

La moda y las nuevas identidades en los cambios de siglo.

JULIA KOVADLOFF.

Cita:

JULIA KOVADLOFF (2019). *La moda y las nuevas identidades en los cambios de siglo. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/602>

Moda y nuevas identidades en los cambios de siglo

Julia Kovadloff

Eje 6 | CULTURA SIGNIFICACIÓN, COMUNICACION, IDENTIDADES

Mesa 101 | Sociología y Diseño: reflexiones en torno a la cultura material

Institución: Universidad de Palermo

juliakova@gmail.com

Resumen:

Este es el comienzo de una investigación con perspectiva de género que tiene como objetivo prevenir que la moda se convierta en una herramienta disciplinaria para los gobiernos y las instituciones de control y explorar cómo podemos diseñar y comunicar formas de liberar a los cuerpos, y expresar nuevas identidades de género.

La hipótesis es que podemos aprender observando los últimos dos cambios de siglo: En ambos casos podemos ver cómo los cambios de paradigma en el mundo occidental se manifiestan en la adopción de nuevas modas "liberadoras" para la mujer. Pero unas pocas décadas dentro de cada siglo, las mujeres son enjauladas nuevamente por la moda. Del estilo neoclásico post revolución francesa al miriñaque recargado, del estilo imperio de 1910 y la liberación del corset y la androginia de los años 20 al *New Look* de Dior y la imagen de la ama de casa perfecta.

Hoy, comenzado el siglo XXI, las nuevas ideas de género e identidades construidas por fuera de lo binario finalmente se están expandiendo en el mundo occidental, poniendo en cuestión la industria de la moda con ropa sin género y dejando obsoletas las divisiones binarias de las colecciones. Además, nuevas definiciones de belleza con cuerpos reales se viralizan. ¿Pero va a suceder una nueva represión de los cuerpos? ¿Cuán alarmante es el Brasil de Bolsonaro con la insistencia de los colores de género, o la profecía represiva de la serie *Handmaid s Tale*? ¿Es el feminismo en la moda una tendencia pasajera o un cambio real?

Palabras clave:

Moda/ Cuerpo/ Identidades/ Género/ Feminismo

Introducción: La moda que modela y las políticas del género

Si buscamos la traducción en español del verbo “fashioning” en inglés, nos encontramos con las siguientes opciones: modelar, forjar, formar, labrar, amoldar. Estas son las operaciones que realiza la moda sobre los cuerpos, entendiendo moda como un sistema de símbolos y reglas que regulan los cuerpos vestidos en un marco social. En este sentido la moda siempre va a ser portadora de un discurso ideológico, que nos habla a través de los códigos vestimentarios reinantes; como se entiende al cuerpo en determinado contexto, cuáles son las clasificaciones, usos y jerarquías imperantes, en relación a una definición subyacente de qué cuerpo debe vestir cómo y en qué situación, según el orden social establecido. Antes de la revolución francesa, eran las leyes suntuarias las que organizaban el indumento social según clase y rol explicitado a través de la vestimenta, generando una naturalización de las apariencias donde no se disociaba cuerpo de rol social; si eras de la nobleza, podías permitirte ciertos géneros y colores, y si eras del pueblo trabajador no tenías los mismos permisos que los nobles, siendo ilegal que usaras tal o cual color o género. Tu aspecto debía indicar, inequívocamente, se pretendía, tu función en la sociedad feudal. Era la lógica de los uniformes llevada a un lenguaje por momentos más sutil y sobreentendida, por momentos más alevosa.

La sociología de la moda hace uso, en general, de la teoría de *Habitus* de Pierre Bourdieu¹ que se refiere a la sociedad (y sus reglas) inscritas en el cuerpo del individuo. En su vestimenta, pero también en sus modos, en sus gustos y aspiraciones, en sus elecciones de consumo en general y sus formas de interactuar con sus pares y sus dispares en sociedad. De este modo es la lógica de la distinción la que explica o hace legible los comportamientos en relación a la vestimenta y la estética personal en la sociedad de consumo moderna. La moda unifica y divide a la vez. Pero, ¿dónde nace la lógica binaria del género en la indumentaria moderna? Intentaremos en este texto relacionar lo que usamos con las políticas de género.

¿Hay un *habitus* del género? Simone de Beauvoir diría que sí, como declara en su conocido texto *El Segundo Sexo* “no se nace mujer, se llega a serlo. No hay ningún destino biológico o psicológico ni económico que determine el papel que las mujeres representan en la sociedad: es la civilización como un todo la que produce esa criatura intermedia entre macho y eunuco, que se califica como femenina”² Y en relación a la vestimenta de género, decía: “ No hay nada tan poco natural como vestirse de mujer; sin duda, la ropa masculina también es un artificio, pero es más cómoda y simple, está hecha

¹ Bourdieu, Pierre, *La Distinction*, Francia, Éditions de Minuit, 1971

² De Beauvoir, Simone, *El segundo sexo*. Mexico, Alianza/Siglo XXI, 1989, p. 240

para favorecer la acción en lugar de entorpecerla”³ Entonces, ¿qué paralelismos podemos encontrar en la relación moda-género -identidades haciendo una historia comparada de distintos períodos claves de transformación social e indumentaria? Tanto las modas como las prácticas políticas construyen relaciones de poder y pueden ser hegemónicas o democráticas. Influyen a la sociedad y a la sociabilidad entre los seres sociales. ¿Cuan amalgamadas estuvieron política y moda en los momentos de cambios de paradigma?

I) Constitución de la imagen de mujer moderna y las primeras feministas

1) Revolución: Mujer Soldado y travestismo

En su libro *Historia Política del Pantalón*, la historiadora Christine Bard rastrea la historia social de esta prenda desde la Revolución francesa. Según la autora, las libertades civiles ganadas por la revolución benefician solo a la mitad de la población: los hombres. “La mitad femenina del pueblo desaparece en el momento en que el pueblo, en su mitad masculina, adquiere derechos políticos y se convierte en el “pueblo soberano”⁴. Esta discriminación de la mujer como ser no beneficiario de los valores revolucionarios que fundan la era moderna: libertad, igualdad, fraternidad, le da a la mujer una sola herramienta para participar de la lucha legítimamente: vestirse de hombre. La mujer soldado es la que renuncia a su *performance* femenina, usando la idea de Butler⁵, como ilustran estos cantos de lucha de las mujeres que se enrolan en el ejército revolucionario francés:

“Vestidas de hombre, marchamos (...) para vencer a los déspotas/adiós a nuestros queridos padres/llevamos calzones/somos las mujeres del presente”

“Pongámonos el traje de los hombres/y apoyemos a los sans-culottes./Abandonemos corsés y enaguas,/ para abatir a los orgullosos déspotas”⁶

Otros ejemplos de este travestismo para la lucha los encontramos en el Río de la Plata en el mismo período, durante las guerras de independencia, como lo investigó Regina A. Root en su capítulo *Vestidas para matar*, dentro del libro *Vestir a la Nación*: “(...) mujeres de la época se ponían en secreto el uniforme masculino para intervenir, así travestidas, en la batalla.” Root nombra ejemplos

³ De Beauvoir, S. *El segundo sexo*, Paris, Gallimard, 1986, p. 215

⁴ Bard, Cristine, *Historia política del pantalón*, Buenos Aires, Tusquets editores, 2012, p. 54

⁵ Butler Judith, *El género en disputa*, Buenos Aires, PAIDOS, 1991

⁶ Bard, C. p. 52

de mujeres que “se distinguieron en el servicio militar como varones, sin que sus tropas conocieran su verdadero género”⁷

Esta idea de vestirse de hombre se retomará en distintos momentos históricos, sobre todo ligados a la lucha y las guerras, tanto a nivel militar como a manifestaciones domésticas del poder. Quién lleva los pantalones en una casa es quien manda.

Frente a este panorama en la Francia de 1790, la policía empieza a regular el travestismo, arrojando a través de decretos a las mujeres que encuentra *disfrazadas* de hombre, y se prohíbe por ordenanza en París, el uso de prendas del sexo opuesto, salvo con justificativos de salud avalados por médicos autorizados.

Las mujeres que se alejan de la “norma femenina” y lo exhiben son guillotinas, como Olympe de Gouges.

2) Volver a los orígenes: la utilidad del neoclasicismo

A medida que se acerca el nuevo siglo la referencia estética de la Antigüedad sirve a una nueva lógica: en un escenario donde “El lugar de las personas en la nación ya no está predefinido (...) se crea una inestabilidad que se corresponde claramente con el movimiento febril de la moda. (...) la transparencia, entregando al individuo a la mirada de los otros, facilita el control e induce el autocontrol (pudor) (...) la transparencia es también la exhibición del cuerpo sexuado femenino, que acompaña el discurso médico y pesa tanto en el proceso de naturalización del género femenino... La identificación del sexo se ve facilitada por los guardianes del orden”⁸

Los ya prominentes medios de moda en Francia insisten uniendo estos dos conceptos de libertad y transparencia: “La libertad no puede concebirse sin la adopción de trajes antiguos” *Journal de la mode et du gout*, 1790. Cita Bard⁹

En paralelo, a partir de la Revolución francesa y ya en el siglo XIX entrando en la revolución industrial, sucede la “gran renuncia” masculina como la categorizó el psicoanalista John Carl Flugel en 1930, la renuncia a la coquetería en favor de lo utilitario. Hay una militarización del vestuario masculino de la clase alta, seguida de la uniformización del traje civil, que perdura hasta la sociedad capitalista actual con el traje sastre como indumento clave. Esto deja el campo de los cambios periódicos, propios de la lógica de la moda, a la indumentaria femenina.

⁷ ROOT, R.A. Vestir la nación, Moda y Política en la Argentina Poscolonial, Buenos Aires, Edhasa, 2014, p. 86 y 87

⁸ Bard, p. 58

⁹ Bard, p. 59

Las modas de este período del Directorio, son, según Bard “los años locos de la Revolución”, más de un punto en común los acerca. (Veremos más adelante esto cuando veamos las modas de comienzos del siglo XX).

En la moda femenina del llamado neoclasicismo , cuyo icono es Josefina Bonaparte, se impone la *silueta imperio* . Interesante destacar, pensando en el vínculo moda y política, como una silueta femenina es llamada en base a un régimen de gobierno autoritario. Con cintura alta, marcada bajo los pechos y la caída de la tela recta y liviana, inspirada en la Grecia y Roma Antigua, esta moda funciona en dos lecturas: por un lado, según Bard, permite legislar el género femenino que no puede disfrazar su cuerpo, y evidencia su sexo a través de la transparencia y la liviandad de las telas, pero por otro, a diferencia de la moda rococó pre revolucionaria, esta nueva simpleza indumentaria permite a las mujeres moverse con más comodidad y ser más independiente a la hora de vestirse y desvestirse.

3) La Jaula de la moda: la mujer frágil

A partir de 1804 ya retorna lentamente el corsé, y poco a poco se va forjando el ideal de belleza romántico. Primero, entre 1820 y 1830 se sobredimensionan los hombros y luego las mangas , la cintura baja y se ajusta con un gran cinturón. La importancia de marcar la cintura crece a medida avanza el siglo. Las faldas cobran volumen y se acortan hasta los tobillos, y las capelinas toman gran tamaño tapando los rostros y también impidiendo a la usuaria ver a su alrededor. La silueta entonces se ensancha y desproporciona , y los vestidos se llenan de detalles como cintas, apliques, joyas...en una década se impone cada vez más alevosamente, la lógica patriarcal en la que el ornamento en la indumentaria femenina demuestra el poder adquisitivo del hombre propietario de esa mujer, sea su padre o su esposo, imponiendo visualmente la idea de que una mujer era una infante que no pensaba mucho por sí misma, y era una bella muñeca, una posesión masculina. Luego, según Bard, a partir de 1840 “El pudor impone sus rigores y cubre todo el cuerpo femenino, cuyo modelo dominante es el del cuerpo frágil, casi enfermizo.”¹⁰

Este estereotipo de mujer frágil se consolida culturalmente durante el romanticismo, con la ayuda de la moda a través del corset, la crinolina-jaula o miriñaque, las telas pesadas, los frunces y ornamentos, y se termina de forjar en la segunda mitad del siglo XIX en la sociedad victoriana, atrapando al cuerpo de la mujer con rígidas siluetas .

¹⁰ Bard, p. 82

Es interesante como alrededor del corset se pueden hacer dos lecturas, en espejo a la lógica que se disputa hoy en relación a si una mujer es menos o más feminista al sexualizar su cuerpo y mostrarlo, por ejemplo, en redes sociales. Esta idea de que lucha y placer no van de la mano, como si una moral cristiana siguiese pesando, incluso en los discursos más progresistas.

Dice Valerie Steele en su texto *Arte y Naturaleza, Controversias decimonónicas en torno al corsé*. “Los historiadores han tendido a interpretar la indumentaria victoriana- en especial la corsetería- en términos de represión sexual burguesa. (...) La corsetería no triunfó porque las mujeres victorianas estuvieran más oprimidas o fueran más masoquistas que sus predecesoras, sino porque la Revolución Industrial y la democratización de la moda pusieron el corsé al alcance de más mujeres. La belleza había pasado a ser un deber, o un derecho, de toda mujer, por medio de artificios, si no era un don natural.”¹¹

La MODA con mayúsculas para este entonces ya había consolidado su esquema vertical que duraría hasta el surgimiento del pret a porter varias décadas más tarde: De la mano del primer gran Diseñador, Charles Frederick Worth, se imponía desde la flamante Haute Couture Parisina la silueta en S, para lo cual era necesario un corsé ajustado y un relleno trasero llamado polisón. Las tendencias primero adoptadas por la alta sociedad, (que ahora incluía nuevas “influencers” burguesas y nuevas ricas, como artistas, actrices y no sólo aristócratas de cuna de oro) bajaban al resto de las consumidoras que seguían las nuevas modas en versiones más accesibles.

El movimiento reformista, que agrupaba tanto médicos como mujeres feministas de la época, tenía distintos argumentos para abolir el uso del corsé. Se valían de que la belleza natural, con la estatua del torso de la Venus de Milo como ideal, (otra vez, la referencia a la estética Grecorromana antigua) no tenía una cintura de avispa. Resaltaban los efectos adversos que el uso del corsé podía ocasionar en los órganos reproductivos femeninos dificultando que cumpla con “su papel reproductor”¹², y por el contrario, el corsé exaltaba una sexualización de la mujer como objeto de lujuria del hombre que lejos estaba de conseguir la igualdad social entre los géneros. Sin embargo, lo que mayormente había eran propuestas de opciones menos extremas, como las del movimiento higienista, pero sin renunciar a la idea de que había que seguir de algún modo, conteniendo el cuerpo femenino. Proponían, por ejemplo la camiseta saludable “una prenda similar al corsé, pero con breteles en los hombros y cordones elásticos al costado en lugar de varillas metálicas”¹³.

¹¹ Steele, Valerie “Arte y Naturaleza, Controversias decimonónicas en torno al corsé.” dentro de *Fashion Theory. Hacia una teoría cultural de la moda*. compilado. Buenos Aires, Ampersand, 2017, p. 77

¹² Steele, p. 106

¹³ Steele, p. 107

II) De la Belle Epoque al New Look: la *Mujer Nueva*¹⁴

1) Modas de ocasión, movilidad y uso deportivo

“Las prendas deportivas son las aliadas objetivas de la emancipación de las mujeres”¹⁵ dice Bard. El ciclismo es el gran motor de esta ampliación de las opciones indumentarias femeninas: “por primera vez, sin que la ley pueda garantizar el monopolio al hombre, la mujer le disputa el atributo masculino por excelencia, el pantalón”. No sin encontrar resistencias, sobre todo desde la burla y la caricaturización en los medios de esta “mujer-hombre”, de a poco se va aceptando esta moda “a la inglesa” de la indumentaria ciclista, y como en otros casos, prendas o estilos primero avalados para su ocasión de uso deportivo, los pantalones bloomers para andar en bicicleta, las botas para andar en ski, o las chaquetas de equitación, luego se van introduciendo en el vestuario admisible de la mujer moderna, y ya no excepcionalmente, necesitando una justificación de su uso ligado a cierta actividad. El ejemplo de la revista *Femina* de 1910 citado por Bard es pertinente para ilustrar cómo la prensa femenina empieza a desligar estas nuevas modas de la idea de travestismo, y pasa a promoverlas con una mirada estética más vinculada a la lógica aspiracional de estar a la moda: “Señora, no es feo ir vestida de chico. Si es delgada, señorita, y lo bastante alta como se debe ser hoy para seguir la moda, le sentará igual de bien el calzón que su modesta falda, que por otra parte, confíeselo, ya casi es un pantalón de hombre, un pantalón que solo tiene una pernera” Debe referirse aquí al modelo de falda trabada en boga en ese momento gracias a el éxito de diseñadores como Paul Poiret.

2) Poiret, *revival* neoclásico y orientalismo

En los textos de historia de la moda, se suele adjudicar al diseñador Paul Poiret (1879-1944) la erradicación final del corsé, pero esta propuesta no está regida por una postura feminista del diseñador. Bard adhiere a este cuestionamiento de la idea de Poiret como liberador de la mujer diciendo: “ (...) no canonicemos al querido Poiret con demasiada rapidez y no olvidemos que es el autor, en 1910, del vestido ajustado que dificulta la marcha al limitar la amplitud de cada paso.”¹⁶ Este abandono del corsé está más bien ligado a recuperar la silueta y el universo estético que él quería imponer como moda moderna a comienzo del siglo XX. Como dice Katharine K. Zarrella en

¹⁴ Bard, “*Es así como la Belle Epoque designa a un nuevo tipo de mujer, la mujer emancipada, influenciada, directa o indirectamente, por el feminismo*”. p. 174

¹⁵ Bard, p. 161

¹⁶ Bard, p. 182

su artículo *¿El nuevo problema de la moda? Mover la aguja hacia adelante en la era de la referencia infinita* : “[Poiret] estaba investigando en el museo Victoria & Albert de Londres, observando su colección de textiles y prendas Asiaticas. Muchas de sus propuestas llamadas neoclásicas son casi exactamente las del período (neo)clásico de la Revolución Francesa,(un siglo antes), al punto tal que los caricaturistas de la época las mostrarían una al lado de otra y se verían como mellizas”¹⁷ Este regreso del estilo neoclásico es una de las primeras modas retro del siglo XX, y podríamos decir , como sucede con otras vueltas cíclicas de modas pasadas, que lo que vuelve no es solo determinado estilo o color, sino una concepción ideológica del cuerpo femenino que resuena con las ideas de la época en que vuelve. Poiret, que cabe destacar fue el primer diseñador en tener una visión de marca total (hacía desfiles y eventos para presentar sus creaciones, sus locales tenían un *visual merchandising* cuidadísimo a tono con las colecciones, sacó también una línea de muebles y decoración y fue el primer diseñador en sacar un perfume bajo su marca) supo ver que en el París de 1910 había un mercado que iba a hacer eco de este *revival*. Otros diseñadores se suman a esta moda neoclásica que deja obsoleto el uso del corsé, como por ejemplo Mariano Fortuny con su icónico vestido plisado *Delphos*, ya desde el nombre, inspirado en la antigüedad.

De la fiebre por el orientalismo¹⁸ si podemos rescatar, en la lectura de liberación del cuerpo femenino, el aporte de Poiret con los pantalones *harem*¹⁹, pantalones turcos o babuchas, inspirados en los de las Odaliscas. Estos fueron adoptados por las modernas mujeres de la elite artística Parisina como parte de su look de *soirées* nocturnas, sumando nuevos usos aceptados de esta prenda hasta entonces considerada, por fuera de su uso deportivo, masculina.

3)Feminismo, androginia y nuevos iconos de belleza modernos

Como dice Bard, “la revolución de la apariencia debe mucho, en la década de 1920, al feminismo.”

²⁰ Luego de la primer guerra mundial el modelo de mujer andrógina se consolida como deseable. El look *garçonne*, (la palabra viene del francés, donde *garçon* significa chico) y el estilo *flapper* se

¹⁷ Zarrella,Katharine K. título original: *Fashion's "new" problem? Moving the needle forward in the age of infinite reference* , artículo para Document Journal, 2018, recuperado de la web

<https://www.documentjournal.com/2018/12/fashions-new-problem-moving-the-needle-forward-in-the-age-of-infinite-reference/>

¹⁸ Se llama Orientalismo al furor por lo exótico y oriental que a comienzos de siglo XX sucede especialmente en París, donde varios acontecimientos como los Ballets rusos, el éxito de la bailarina exótica Mata Hari, la traducción al francés del libro *Las mil y una noches* y el subsiguiente evento organizado por Poiret llamado “ *La mil segunda noche*” y sus colecciones de moda a la oriental con accesorios como turbantes y la difusión de estos estilos a través de las ilustraciones y fotografías de moda ayudan a establecer como tendencia reinante en la alta sociedad. Esta tendencia continuará a lo largo de la década de 1920 con el descubrimiento de la tumba de Tutankamon y la moda y el cine inspirándose ahora en Egipto (N. de la A.)

¹⁹ Antonelli, Paola y Millar Fisher, Michelle, *Item # 046: Harem pants*, en el catálogo de la muestra homónima *Items:Is fashion Modern?*, Museo MoMa de Nueva York,2017, p.135

²⁰ Bard, p. 235

expanden a través de los ya propagados medios de moda (destinados exclusivamente a la población femenina) y los nuevos iconos de estilo: las estrellas del cine de Hollywood como Clara Bow o Louise Brooks, como referencia de mujer. El ideal de cuerpo ahora es ser delgada, con poco busto, y llevar el pelo corto *a lo chico*, pero ya no se lo ve como travestismo, como vimos en épocas anteriores, si no como un look propiamente femenino, que consolida dos parámetros que quedaran, con algunos vaivenes temporales, ligados durante el siglo XX al modelo propuesto por la moda hegemónica: la juventud y la delgadez.

Pero esta nueva moda permite también a la mujer estar más cómoda, valor que priorizan diseñadores de la época como Coco Chanel, y nuevos materiales como la lycra y el tejido de punto industrializado, lo permiten. Por fin se han liberado del corset y para 1930, primero como prenda de ocio y veraneo, y luego para el resto de las ocasiones, las mujeres empiezan a usar pantalones.

4) *We can do it* y *New look*

La segunda guerra mundial acelera la adopción por el pueblo civil femenino de prendas utilitarias, ya que ahora son ellas quienes deben realizar tareas y trabajos antes prioritariamente masculinas, una vez que los hombres están en el frente de batalla. Pero terminada la guerra, de la mano de Christian Dior, una nueva vuelta a la hiper feminización de la moda se hegemoniza.

La silueta ideal vuelve ser la del reloj de arena similar a la de la *Belle Epoque*: curvas acentuadas, busto grande y marcado, incluso exageradamente cónico con los nuevos corpiños, y cintura pequeña y ajustada. El mismo Dior cuenta la nostalgia que sentía por las mujeres de su infancia y esa belleza tan femenina que se había perdido durante la guerra. Encarnado en la pantalla por estrellas como Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor o Sofía Loren, este *new look* encuentra eco en las mujeres que ahora retoman su rol social previo de madres, esposas y amas de casa, de la mano del *american way of life* y el *baby boom*.

Esta lógica de acción-reacción de las modas, de tendencia y contratendencia configura la alternancia de la moda durante el siglo XX, y puede también leerse con perspectiva de género. Jo B. Paoletti, autora de *Pink and Blue: Telling the Boys from the Girls in America*²¹, investigación donde recorre los vaivenes del uso binario de los colores en la moda infantil a lo largo del siglo XX, relaciona lo que sucede con el uso del color rosa entre la década de 1970 y la de 1980, con el auge de la tercer ola feminista, que rechaza el uso del rosa, ya demasiado consagrado como color de la femineidad hegemónica modelo del patriarcado. En consecuencia, y con el auge de la cultura pop

²¹ Paoletti, Jo B. *Pink and Blue: Telling the Boys from the Girls in America*, Indiana, University Press, 2013

de la era MTV en la década del '80, dice Paoletti, vuelve con muchísima fuerza el uso del rosa para la moda y todo los objetos y signos “femeninos”.

III) Siglo XXI: moda y nuevas identidades

1) ¿Neoclasicismo para el siglo XXI?

Como vimos en los dos cambios de siglos precedentes a este, el neoclasicismo cobra sentido en los comienzos de era. Podríamos decir que cada comienzo de siglo pide un “borrón y cuenta nueva”, y por eso retoma la estética antigua, la estética fundante de la civilización occidental? Ya vimos que esto sucedió a comienzos del siglo XIX y a comienzos del siglo XX, podemos decir qué está sucediendo a su manera también ahora, a comienzos del siglo XXI?

En la década de 2010 se propagó desde el arte digital y la música electrónica una estética conocida como “*vapor wave*” donde gráficas de la era Windows y una paleta de color pop reminiscente de los 80s se mezcla con figuras griegas, estatuas, columnas, símbolos y patrones geométricos greco romanos. Y actualmente, algo de la idea de la ligereza del neoclásico, la liberación del cuerpo, los tonos suaves y el minimalismo, que se ven en marcas con mucha influencia como la española Paloma Wool y las imágenes creadas por la fotógrafa Carlota Guerrero. Algo de la lógica de la distinción funciona muy bien con esta estética, incluso en la contemporaneidad, y dentro de un discurso inclusivo.

2) La identidad como moda

Desde mediados del siglo XX, el sistema de la moda hegemónica se alimentó de estéticas marginales para renovarse. Así sucedió con subculturas como el punk, movimientos como la sustentabilidad, y ahora sucede con la estética *queer*, como lo ejemplifica la última muestra “Camp: notes on fashion” del Costume Institute, en el Metropolitan Museum de Nueva York, cuya madrina es Anna Wintour, autoridad máxima de la moda oficial, como editora de Vogue de Estados Unidos. La idea de lo disidente, de las nuevas identidades y los cuerpos que se salen de la norma hegemónica binaria heterosexual, y en general blanca, racista y eurocentrista, llegó al mainstream como nunca antes. Es como si la industria estuviese poniéndose al día, frente a la demanda de ética de los consumidores actuales (que dan una respuesta colaborativa inmediata en el marco de la

sociedad digital) con todas aquellas personas antes discriminadas, inexistentes en el discurso de la moda.

Todas estas estéticas del margen, alternativas, de nicho, que no encajan en el modelo, ponen en juego el otro elemento del vestir que dialoga con la moda pero se distingue de ella, que es el estilo. Aquí se manifiesta una construcción individual de la identidad, un nuevo habitus más particular, a un grupo o individuo, por fuera, o al menos regulando la dosis que se acepta, de los cánones impuestos por el mercado. Dice Roberto E. Aras hablando de moda y posmodernidad: (...) lo estético constituye un límite en sí mismo, un estadio narcisista en el cual el mensaje se vuelve sobre el sujeto en un juego de espejos, que construye una representación de sí mismo, psicológica, social y comunicativa, para consumo personal. Asoma, pues, una «estética de la identidad» en la que "el hablante del lenguaje de la moda es un creador de información nueva, inesperada para el público e incomprensible para éste" (Lotman, 1999, p. 56). porque el primer destinatario es él, en tanto observador privilegiado de su propia autoconstitución”²².

Pero, ¿Qué pasa cuando esta estética de la identidad, construida al margen de un modelo hegemónico, se funde en el discurso oficial? ¿Es la identidad un problema para el sistema de la moda?

Podríamos diferenciar acá, dos escenarios: Por un lado, el feminismo como moda, el *pink washing*, que podemos ver desde la remera de Dior con el eslogan “todos deberíamos ser feministas” en 2016, abriendo la primer colección de la casa Dior cuya diseñada por una mujer, Maria Grazia Chiuri. Por otro lado, emprendimientos emergentes de las nuevas generaciones de diseñadores o creadores de moda que utilizan la plataforma de difusión de la moda en la sociedad digital para manifestar una postura política activista, transfeminista, diversa, como el caso de la marca argentina WTTJ. La diferencia podríamos decir está, en la transparencia del proceso, entre producción del producto y mensaje. Una chica trans responde sobre su vínculo con esta tendencia de la moda “inclusiva” y da en la clave: “Solo quiero decir, a todas las marcas que hablan de inclusión y diversidad, sus habladurías no significan nada si no incluyen a quien es tu nuevo *target* en la toma de decisiones, punto,”²³

Nos preguntamos entonces: ¿Pueden los feminismos a través de la moda ayudar a ampliar las

²² Aras, Roberto E. : “Arte y moda: ¿fusión o encuentro?” Reflexiones filosóficas, Cuaderno 44 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2013). pp 59-70

²³ Cita original: “I just wanna say to all the brands that talk about inclusion and diversity, your talk means nothing if you don't include the people you target in the decision making period.” recuperado del podcast <https://www.highsnobietv.com/p/fashioning-identity-podcast/>

normas y el modo en que percibimos el género como sociedad? Steele dice que la moda no necesariamente genera el cambio, pero tiene la facultad de acelerarlo, y tiene el poder en conjunción con otras cosas y con la valentía de los individuos involucrados, de cambiar las cosas. “Es la ropa, pero la ropa en contexto”²⁴

²⁴ recuperado del podcast <https://www.highsnobiety.com/p/fashioning-identity-podcast/>