma, por ejemplo, los *clothing signs* permitirían la fabricación de identidades convenciendo a los demás de que el usuario tiene las destrezas o cualidades que el vestido significan -el falso policía o el falso médico. Es decir, es el uniforme el que dota de determinadas características al usuario, porque así se interpretan socialmente. Un ejemplo de que el hábito hace al monje⁴¹.

³⁷ Algunas de las subdivisiones del primer capítulo -cuyo título es, “La manera de vestir como sistema de signos”- son: “El vocabulario de la moda”, “Palabras arcaicas”, “Palabras extranjeras”, “Argot y palabras vulgares”, entre otros. En cada una la moda es tratada como “la palabra”.

³⁸ Lurie, *Lenguaje*, 22.

³⁹ Lurie, *Lenguaje*, 40.

⁴⁰ Ruth P. Rubinstein, *Dress Codes: Meanings and Messages in American Culture*, 2nd ed. (Boulder & Oxford: Westview Press, 2001), 8.

⁴¹ Umberto Eco, “El hábito hace al monje” en Umberto Eco, et. al., *Psicología del vestir*, Trad. Carlos Manzano (Barcelona: Editorial Lumen, 1976), ¿? En este breve ensayo, Eco propone entender la moda como un código semiótico débil; esto es, que cambia de significado antes de haber podido fijarse de forma “permanente”. Davis retoma la idea de la moda como código débil. Davis, *Fashion*, 5.



Ambos textos resultaron importantes en el momento de su publicación, presentando algunas ideas que pudieran resultar sugerentes al pensar la relación moda-identidad. Ambas autoras arguyen, siguiendo a Thorstein Veblen, que todavía la moda guarda su función de símbolo de posición social; que las señas se han desplazado de la ostentación abierta al detalle -el costo de los materiales, el corte, los accesorios, entre otros. De hecho, aunque ambas asumen como propósito desarrollar lo que podría llamarse un ‘archivo de significados’ de la moda, la cuestión de la moda como, principalmente, símbolo de posición social está fuertemente presente a lo largo de uno y otro texto. Por ejemplo, ambas autoras apuntan a cómo el bronceado pasó de ser un signo de trabajo físico, mostrado solamente por los trabajadores manuales o del campo, a ser símbolo de alta posición social, de alguien que tenía dinero y tiempo para ir de vacaciones y sentarse al sol.⁴² Rubinstein añade que, además de símbolo de riqueza, el “suntan” devino en símbolo de modernidad.⁴³

Cabe señalar que en el caso de Lurie, esta identifica -mucho antes que Naomi Klein- otra característica que ha llegado jugar un papel importante en la identificación de la posición social del sujeto a través de la moda y el vestido: la marca.⁴⁴ Por ello hace énfasis en cómo la publicidad dota de poderes mágicos a las mercancías; cómo los tenis, por ejemplo, que, según ella, son para los sectores marginados o de bajos ingresos lo que los autos lujosos para las élites económicas, se transforman y adquieren las características de estos últimos: “dotarán a sus poseedores de velocidad, fuerza y virilidad sobrenaturales”.⁴⁵ De hecho, me parece que es la primera en señalar

⁴² Lurie, *Lenguaje*, 264-265.

⁴³ Ruth Rubinstein, *Dress*, 247.

⁴⁴ Naomi Klein, *No Logo*, 10th Ann. Ed. (New York: Picador, 2010).

⁴⁵ Lurie, *Lenguaje*, 15.



la forma en que el deporte se ha convertido en una forma de multiplicación ostentosa, por la diversidad de vestimenta disponible para las distintas actividades.

Sin embargo, hay unos aspectos de fondo que resultan cuestionables en ambos textos. En el caso de Lurie, su argumentación es, la más de las veces, débil. Su texto resulta profundamente problemático. Primero está la cuestión misma de la estructura de su fundamento “teórico”, la cual es altamente impugnada.⁴⁶ De una parte, está el hecho de que a lo largo de su texto la moda es tratada como lengua, habla y lenguaje a la vez, una equiparación que puede resultar confusa. ¿Si, siguiendo a Lurie, la moda actúa como lengua, habla y lenguaje a la vez, cómo poder desentrañar sus funciones en aras de analizarla como signo? Es decir, tomando las distinciones que hace Barthes (a quien, dicho sea de paso, Lurie no cita y solo menciona de pasada una sola vez en su texto) entre lengua y lenguaje, si la moda es lengua -la reserva social de significantes y significados-, pero a la vez es habla -cada acto individual, personal de significación- y lenguaje -las relaciones entre lengua y habla- entonces, si seguimos a Lurie, ¿qué se estudia cuando se estudia la moda?⁴⁷ De otra parte, pero íntimamente vinculado a lo anterior está la equivalencia, problemática en efecto, que establece -sin ninguna explicación ni advertencia- entre moda y vestido. Si son una y la misma cosa, ¿cómo, por ejemplo, distinguir entre el vestido de ayer y el de hoy, es decir, entre lo que está de moda y lo pasado de moda? ¿Cómo establecer el “lenguaje” de los diferentes vestidos existentes hoy día, esto es, como diferenciar entre lo que se supone esté

⁴⁶ Wilson señala otro problema serio en el texto de Lurie. Arguye Wilson que Lurie asume, en muchas ocasiones, una postura psicoanalítica que la posiciona en un nivel de superioridad con respecto a los sujetos que estudia, llegando a proponer interpretaciones en las que descalificaba la experiencia de estos. Elizabeth Wilson, “Deviancy, Dress, and Desire” en Sue Fisher & Kathy Davis (eds.), *Negotiating at the Margins: The Gendered Discourse of Power and Resistance* (New Brunswick: Rutgers University Press, 1993), 50; Wilson, *Adorned*, 57.

⁴⁷ Barthes, “Historia”, 354; véase también su reseña “Lenguaje y vestido” en Barthes, *Sistema*, 363-373; y “‘El azul está de moda este año’: Nota sobre la investigación de las unidades significantes en el vestido de moda” en Barthes, *Sistema*, 379-395, en especial la nota 10.



de moda y aquello que se le opone? Si son una y la misma cosa, ¿cómo explicar los intentos de resistencia, conscientes o no, a lo que dicta la moda? Para resumir, si seguimos a Lurie tendríamos que aceptar que el sujeto está siempre y en todo lugar vestido a la moda sin importar lo que lleve puesto.

Además, en ambos textos las lecturas son, la mayoría de las veces, descontextualizadas históricamente. Están plagado de lugares comunes en el entendido de la moda. Son más una compilación de interpretaciones posibles, aunque ambas autoras hayan pretendido establecer y fijar significados. Por ejemplo, en el caso de Lurie, esta afirma que la vestimenta de las mujeres de los años '80 -blazer ancho con hombreras y blusa de seda en colores serios en la parte superior y cortas faldas con medias transparentes y tacos altos en la inferior- significaba autoridad e inseguridad y añamamiento, respectivamente.⁴⁸ Sin embargo, es posible una interpretación alternativa. La falda permitía mantener una afirmación de feminidad a pesar de un comportamiento de 'jefa'. O, en el caso de su texto, saliendo de los años '70, puede haber significado una relación ambigua con esa cultura del *disco music*, en un ambiente profesional. Cabe preguntarle, ¿cambiaría la interpretación si cambia el material de la falda -si fuera de *leather*? Lo mismo sucede con su argumento de que los jóvenes que usaban mahones estaban implicando “que en sus naturalezas más elementales o físicas” eran iguales, aunque en la parte superior, es decir, “social, intelectual o estéticamente” fueran distintos.⁴⁹ Da el ejemplo de sus años de estudio en que ella y sus compañeras vestían similar en la parte superior (“pensamos y hablamos igual”) pero diferente en la inferior (“como mujeres somos absolutamente distintas”).⁵⁰ ¿Qué posible significado puede

⁴⁸ Lurie, *Lenguaje*, 16.

⁴⁹ Lurie, *Lenguaje*, 35-36.

⁵⁰ Lurie, *Lenguaje*, 36.



tener esa afirmación -pensar y hablar igual pero ser absolutamente distintos; dónde residiría el “ser” que es distinto, y cómo se expresaría? Me parece que se puede identificar cierta esencialización aquí. Además, ¿se puede leer en su argumento una identificación genital del ser mujer -es la parte inferior la que se identifica como la que provee de individualidad al “ser” mujer? Finalmente, ¿cómo explicar el que algunos jóvenes vistan iguales y aun así sean y piensen distinto, como, por poner un ejemplo en la misma guisa de la autora, sucedía en mi juventud?

La moda y el vestido definitivamente comunican. Para ello se sirven de un acervo de significados, que pueden estar en cambio constante, lo que los puede tornar opacos, confusos, pero que son históricamente contingentes. Si bien, la moda y el vestido pueden comunicar visualmente, el texto de moda es una pieza clave al momento de interpretarlos. Ahora bien, de este hecho no necesariamente se desprende que se trate de un lenguaje formal que se pueda analizar a través de un análisis semiótico rígido. Tal vez, como sugiere Fred Davis, la moda y el vestido pueden ser fenómenos complejos que significan de formas diferentes de acuerdo al contexto: unas veces como el lenguaje, con unos significados claros (piénsese en el uniforme militar, aunque, como vimos antes, puede llevar a engaño); otras como la música, “where the emotions, allusions, and moods that are aroused resist, as they almost must, the attribution of unambiguous meanings such as we are able to give the objects and actions of everyday life: this chair, that office, my payment, your departure?”⁵¹ En cualquier caso, hay un hecho adicional: el que la moda y el vestido comunican es el fundamento del resto de los acercamientos que se discutirán subsiguientemente. Paso ahora a discutir uno de los más fundamentales: la distinción social.

⁵¹ Fred Davis, *Fashion, Culture, and Identity* (Chicago & London: The University of Chicago Press, 1992), 3.



De la moda como signo de distinción social

Una de las primeras formas en que se intentó formular la relación de la moda y el vestido con la identidad fue asumiendo aquellos como signo de la distinción social. En sus lineamientos generales esta concepción propone que la función de la moda y el vestido es permitir a una clase superior diferenciarse de las inferiores, pero que esa distinción solo se logra por un periodo de tiempo determinado, pues las clases inferiores terminan copiando la moda llevada por la élite. Cuando esa emulación se masifica, la élite busca una nueva moda que la distinga; y así, sucesivamente, en un círculo vicioso que, según esta formulación, es el motor del fenómeno de la moda. Introducida a finales del siglo XIX por Thorstein Veblen y Georg Simmel, esta concepción ha sido una de las más persistentes en el estudio de la moda.⁵²

En su *Theory of the Leisure Class*, Veblen establece que la clase acomodada en las sociedades modernas desarrolló una forma de consumo derrochador y, más importante aún, que se empeñaba en mostrar su capacidad económica para ello. Una de las maneras en que la élite exhibía su gasto pecuniario era el vestido, ya que, como Veblen aduce, el mismo provee información inmediata al observador acerca del usuario, entre las que destaca el estatus. Para Veblen, la clase

⁵² Intelectuales antes que Veblen y Simmel habían formulado ciertas aseveraciones aquí y allá acerca de la moda como signo de diferenciación de clases, pero fueron estos dos quienes formularon la cuestión de forma sistemática. Entre los que habían estudiado el fenómeno están Herbert Spencer y Thomas Carlyle. Gabriel Tarde propuso la idea de que la imitación, junto con la innovación, era uno de los fundamentos de la acción social. Ambos son conceptos claves en esta visión de la moda. Por otro lado, un ejemplo de la persistencia de esta visión de la moda -en adición a Bourdieu, que se discutirá brevemente al final de esta sección- es Herbert Blumer. Blumer abierta y claramente descarta que la moda surja como respuesta a la necesidad de distinción social, sin embargo -tal vez sin querer queriendo- la asume de soslayo cuando afirma que los sujetos responden a la moda por su carácter de “propriety and *social distinction*”. Blumer, “Fashion”, 282, 277. Bastardillas mías.



acomodada era quien “sets the pace in matters of fashion”.⁵³ Simmel fue más directo aún: “fashion [...] is a product of class distinction”.⁵⁴ Además, Veblen arguye que el valor del vestido radica en cuan de moda es, no en el servicio que le presta al usuario; es decir, en su valor simbólico y no en su valor de uso.⁵⁵ Por eso, para él, “the need of dress is eminently a ‘higher’ or spiritual need.”⁵⁶

Como es evidente, aquí el “vestido” es concebido como signo, en particular, de estatus. Entonces, ¿qué representa? En primer lugar, según Veblen, el vestido de la élite apunta hacia la capacidad del usuario para consumir mercancías costosas. Pero, en adición a ello, el vestido “elegante” debe evidenciar la capacidad de consumir sin realizar trabajo “productivo” alguno. Por el contrario, debe ser “[an] insignia of leisure”.⁵⁷ Para ello, el vestido tiene que ser limitante, reducir la capacidad de movimiento del cuerpo. El ejemplo clásico es el corsé femenino, aunque es evidente que el traje de negocios masculino restringe el movimiento necesario para realizar las tareas manuales con las que usualmente se vinculaba a los hombres durante esa época.⁵⁸ Finalmente, dicho vestido debía estar “up-to-date”, es decir, además de ser costoso y limitante, debía ser lo último en la moda.⁵⁹

⁵³ Thorstein Veblen, *Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions* New Ed. (New York: B.W. Huebsch, 1918), 176. Ya en el siglo XX, otros autores señalarán a la clase media como el árbitro de la moda. Véase, Blumer, “Fashion”, 277; Davis, *Fashion*, 15.

⁵⁴ Georg Simmel, “Fashion”, Reprinted, *The American Journal of Sociology*, 62:6 (May 1957): 544. Originally published in 1904 in *International Quarterly*.

⁵⁵ Esa idea la encontraremos con alguna variación en la conceptualización de la moda de Edward Sapir y en el tratamiento de Jean Baudrillard de los “objetos” -entre los cuales se encuentra la moda y el vestido- en la sociedad de consumo. Jean Baudrillard, *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras* (Madrid: Siglo XXI Editores, 2009).

⁵⁶ Veblen, *Theory*, 168.

⁵⁷ Veblen, *Theory*, 171.

⁵⁸ Hay un debate acerca de la aceptación o no del uso del corsé por parte de las mujeres y de las razones para ello. El argumento usual es que las mujeres sufrían y rechazaban el uso de este por lo apretado y limitante que resultaba. Sin embargo, recientemente ha surgido un argumento que cuestiona esas asunciones y propone que no todas las mujeres lo rechazaban ya que, para muchas, producía cierto placer físico y psicológico. Era, para decirlo sucintamente, una forma de fetiche. Véase, Valerie Steele, *Fetishism: Fashion, Sex and Power* (Oxford & New York: Oxford University Press, 1996); David Kunzle, *Fashion and Fetishism: Corsets, Tight-Lacing, and Other Forms of Body Sculpture* (Gloucestershire, UK: The History Press, 2004).

⁵⁹ Veblen, *Theory*, 173.



Esos elementos eran más evidentes en el traje femenino, que era el paradigma del vestido como símbolo del consumo ostentoso. Según Veblen, en la sociedad patriarcal de su época, era en la mujer sobre quien recaía el mostrar el poder adquisitivo de la familia y el traje femenino era diseñado con tal objetivo. Toda la construcción del vestido femenino tenía como finalidad mostrar su dependencia del hombre para su sustento y, por lo tanto, mostrar la capacidad de este para comprar y sostener a su familia.⁶⁰ Simmel, por su parte, aunque acepta que la mujer busca notoriedad, ser conspicua, propone que esta sigue la moda como forma de compensación, por su falta de participación en otras áreas de la vida pública, como la política y los negocios.⁶¹

Simmel, como vimos, coincide en que la moda funciona como elemento diferenciador de clases, que permite la articulación coherente de los elementos de una misma clase, en oposición a todas las demás. Sin embargo, según él, las clases excluidas pronto comienzan a imitar la moda de las clases superiores (en parte, gracias a la estima de que gozan estas últimas y que transmiten a los modelos de indumentaria que utilizan). Esto obliga a la élite a buscar nuevas modas para poder seguir diferenciándose –“the very character of fashion demands that it should be exercised at one time only by a portion of the given group [...] as fashion spreads it goes to its doom”.⁶² Y así continuamente, en un proceso que mantiene a la moda en un estado de constante fluidez.

En el caso de Simmel, me parece que hay que hacer una lectura detenida de su texto, volver al mismo, pues se ha generalizado la impresión de que el único argumento que hace es el de la diferenciación y emulación de clase.⁶³ Sin embargo, su argumento va más allá de tal simplificación

⁶⁰ Veblen, *Theory*, 179-180. Aunque reconoce que la idea de la ausencia de trabajo productivo era más ficción que verdad.

⁶¹ Simmel, “Fashion”, 550-551.

⁶² Simmel, “Fashion”, 547.

⁶³ Como bien señala Wilson, el argumento de que la moda es creada por las clases superiores y se difunde hacia las inferiores es reduccionista y presenta como ejemplo el caso de la simplificación del traje de los jóvenes aristócratas en Inglaterra en los 1730s, la cual imitaba la vestimenta de los trabajadores. Wilson, *Adorned*, 267.



y su texto contiene pistas de posturas que veremos en otros autores más adelante, cuyos vínculos no suelen verse señalados. Primero, la moda parece ser mucho más para Simmel que simple diferenciación de clases, aún en vista de su afirmación anteriormente citada; es parte de un esquema mayor que Simmel trata de desentrañar. La moda cumple una función de uniformidad, de adaptación social y, por ende, de control social. Según Simmel, “fashion is the imitation of a given example and satisfies the demand for social adaptation. [...] At the same time it satisfies in no less degree the need of differentiation, the tendency towards dissimilarity, the desire for change and contrast”, y más adelante recalca, “fashion represents [...] one of the many forms of life by the aid of which we seek to combine in uniform spheres of activity the tendency towards social equalization with the desire for individual differentiation and change”.⁶⁴ Es decir, la moda sirve para diferenciar entre las clase pero *no* es su única función, como puede ser la impresión que se tiene al leer lo que se ha dicho acerca de la propuesta de Simmel. La moda también puede servirle al individuo para articular o participar de una identidad de grupo (de entre una variedad de grupos) y, al mismo tiempo, para articular una identidad individual al interior de su propio grupo. El sujeto puede utilizar los signos sartoriales que lo identifican como, por ejemplo, fanático de la música rock frente a los seguidores de la salsa, pero a su vez, esos mismos signos sartoriales les indican a otros seguidores del rock qué estilo dentro del rock el sujeto prefiere. Aún más, la moda puede servir de refugio a individuos reservados -aquellos que quieren guardar sus sentimientos y gustos para sí-, los que pueden seguir la moda para no llamar la atención hacia su persona, ya que al romper las reglas de la moda -ya sea contradiciéndolas o ignorándolas- se adquiere notoriedad. Pero, debido a su naturaleza paradójica, la moda también permite que un individuo sin importancia

⁶⁴ Simmel, “Fashion”, 543.



entre a formar parte de un grupo reconocido por la sociedad, diferenciado principalmente por la moda que comparten. Esto es un punto importante para la psicología de masas (que luego retomaran intelectuales como David Hebdige), pues como afirma Simmel, “imitation, [...], gives the individual the satisfaction of not standing alone in his action. Whenever we imitate, we transfer not only the demand for creative activity, but also the responsibility for the action from ourselves to another”.⁶⁵

Otro elemento presente en el texto de Simmel es que la moda ocupa un lugar clave en la diacronía social. Ya en Simmel se encuentra la noción de la moda como un elemento de transición entre el pasado y el futuro, elemento que luego Herbert Blumer tomaría como fundamental en su articulación del fenómeno de la moda como forma de control social. Para Simmel, “fashion always occupies the dividing-line between the past and the future, and consequently conveys a stronger feeling of the present”.⁶⁶ Por otro lado, la cuestión de control social se evidencia en Simmel de otra forma, de nuevo, por la naturaleza paradójica de la moda. Afirma Simmel que, “it is peculiarly characteristic of fashion that it renders possible a social obedience, which at the same time is a form of individual differentiation. Fashion does this because in its very nature it represents a standard that can never be accepted by all”.⁶⁷

También Simmel ya afirmaba que la moda había extendido su radio de influencia a otras facetas de la vida, además del vestido: los gustos, la teoría (en la academia), y hasta la moral.⁶⁸ Esta incursión de la moda en otras áreas de la vida había contribuido al comienzo del quiebre de las grandes convicciones permanentes que habían permeado la vida social en las sociedades

⁶⁵ Simmel, “Fashion”, 542-543; 553.

⁶⁶ Simmel, “Fashion”, 547.

⁶⁷ Simmel, “Fashion”, 548-549. Soper argumenta que la moda es pertenencia sin solidaridad; véase nota 92, abajo.

⁶⁸ Simmel, “Fashion”, 548.



modernas, proveyendo más espacio para lo transitorio.⁶⁹ Además, ya la moda, desde el área del vestido, había influido en ciertos cambios de actitud en la sociedad (aunque dichos cambios no pudieran considerarse positivos de inmediato) al transformar lo que en las sociedades primitivas era el miedo a las modas foráneas en su contrario, en fascinación y símbolo de exclusividad; señalamiento hecho décadas antes del “boom” egipcio de los años '20 del siglo pasado, provocado por el descubrimiento de la tumba de Tutankamón a mediados del decenio.⁷⁰

Finalmente, Simmel arguye que la contra-moda no escapa a la lógica de la moda y que, por el contrario, acepta los presupuestos de esta última y hasta podría llegar a convertirse en moda.⁷¹ Otros influyentes autores, como Elizabeth Wilson y Fred Davis, han retomado esta idea y han llegado a mostrar la fuerza canibalística de la moda, la amplia capacidad para engullir aquello que se le opone y devolverlo embotado, apaciguado.⁷² Un ejemplo -trivial pero no por ello menos ilustrativo- cercano a nuestro ambiente caribeño, es el de la famosa foto del Ché Guevara: la misma pasó de ser un símbolo revolucionario a uno de la cultura *pop*; aunque siempre estuvo de moda entre los que se identificaban como revolucionarios, en la primera década del tercer milenio, su uso se generalizó, perdiendo en parte su carácter oposicional, llegando a estar en los estantes de tiendas como Hot Topic, Gap, Old Navy, y otras.

Como mencioné al inicio de esta sección, la idea de la moda y el vestido como signo de distinción social ha persistido como explicación del fenómeno de la moda. Por ejemplo, en un breve texto para la *Enciclopedia de las Ciencias Sociales* (edición de 1931), el antropólogo y

⁶⁹ Simmel, “Fashion”, 548. Lipovetsky luego argumentará algo similar.

⁷⁰ Simmel, “Fashion”, 546. Claro está, esa fascinación y aceptación pueden analizarse dentro del marco teórico del “orientalismo”, por lo que hago la aclaración de que no necesariamente fueron cambios positivos inmediatamente.

⁷¹ Simmel, “Fashion”, 550.

⁷² Ambos autores dedican capítulos al examen de la relación entre moda y anti-moda. Véase, Wilson, *Adorned*, Caps. 9 y 10; Davis, *Fashion*, Cap. 8.



lingüista Edward Sapir esboza una escueta caracterización de la moda. Según él, “fashion is emphatically a historical concept” y, en su naturaleza profunda, “fashion is essentially a thing of forms and symbols not of material values”.⁷³ No obstante, Sapir afirma que en las sociedades modernas, “the tone giving power which lies back of fashion has largely slipped away from the aristocracy of rank to the aristocracy of wealth”.⁷⁴ Es decir, como en el caso de Veblen y Simmel, la élite económica es quien marca el paso en las cuestiones de moda, con las clases inferiores emulándola (siguiendo a Simmel). Al momento en que una determinada moda es adoptada por el resto de la sociedad, “a new fashion becomes psychologically necessary, and thus the cycle of fashion is endlessly repeated”.⁷⁵

Sin embargo, hay que reconocer que la caracterización de Sapir, como en el caso de Simmel, no es una simplificación del fenómeno de la moda.⁷⁶ La diferenciación de clases como función identitaria de la moda es una entre varias posibilidades; “the more vulgar”, por cierto, ya que emana del deseo de prestigio y notoriedad.⁷⁷ La moda puede fungir también, como en el caso de Simmel, como manifestación del conflicto entre libertad y conformidad, permitiendo a los individuos resolver temporeraamente una paradoja identitaria, “to be as expressive -that is, as immodest- as fear allows”.⁷⁸ Finalmente, la moda ha extendido su radio de influencia a otros ámbitos de la vida, y Sapir reconoce que existen bienes, mercancías que funcionan bajo la lógica

⁷³ Edward Sapir, “Fashion”, *Encyclopedia of the Social Sciences*, v. 6 (New York: Macmillan, 1931): 140, 142. Tomado de The Mead Project: https://brocku.ca/MeadProject/Sapir/Sapir_1931_b.html. Accesado el 17 de octubre de 2017. Nuevamente, vemos la idea de lo simbólico que luego retomará Baudrillard.

⁷⁴ Sapir, “Fashion”, 142.

⁷⁵ Sapir, “Fashion”, 140.

⁷⁶ De hecho, critica, sin decir su nombre, a Veblen, cuando rechaza que la crítica de la moda como “derroche” tenga algún efecto en el público. Para Sapir, la idea de derroche no tiene efecto cuando de valores egoístas e/o inconscientes se trata. Sapir, “Fashion”, 143.

⁷⁷ Sapir, “Fashion”, 140.

⁷⁸ Sapir, “Fashion”, 143.



de la moda, que sirven como manifestaciones del ego, del “Yo”, pero que no se llevan sobre, ni alteran, el cuerpo.⁷⁹ Este punto es importante y es una de las críticas a la teoría de la interacción simbólica.⁸⁰

Por último, otro autor importante que asume la diferenciación de clases como explicación de la función de la moda y el vestido (aunque no le dedica mucho espacio), ya en las décadas de los '70 y '80, es Pierre Bourdieu. En su texto *La distinción*, Bourdieu distingue tres estructuras de consumo de la “clase dominante” que evidencian su poder pecuniario y las cuales tienen como una de sus funciones la distinción de dicha clase de las demás: alimentos, cultura y “gastos de presentación de sí mismos y de representación”.⁸¹ El autor ubica el vestido en esta última, aunque más adelante lo subsume dentro de los campos de producción cultural. Arguye que la lógica de esos campos se fundamenta en unas estrategias de distinción (es decir, la naturaleza de esos campos *es* la distinción), por lo que los resultados de los mismos están “predispuestos para funcionar *diferencialmente*, como instrumentos de distinción” en las luchas internas que él identifica al interior de la clase dominante y, al mismo tiempo, entre las diferentes clases.⁸² En un ensayo que

⁷⁹ Sapir, “Fashion”, 143.

⁸⁰ La teoría de la interacción simbólica propone que los individuos crean sentido en la interacción social dentro de un contexto dado. El señalamiento que se le ha hecho a autores de la “SI theory”, como Susan B. Kaiser, Richard H. Nagasawa y Sandra S. Hutton, y a otros relacionados a dicha teoría -como Goffman, quien propone un análisis de las interacciones sociales a través de esquemas de análisis teatral-, es que parecen centrarse en aquellos elementos que los individuos presentan que de alguna forma alteran, modifican, cambian, revelan o esconden el cuerpo, dejando de lado otros elementos que pudieran estar cargados de significados y que pudieran funcionar bajo la lógica de la moda pero que no inciden directamente en el cuerpo. Pannabecker hace este tipo de señalamiento en su crítica. Véase nota 9 más arriba. Para un primer acercamiento básico pero sustancioso a la “Symbolic Interactionist Theory” véase, Susan Kaiser, *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*, 2nd Ed. (New York: Macmillan Publishing Co., 1990).

⁸¹ Pierre Bourdieu, *La distinción: criterio y bases sociales del gusto* (Madrid: Grupo Santillana de Ediciones, S.A., 1998), 182.

⁸² Bourdieu, *Distinción*, 231. Bourdieu distingue entre una “vieja” y una “nueva” burguesía; a veces las llama “burguesía” y “pequeña burguesía”. Interesantemente, ya en los '60, Barthes argumentaba que, debido a la democratización experimentada en la moda desde finales del siglo XIX, “el *gusto*, o mejor aún -puesto que la palabra es justamente ambigua-, la *distinción*” vino a ser la forma de mostrar lo que él llama “la superioridad del estatuto”. Y, en otro lugar proponía que la moda era “juez y guardián” del “gusto”. Barthes, “El dandismo y la moda” en Barthes, *Sistema*, 404; Barthes, “De las joyas a la bisutería” en Barthes, *Sistema*, 401.



examina la moda como campo de producción cultural, Bourdieu reitera el esquema de la distinción: “the dialectic of pretension and distinction [...] characterizes what I call the competitive struggle: an unbroken, unending struggle among the classes. One class possesses a particular property, another class catches up with it, and so on”.⁸³

Ciertamente aún la moda sirve para marcar diferencias sociales, aunque ese no sea ni su fundamento ni su única o principal función. La distinción se ha movido a los detalles -materiales, corte, accesorios; el ojo entrenado puede discernir esas pequeñas señas, la distancia que hay entre un traje Gucci y uno Banana Republic, o, de hecho, entre una cartera Luis Vuitton comprada en una de sus boutiques a una comprada en T.J Maxx. Ese desplazamiento de la exhibición abierta de la diferencia a una discreta se produce en parte debido a unos desarrollos -tanto tecnológicos como socioculturales- que se experimentan en el periodo moderno, que abren nuevas posibilidades de participación en el fenómeno de la moda a cada vez más individuos, y de los cuales se discutirán algunos en la próxima sección.

De la moda y la modernidad

Existe un consenso generalizado entre gran parte de los estudiosos de la moda y el vestido de que la primera está íntimamente vinculada al surgimiento y desarrollo del mundo moderno y la sociedad de consumo.⁸⁴ Esta visión -que no es incompatible con las concepciones discutidas anteriormente- propone que la moda solo es posible en el contexto de la modernidad y la sociedad

⁸³ Pierre Bourdieu, “Haute Couture and Haute Culture” en Pierre Bourdieu, *Sociology in Question* (London, Thousand Oaks, CA, & New Delhi: SAGE Publications, 1993), 135. Para una crítica del acercamiento de Bourdieu a la moda, en particular su insistencia en seguir concibiéndola como fundamentalmente un mecanismo para distinguir estatus o clases, ver, Agnès Rocamora, “Fields of Fashion: Critical Insights Into Bourdieu’s Sociology of Culture”, *Journal of Consumer Culture*, 2:3 (2002): 349-370.

⁸⁴ La existencia del vestido como prenda antecede, evidentemente, al fenómeno de la moda. Véanse los trabajos de Laver, en particular su *Costume*.



de consumo que trazan sus orígenes al nacimiento del capitalismo a finales de la Edad Media y principios del Renacimiento, llegando a proveerles una lógica de funcionamiento a ambas. Ese nexo se intensifica a partir del siglo XIX, con el advenimiento de los desarrollos industriales, la producción en masa, el crecimiento de las ciudades y la aparición y estallido de la publicidad. Lipovestky, uno de los proponentes de esta visión, aduce que lo que define estructuralmente a la sociedad de consumo es “la generalización del proceso de la moda”, el reordenamiento de la producción y el consumo en masa “bajo la ley de la *obsolescencia*, de la *seducción*, y de la *diversificación*”.⁸⁵

El crecimiento de las ciudades, según algunos autores, supuso -y aún supone- un reto identitario para los sujetos. Aquí se puede asumir lo que plantea Kaiser acerca de las sociedades en transición en el sentido de que, en dichas sociedades, las ambivalencias culturales aumentarían y se intensificarían.⁸⁶ La existencia paradójica urbana provee el escenario para la intensificación de los contrastes y las contradicciones -una de las características fundamentales de la experiencia de la modernidad: extrema riqueza y pobreza conviven codo con codo, el sujeto está siempre solo y acompañado al interior de la muchedumbre, poco a poco lo chocante se convierte en cotidiano.⁸⁷ En este ambiente, la moda y el vestido se convierten en parte del acto de ser.⁸⁸ Una forma en que esto sucedía en la ciudad decimonónica era como signo de la distinción entre los espacios públicos y los privados.⁸⁹ En adición, y más importante aún, es que -para algunos autores como Wilson- la

⁸⁵ Lipovestky, *Imperio*, 179. Bastardillas en el original.

⁸⁶ Susan B. Kaiser, Richard H. Nagasawa & Sandra S. Hutton, “Truth, Knowledge, New Clothes: A Response to Hamilton, Kean, and Pannabecker”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 15:3 (1997): 190.

⁸⁷ Marshall Berman, “Introducción: La modernidad: Ayer, hoy y mañana”, en Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad* (México, Madrid, Bogotá: Siglo XXI Editores, 1989), 1-27; Wilson, *Adorned*, 63.

⁸⁸ Wilson, *Adorned*, 242.

⁸⁹ Esa diferenciación de vestimenta de acuerdo con los espacios -y también de acuerdo con la hora del día- era más evidente en la vestimenta femenina. Para un ejemplo breve pero sustancioso de lo que los manuales de etiqueta



moda y el vestido se convierten en mecanismos de defensa del sujeto ante un ambiente de confusión que lo empuja al anonimato. De esta forma, el sujeto, para poder sobrevivir, utiliza la moda y el vestido como artilugios, como herramientas de disimulo (o de asombro) y decepción.⁹⁰ Por un lado, como sugiere la historiadora Penelope Corfield en su ensayo acerca de la desaparición del uso del saludo con sombrero como forma de deferencia, en el ambiente caótico urbano no se sabía quién era superior a quien, lo que permitía a muchos pasar por lo que no eran.⁹¹ Por otro, la moda y el vestido pueden servirle al sujeto para pasar desapercibido o llamar la atención. Como afirma Wilson al discutir la importancia de la exageración y lo extremo en el vestir, “[that] element of exaggeration is due at least in part to the nature of city life, for in the rushing metropolis it is the strange that most catches the eye”.⁹² De esta forma, si sigue la moda, el sujeto pasa desapercibido; si rompe con ella, llama la atención.

La vida de la ciudad representa un reto identitario para el “hombre de masas” porque supone el temor de la auto aniquilación, esto porque “modern individualism is an exaggerated yet fragile sense of self -a raw, painful condition. [...] The way in which we dress may assuage that fear.”⁹³ En este caso la moda y el vestido sirven de dispositivo vinculante del sujeto con un grupo social permitiendo la estabilización de una identidad.⁹⁴ Por ello, para Wilson, “fashion, then, is essential to the world of modernity, the world of spectacle and mass-communication. [And although it could be experienced as bondage or punitive by some] the final twist to the

proponían, véase, Kristina Harris, “The Etiquette of Victorian Fashion” en el website Vintage Connection, <http://www.vintageconnection.net/TheEtiquetteofVictorianFashions.htm>. Accesado el 17 de junio de 2019.

⁹⁰ Wilson, *Adorned*, 137.

⁹¹ Corfield, “Dress”, 10-11.

⁹² Wilson, *Adorned*, 133. Véase también, Soper en nota 3.

⁹³ Wilson, *Adorned*, 12.

⁹⁴ Barthes critica esa noción como una rudimentaria cuyo fundamento es la burda idea de “la expresión de uno mismo”. Barthes, “Lenguaje”, 368-369.



contradiction that is fashion is that it often does successfully express the individual”.⁹⁵ No obstante, y de forma paradójica, la moda en el mundo contemporáneo también provee -y, según Wilson, se mueve cada vez más hacia ello- para la expresión de un individualismo extremo que insiste en la no-pertenencia a grupos selectos.⁹⁶ En palabras de Lipovetsky, la moda “se presenta como el agente por excelencia de la espiral individualista y de la consolidación de las sociedades liberales”.⁹⁷ Para el sociólogo francés, la moda contribuye a la heteronomía de la sociedad contemporánea.⁹⁸ Por el contrario, para Soper, esta paradoja de la moda y la pertenencia en el mundo contemporáneo es un tanto distinta. Para esta se trata de que la moda ha logrado proveer al sujeto una forma de pertenecer sin formar parte de. Según Soper,

“the paradox of fashion, [...], is that it presents itself as a means of self-realization, but only on condition you submit to the dictate of a collectivity you have neither willed nor authored. [...] Individuals are thus linked in following fashion but only impersonally and always dispensably as individuals. It is collectivity without solidarity.”⁹⁹

Para esta autora no hay inversión de capital humano del sujeto en el grupo.

Además de la vida citadina, otro elemento que vincula moda y modernidad es el surgimiento y desarrollo de una sociedad de consumo. Una gran parte de los estudiosos del tema coinciden en que, por un lado, los desarrollos tecnológicos que acompañaron -y aún acompañan- a la sociedad de consumo contribuyeron a democratizar la moda, expandiendo su radio de acción, haciendo posible que más sujetos tuvieran acceso a ese arsenal simbólico para su uso y, valga la

⁹⁵ Wilson, *Adorned*, 12.

⁹⁶ Wilson, *Adorned*, 154. Aquí Wilson se aleja de Simmel quien, como se recordará, proponía que la moda era una forma de expresar pertenencia.

⁹⁷ Lipovetsky, *Imperio*, 13.

⁹⁸ Lipovetsky, *Imperio*, 17.

⁹⁹ Soper, “Dress”, 27.



redundancia, consumo.¹⁰⁰ Empero, algunos autores -siguiendo en parte algunos señalamientos de Barthes- recalcan que esa democratización de la moda no implicó una nivelación, anulación o abandono de las clases sociales. Por el contrario, la democratización de la moda, según estos autores se limitó a la disponibilidad y accesibilidad de estilos, pero la diferenciación se mantuvo en los materiales y en los detalles.¹⁰¹

Ahora bien, importantes estudiosos de la moda y el vestido parecen coincidir en que, de un modo u otro, la moda termina siendo un mecanismo de control del sistema capitalista para hacernos complacientes con el mismo, consumir y así obtener mayores ganancias. Kean y Soper, por ejemplo, afirman contundentemente que la razón de ser y el motor de la moda es la ganancia. Según Soper, “clothing fashion is exemplary of the way in which consumerist culture plays on (and enables huge profits to be gain from) the anxieties about individuation and self-expression it both stimulates and condemns”.¹⁰² En la afirmación de Soper vemos la capacidad de la moda de abarcar posicionamientos contradictorios -característica que ha sido señalada por autores que se han discutido en las páginas anteriores- obrando a favor de la *raison d'être* del sistema capitalista. Por su parte, Kean va más allá de afirmar que el lucro es el motivo y motor de la moda; para ella, los empresarios de la industria de la moda, en su esfuerzo por obtener el mayor rendimiento, tienden a la homogenización global. Señala Kean que, “there may be minor product changes to suit national tastes, but the most successful marketers are those who sell essentially the same product abroad as they do domestically. [...] Over time, blending of tastes and traditions tends to

¹⁰⁰ Davis y Hershfield arguyen que factores tales como la disponibilidad de materiales sintéticos y el perfeccionamiento de las medidas estándar permitieron la producción en masa de copias baratas de lo que antes solo estaba disponible para una élite acomodada. El aumento de la alfabetización, la aparición de revistas de moda y la invención del cinematógrafo contribuyeron a la diseminación de los modelos de New York y Paris. Davis, *Fashion*, 139; Hershfield, *Imagining*, 56.

¹⁰¹ Wilson, *Adorned*, 12. Véase la discusión acerca de Barthes en el apartado “De la moda como lenguaje”.

¹⁰² Soper, “Dress,” 28.



standardize products, manufacturing and trade practices.”¹⁰³ Lipovetsky resume esta posición al afirmar que “el devenir moda de nuestras sociedades se identifica con la institucionalización del consumo, la creación a gran escala de necesidades artificiales y la normalización e hipercontrol de la vida privada”.¹⁰⁴ No obstante, este rechaza dicha visión pues para él la moda ha permitido una explosión de subjetividades, ha permitido la “fragmentación de los *estilos de vida*”, democratizando nuestras sociedades.¹⁰⁵

Otros autores subrayan la capacidad del sistema capitalista de, a través de la moda, apropiarse e invertir símbolos culturales. Davis, Kaiser y Wilson son ejemplos diferentes de esta posición. Kaiser y Wilson sostienen que si bien la moda permite la expresión de los sujetos -proveyendo visibilidad cultural en el caso de la primera, y facilitando la expresión de resistencias a la misma en el caso de la segunda-, al mismo tiempo, se apropia de dichas manifestaciones en busca del lucro.¹⁰⁶ Sin embargo, es necesario aclarar que Wilson critica abiertamente aquella posición que entiende la moda solamente como un mecanismo de control de parte de los empresarios de la industria de la moda para manipular a los sujetos en prácticas de consumo. Ella insiste en la facultad de la moda de facilitar la manifestación de instancias de oposición a la moda misma: “out of the cracks in the pavement of cities grow the weeds that begin to rot the fabric”.¹⁰⁷

Definitivamente el contexto de la modernidad permitió el desarrollo de la moda y la sociedad de consumo posibilitó su aceleración. Por un lado, los desarrollos tecnológicos

¹⁰³ Rita C. Kean, “The Role of the Fashion System in Fashion Change: a Response to the Kaiser, Nagasawa and Hutton Model”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 15:3 (1997): 173.

¹⁰⁴ Lipovetsky, *Imperio*, 177.

¹⁰⁵ Lipovetsky, *Imperio*, 312.

¹⁰⁶ Kaiser, “Minding”, 86; Wilson, *Adorned*, 203. Davis por su parte provee un ejemplo claro de dicha apropiación: la “creación” del famoso “little black dress” por Coco Chanel. Dicho vestido es una copia simplificada al máximo del utilizado característicamente por las criadas. De hecho, Chanel, al momento de presentar su creación, lanza un llamado a las mujeres (en particular, profesionales) a vestir de forma simple, como sus criadas. Davis, *Fashion*, 65.

¹⁰⁷ Wilson, *Adorned*, 245.



permitieron, entre otras cosas, la creación de nuevos y más baratos materiales, así como la confección y producción en masa de modelos estándar, mientras que, por otro, el surgimiento y la consolidación de la sociedad de consumo posibilitaba la “democratización” de los estilos y las formas. En adición, la aparición de nuevos discursos acerca del individuo, de las formas de feminidad y masculinidad, propiciaron una apertura a nuevas y diversas formas de expresar identidades. La siguiente sección examina la relación entre la moda y las identidades de género.

De la moda y el género

A través del tiempo la moda y el vestido han servido para marcar, de una forma u otra, las diferencias de sexo y de género. Como bien sugiere Wilson, “fashion is obsessed with gender, defines and redefines the gender boundary”.¹⁰⁸ O como apunta Entwistle, “la ropa llama la atención sobre el sexo de quien la lleva”.¹⁰⁹ Ejemplo clásico y trivial en nuestras sociedades es que la apariencia, en el sentido de Stone discutido anteriormente, es impuesta en el infante, y con ella se le impone un género.¹¹⁰ Barraclough lo expresa de forma más desarrollada: “costume acts as an artificial secondary sex characteristic, expressing not only gender but also the behaviors and values associated with femininity and masculinity in a given society”.¹¹¹ La moda y el vestido están tan

¹⁰⁸ Wilson, *Adorned*, 117. Entwistle, por su parte, afirma que, “no es de extrañar que la moda esté obsesionada con el sexo. La moda, dice [Valerie] Steele, es “un sistema simbólico vinculado con la expresión de la sexualidad [...]”.” Entwistle, *Cuerpo*, 221. Me parece que es posible preguntar por qué la distinción de clases es una de las primeras, más generalizadas y presentes, concepciones de la moda y el vestido y no la diferenciación de los géneros. ¿Habrá alguna relación con las visiones prejuiciadas de la mujer y lo femenino que por tanto tiempo han predominado en Occidente?

¹⁰⁹ Entwistle, *Cuerpo*, 173.

¹¹⁰ Stone, “Appearance”, 234.

¹¹¹ Paoletti Jo Barraclough, “Ridicule and Role Model as Factors in American Men’s Fashion Change, 1880-1910”, *Costume*, 19:1 (1985): 124.



ligados socialmente al sexo y al género que sirven para señalar las diferencias entre hombre y mujer, entre masculino y femenino en ausencia de un cuerpo concreto.¹¹²

Varios estudiosos de los fenómenos de la moda y el vestido concuerdan que en el siglo XIX dichos vínculos simbólicos, y por ende dicha función diferenciadora, se intensificaron; “fashion became an important instrument in a heightened consciousness of gendered individuality.”¹¹³ Aquí, como en otras instancias, la moda y el vestido nuevamente despliegan su carácter paradójico. Por un lado, la moda cada vez más se identifica con lo femenino. Como arguye Davis, “clothing Fashions in the modern world have been preponderantly *women’s* fashions”.¹¹⁴ Por otro, con el surgimiento y difusión del estigma en contra de la homosexualidad durante el siglo XIX, la moda y el vestido vinieron a ser herramientas importantes en los esfuerzos de reafirmar una versión de masculinidad.¹¹⁵ Estas dos visiones no son excluyentes. Por ejemplo, la hipótesis de “la gran renuncia” masculina puede vincular ambas afirmaciones. Según dicha hipótesis, a finales del siglo XVIII y en el transcurso del siglo XIX, la moda masculina abandonó todo indicio de ostentación y belleza, y los cambios radicales y constantes, y en cambio adoptó la sobriedad y la repetición como principios.¹¹⁶ Estos cambios estuvieron motivados en parte, sigue dicha hipótesis, por la ascensión de la burguesía y la difusión de valores -provenientes de un ethos protestante- como el ahorro y la sobriedad, desarrollos que llevaron a la adopción del traje de negocios como base del guardarropa masculino. Mientras tanto, el traje femenino siguió siendo el eje central de innovaciones y cambios y la “moda” se fue identificando cada vez más con la mujer.

¹¹² Entwistle, *Cuerpo*, 174.

¹¹³ Wilson, *Adorned*, 120.

¹¹⁴ Davis, *Fashion*, 52.

¹¹⁵ Wilson, *Adorned*, 30.

¹¹⁶ La historiadora Gayle Fischer propone que fue en la década de los 1840’s en la cual esa transformación se hizo patente. Gayle V. Fischer, *Pantaloon and Power: A Nineteenth-Century Dress Reform in the United States* (Kent, OH, & London: The Kent State University Press, 2001), 22.



Todavía más, y continuando en la línea de la discusión anterior, otro ejemplo del papel simbólico significativo que la moda y el vestido juegan en la diferenciación de géneros es que a finales del siglo XIX y principios del XX la moda masculina contemporánea fue criticada por simbolizar la falta de “vitalidad” de los hombres a consecuencia de la modernización que se estaba experimentando y que había llevado a esos hombres modernos a perder contacto con la naturaleza y con las actividades al aire libre, espacios considerados como masculinos.¹¹⁷ Pero, al mismo tiempo, la moda y el vestido proveyeron las herramientas suntuarias para contrarrestar semejante aberración. Este es el momento en que la figura del “dude” -sujeto “afectado” cuya vestimenta era profusamente adornada, exuberante, acentuadamente acicalado- está desapareciendo como emblema del hombre a la moda y surgen las figuras del “Gibson man” y del “hombre de las camisas Arrow” -de vestimenta sobria y, aunque acicalado, no lo era hasta la “afectación”-, como nuevos modelos de masculinidad.¹¹⁸ Eventualmente, ya en el siglo XX, en el caso de los hombres, con los cambios en las concepciones de masculinidad, el surgimiento del traje entallado, el ascenso del prestigio de la ropa deportiva, el aumento de revistas especializadas en moda masculina, entre otros, se produce e instituye un nuevo conocimiento que permite a la moda y el vestido abrir un

¹¹⁷ Christopher Breward, “Manliness, Modernity and the Shaping of Male Clothing” en Entwistle & Wilson, *Body*, 174. Matthew F. Jacobson, entre otros historiadores, ha analizado este fenómeno en el que los críticos de la modernidad en EEUU-que contaban con T. Roosevelt como una de las voces más reconocidas- sostenían que los hombres contemporáneos eran cada vez menos viriles y proponían una vuelta a lo que llamaban “barbarian virtues”. Véase Matthew F. Jacobson, *Barbarian Virtues: The United States Encounters Foreign Peoples at Home and Abroad, 1876-1917* (New York: Hill and Wang, 2000). Además, Gail Bederman, *Manliness & Civilization: a Cultural History of Gender and Race in the United States, 1880-1917* (Chicago & London: The University of Chicago Press, 1995); y, Kristin Hoganson, *Fighting for American Manhood: How Gender Politics Provoked the Spanish-American and Philippine-American Wars* (New Haven & London: Yale University Press, 1998). Puerto Rico tuvo sus representantes de esas corrientes antimodernas. Decía un columnista: “Es mucho el afeminamiento del hombre contemporáneo. El hombre contemporáneo es una caricatura del verdadero hombre. Ese hombre frailuno, amariconado es una afrenta a su sexo”. Tomás Carrión Maduro, “La mujer de Norteamérica y el hombre contemporáneo”, *Ten con ten* (1906). Según reimpresso en Eugenio Ballou (ed.), *Antología del olvido (Puerto Rico, 1900-1959)* (San Juan, PR: Folium, 2018), 215.

¹¹⁸ Barraclough, “Ridicule”, especially, 129-132.



campo para que los hombres pudieran evaluarse físicamente unos a otros, según algunos autores, en un mercado sexual cada vez más competitivo.¹¹⁹ Como señala Entwistle, el “nuevo hombre” de los años ’80 era uno sexuado y consumidor de la moda.¹²⁰ Entrados los ’90, esa tendencia se acentúa y el fenómeno del hombre “metrosexual” llega a dominar la mirada de la moda masculina que se despliega en revistas, publicidad, vitrinas, etc.

Finalmente, un último aspecto -paradójico claro está- de la moda y el vestido en relación con la identidad de género es que aquellos permiten a la vez la custodia de las fronteras de género, así como su trasgresión. Por un lado, como nos recuerda Soper, “restrictions on human dress are used to distinguish and police social and sexual hierarchies”.¹²¹ Por ejemplo, el traje de negocios infunde “masculinidad”.¹²² O como sugiere Davis, el vínculo hombre-proveedor es tan fuerte que desplaza las negociaciones de identidad de género en la vestimenta de trabajo hacia lo masculino.¹²³ Por otro, aquellos sujetos con cuerpos sexualizados (o racializados), aquellos que constituyen, habitan una “otredad”, son los que más asiduamente batallan conscientemente en contra de dicha vigilancia.¹²⁴ La moda y el vestido contemporáneos se prestan, cada vez con más frecuencia, al juego con las fronteras de lo femenino y lo masculino.¹²⁵ El fenómeno del hombre “metrosexual” -acicalado, ropa entallada, una paleta de colores pasteles, rostro depilado y cuerpo afeitado- es un ejemplo de ese juego.

¹¹⁹ Breward, “Manliness”, 178. Aunque “it goes without saying”, quiero aclarar que aquí no se está proponiendo que ese fenómeno de un nuevo conocimiento es exclusivo de lo masculino. Numerosos son los estudios que demuestran los cambios en las concepciones de feminidad. Y como afirma Hershfield, en parte apuntando a los vínculos entre lo global y lo local, “international fashion publications such as *Vogue*, as well as Mexican magazines catering to women, took part in the promotion of women’s fashion as well as new ways to be a woman”. Hershfield, *Imagining*, 56.

¹²⁰ Entwistle, *Cuerpo*, 211-213.

¹²¹ Soper, “Dress”, 21.

¹²² Entwistle, *Cuerpo*, 174.

¹²³ Davis, *Fashion*, 48.

¹²⁴ Kaiser, “Minding”, 86.

¹²⁵ Wilson, *Adorned*, 122.



Pero son el *look* andrógino y el travestismo las formas radicales de transgresión suntuaria. Como afirma Davis, “the symbolic aim of these fashions is to dramatize cross-gender tensions, not to solve them”.¹²⁶ El primero -el *look* andrógino-, que en propiedad sería la vestimenta que no tiene nada que decir acerca del sexo o el género de quien la lleva puesta, realmente ha sido mayoritariamente practicado como la introducción y utilización de piezas, adornos o aspectos masculinos en la moda y el vestido femeninos. Dicha práctica ha servido -y, en verdad, parece ser su propósito- para acentuar e incrementar la sexualidad femenina, no para aminorarla, y ha tenido como uno de sus resultados la difusión del *look* preadolescente.¹²⁷

Por su parte, el travestismo -el vestirse por completo con ropa del género opuesto- representa el cuestionamiento más radical a las fronteras de género a los que la moda y el vestido apuntan. Es una embestida a la naturalización del género. Como afirma Entwistle:

“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 demuestra ser un conjunto de estilos regulados culturalmente. El género está, pues, desligado del cuerpo y se logra mediante el estilo [...]”.¹²⁸

Son numerosos los ejemplos que se han ido haciendo públicos en los que la moda ha posibilitado el que sujetos oculten su sexo biológico asumiendo el género que socialmente se identifica con el sexo opuesto, en especial de mujeres que han pasado por hombres.¹²⁹

¹²⁶ Davis, *Fashion*, 36.

¹²⁷ Davis, *Fashion*, 36, n.4; 37. La difusión y generalización de dicho *look* preadolescente -que experimenta en los años '20 su cénit- ha sido interpretada, desde corrientes feministas y psicoanalíticas, como una apelación al deseo homoerótico en los hombres. Davis, *Fashion*, 85.

¹²⁸ Entwistle, *Cuerpo*, 215-216.

¹²⁹ Anne Herrmann, ““Passing Women,” Performing Men” en Mary Ellen Roach-Higgins, Joanne B. Eicher & Kim K.P. Johnson (eds.), *Dress and Identity* (New York: Fairchild Publications, 1995), 112-115.



No obstante, interesante resulta el hecho de que la androginia y el travestismo se mercadean y han llegado a formar parte de la cultura popular en nuestras sociedades (hiper/pos)modernas. Esto a pesar de que, aún hoy día, es ubicua idea de que el hombre es quien mira y la mujer la que es mirada (asunción que ubica al primero como un sujeto real, genuino y a la segunda como un sujeto que recurre al artificio, a la moda).¹³⁰ Y es que, como sugiere Wilson, “modern fashion plays endlessly with the distinction between masculinity and femininity. With it we express our shifting ideas about what masculinity and femininity are. Fashion permits us to flirt with transvestism, precisely to divest it of all its dangers and power”.¹³¹ Así, una vez más, presenciamos la capacidad de la moda y el vestido para encarnar actitudes y comportamientos contradictorios, tal vez, “visiones eufóricas del mundo”, como señalaba Barthes.

La moda y el vestido han jugado un papel primordial en la comunicación del género que se quiere expresar o exhibir, ya sea para reafirmar o para “engañar”.¹³² Ambos, de forma paradójica, proveen las herramientas -discursivas y materiales- para, por un lado, vigilar las fronteras de los géneros y, por otro, para transgredirlas, mostrando el carácter de constructo social de estos últimos. Sin embargo, hay que acercarse con cuidado analítico a la cuestión de la transgresión pues, como se vio, la moda tiende a desarticular aquello que se le opone y a transformarlo en algo inocuo. Habiendo examinado el último aspecto propuesto de la moda y el vestido, paso entonces a unas últimas consideraciones.

¹³⁰ Kaiser, “Minding”, 91.

¹³¹ Wilson, *Adorned*, 122.

¹³² Un texto medieval muestra cómo, ya en esa época, la moda podía utilizarse para engaño al trocar el vestido, confundiendo los géneros. *Aucassin et Nicolette* es una obra de trovadores recogida como texto en la cual la amada se viste de hombre para rescatar a su amado. Es una obra interesante porque es la mujer la que pasa las tribulaciones de la acción para poder rescatar al hombre. *Aucassin & Nicolette*, Tran. from the Old French by Eugene Mason (London & New York: J.M. Dent & Sons, LTD., & E.P. Dutton & Co., 1925).



Reflexiones finales

En un ensayo publicado recientemente, la psicóloga social Efrat Tseëlon llama la atención al hecho de que, en los estudios sobre la moda, el paradigma de que la moda significa y que es “leída” se ha aceptado sin examen.¹³³ Señala que los análisis sobre la moda como forma de comunicación se han ubicado en una de dos ramas: una en la que los significados se entienden como fijos, dados (*sartorial stereotypes*), en el que el “vestido” se puede leer a simple vista y que enfoca el lente analítico en la indumentaria de ocasión (*ocassion wear*); y otra en la que los significados son variados, contextuales, contingentes, negociados. Ambas tendencias, según Tseëlon, tienen como substrato la noción de que, primero, los significados de la moda son tomados de un acervo social compartido y de que, segundo, el lenguaje de la moda es transparente, por lo que, por un lado, los significados son decodificables por cualquiera que participe de dicho acervo y, por otro, dicha interpretación será semejante entre aquellos que “lean” el “vestido” en cuestión. La autora busca poner a prueba estas ideas y encuentra que, entre los sujetos de su estudio, la concordancia entre lo que el “usuario” quería transmitir y lo que el “observador” interpretaba fue casi nula, por lo que concluye que la transmisión de información personal a través del “vestido” es un proceso complejo, que va más allá de la simple exhibición del mismo, y que está plagado de errores de interpretación. Lo que, a mi parecer, Tseëlon pasa por alto es que, efectivamente, a pesar de todo, aun cuando el riesgo de que el mensaje sea distorsionado, sus sujetos querían transmitir una información acerca de sí mismos; es decir, utilizaron la moda y el vestido para decir algo

¹³³ Efrat Tseëlon, “How Successful is Communication Via Clothing? Thoughts and Evidence on an Unexamined Paradigm” en Ana Marta González & Laura Bovone (eds.), *Identities Through Fashion: a Multidisciplinary Approach* (London & New York: Berg, 2012), 109-137.



acerca de quiénes eran, qué hacían, qué querían, etc.; esto es, para comunicar, materializar una identidad imaginada.¹³⁴

En nuestras sociedades tardo-modernas (o hiper-modernas o posmodernas) ambos, aún a pesar del estudio de Tseïlon, se utilizan para comunicar, decir algo acerca de nosotros, ya sea para que distingan nuestro estatus o género, o para esconderlos. O, aunque parezca trivial, para señalar si nos identificamos con el mundo moderno o no (piénsese en el vestido amish o de los grupos musulmanes más recalcitrantes). Y para asistir en, e influenciar, tales aspiraciones ahí está la plétora de textos de consejos de moda, y las incontables vitrinas proponiendo posibles ensamblajes. Sus posibles interpretaciones identitarias son negociadas, contextuales y contingentes, es decir, históricas. Tal vez, la moda y el vestido posean una naturaleza dual, parecida a la de la luz -que unas veces actúa como un haz de partículas y otras como onda.

La moda y el vestido son, como espero haber mostrado en este breve recorrido, fenómenos complejos, multifacéticos y multifuncionales. Pero, ante todo, conviene pensar la moda y el vestido como fenómenos paradójicos que permiten la tensión y, como señala Barthes, hasta la contradicción en la construcción y expresión de identidades. Los discursos de la moda y el vestido buscan limitar al sujeto, regularlo, pero a la vez le permiten atisbar momentos de libertad, de placer. Por un lado, pueden ser transgresivos, chocantes, permitirle al sujeto ser notado por pertenecer a una multitud; por otro, son caníbales y pueden -tienden a, dirían algunos autores- producir

¹³⁴ Frances Negrón-Muntaner demuestra cómo los Young Lords de Nueva York utilizaron el estilo (*style*) para subvertir la imagen que tenían de los puertorriqueños la prensa y el gobierno de la ciudad y proponer una alterna. Arguye Negrón-Muntaner que a través del ensamblaje vestimentario al estilo paramilitar -que incluía elementos de las Panteras Negras y de las guerrillas tercermundistas-, los Young Lords proponían una nueva identidad para los puertorriqueños como sujetos capaces de ejercer “soberanía” sobre sus cuerpos y comunidades. También muestra como las mujeres dentro de la organización utilizaron la moda -incluso la minifalda- para retar las visiones machistas que se tenían de las ellas, tanto al interior de la organización como en la sociedad en general. Frances Negrón-Muntaner, “The Look of Sovereignty: Style and Politics in the Young Lords”, *Centro Journal*, XXVII:1 (Spring 2015): 4-33.



conformidad según los cambios rápidos y constantes liman las asperezas de aquello que en un momento anterior fue chocante. Aquella multitud el sujeto no la ha originado por sí mismo, pero puede pertenecer a la misma sin tener que integrarse, logrando así mitigar las ansiedades identitarias que se producen al interior de una sociedad dominada por la lógica del consumo. No obstante, como señalé al inicio de este ensayo, la moda aún es menospreciada, considerada frívola, insustancial, intrascendente. Mas, como afirma Wilson, “the pointlessness of fashion, what Veblen hated, is precisely what makes it valuable. It is in this marginalized area of the contingent, the decorative, the futile, that not simply a new aesthetic but a new cultural order may seed itself.”¹³⁵

¹³⁵ Wilson, *Adorned*, 245.