

## **Moda, cuerpo y sociedad**

**Jorge Castro Falero (\*)**

**Resumen:** La moda puede ser vista como una forma de vestir con características definidas, que surge en un tipo de sociedad específica, donde comienzan a percibirse diversas posibilidades de movilidad social. Cada vez que nos vestimos preparamos nuestro cuerpo para el mundo social, intentando su aceptación tanto social, sexual como laboral. Desde la sociología los estudios sobre la indumentaria, deben centrarse en el uso de las prendas, en que contextos se convalida el mismo, que significados adquieren, que representan simbólicamente, y como el cuerpo se prepara para las diferentes relaciones sociales en las que participa.

**Palabras clave:** Movilidad social, lenguaje no verbal, construcción social, fetiche, identidad, imitación y diferenciación, conformidad, gusto, tendencias.

### **Desarrollo teórico**

La Real Academia Española define la moda como: “Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos”.

Según Murray R. Spiegel, a nivel estadístico se puede definir a la moda como una medida de tendencia central que marca la mayor frecuencia de observaciones, es decir el valor más frecuente, y agrega que puede no existir, e incluso no ser única en caso de existir.

### **Moda y sus diferentes etapas**

Existen diversas opiniones sobre el momento en que se produce su surgimiento. En primer lugar están quienes conciben su despertar en el siglo XIV a través de la burguesía temprana que recorre los diversos territorios europeos desarrollando el comercio, una segunda corriente la ubica en el siglo XVII e influenciada fuertemente por una impronta cortesana a partir de Luis XIV bajo el auge del capitalismo mercantilista, y por último están quienes ya la ubican definitivamente en el siglo XIX, posteriormente a la revolución industrial. Seguramente los ritmos y las especificidades en cada momento fueron diferentes, pero lo que si las homogeniza es que emergen cualquiera de ellas en sociedades europeas, en donde la movilidad social aparece como posible. Este concepto se puede ver más claramente a partir de la tercer opción, donde luego de la aparición de la máquina, los ritmos se aceleran, con la electricidad se incrementan los momentos de exposición social no sólo los productivos, y las personas se congregan y pretenden verse y ser vistos en determinados lugares apropiados por los sectores sociales a los cuales piensan o pretenden pertenecer o ser identificados.

La moda no sólo se refiere a la producción de algunos estilos apropiados para diversos sectores, sino también a la producción de ideas estéticas que sirven para estructurar la recepción y el consumo de estilos.

La moda es un lenguaje de signos, un sistema no verbal de comunicación, que trasciende y supera a la mera confección, las texturas y formas, sino que habla por sí misma. **Roland Barthes** nos habla precisamente de la moda como sistema de signos, y nos lleva a ver desde una visión estructuralista, que cada signo tiene sentido y un significado específico en función del escenario del cual forma parte.

El vestido de moda es aquel que encarna la última tendencia estética, es la prenda definida en un momento dado que cubre una necesidad, un deseo y una demanda. Estudiar la moda implica ir desde la producción hasta la distribución y el consumo, requiere comprender la interrelación entre formas de producción altamente fraccionadas, y los igualmente diversos y muchas veces cambiantes patrones de demanda.

Otro aspecto a tener en consideración es que la moda no es un fenómeno que aparezca desligado de otras variables que influyen en el individuo. Siempre está fuertemente influenciada por otros factores sociales como la clase social, la edad, el género, la etnia, el nivel educativo, la ocupación, la renta y por supuesto no podemos obviar la forma del cuerpo. **Berger y Luckman** nos hablan sobre la Construcción Social de la Realidad, y tanto los cuerpos como las prendas y adornos que lo visten, aparecen como construcción legitimadas e influenciadas por el contexto de exposición.

El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos, con escasos permisos y en lugares pre establecidos para la desnudez, y desde la sociología nos interesa conocer como se preparan los cuerpos para las diferentes interacciones sociales, y cómo influyen las variables mencionadas anteriormente (clase social, nivel educativo, lugar de exposición etc.) en su elección, y en la ocasión de uso.

Si interpretamos la moda como una compleja industria cultural, surge toda una serie de preguntas acerca de la relación entre la producción y el consumo y las cadenas de diseminación y distribución que las vincula. ¿Quién define que es la moda, el diseñador, el fabricante, los estudios sobre las tendencias, o el consumidor?

Otro nivel de análisis está directamente relacionada con el momento histórico actual y el tipo de sociedad reinante, para definir en éstas sociedades segmentadas, en donde podemos encontrar diversas modas conviviendo en el mismo momento, convergiendo y divergiendo, sufriendo mutaciones a través del tiempo, al igual que las diferentes subculturas que forman parte del todo social.

Tener en consideración también el papel de los medios de comunicación como difusores de los valores y principios de los sectores dominantes, de la mayor conciencia en diversos sectores de la población a nivel de los efectos que el uso de los recursos finitos causa en el planeta, y por último la incesante y creciente insatisfacción que crea el consumismo, dada la obsolescencia percibida por los individuos que a poco de conseguir un nuevo producto, ya se cansan del mismo y ponen su mira en otro nuevo.

## **Moda y género**

Según **Pierre Bourdieu** en su obra “La dominación masculina”, “el sistema de género, representa una construcción social que incluye relaciones de poder, prácticas, creencias, valores y normas a partir de las diferencias sexuales, que la sociedad plasma en un paquete estereotipado y naturalizado que reproduce a través de diferentes sistemas”, y prosigue que “Han existido siempre Instituciones que produjeron y legitimaron ese proceso de **“eternización histórica”** de la dominación masculina sobre la mujer”; La Familia, la Iglesia, el Estado, la Escuela, y los Medios de Comunicación, elementos que conforman la “Superestructura”, que legitima las relaciones sociales que se producen en la base material (Infraestructura)

Sexo es una palabra que hace referencia a las diferencias biológicas entre el hombre y la mujer, la diferencia genital, Género es una cuestión cultural, se refiere a la clasificación social de “masculino” “femenino”, y éste se construye a través del tiempo y viene de la mano esa construcción con los roles, la identidad y el contenido cultural.

Es imposible comprender el género sin comprender las formas en que se construye la sexualidad en términos de imposición de una “heterosexualidad obligatoria”, y es precisamente la indumentaria uno de los factores a través del cual ya antes inclusive de nacer se les da género a los cuerpos “masculino”, “femenino”.

Los rasgos de la masculinidad y de femineidad son productos de la cultura y del momento histórico en que se analicen.. Esto permite ver cómo los cuerpos adquieren sentidos que no son fruto de la naturaleza, sino de la huella de la cultura, ya que mientras todas las culturas marcan una diferencia entre los dos sexos, no todas ellas trazan la línea entre la masculinidad y femineidad en el mismo lugar o están de acuerdo con esas características.

Las sociedades se van flexibilizando y van dando paso al reconocimiento de concepciones diversas sobre el género, y su relación con el cuerpo biológico, surgiendo así una diversidad de opciones de orientación sexual, que no coinciden con las formas tradicionales de tratar la sexualidad.

**Gilles Lipovetsky** en su texto “la tercera mujer” nos habla sobre los diferentes estadios por los que ha pasado la mujer.

El autor habla de tres etapas, la primera en la cual es denominada como “la mujer bruja”. El momento histórico donde ubica ésta etapa abarca desde la Antigüedad hasta la Edad Media, y la mujer era considerada como encarnación del mal, estaba sometida al hombre, tomada como un ser secundario, y el amor era considerado como trágico. Una segunda etapa es denominada como la “mujer supeditada al hombre” o “mujer victoriana”. El momento histórico donde encuentra a ésta mujer es el Renacimiento, y ya es una mujer que es adorada y cuidada, la seducción hacia ella pasa por la cortesía, pero igualmente está sometida a lo que el autor denomina como “la prisión dorada del hogar”. En ésta etapa la institución del matrimonio es respetada, aunque no es asociada directamente con el amor.

Por último aparece la categoría de la mujer actual, independiente, que busca la igualdad con el hombre, con una sexualidad independiente y libre, y donde se desinstitucionaliza la institución familia.

Si tomamos en cuenta a la forma de vestir y presentar el cuerpo en sociedad de los últimos tres siglos, el género probablemente sea más importante en la actualidad que en épocas anteriores, y se diferencia más claramente. Desde las prendas, el maquillaje, el perfume, las pelucas, encajes, brocados y joyas eran muy comunes a nivel de ambos géneros en el período comprendido por los siglos XVII y XVIII que posteriormente a la revolución francesa.

Luego de dicha revolución en 1789 y del espíritu que aparece en su consigna, libertad, igualdad y fraternidad, irrumpen con fuerza en Europa y América del Norte las bases para que también a través de la ropa masculina, se reflejara la solidaridad y la uniformidad, disminuyendo por lo menos en apariencia las diferencias sociales existentes hasta ese momento, llevando a una creciente simplificación en el traje masculino. **Lipovetsky** denomina a ese hecho como la “renuncia masculina” a la demostración de lo material, dejando la variedad para el género femenino.

**Por qué la renuncia:** Aparecen aspectos ligados directamente con la austeridad profesada por los protestantes, donde el hombre que le daba especial importancia a los aspectos materiales de la vida, no debía transmitir a través de su indumentaria, una ostentación de los bienes que poseía.

### **La lencería y el erotismo**

Según **Michel Foucault**, la sexualidad durante el siglo XIX se transformó en el centro de un intenso interés dentro de toda gama de manifestaciones a través de las cuales aparece directamente relacionada con la relación carnal.

Es en este escenario donde la lencería adquiere en el vestir la categoría de fetiche, ya que se le asigna un carácter erotizador que trasciende a la prenda en sí misma, y aparece relacionada directamente con la sexualidad, ya que bajo de ella se encuentra el cuerpo íntegramente desnudo y deseado. La lencería representa lo que se oculta y lo que se muestra, apareciendo la obsesión masculina erotizada a través del proceso de desnudarse, el juego sexual y el placer.

Mientras tanto los hombres nunca han usado ropa interior provocativa, la sencillez de la misma ha contrastado claramente con los poéticos adornos llevados por la mujer.

Según **Jorge Luis Borges**, “el siglo XX empezó con mujeres encorsetadas y con faldas largas y ha terminado con prendas bifurcadas que se pueden llevar en público sin peligro de censura o de bochorno”.

## **El adorno y la identidad sexual**

Los cuerpos no sólo se pueden presentar vestidos con ropa, también se pueden perfumar, maquillar, tatuar, colocarle piercings etc.

El tatuaje, la escarificación y el piercing son algunas de las formas más antiguas de adornar el cuerpo y en un principio estaban muy relacionadas con los rituales religiosos y ritos de paso en muchas culturas diferentes. En Occidente estas modificaciones corporales como los anillos en la nariz en el ombligo y los tatuajes aparecen frecuentemente dentro del mundo de la moda y han perdido sus asociaciones con los rituales sagrados, apareciendo como en otros aspectos de traspaso cultural, como formas descoleccionadas y desterritorializadas que cambian el contenido y el significado original, pasando a resignificarse en otros contextos y usuarios bajo una apariencia similar.

La ropa y los adornos pueden estar vinculados a expresiones de sexualidad, desde los placeres eróticos que generan en el cuerpo hasta el modo en el que pueden expresar identidad y orientación sexual.

## **Moda e identidad**

La ropa que elegimos llevar puede ser una forma de expresar nuestra identidad, a los demás algo sobre nuestro género, etnia, clase social, posición, estilo de vida, nivel educativo etc. No es casualidad que las personas elijan ciertos elementos para presentar socialmente su cuerpo, pues representa un objeto socialmente construido influenciado por factores como la familia de la cual proviene, la clase social a la pertenece, el grupo social que integre, la cultura o subcultura de la cual forma parte.

Cuando se habla de la identidad en relación con el cuerpo creado, es cómo la moda y el vestir expresan las identidades de los diferentes segmentos y grupos, más específicamente como se manifiestan para marcar las distinciones entre las clases y los grupos de personas.

También las modas demuestran las diferentes relaciones existentes entre el lugar de origen, los significados que adquieren en función de ellos, y los signos que se recrean, por lo que la cultura de origen sin duda está presente en las diversas manifestaciones de la moda.

La globalización y el poder de los medios de comunicación, influyen fuertemente en el conocimiento por un lado, la adopción y la resignificación de los códigos de la moda en las diversas partes del planeta.

## **Imitación y diferenciación**

Las modas son lazos que unen a grupos de individuos bajo un sentimiento de conformidad con las convenciones sociales imperantes. **George Simmel**, le concede cierto grado de importancia en la sociedad moderna como fenómeno que pone de manifiesto los deseos contradictorios de la **imitación social** y la **diferenciación individual**.

Existe sin duda como mencionamos anteriormente una relación fuerte entre la industrialización del trabajo, el aumento de la producción, y de los ritmos a los cuales se ven incorporados los integrantes de las diversas sociedades. La ciudad como lugar artificial, se incorporaría como una gran forma de “reclusión blanda”, según la cual los individuos se ven obligados a vivir en ella pues, en ella obtienen la forma de supervivencia, es decir el trabajo. El día a partir de la utilización de la electricidad, hace que la vida tanto laboral como social no comenzara en el amanecer, ni terminara con el atardecer. . Estos avances cambiaron la geografía de la vida social; volviendo a las ciudades más dotadas de vida, aumentando también la contaminación sonora, ambiental, y peligrosas para vivir. La misma ciudad congregaba a diversos contingentes humanos que provenían de diversos orígenes, que podrían llegar a tener diversidad de intereses, e incluso de formas de percibir la realidad. El aumento de la población, propicia un anonimato en donde el poder “identificar al otro” pasa por la apariencia que éste tenía. La propia industrialización llegó a que las personas se comenzaran también a diferenciar a partir del consumo, de su apariencia y de la demostración de lo que habían logrado a través del desarrollo de su actividad. **Veblen** trabaja en “la teoría de la clase ociosa” como existen sectores que manejan la demostración simbólica a partir de lo que denominó un consumo vicario y de un ocio conspicuo, es decir la demostración que tanto consumían cosas que en realidad no se necesitaban para nada funcional, o que desarrollaban tareas que demostraban su no necesidad de trabajar. La indumentaria y la forma de presentar el cuerpo también formaban parte de esa demostración de superioridad.

Se abre a un mismo tiempo a nuevas oportunidades para la individualización que no eran posibles en las comunidades tradicionales y rurales y también cierra las posibilidades de coherencia social. La moda manifiesta una tensión entre **conformidad y la diferenciación**, expresa los deseos contradictorios de encajar y de destacar **“La moda es la imitación de un ejemplo y satisface la demanda de adaptación social.....”Simmel**

### **Clase social y moda**

Mencionamos al principio que la moda se da en clases en donde se percibe que existe movilidad social. La clase social tiene una relación material con la elección de la ropa. Una de las variables aunque no la única de diferenciación social, precisamente son los ingresos y esto se ha de considerar como un factor en las elecciones de compra. Por qué no la única pues una persona no pertenece a una clase social alta tan sólo porque posea una posición social holgada en función de lo económico, sino que debe haber participado además de una suerte de filtros como participación en grupos selectos, conocer de determinados protocolos, normas de cortesía y ceremonial etc.

La clase también estructura las decisiones en el vestir mediante el gusto. Pero **¿qué es el gusto? Según Pierre Bourdieu** “Representa la “disposición adquirida para diferenciar y apreciar” en distintos grupos sociales, siendo una de las apuestas más vitales de las luchas que tienen lugar en el campo de la clase dominante y en el campo de la producción cultural.

La diferencia entre la elección de un producto único artesanal y de calidad, de otro que puede haber sido producido en forma estandarizada, identifica no sólo la predisposición del

individuo a decidir sobre algo exclusivo, sino también a la utilización de materiales en muchos casos no convencionales como ser por ejemplo la piel de pescado en carteras, vestidos, accesorios. Por lo tanto el gusto no es individual sino que es creado por los diversos grupos para diferenciarse, generando así cuerpos que identifican sensorialmente que les gusta y que rechazan.

Todas las clases tienen sus propias formas de habitar el cuerpo, andando, hablando, con los gestos y posturas, que transmiten información sutil sobre su condición.

**Bourdieu**, en su análisis de la clase, de la posición social y del poder, afirma que el cuerpo ocupa un puesto crucial como mediador de esta información a través de inscripciones, gustos y prácticas a las que él se refiere como *habitus*.

Las adopción de las tendencias representan una forma también de *habitus*, donde el individuo se va aprisionado por estar siempre en búsqueda de la última moda. Aparecen también quienes hoy se posicionan confrontados con esta visión de la moda rápida, de constante aparición de nuevas colecciones, y piensan y adoptan comportamientos que favorecen la denominada “moda lenta”, lo que va de la mano de una mayor concientización de que los recursos son escasos en el planeta, y de que también otros sectores podrían mejorar su situación y que los recursos existentes podrían ser compartidos por un mayor número de individuos, favoreciendo la sustentabilidad de la producción. La sustentabilidad se basa sobre tres principios, por un lado toda producción debe dar respuesta satisfactoria a nivel económico, social y ecológico.

No debemos olvidar como el ritmo vertiginoso de la producción de indumentaria, ha llevado a condiciones de explotación muy fuertes sobre todo en la última fase de la cadena productiva. Dado que los ciclos de vida de una moda y la imprevisibilidad sobre su aceptación, lleva a que los diferentes actores que interactúan en la cadena traten de lograr la rentabilidad en el menor tiempo posible y a costa de condiciones inhumanas en algunos casos. Basta ver los barcos factoría en Oriente, o las condiciones laborales y salariales de los talleres de costura y confección en Occidente.

### **Sociedad de cuerpos vestidos**

“Puede ser pensado como una materia animada, sobre y desde la cual se construye el gran edificio de la cultura”

“El cuerpo humano es la base sobre la cual la cultura despliega sus significados, asignándole una forma y un peso ideal, decorando la piel, agregándole ropajes y adornos, deformando ciertas zonas, comprimiendo ciertas zonas, y agrandando artificialmente otras”.

La presentación del cuerpo vestido es básico en la vida social, y según los antropólogos es común a todas las culturas humanas. Donde podemos visualizar diferencias en como vestimos esos cuerpos, puede ser con prendas, tatuajes, elementos de la naturaleza, piercings, pinturas etc., y en el significado que cada cultura le asigna a esas formas de presentar el cuerpo en sociedad.

Hoy los individuos intentan ser aceptados, social, sexual y laboralmente, para ello uno de los actos dirigidos a ello es el acto de vestirse, de preparar el cuerpo para el mundo social, pero no menos importante es como luce el cuerpo, el ser o parecer joven, el estar en forma de acuerdo a los cánones imperantes. Es por ello que los individuos hacen constantes y en muchos casos costosos esfuerzos por mantenerse en esa condición de aceptabilidad social.

Desde una ciencia como la sociología, el interés por cómo se presente un cuerpo en sociedad, obviamente trasciende a la indumentaria en sí, sino que obliga a ver y analizar que representa en determinado contexto vestir a un cuerpo de esa manera, qué lugar ocupa ese individuo en las relaciones sociales de producción vigentes, y qué inspira en los demás esa presentación.

Aparece la diferenciación entre el “cuerpo físico y el cuerpo social”, que se refuerza con las prácticas de la socialización de género. El cuerpo social parte del cuerpo físico, pero adopta las formas sociales construidas para ser aceptado como normal en las diversas situaciones en las cuales le toca interactuar. Existe un continuo intercambio de significados entre los dos tipos de experiencia corporal, de modo que cada una de ellas refuerza la categoría de la otra.

La ropa en la vida cotidiana es el resultado de las presiones sociales y la imagen del cuerpo vestido puede ser un símbolo del contexto en el que se encuentra.

### **El cuerpo como objeto socialmente construido**

Descubrimos una nueva forma de inversión que ya no se presenta en la forma de represión, sino en la del control mediante el estímulo.

“Desvístete, pero has de estar delgado, tener buen aspecto y estar bronceado”

### **M. Foucault**

**Foucault** nos ubica en la sociedad disciplinaria que él ubica su comienzo a fines del siglo XVIII y comienzos del XIX, donde la riqueza cambia de forma, dejando atrás a la tierra y transformándose en dinero, fábricas, herramientas, materias primas etc, siendo estas más vulnerables que otrora. Aparece el concepto de peligrosidad, lo cual significa que el individuo es peligroso no sólo por lo que hace, sino por lo que potencialmente puede hacer.

Para ello manifiesta que estamos en sociedades donde la vigilancia, el control y la corrección son los principios fundamentales. También aparecerán nuevas ciencias de control que oficiarán para determinar que es normal y que se aparta de ello. Por lo que surge con fuerza una relación fuerte entre conocimiento y poder. No existe poder sin conocimiento, ni conocimiento que no esté relacionado con el ejercicio del poder.

Recreando el concepto de Panóptico creado por **Jeremías Bentham**, lo ubica en ésta sociedades en donde todos y cada vez más somos vigilados. Ese panóptico podemos ubicarlo actualmente en la tecnología, la religión y la sociedad en su conjunto, da paso a un control sobre los cuerpos y su forma no sólo de actuar sino de cómo presentarlos para “aparecer como normal” en las diversas situaciones en que les toque interactuar.

Es por ello que los individuos se sumergen en dietas, ejercicio, utilización de cosméticos, cirugías estéticas, que hacen que el individuo sea responsable de la salud de su cuerpo, de estar en forma. Foucault manejaba que en primera instancia hubo que procesar una doble transformación del cuerpo, por un lado transformando el tiempo libre de los individuos en un tiempo disponible para el trabajo, y por otro lado el cuerpo ocioso debería transformarse en un cuerpo disponible para el trabajo.

La dieta y el ejercicio, maquillaje y cirugías estéticas, que hacen que el individuo se responsabilice de su propia salud, y de estar en forma, y la forma en que son controlados y coordinados los cuerpos de las poblaciones. Vigilar y castigar. Doble transformación: ocio en tiempo de trabajo y cuerpo en mano de obra disponible para el mercado. El cuidado del cuerpo no hace referencia sólo a la salud sino a sentirse bien, cada vez más nuestra felicidad y realización personal está sujeta al grado en que nuestros cuerpos se ajustan a las normas contemporáneas de salud y belleza.

Hoy los medios de comunicación nos muestran a través de mensajes por separado el poder por la positiva, debes consumir medicamentos de buena calidad, hacer ejercicio físico en la proporción correcta, realizarnos exámenes médicos con regularidad, comer una dieta sana, mantener al cuerpo en forma, trasladando la responsabilidad como dijimos anteriormente de la salud del cuerpo al individuo. Pero esto tiene otra lectura y es que un cuerpo sano es un cuerpo más barato, un cuerpo más funcional, un cuerpo que rinde más y falta menos, por lo tanto es un cuerpo mucho mejor adaptado para el mercado laboral.

Todo éste esfuerzo en lugar de ser presentado en forma de sacrificio, nos muestran el placer de estar en forma, y de aumentar las probabilidades de ser aceptado social, sexual y laboralmente. La disciplina del cuerpo y el placer de la carne ya no aparecen enfrentadas, mientras el incremento del atractivo sexual de los individuos, aumenta la cultura del consumo, llevando a una sexualización de la sociedad, para posibilitar la aprobación social. Este proceso no tiene término, lo que lleva a que los individuos constantemente están vigilando sus cuerpos, su apariencia, pues lo aceptado hoy puede no ser en el futuro. El individuo se transforma en un producto, se cosifica y queda destinado como una pieza más para aplicar a la máquina de la producción.

El cuerpo vestido es un producto de la cultura, el resultado de las fuerzas sociales que ejercen presión sobre el cuerpo.

El viejo corsé que oprimía el cuerpo, obligaba a las mujeres a su uso, existiendo una presión social para su uso, era visto más que como una prenda de vestir, como algo vinculado con la moralidad y la opresión social de las mujeres. Podemos verlo como una opresión de género, donde el hombre disponía el momento de poder quitarlo, relacionándolo con el placer carnal.

Hoy en cambio se ha dado paso a otro corsé pero ya la disciplina pasa por que esté incorporado en el propio cuerpo y es de músculos. El disciplinamiento y vigilancia pasa por la mente del individuo, tal como exigen las normas actuales de belleza y presentación del cuerpo.

Uno de los fenómenos que hoy debemos tener en consideración es el de satisfacción o no de los consumidores en relación con lo que hemos venido desarrollando. Si la satisfacción viniera de la mano del consumo, seguramente importantes contingentes de las sociedad deberían estar en el mejor momento de la historia del hombre, sin embargo como contrasentido, los niveles de infelicidad han aumentado sustancialmente, pues ese aumento del consumo lleva a que se facilita el conseguir los productos, y por ello al momento de obtenerlo no pasa mucho tiempo en que ya se desestima y se quiere otro nuevo. Estamos en un momento en donde los productos se dejan cuando aún su vida útil está vigente. Esa insatisfacción abarca también a los cuerpos, y esa vigilancia constante, el estar alerta de las nuevas técnicas para ajustar aquello “que puede ser catalogado” como que no está bien visto genera cada vez más frustraciones pues el paso del tiempo es inevitable.

## **Reflexiones finales**

La moda aparece y se desarrolla en sociedades donde se percibe que existe movilidad social. Representa un lenguaje de signos, que comunica no verbalmente, y donde cada signo tiene sentido y significado en función del escenario del cual forma parte.

Tanto la moda como los cuerpos son construcciones sociales que responden a modelos claramente identificados con un período histórico determinado, que presentan la necesidad de aceptación social, sexual e incluso laboral respectiva al sector social que lo adopte.

Pensar en moda supera lo referente a la mera confección, a los materiales utilizados y a los estilos, supone el identificarla con diversas variables que juegan a su alrededor, y que le brindan un sentido específico, como ser el género, la edad, el nivel socio-económico, la cultura, la subcultura, el nivel educativo, lugar de exposición etc.

La ropa que elegimos llevar, puede ser una forma de expresar nuestra identidad, generando lazos que unen a grupos de individuos bajo un sentimiento de conformidad con las convenciones sociales imperantes.

La diferencia entre la elección de un producto único, artesanal y de calidad, de otro confeccionado en forma estandarizada, identifica la predisposición socialmente construida de los individuos a decidir sobre el producto, sus materiales, su origen y su calidad, por lo

tanto el gusto según Bourdieu representa la disposición adquirida para diferenciar y apreciar las cosas según el criterio de los distintos grupos sociales.

Desde una ciencia social como la Sociología, el interés por como se presenta un cuerpo en sociedad, trasciende a la indumentaria en si, necesitando ver y analizar la representación simbólica en un contexto concreto de esa forma de vestir al cuerpo, que relación existe entre esa indumentaria y la posición que ocupa el individuo en las relaciones sociales dominantes en esse momento histórico, y que representa para el resto esa forma de presentar el cuerpo.

Actualmente vivimos en una sociedad donde el control es constante, los panópticos se encuentran en cada instancia y lugar donde el individuo le toca actuar, y el cuerpo no escapa a esas formas de prisión a las cuales se le somete para presentarse en forma.

Los médios de comunicación a través de mensajes que muestran el poder por la positiva, muestran la forma funcional en que debe estar un cuerpo para presentarse, sano, vigoroso, y en forma, para abordar la dinámica cada vez más intensa del acontecer cotidiano.

El cuerpo vestido es un producto de la cultura, el resultado de las fuerzas sociales que presionan sobre el cuerpo.

Por último, a pesar de que los niveles de consumo para algunos sectores de la población se presentan como muy buenos, y esto en principio podría redundar en una satisfacción constante para ellos, increíblemente lo que ha aumentado drásticamente en esos individuos, son los niveles de insatisfacción, dado que apenas consiguen algo ya deja de interesarle, y emprenden la búsqueda de algo que aún no tienen.

## **Bibliografía**

**BARTHES Roland (2003)** - El sistema de la moda y otros escritos – Barcelona - Paidós Ibérica.

**BERGER Peter; LUCKMANN Thomas (1995)** - La construcción social de la realidad – 15ª.Ed. (1ª Ed. en castellano) Buenos Aires, Amorrortu Editores.

**BOURDIEU Pierre (2006)** – La distinción - Criterios y bases sociales del gusto – 3ª. Ed. Bogotá – Distribuidora Taurus.

**BOURDIEU Pierre (2010)** – La dominación masculina – 6ª. Edición – Barcelona, Ed. Anagrama.

**CROCI Paula, VITALE Alejandra (compiladoras) (2000)** - Los cuerpos dóciles –2ª Ed. Buenos Aires - Editorial LA MARCA.

**ENTWISTLE Joanne (2002)** – El cuerpo y la moda – una visión sociológica - 3ª. Ed. Barcelona - Paidós Ibérica S.A.

**FOUCAULT Michel (1997)** - Historia de la sexualidad 1 – Madrid - Siglo XXI de España.

**FOUCAULT Michel .** - La Verdad y Las Formas Jurídicas– Ficha 224 – F. C. U

**GARCÍA CANCLINI Néstor (1992)** - Culturas Híbridas – Estrategias para entrar y salir de la modernidad – Bueno Aires . Ed. Sudamericana - 1992

**LIPOVETSKY Gilles (1998)** – El imperio de lo efímero – La moda y su destino en las sociedades modernas – 6ª Ed. - Barcelona - Editorial Anagrama.

**LIPOVETSKY Gilles (1999)** - La tercera mujer – Barcelona - Editorial Anagrama.

**VEBLEN Thorstein (1985)** - Teoría de la clase ociosa – Consumo ostentoso – Buenos Aires - Hispamérica.

**VIDART Daniel, LOY Anabella (2008)** – Cuerpo vestido, cuerpo desvestido – Antropología de la ropa interior femenina – Montevideo, Ed. de la Banda Oriental.

(\*) **Jorge Castro Falero.** Licenciado en Sociología, posee diplomas de posgrado en Sociología Urbana y en Marketing y Metodología de la investigación. Elabora la tesis de la Maestría de Educación.

Docente de Ciencias Sociales en la Universidad de la Empresa, en las Licenciaturas de Marketing, Administración de Empresas, Recursos Humanos, Diseño de Indumentaria, Diseño Aplicado, en el curso técnico de Analista en Publicidad y en las Facultades de Derecho y Ciencias Agrarias.

Docente en la Escuela de Comunicación Social, en el área de Sociología de la Comunicación.

Docente de Facultad de Arquitectura (Escuela Universitaria Centro de Diseño) en el área de Diseño Textil. (Sociología de la Moda)..

Docente del Instituto Metodista Crandon en el área de Marketing.

Coordinador en el área de Diseño e Investigación en la Universidad de la Empresa.

Ha desarrollado tareas de Investigación para diversos organismos oficiales y privados como: Intendencia Municipal de Flores, Intendencia Municipal de Florida, Ministerio de Vivienda Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (Plan SIAV), Ministerio del Interior, C. S. I. Ingenieros en proyectos financiados por el BID, asistiendo como asesor a empresas como Tecnoconsult (proyecto de regularización de asentamientos), Sociedad Fomento Rural Sin Fronteras entre otros.

Asesor de las Autoridades de la Educación, en los proyectos de transformación de los programas de Enseñanza Media y Superior en el área de su especialidad.

Autor de diversas publicaciones de su especialidad.

Miembro de la Comisión Latinoamericana de Posgrado en Diseño y Comunicación.

Miembro del Comité Editorial Internacional para la RELAPAE (Revista Latinoamericana de Política y Administración de la Educación), lanzada por el NIFEDE (Núcleo interdisciplinario de formación y estudios para el desarrollo de la Educación), de la Universidad Argentina “3 de febrero”.

