

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE SOCIOLOGÍA

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
SOCIÓLOGA CON MENCIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS

LA MODA FEMENINA:
MEDIO INSTRUMENTAL DEL BIPODER

ANA TRINIDAD MAZENETT DÁVILA

DIRECTORA: NATALIA SIERRA

QUITO, 2013

A las mujeres que conformaron, conforman y conformarán mi vida. Esta investigación va dedicada a todas las féminas con las que he compartido mis sueños y mis expectativas, mi rabia, mis tristezas y mis alegrías.

Al Sol que me apoyó durante la trayectoria de esta investigación; quien hace de mi existencia una experiencia preciosa.

Para quienes creen en mí, y para aquellos que no...

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las mujeres que permitieron que esta investigación se realice. Sobre todo a aquellas que colaboraron con sus historias de vida y sus perspectivas respecto a una parte de su mundo. Muy agradecida.

TABLA DE CONTENIDOS

Abstract	5
Introducción	6
CAPÍTULO I.--	
Biopoder; El control de la vida a través del control de la sexualidad	9
PARTE I:	9
Sobre el Discurso.....	11
Sobre el Discurso de la Sexualidad.....	14
Biopoder.....	20
PARTE II:	24
De la Realidad Social y la Industria Cultural como mecanismos de apoyo para el Biopoder.	
De la Realidad e Institución Social.....	25
De la Industria Cultural.....	30
CAPÍTULO II.--	
El control del cuerpo femenino urbano del siglo XXI, a partir del vestido como dispositivo técnico del control de la sexualidad	37
PARTE I:	40
Historia de la Moda:	
a. Siglo XVIII.....	40
b. Siglo XIX.....	47
c. Siglo XX.....	53
Los medios y la Moda	64
CAPÍTULO III.--	
Biopoder en la Moda femenina	66
PARTE I:	66
Ilusión y discurso del sistema de la Moda	
PARTE II:	80
La Moda del vestido femenino en el siglo XXI	
PARTE III:	82
Análisis del estudio de caso y Conclusiones	
BIBLIOGRAFÍA	90
ANEXOS	91

ABSTRACT

Esta investigación sugiere reconocer los alcances del *Poder* a través del estudio del *Biopoder*. El Biopoder es un mecanismo de control que se ve hipostasiado en varios aspectos del mundo ontologizado. Siendo que este estudio se enfoca en la *Moda del vestido femenino* como el eje coyuntural entre el poder y el sujeto, se debe considerar a esta como un aparato reproductor de poder. En este estudio, la *Moda del vestido femenino* se revela como un medio por el cual el cuerpo femenino es amansado a partir del control total sobre cómo este se presenta ante el mundo social. De la misma manera, se abordan las consecuencias que tiene el uso de la Moda del vestido femenino como aparato representativo de poder sobre el sujeto femenino.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto es un estudio de la Moda del vestido femenino y su actual impacto político-social-cultural, dentro de un delimitado espacio de la ciudad de Quito. El proyecto surge a partir de la necesidad de un análisis crítico de la técnica, los instrumentos y mecanismos de apoyo del *Biopoder*. De los *juegos* de poder y el *amansamiento* de los cuerpos a través de la disciplina sexual, política, mediática y de consumo del sujeto.

Se ha tomado a la Moda del vestido femenino como coyuntura para demostrar los alcances de apropiación y ejecución del *Poder*. Las categorías como *discurso*, *cuerpo*, *sexualidad*, *institución social*, *estética*, *industria cultural*, *consumo* e *imagen*, son los elementos principales que sostienen a esta tesis. Son categorías catalizadoras entre el *Biopoder* y la Moda del vestido femenino. En este sentido, el tema ‘Poder’ fue desarrollado desde el punto de vista de la producción, la idealización y el consumo.

Asimismo, a modo de evidenciar los alcances del Poder desde una perspectiva académica, se realizó un estudio de caso mediante entrevistas fenomenológicas en las cuales las mujeres explicaron el impacto de la Moda en sus vidas. Esto es desde el punto de vista del consumo, la idealización, la producción y el poder.

Para este propósito se ha utilizado la teoría Arqueológica de Michel Foucault y la teoría crítica de Theodor Adorno y Max Horkheimer para el análisis del control normativo y de la Industria Cultural. A su vez, se han utilizado los principios de *Institución Social* de Peter Berger y T. Luckmann para realizar el estudio de la institucionalización de la norma. Finalmente, para el análisis estético-discursivo, se ha utilizado la teoría crítica de Herbert Marcuse, la teoría estética de Jean Baudrillard y la teoría semiológica del Vestido de Roland Barthes.

El *Biopoder* es una categoría que presupone el control de la vida y el cuerpo de los sujetos por medio de la coacción política, social y cultural. Al primar el tipo de producción y consumo perfilados por la Industria Cultural, el poder utiliza al perfil como aparato de

control para infundir miedo sobre los sujetos. Control y miedo sobre el estilo de vida y el cuerpo que se desea, los cuales se encuentran normados.

A través del vestido femenino, se genera un juego de normas invisibles en donde la vestimenta, el maquillaje, el color de pelo, la estatura y las *representaciones eróticas* de la mujer, deben cumplir los parámetros adecuados para encajar en el juego de la sexualidad. En el siglo XXI la industria de la moda juega un papel determinante en cuanto al adiestramiento del cuerpo femenino y su feminidad.

Por consiguiente, la hipótesis aquí planteada afirma que el *Biopoder* se manifiesta de manera coercitiva sobre el ser humano; ejerce control sobre el cuerpo femenino a pesar de que los sujetos no están del todo conscientes de este hecho. A su vez, se afirma que el *Biopoder* se substancia en la Moda femenina como aparato de manipulación de los cuerpos a través de la estética publicitaria creada por la industria cultural. El fin es generar un consumo masivo que, por medio de la apropiación de referentes culturales, crea un sentido de pertenencia y distinción que instauro al sujeto dentro de un marco normativo legitimador y controlable para el Poder.

Los sujetos deben remitirse a las *reglas* latentes, *normas* o *instituciones* proporcionadas por el Estado, (materialización del Poder), al que pertenecen para llevar a cabo una vida *deseada* o *ideal*. En última instancia, esto significa que los sujetos no llevan una vida deseada o ideal sino que reproducen lo que les es permitido. Lo que está al alcance del control del Poder.

La imagen del ser humano en cuanto a su estética, también es controlada mediante la hegemonía cultural, es decir, mediante la industria cultural. El control que rige el cuerpo de los sujetos ha terminado por intervenir el estilo de vida del ser humano en su totalidad. En especial el cuerpo y la vida de la mujer.

Actualmente la mujer es símbolo de fecundidad y reproducción de la raza humana: esto supone un sinfín de cualidades que debe adoptar ella para ser socialmente aceptada como *sexuada*. Es así que se ha utilizado el método fenomenológico para estudiar a los sujetos de la investigación, con el propósito de conocer sus historias de vida particulares respecto al tema.

Es importante aclarar que esta investigación no estudia una determinada moda o prenda, sino la Moda del vestido femenino.

CAPÍTULO I

PARTE I

BIOPODER; EL CONTROL DE LA VIDA A TRAVÉS DEL CONTROL DE LA SEXUALIDAD

En el presente capítulo se tratarán los temas Biopoder, Realidad e Institución social e Industria Cultural. El tema central de la tesis es el Biopoder pero los temas Realidad e Institución social así como la Industria Cultural, son indispensables para comprender la alianza que estructura la mecánica del poder. Lo que se desea con el primer capítulo es hacer una introducción teórica a la problemática principal de esta investigación: el control de la vida, el control del cuerpo femenino a través del Biopoder hipostasiado en la moda femenina.

“...el punto importante será saber en qué formas, a través de qué canales, deslizándose a lo largo de qué discursos llega el poder hasta las conductas más tenues y más individuales, qué caminos le permiten alcanzar las formas infrecuentes o apenas perceptibles del deseo, cómo infiltra y controla el placer cotidiano --todo ello con efectos que pueden ser de rechazo, de bloqueo, de descalificación, pero también de incitación, de intensificación, en suma: las ‘técnicas polimorfos del poder’.” (Foucault, 1979:19)

Es necesario partir por el supuesto que afirma que la *sexualidad* es un pecado: un placer intocable que impide el desenvolvimiento de las capacidades laborales del ser humano. A partir de este supuesto puede comprenderse el razonamiento que, en su momento, impartió un sistema social, político y económico al cual le es indispensable la labor del ser humano para reproducirse; esto involucraría controlar las pulsiones y placeres de los sujetos de tal manera que estuviesen *administrados por la norma*. Pero, ¿qué implica

el retener, el constreñir, el impedir, el controlar, el amansar a los seres humanos desde su sexualidad, desde su corporeidad, y si se quiere, desde su naturalidad? Implica la instauración de un *Poder* fáctico coercitivo que tiene la capacidad sigilosa de insertarse en las conductas más tenues del sujeto, y por tanto, supone la configuración de sujetos sumisos y vulnerables a las consecuencias de este poder.

Implica la conformación de un poder que, mediante procedimientos precisos como *mecanismos de censura y ajuste*, controla el *Bios*: la vida del sujeto. Pero lo más importante a saber acerca de este Poder es que yace en la *discursividad* de la genealogía humana, en las representaciones de libertad, de guerra, de vida y de muerte y hoy por hoy se encuentra inserto también en el discurso del consumo. Controla la vida del sujeto a partir de su constitución bajo un marco de normatividad y administración corpórea. Esto refleja una instancia a la que Foucault denomina como una *representación invertida del poder*, en donde

“...nos hablan de libertad todas esas voces que en nuestra civilización, desde hace tanto tiempo, repiten la formidable conminación de decir lo que uno es, lo que ha hecho, lo que recuerda y lo que ha olvidado, lo que esconde y lo que se esconde, lo que uno no piensa y lo que piensa no pensar.”(Foucault, 1979:76)

Es indispensable para el poder instaurarse en el accionar social colectivo de modo que pueda reproducirse de generación en generación. Esto lo hace a través de la creación de *discursos* concomitantes con la ciencia, la medicina, o para ser más claros, con el control técnico. De esta forma las conductas vivenciales de los seres humanos se forjan a partir de un correlato histórico constituido precisamente por una normatividad social, compuesta por conductas previamente aceptadas, impuestas o institucionalizadas, que resultan de un dominio propio del poder y que a su vez controla a los sujetos, o al cuerpo social, y crea un *statu quo*.

Esto se evidencia de manera inmanente a lo largo de la reproducción del ser humano, resultando en una especie de dialéctica del poder. En otras palabras, las *espirales perpetuas del poder*. Así como Foucault habla sobre un régimen dialéctico de *poder-saber-placer* (Foucault, 1979:18) existente en el discurso que sostiene el ser humano acerca de su

sexualidad, también se puede decir que en cuanto a las conductas y las acciones que realizan los sujetos, persiste un régimen dialéctico de poder tácito. Es por ello que el poder se presenta a lo largo de la historia ideando conductas y pensamientos hegemónicos en los sujetos, *“Inmensa obra a la cual Occidente sometió a generaciones a fin de producir - mientras que otras formas de trabajo aseguraban la acumulación del capital- la sujeción de los hombres; quiero decir: su constitución como ‘sujetos’, en los dos sentidos de la palabra.”* (Foucault, 1979:76)

Ahora bien, dicho esto cave formular la siguiente pregunta: ¿A través de qué medios el *poder* tiene la capacidad de retroalimentarse e insertarse en los sujetos de tal manera que éstos reproduzcan y propaguen sus principios? Sin duda alguna la respuesta apunta hacia el *miedo* como precursor principal de las espirales perpetuas del poder. Más en concreto, la represión impartida por los *dispositivos de poder* o en otras palabras, los mecanismos por los cuales el poder tiene la capacidad de administrar y normativizar; de *normalizar*. Dicho de otra manera, los

“...mecanismos positivos, productores de saber, multiplicadores de discursos, inductores de placer y generadores de poder; hay que partir de ellos y seguirlos en sus condiciones de aparición y funcionamiento, y buscar cómo se distribuyen, en relación con ellos, los hechos de prohibición y de ocultamiento que les están ligados.” (Foucault, 1979:92)

El miedo se infunde en el sujeto por medio del temor a quebrantar la ley, de ser, hacer o estar *contra-natura* o fuera de la norma, y las consecuencias que trae consigo. Renunciar a quien uno es, es inevitable *“...so pena de ser suprimido; no aparezcas si no quieres desaparecer. Tu existencia no será mantenida si no al precio de tu anulación.”* (Foucault, 1979:102). En última instancia, la marginalización o muerte simbólica del sujeto.

Sobre el Discurso

Es necesario volver al tema de los *discursos*. Los discursos pueden considerarse como ‘el arma de destrucción masiva’ que tiene el poder sobre los cuerpos y las cosas: destrucción de ideas, de apariencias, de estados y de formas que se encuentren fuera del

marco normativo. El *Discurso* es un aparato reproductor y ejecutor de poder puesto que desde su lógica argumentativa tan sistematizada, supone habitar en el vacío de lo verídico.

Pero, ¿qué es o qué supone el discurso? El discurso es un medio por el cual el sujeto desea alcanzar credibilidad, veracidad y autoridad sobre algún hecho frente a un *otro*. Por tanto, el discurso es el medio por el cual el sujeto adquiere un poder conferido por la palabra y la audiencia. Esto supone que quien dicta el discurso, ya sea escrito o pronunciado, desea adjudicarse un poder a través del reconocimiento de un *discurso verdadero*;

“...pues el discurso...no es simplemente lo que manifiesta (o encubre) el deseo; es también el objeto del deseo; pues...el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.” (Foucault, 2005:15)

Al sujeto se le concede un poder de *autoridad*, como consecuencia de las fuerzas de poder dadas por la importancia que se le presta por parte de la audiencia que lo escucha, y la capacidad misma del sujeto para crear discursos; para decirlos. Esto implica que, como principio, quien puede dictar e imponer el discurso es quien tiene un poder económico, cultural, político o jurídico.

Es la lógica de una *monarquía jurídica* formada en el siglo XVIII que nos decía que el *poder* nace de quien tiene la capacidad o el poder como tal para mandar y dominar. Un poder conferido a través del *“dominio directo o indirecto de la tierra, a la posesión de las armas, a la servidumbre, a los vínculos de soberanía o de vasallaje.” (Foucault, 1979:105)*

Se trata de un juego fundado sobre una *voluntad de verdad*, apoyada en una *voluntad de saber* y esta a su vez apoyada sobre una base institucional:

“...el discurso verdadero-en el más intenso y valorado sentido de la palabra-,el discurso verdadero por el cual se tenía respeto y terror, aquel al que era necesario someterse porque reinaba, era el discurso pronunciado por quien tenía el derecho y según el ritual requerido; era el discurso que decidía la justicia y atribuía a cada uno su parte; era el discurso que, profetizando el porvenir, no sólo anunciaba lo que iba a pasar, sino que

contribuía a su realización, arrastraba consigo la adhesión de los hombres y se engarzaba así con el destino.” (Foucault, 2005:19).

Sin embargo, quien puede otorgar algún tipo de poder al discurso y al locutor, -cualquiera que fuese-, es el sujeto y únicamente él quien puede hacerlo ya que el discurso tiene como fin determinar lo que se debe, lo que se puede y lo que no, decir, hablar o pensar.

Es aquí en donde reside el miedo. El discurso ‘legítimo’ se encuentra amparado bajo la ley lo cual obliga al sujeto a regirse bajo esa normatividad so pena a desaparecer como sujeto social dentro del poder insoslayable que se encuentra hipostasiado en el discurso; el discurso implica un juego de poder en donde se miden las fuerzas de dominación y sujeción. Esta acción coercitiva que constriñe al cuerpo es denominada como *dispositivo de alianza*. Es de esta manera como el discurso es reproducido en forma de espiral. El discurso es la vía por la cual el poder propaga sus principios y sus reglas.

Dicho esto, es pertinente también mencionar a los *técnicos* o *tecnólogos*: encargados de que el discurso legítimo se cumpla y se conozca.

Son quienes han estudiado con detenimiento la normatividad de un saber. Todo aquello que conocemos ahora por el nombre de *ciencia* o *disciplina*, es un discurso que a lo largo de los últimos cuatro siglos ha logrado instaurar su legitimidad por medio de *técnicos* que ejercen sus dictámenes y que han conseguido pasar sus conocimientos de generación en generación, alcanzando así la evolución o tecnologización de ese discurso. Esto a su vez con la finalidad de instaurar una técnica o una tecnología del conocimiento para regular la ‘verdad’ acerca de la realidad social, y de asegurar que la normatividad y la categorización se cumplan con normalidad.

El discurso es una forma de administración del conocimiento, indispensable para que el poder pueda atravesar tanto el cuerpo social como el cuerpo individual biológicos.

Sobre el Discurso de la Sexualidad

Retomemos el tema de la sexualidad. Para conocer más acerca del control ejercido sobre la sexualidad con el fin de administrar y hacer dóciles a los cuerpos, debemos incluir ahora el contenido del discurso para tener una mayor comprensión de cómo éste logra manipular al sujeto desde su corporeidad.

Existe una multiplicación de los discursos sobre la sexualidad en donde se encuentra implícita la *representación común del poder*, la cual tiene como finalidad ser el mecanismo por el cual el poder administra y controla. Es la forma que opta el discurso en general.

El discurso que se crea en torno a la sexualidad de los seres humanos, tiene de por medio este juego de poder, el cual será posteriormente desarrollado como breve introducción a los temas *realidad social e industria cultural*.

El discurso que se crea entorno a la sexualidad, es un discurso basado en una ciencia médica hecha de *fintas*, como lo menciona Foucault. Esto se refiere a que dicha ciencia institucionalizada en el siglo XIX, fue una ciencia desarrollada bajo un marco normativo de control, más no real o verás; es decir, es una ciencia que fue creada con el fin de instituir prohibiciones y barreras, distinciones entre lo natural y lo *contra natura*; entre lo normal y lo aberrante, entre lo heterosexual y lo homosexual, algo en lo que mucho tuvo que ver la Iglesia en ese entonces.

El temor mal infundado de sacar a la luz los varios tipos de sexualidades ya existentes desde el principio de la vida humana, despertó la obsesión por estudiar, denominar, caracterizar, categorizar y especialmente entomologizar las sexualidades del sujeto y convertir al hombre y a la mujer en un *objeto* de estudio al cual sería posible dominar desde su corporeidad a partir del dominio de sus placeres. Se da un enganche mediático en donde la persona cree gozar en plenitud de su sexualidad sin tener conciencia de que lo hace por medio de técnicas y tecnologías que han encarnado el verdadero control del poder.

Las listas que denotan tipos de sexualidades, maneras de performarlas, enfermedades como resultado de su realización, sus tratamientos, placeres adjuntos, profesionales en el tema

(técnicos/as), formas de personificar, personalizar y ocultar a la sexualidad, de hacerla discreta o de desnaturalizarla y convertirla en ciencia, son parte de una estrategia enmarañada del poder denominada *dispositivo de sexualidad*. Este dispositivo engendrado en el siglo XVIII-XIX se encuentra vigente, y tiene como fin vincular los placeres del cuerpo con el control que se puede tener sobre el mismo, a través de la manipulación y la creación misma de conceptos “sexuales”.

Es decir, esta estrategia nace para dar significado a la palabra *sexualidad* como concepto, como ciencia, como *cosa* existente y posteriormente para generar “...una gran red superficial donde la estimulación de los cuerpos, la intensificación de los placeres, la incitación al discurso, la formación de conocimientos, el refuerzo de los controles y las resistencias se encadenan unos con otros...” (Foucault, 1979:129).

El dispositivo de sexualidad, entonces, incorporaba en sus inicios nuevas *perversiones* y daba especificidad o clasificación a los individuos: el adúltero, el ninfómana, el homosexual, el enfermo. Para esto era necesaria una meticulosa examinación del sujeto, – por lo cual se convirtió en objeto de estudio-, que permitiría saber los secretos más íntimos de él. De aquí que surgen una variedad de *aparatos inventados para hablar* como son la interrogación, la investigación, la persecución etc., siendo la confesión el eje central de los *dispositivos de vigilancia*.

El dispositivo de sexualidad es, en definitiva, una estrategia que fija los dominios de control a través del cuerpo, ya que “...las sensaciones del cuerpo, la calidad de los placeres, la naturaleza de las impresiones, por tenues o imperceptibles que sean.” (Foucault, 1979:130) son las que al *Poder* realmente le interesa intervenir, siendo que por medio de estas el ser se vuelve sumiso, disciplinado, dócil y fácil de controlar.

Al concebirse la sexualidad como algo elemental en la vida humana, la sexualidad se convierte en objeto manipulable para el poder. La *problemática de la carne*, como lo llama Foucault, se deriva del paradigma del cuerpo, de la sensación, de la naturaleza, del placer, “...de los movimientos más secretos de la concupiscencia, de las formas sutiles de la delectación y del consentimiento.” (Foucault, 1979:131); problemática que tuvo solución a través de una sexualidad que nacía de una técnica de poder centrada en el control absoluto.

La sexualidad se torna en el espacio cotidiano de la vida humana en donde los discursos pueden proliferar, surgir, intervenir y controlar directamente al cuerpo.

Encontramos, pues, una especie de juego intercalado entre el poder y el deseo,-en este caso: deseo de placer, deseo sexual-, ya que “...*la ley es constitutiva del deseo y de la carencia que lo instauro. La relación de poder ya estaría allí donde está el deseo.*”(Foucault, 1979:99). Foucault lo denomina como la *representación común del poder*. Esta representación o juego de poder, denominada como jurídico-discursiva por su relación conmutativa con la ley y el discurso, trae consigo dos consecuencias independientes: liberar o constreñir al sujeto.

Por medio del discurso, la representación común del poder adquiere diferentes formas coactivas que proporcionan control con el fin de mantener a los sujetos sometidos a reglas que determinan su vida hasta la muerte.

El discurso de la sexualidad prorrumpo a partir de la necesidad de controlar a una sociedad evidentemente sexual, por tanto, se constituye un método para formular discursos sobre el sexo que surtiría efecto en “*su economía misma*” (Foucault, 1979:32). Es decir, estos discursos tendrían efecto en lo que ahora se conoce como la industria de consumo del sexo.

En el siglo XVIII, nace una incitación, un apetito si se quiere, político, económico y técnico por hablar del sexo. Esta incitación se realizó “*no tanto en forma de una teoría general de la sexualidad, sino en forma de análisis, contabilidad, clasificación y especificación, en forma de investigaciones cuantitativas o causales.*” (Foucault, 1979:33) Esto se logró alcanzar mediante las características implícitas de la representación común del poder conformada por *relaciones negativas, instancias de la regla, ciclos de lo prohibido, lógica de censura, y unidad del dispositivo*.

Esta mecánica del poder, o método, -catalogado como tal por la estructuración interdependiente e indispensable del funcionamiento de las representaciones de poder con el discurso-, se manifiesta de la siguiente manera:

En la **relación negativa**, la relación de poder que se establece sobre el sexo/deseo es de modo negativo; esto quiere decir que se establece un rechazo, una desestimación, una barrera, o máscara frente al sexo. Al ocultar al sexo, se está haciendo una negación de su existencia, se le está diciendo no, pues el poder “*nada puede sobre el sexo y los placeres salvo decirles no; si algo produce, son ausencias o lagunas; elide elementos, introduce discontinuidades, separa lo que está unido, traza fronteras. Sus efectos adquieren la forma general del límite y de la carencia.*”. (Foucault, 1979:101).

En la **instancia de la regla**, “*El poder, esencialmente, sería lo que dicta al sexo su ley.*” (Foucault, 1979:101). En otras palabras, al colocar al sexo bajo un régimen binario entre lícito e ilícito, permitido y prohibido, el sexo adquiere un orden el cual se forja a partir de su relación con la ley, lo cual implica que “*el poder actúa pronunciando la regla: el poder apresa el sexo mediante el lenguaje o más bien por un acto de discurso que crea, por el hecho mismo de articularse, un estado de derecho.*” (Foucault, 1979:102)

El **ciclo de lo prohibido** supone que todo aquello que está negado por la ley/poder podrá existir únicamente en la clandestinidad, en secreto; solamente puede existir en su negación, en su inexistencia. “*El poder no aplicaría al sexo más que una ley de prohibición. Su objetivo: que el sexo renuncie a sí mismo. Su instrumento: la amenaza de un castigo que consistiría en suprimirlo...El poder constriñe al sexo con una prohibición que implanta la alternativa entre dos inexistencias.*”(Foucault, 1979:102): existir en negación y negar la existencia, razón por la cual la sexualidad puede ser practicada únicamente en privacidad, tras puertas del dormitorio del sujeto, en donde nadie constate el lado *natural* del ser humano.

La **lógica de la censura** adopta tres formas: afirmar que no está permitido, impedir que sea dicho, y negar que exista. Es una lógica que liga lo inexistente, lo ilícito y lo informulable de tal manera que el uno sea principio y efecto del otro:

“*...lo que está prohibido no se debe hablar hasta que esté anulado en la realidad; lo inexistente no tiene derecho a ninguna manifestación, ni siquiera en el orden de la palabra que enuncia su inexistencia; y lo que se debe callar se encuentra proscrito de lo real como lo que está prohibido por la existencia.*” (Foucault, 1979:103)

En el sexo, la lógica del poder que se ejerce es una lógica basada en el mutismo, en el silencio, en no decir ni manifestar cómo el sexo opera ni lo que verdaderamente es. En el “mejor” de los casos supone el pasar de su existencia.

Finalmente tenemos a la **unidad de dispositivo**. Para desarrollar la idea de la unidad de dispositivo, puede hacerse un breve acercamiento al pensamiento de Gramsci en cuanto a su principio de *hegemonía*. La categoría de **unidad de dispositivo** en Foucault supone la táctica de aproximación y control totalitario, es decir, proveniente de todas las direcciones posibles del poder, sobre el cuerpo social. Dicho de otra manera, la unidad de dispositivo es la forma general del poder, y esto viene a ser el derecho:

“El poder sobre el sexo se ejercería de la misma manera en todos los niveles. De arriba abajo, en sus decisiones globales como en sus intervenciones capilares, cualesquiera que sean los aparatos o las instituciones en las que se apoye, actuaría de manera uniforme y masiva; funcionaría según los engranajes simples e indefinidamente reproducidos de la ley, la prohibición y la censura: del Estado a la familia, del príncipe al padre, del tribunal a la trivialidad, de los castigos cotidianos, de las instancias de la dominación social a las estructuras constitutivas del sujeto mismo, se hallaría, en diferente escala, una forma general del poder... Ya se le preste la forma del príncipe que formula el derecho, del padre que prohíbe, del censor que hace callar o del maestro que enseña la ley, de todos modos se esquematiza el poder en una forma jurídica y se definen sus efectos como obediencia. Frente a un poder que es ley, el sujeto constituido como sujeto-que está sujeto- es el que obedece.”(Foucault, 1979:103)

Todas estas instancias o principios que se han descrito acerca de la representación común del poder, suponen ser las características de un juego de fuerzas de poder que es realizado mediante el discurso jurídico. Estas características son indispensables para la comprensión de la estructuración de los discursos en general, pero sobre todo para el discurso de la sexualidad en particular dado el caso de estudio.

Los discursos que se generan hoy en día en cuanto a la sexualidad, los cuales van desde la medicina, a la patología, a lo ‘normal’ y lo ‘anormal’, se han formado partiendo de un

principio administrativo y normativo: el cuerpo como *objeto* de saber y *cosa* manipulable en las relaciones de poder.

Si bien se pensaría que con tanta prohibición los discursos sobre el sexo serían limitados o escasos, en realidad sucede lo contrario ya que cuantos más discursos hayan, más administración y prohibición habrá con el fin de contener todos los casos, tendencias, gustos, apegos, placeres, deseos o apetitos sexuales, dentro de la mecánica del poder; en otras palabras, son posibles las diversas sexualidades siempre y cuando hayan sido reconocidas y administradas por la técnica y se encuentren dentro de los límites lógicos de la ley y el derecho: del poder.

Actualmente se puede evidenciar que, con el crecimiento de la industria cultural en general, y por tanto con el crecimiento del consumo, el poder ha aparentado ser más flexible en cuanto al juego de lo lícito y lo ilícito, pero una vez más sucede lo contrario. En la actualidad la economía ha permitido que la industria genere simuladores y alteradores de placer por cuanto “*el dispositivo de sexualidad está vinculado a la economía a través de mediaciones numerosas y sutiles, pero la principal es el cuerpo –cuerpo que produce y que consume.*” (Foucault, 1979: 130).

Resulta que este sistema tan poderoso logra instaurar, insertar, implementar, acomodar y sumar aún más leyes, reglas y derechos que se deben obedecer. Esto quiere decir que la incitación política, económica, y técnica a hablar sobre el sexo en el siglo XVIII, concluye en un deseo de controlar, monitorear, manipular y administrar al cuerpo social bajo un canon de poderío hegemónico que viene a ser el mismo Estado. Es decir, ya no es más la *monarquía jurídica per se* la que manda, ordena o dicta, es ahora el Estado quien suplanta ese rol de monarquía.

Ahora ya no es un individuo quien dicta la ley o el discurso, ahora es la estructura como tal del sistema que lleva el Estado el que dicta el discurso. El Estado se convierte en una entidad representativa de dominación y control social. Roberto Espósito nos comenta en su libro *Bíos; Biopolítica y filosofía*, que el Estado es un “*conjunto integrado de hombres que se comportan como un único individuo espiritual y corpóreo a la vez.*” (Espósito, 2006:

28). De aquí podemos afirmar que el Estado es la representación magnificada, la versión ideal de la reproducción general del poder: del derecho.

Existe tal nivel de disciplina y obediencia sobre la ley y el derecho dentro del Estado, que los sujetos logran obrar de forma homogénea como si fuesen un solo individuo corpóreo, como si fuesen una máquina computarizada. Esto se debe a que el dispositivo de sexualidad tiene como fin el proliferar, inventar, innovar “...*penetrar los cuerpos de manera cada vez más detallada y controlar las poblaciones de manera cada vez más global.*” (Foucault, 1979:130) siendo el Estado el medio de control. La sexualidad se convierte en el elemento más dotado, de mayor apoyo a las estrategias de poder cuando se trata de juegos de poder.

Biopoder

¿Cuál es ese sistema tan poderoso que llega al punto de *robotizar* a los sujetos y al cual responde el Estado? Se pone en evidencia que las antiguas prácticas políticas de la monarquía jurídica, las cuales consistían en crear instituciones políticas o sociales para aparentar controlar el poderío de las instituciones de poder desarrolladas en la Edad Media como la Monarquía misma y el Estado, aún persisten en las prácticas políticas del presente.

Las instituciones de entonces y las de ahora son consecuentes con poderes ligados al dominio y a la propiedad de la tierra; al poder que conlleva la masiva posesión de armas; la cantidad de empleados o servidores públicos de ahora, y la servidumbre de entonces; a los vínculos de soberanía o de tributación que existen ahora y que antes se concebían como vasallaje. Estas prácticas políticas, cimientos de las instituciones sociales de siempre, tienen como fin el controlar y defender los intereses del poder.

Las instituciones sociales han logrado implantarse o hacerse aceptar porque se han presentado como instancias de regulación, para “*introducir entre esos poderes un orden, de fijar un principio para mitigarlos y distribuirlos con arreglo a fronteras y a una jerarquía establecida.*” (Foucault, 1979:106). Es así como opera el discurso, siempre a favor del poder.

Si volvemos hacia el tema de la industria cultural tenemos en evidencia que el consumo, y por tanto la economía, es el sistema de poderío de dominación predilecto en el ejercicio del poder. Las fuerzas de poder tienen como fin el administrar, controlar y normativizar el poderío económico de un Estado a partir de la productividad de los sujetos, de la población, de su reproducción, y por ende de su sexualidad y de su cuerpo, desde el siglo XVIII.

De hecho, en aquel siglo surge la problemática de la *población* como un asunto económico y político ya que “Los *Estados no se pueblan según la progresión natural de la propagación, sino en razón de su industria, de sus producciones y de las distintas instituciones...Los hombres se multiplican como las producciones del suelo y en proporción con las ventajas y recursos que encuentran en sus trabajos.*” (Foucault, 1979:35). En el centro de la problemática política y económica se encontraba el sexo: población-riqueza, población-mano de obra, población-crecimiento y recursos.

Es decir que para este sistema era indispensable investigar al sexo y crear toda una ciencia y un discurso en torno a él para analizar la natalidad, el matrimonio, los nacimientos legítimos e ilegítimos, la precocidad, la frecuencia de las relaciones sexuales, la fecundidad y esterilidad, las prohibiciones existentes en torno al sexo, las prácticas anticonceptivas etc. Razón por la cual se ha querido reducir al sexo a su forma únicamente heterosexual, adulta, y bajo la legitimidad del matrimonio: significaba un control más práctico y específico sobre los cuerpos que denotaban la objetivación de la búsqueda del control político, dirigido a ambos sexos, diferentes edades y diversas clases sociales.

El poder lograba captar su institucionalización a través de la administración de estas características reproductivas comunes en ese entonces, -en lo cual también tuvo que ver la Iglesia en cuanto a su paradigma de familia nuclear-, y que se han logrado establecer hegemoníamente hasta el día de hoy.

Tenemos pues que, el control del cuerpo a través del control normativo del sexo, por medio de estrategias denominadas *dispositivos de sexualidad* como son la creación de una ciencia específica y de discursos, tienen un trasfondo político que responde a un cierto

sistema, un sistema económico que en conjunto es denominado como *Biopoder*: “...una vida sometida al mando de la política.” (Espósito, 2006:26)

El discurso es indispensable para la propagación de los ideales del poder y la normativización del cuerpo. El poder responde a un sistema económico que se encuentra respaldado tanto por la ley como por el derecho, y que a su vez también funcionan por medio del discurso. El poder que conlleva el *Biopoder* es un poder engañoso, sigiloso y hegemónico que tiene como fin atravesar el cuerpo social con normas, acciones, y administraciones legítimas según el ámbito político jurídico-discursivo.

El *Biopoder* es una estrategia del poderío político para hacer sumisos, nobles y sobre todo obedientes a los sujetos ante el mando económico, razón por la cual “...el cuerpo humano es cada vez más desafiado, incluso literalmente atravesado, por la técnica.”(Espósito, 2006:25) Las relaciones de fuerza propias del dominio, se respaldan unas con otras precisamente para crear esa hegemonía de poder.

Hegemonía que se evidencia en: las estrategias del poder que luego son absorbidas por las instituciones estatales, sociales, y políticas; las posibilidades que se le da al poder para volver inteligible su ejercicio por medio de juegos o relaciones de fuerza que crean desigualdad y por tanto generan estados de poder. Omnipresencia del poder debido a la reproducción del mismo por medio de tecnologías, ciencias, discursos y el propio ser humano que lo produce. Todo esto es *Biopoder*.

Así como el poder que no es ni institución, ni estructura, ni potencia, sino más bien el nombre de una estrategia para medir fuerzas, el *Biopoder* funciona de la misma forma pero utiliza al cuerpo humano como medio político para constreñir las pulsiones y el caos que representa el ser *natural* ante los ojos del poder *racional*. Un poder comprendido como “...derecho de captación: de las cosas, del tiempo, los cuerpos y finalmente de la vida; culminaba en el privilegio de apoderarse de ésta para suprimirla.”(Foucault, 1979:164).

En términos literales a lo que esto se refiere es a que hoy en día la vida es lo máspreciado que existe para el ser humano, ya que su cuerpo, su vida, sus sensaciones, sus placeres, su sexo, son su primera y única propiedad privada según los ojos del poder político fundado sobre las bases de un poder económico. De esta manera, la vida se convierte en el *tesoro*

máspreciado de la sociedad puesto que la muerte supone el vacío, la inexistencia total corpórea y material.

Esto se convierte en un condicionamiento que desea establecer el poder político. El miedo que desea engendrar en los sujetos de modo tal que en cuanto a la sobrevivencia y la supervivencia, los sujetos estén dispuestos a matar por ella: la vida. Ahora, también tenemos la muerte simbólica de un individuo lo cual supone la supresión del sujeto dentro del mundo social; su inexistencia: el arrebatarse de su vida social.

El Biopoder es una categoría que denomina una estrategia política para retener, esconder y eliminar todo tipo de *naturaleza salvaje* inmanente del ser humano a través de su administración. Una estrategia que pretende moldear a los seres a imagen y semejanza del poder *en sí*, ya que este pretende ser un concepto autorreferenciado en el derecho.

Sin duda alguna, el poder nace de la capacidad económica para mandar y dominar ya que la economía es una relación de fuerza, propia del dominio sobre el *otro*. Esta concepción de poder que tiene la sociedad, no es más que el *fenomenal* legado de los juegos de poder instaurados por la monarquía jurídica de hace más de 500 años. El poder seguirá siendo comprendido de esta manera dado el tipo de reproducción que el ser humano ha logrado establecer con sus iguales y la naturaleza: una cadena de relaciones beneficiarias y extractivistas; una realidad social antropocéntrica.

Dadas estas relaciones, el sexo juega un rol primordial en el Biopoder debido al imaginario que se crea en torno a él: el deseo de tener ese sexo representado y tecnificado por la industria, la medicina y la ciencia; ese sexo perfecto que es tanto el acto como el cuerpo, visto y escuchado en vallas publicitarias, en películas, novelas, canciones, propagandas televisivas, hasta en textos literarios.

El sexo es tan deseado que vale la pena matar o morir por él: por la mujer deseada, por el hombre o el cuerpo deseado; por el placer. Tan poderoso es este control político mediático que se dice que del sexo y de sus discursos nace toda una cadena de alegatos en torno a la genealogía y la *verdad* del ser humano:

“...se constituyera en torno al sexo y a propósito del mismo un inmenso aparato destinado a producir, sin perjuicio de enmascararla en último momento, la verdad...que la verdad del sexo haya llegado a ser algo esencial, útil o peligroso, precioso o temible; en suma, que el sexo haya sido constituido como una apuesta en el juego de la verdad.” (Foucault, 1979:71)

La problemática del sexo es pues, el Biopoder.

PARTE II

DE LA REALIDAD SOCIAL Y LA INDUSTRIA CULTURAL COMO MECANISMOS DE APOYO AL BIOPODER

“Al crear ese elemento imaginario que es ‘el sexo’, el dispositivo de sexualidad suscitó uno de sus más esenciales principios internos de funcionamiento: el deseo del sexo –deseo de tenerlo, deseo de acceder a él, de descubrirlo, de liberarlo, de articularlo como discurso, de formularlo como verdad. Constituyó al ‘sexo’ mismo como deseable. Y esa deseabilidad del sexo nos fija a cada uno de nosotros a la orden de conocerlo, de sacar a la luz su ley y su poder; esa deseabilidad nos hace creer que afirmamos contra todo poder los derechos de nuestro sexo, cuando que en realidad nos ata al dispositivo de sexualidad que ha hecho subir desde el fondo de nosotros mismos, como un espejismo en el que creemos reconocernos, el brillo negro del sexo” (Foucault, 1979:190)

Iniciamos la temática de la realidad social y la industria cultural con una cita muy relevante debido al cuestionamiento tácito en cuanto a la realidad que el ser crea acerca de su vida, lo cual nos obliga a formular la siguiente interrogante: ¿Cómo puede el ser humano institucionalizar realidades que han sido formuladas desde su imaginario y que por tanto podemos considerarlas como *realidades irreales*? Por supuesto que la respuesta a esta pregunta tiene un trasfondo de análisis psicológico, pero como se ha mencionado ya, la

institución social y la industria cultural desempeñan un papel importante para la reproducción y reafirmación del poder y el fortalecimiento del Biopoder.

De la Realidad e Institución Social

La *realidad* es una mera percepción o concepción que tiene un sujeto respecto a un tema o creencia, la cual ha sido comprendida de una forma en particular dado el ambiente cultural, social, político y económico en donde el sujeto haya adquirido sus conocimientos respecto a la realidad y por tanto la vida. En otras palabras, *realidad* es un concepto extremadamente amplio del cual podemos inferir cuestiones personales, culturales, sociales, políticas, económicas, científicas etc., y que está suscrita o depende de la voluntad de conocer, la voluntad de saber y la voluntad de verdad en la cual fueron formadas las personas. Comprender la *realidad* implica comprender “*las variaciones empíricas del ‘conocimiento’ en las sociedades humanas*” y “*...los procesos por los que cualquier cuerpo de ‘conocimiento’ llega a quedar establecido socialmente como ‘realidad’.*” (Berger, Luckmann, 1968:13)

En última instancia los autores Peter L. Berger y Thomas Luckmann en su libro *La construcción social de la realidad*, se refieren a que, comprender la *realidad*, -en el sentido amplio de la palabra-, supone comprender los procesos por los cuales una realidad o “verdad” social es adoptada o absorbida por una institución político-social, y luego es descrita, propagada, adoctrinada como la única realidad o verdad legítima o existente, lo cual hace de esa realidad una realidad institucionalizada. A esto cabe sumarle también el ámbito discursivo.

Es de suma importancia para la institucionalización de una realidad social, el transferir la *realidad* hacia un discurso que pueda ser sustentado bajo la misma normatividad que encontramos en el Biopoder, es decir, sustentado en el derecho. De esta manera es como la realidad adquiere su forma legítima. El sexo es un perfecto ejemplo de una realidad social instituida. Antes de empezar con el análisis es necesario dejar en claro el significado de la *institución social* y el de la *realidad social*.

La actuación que el sujeto desempeña en la vida cotidiana no son gestos, emociones, sentimientos o acciones con las que ha nacido, son estímulos que han sido aprendidos o inculcados a lo largo de su crecimiento y que, al utilizarlos o ponerlos en práctica, está afirmando que son reales, verdaderos, legítimos. Esto es a lo que los autores se refieren como el mundo *intersubjetivo* del sentido común; un mundo en donde el significado que se le da a las cosas, la objetividad que los sujetos tienen sobre los símbolos, son todos tipos de conocimiento adquiridos, procesados y luego establecidos, los cuales parten desde la misma genealogía humana y su mundo ontologizado. Significa entonces que: *“El mundo de la vida cotidiana no solo se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos.”*(Berger, Luckmann, 1968:35)

Una vez que el accionar de la vida cotidiana resulta en un fenómeno social colectivo, ocurre un evento implícito en donde todas las personas deciden adoptar ese accionar como algo “normal”, legítimo o propio del accionar del ser humano en la vida cotidiana, y sin más esas acciones se convierten en normas de una institución social tangible a través del accionar propiamente.

La acción o actuación del sujeto se convierte en una *realidad* establecida por la misma sociedad. Al suceder esto, la *realidad* empieza a homogenizarse y a servir de pensamiento hegemónico al ser absorbida y modificada por las instituciones de poder. Estas pueden ser evidentes para el ser humano común, como lo son las instituciones político-sociales compuestas por municipios o ministerios, o intangibles como es la institución del sexo. Las instituciones de poder modifican la realidad social establecida al instaurar e insertar estructuras jurídicas que legitiman las realidades al nivel de la ley y el derecho. En otras palabras, todo procedimiento operativo del sujeto suele tener un proceso de habituación lo que significa que:

“Todo acto que se repite con frecuencia, crea una pauta que luego puede reproducirse con economía de esfuerzos y que ipso facto es aprehendida como pauta por el que la ejecuta. Además, la habituación implica que la acción de que se trata puede volver a ejecutarse en

el futuro de la misma manera y con idéntica economía de esfuerzos.”(Berger, Luckmann, 1968:72)

Toda institucionalización sucede de los procesos de habituación impartidos desde el sujeto hacia el cuerpo social. Entonces tenemos que la institucionalización es la máxima expresión del individuo que se caracteriza por el orden social. *“La institucionalización aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores.”* (Berger, Luckmann, 1968:74)

Sin duda alguna todo lo que se ha mencionado parece ser un cúmulo de incongruencias o ideas antagónicas. Por ejemplo: ¿cómo pensar que la ciencia no es real si es exacta?, cuando decimos que todo lo que el ser humano vive y piensa ha sido producto de su imaginación y de su experiencia. ¿Cómo podemos afirmar que la ciencia no existe?, cuando decimos que lo que el sujeto crea es propio de su mundo ontológico.

El tema ontológico es un asunto indispensable para el análisis de la realidad social y debe tratarse desde la filosofía, ya que supone una amplia gama de elementos metafísicos que son necesarios para comprender también la hegemonía del pensamiento y del conocimiento, así como a la institución social. Sin embargo debemos volver al tema del Biopoder y la sexualidad como tema principal.

El sexo se instituye a partir de la implementación del sistema del dispositivo de alianza dentro de la sexualidad, el cual consta de *reglas que definen lo permitido y lo prohibido, lo prescrito y lo ilícito*. Al instaurarse este sistema dentro del sexo en el siglo XVIII, se fijaban reglas y se garantizaba el sometimiento de los sujetos a las mismas. Se garantizaba que la reproducción de ese poder emitido, –por cuanto regla-, y amparado por el derecho,-por cuanto discurso-, se encontrase a salvo.

Sin embargo, es ineludible hallar la paradoja de este suceso ya que si bien el poder se ampara en el derecho y viceversa, no existe nada que ampare al sujeto de las consecuencias del poder y el derecho ya que *“...esta sociedad que inventó desde el siglo XVIII tantas tecnologías de poder extrañas al derecho: teme sus efectos y proliferaciones y trata de recodificarlas en las formas del derecho”* (Foucault, 1979:134). Esto quiere decir que el sexo ha sido una institución desde el principio de los tiempos tomando en cuenta los

conceptos como: incesto, familia nuclear, y reproducción humana, ya que todos estos supuestos han sido colocados bajo el signo jurídico de lo lícito e ilícito.

La institución del sexo es el dispositivo moderno de la sexualidad plasmado en la sociedad, puesto que la sexualidad como tal ya se encuentra dentro del marco normativo, la sexualidad surge a partir de la norma, de la institución. El temor al castigo implícito en la trasgresión de la norma social, la realidad social instituida por el poder, da más poder al poder y obliga al sujeto acatar la norma.

La problemática de la institucionalización del sexo se aloja en su base: una base formulada desde un dispositivo de alianza que supone imponer lo que se debe hacer y lo que no. Esto es una problemática por cuanto sustenta al poder de más poder y en lo que se refiere al sexo, dicta cómo debe llevarse el sexo en todos sus aspectos: en las relaciones familiares, de pareja, de amigos, en la escuela, el colegio, la universidad, el trabajo y la vida cotidiana en general, razón por la cual se crean técnicas que dicten los procesos operativos, y tecnólogos que tengan el conocimiento de esos procesos operativos y la solución a los problemas que acarrea el no ir acorde con estos procesos.

Foucault lo menciona de esta manera:

“Los padres y los cónyuges llegaron a ser en la familia los principales agentes de un dispositivo de sexualidad que, en el exterior, se apoya en los médicos, los pedagogos, más tarde los psiquiatras, y que en el interior llega a acompañar y pronto a ‘psicologizar’ o ‘psiquiatrizar’ los vínculos de alianza.” (Foucault, 1979:135)

Una vez que el dictamen del sexo se institucionaliza socialmente y penetra en la familia como precursor principal del espacio sexual, el dispositivo de alianza logra tecnificar y dar nombre a las formas ‘anormales’ o ‘ilícitas’ que adquiere un sujeto dentro de una realidad sexual determinada, como viene a ser: *la mujer nerviosa, el marido impotente, la hija histérica, el niño precoz, el joven homosexual.*

Todas estas figuras están sujetas al sexo del sujeto y su condición como actor social, lo cual significa que la gran institución del sexo instauro no solamente nombres que definen la personalidad del sujeto, sino que también definen su rol y su sexo, lo cual quiere decir que

cuando una familia se identifica con algunos de estos rasgos o algo que se le parezca, indudablemente sentirá que su grupo familiar sufre de alguna anormalidad.

Evidentemente al estar amparado por un discurso científico, legítimo según sus propios cánones, este tipo de institución genera una especie de paranoia colectiva que obliga a los sujetos evitar ser *anormal*, porque esto significa estar fuera de la norma. Razón suficiente para que la familia moderna se encuentre “...persiguiendo en sí misma las menores huellas de sexualidad, arrancándose a sí misma las más difíciles confesiones, solicitando ser oída por todos los que pueden saber mucho sobre el tema, abriéndose de parte a parte a la infinitud del examen.” (Foucault, 1979:135)

Este tema importa al Biopoder por cuanto ayuda a fortalecerlo. El problema existente en que la *realidad* sea una creación en el imaginario del sujeto, se debe a que solo él como humano puede definir una realidad per se. Por tanto, esta forma de crear realidades se encuentra hipostasiada en la creación de discursos, en la ciencia y la medicina, ya que todos estos conceptos han sido creados desde una perspectiva humana, en función de los humanos y sin que sean elementos realmente palpables en el mundo.

Se podría decir que es todo casi como la gran falacia del sujeto: el vivir en un mundo creado por fintas. Sin embargo, el sujeto sumiso por la vigilia y el castigo, adquiere estos conocimientos, discursos y supuestos como algo real, como algo dado y esto institucionaliza, -en el caso del sexo-, un poder que controla a la sexualidad y a la vida, al que llamamos Biopoder.

Entonces, tenemos que:

“Las instituciones, por el hecho mismo de existir, también controlan el comportamiento humano estableciendo pautas definidas de antemano que lo canalizan en una dirección determinada, en oposición a las muchas otras que podrían darse teóricamente. Importa destacar que este carácter controlador es inherente a la institucionalización en cuanto tal, previo o aislado de cualquier mecanismo de sanción establecido específicamente para sostén de una institución.” (Berger, Luckmann, 1968:74)

Dada esta circunstancia, el sexo también se convierte en un mecanismo por el cual los sujetos están controlados, siendo que el sexo se establece como una institución de poder y que es casi imperceptible para el cuerpo social. Esto implica que la supervivencia del ser humano depende, indispensablemente, de ciertos ordenamientos sociales que deben instituirse como norma para poder ‘vivir’ como un cuerpo social. Al suceder esto resulta que, el desarrollo de su organismo, y por tanto de su sexualidad, están socialmente determinados. Desde su nacimiento, el ser humano “...*está sujeto a una continua interferencia socialmente determinada.*”(Berger, Luckmann, 1968:66) lo cual significa, en última instancia, que la vida y el cuerpo del sujeto se ven determinados por la institución y el poder al que el sujeto pertenece.

Pero ¿por qué insistir en que la sexualidad del sujeto es una realidad instituida más no la realidad de la naturaleza humana establecida biológicamente? Simplemente porque la variedad y la *relatividad empírica* de la realidad sobre el sexo, son indicios de que la sexualidad es producto de las propias formaciones *socio-culturales* del hombre y que detrás de estas formaciones siempre encontraremos una jerarquía de poderes por las cuales se encuentran atravesadas y que controlan la vida del sujeto. Al referirse acerca de la sexualidad como una institución, ya el concepto de institución supone el sometimiento al control social de esta actividad, “...*la sexualidad humana se controla socialmente por su institucionalización en el curso de la historia particular de que se trate.*”(Berger, Luckmann:75); en este caso, el poder. Específicamente, el Biopoder.

De la Industria Cultural

Ahora bien, junto a la institución social tenemos a la industria cultural que van de la mano. Ambas instancias suplementan al poder de más poder al emitir mecanismos para controlar a los sujetos y adherirlos a un sistema que, como se ha mencionado previamente, se vincula con el poderío netamente económico.

La industria cultural se define por sí sola: la industria que ubica, impone, dicta lo que es *cultura* a través de sus propios cánones, -cánones propios de una industria-, y luego se manifiesta por medio de la materialización *plástica* de la cultura. Ya que el concepto

cultura resulta muy amplio, en cuanto a la misma nos referimos a esa idiosincrasia propia de una idealización homogénea y hegemónica dictada jerárquicamente desde el poder hacia sus *vasallos*, y no los rituales o fiestas que denotan algo “propio” del sujeto y de sus costumbres (a pesar de que éstas también parecen estar siendo absorbidas por la industria, ya que ésta está dispuesta a cubrirlo todo bajo su armadura de hierro con la finalidad de fomentar el capital).

Detrás de la industria cultural existe una gran institución social poderosa que dicta e impone, mediante un orden social de consumo, lo que es cultura, en general, o “propio” de una cultura, en particular. Esto se debe a que la industria cultural ha llegado a permear toda manifestación colectiva, a tal punto que hasta lo que en algún momento pudo haberse realizado como una revelación cultural en contra de la misma, ha sido inevitablemente absorbida por la *transformación*, puesto que esa manifestación representa un *segmento de mercado* adicional.

Es decir que, el *esquematismo de la producción* que supone ser los principios propuestos por los sujetos económicamente más fuertes, en los cuales se basan los objetos culturales al momento de su materialización industrial, tiene la capacidad de anticipar, por medio de su estructura propiamente esquemática y técnica, el material cultural que puede y debe reproducirse a través de la industria con el fin de favorecer a la misma a través de la promoción del consumo.

Así como el Biopoder que le debe a la técnica la razón de su omnipotencia, la industria cultural se sirve de esta para persistir ya que la razón por la cual los *clichés*, -forma como los autores Horkheimer y Adorno en su libro *Dialectica del Iluminismo* se refieren al momento en donde la industria fabrica las *cosas* “adecuadas” y “consecuentes” para un cierto estilo de vida, una cierta cultura-, fueron aceptados por el cuerpo social, se debió a las necesidades que éste tenía, a partir de la transformación de una vida mercantil básica a una vida industrializada. La técnica le da poder a la industria puesto que le permite especificar los gustos, las tendencias, las modas, y las culturas, que luego se plasman en su materialización:

“Las distinciones enfáticas, como aquellas entre films de tipo a y b o entre las historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad,...” (Como es el caso de la institución social y su realidad) *“...sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores, para adueñarse de ellos sin desprecio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar.”* (Adorno, Horkheimer, 1969:149)

Es de esta manera como el poder se reafirma y el Biopoder se fortalece; la industria cultural impone un formato de mercancías aptas para el consumo de lo que dice llamarse “cultura”, pero dado que para la industria todo es un negocio, finalmente lo que promueve bajo el nombre de “cultura” realmente no lo es, es una ilustración de consumo nada más.

La industria cultural convierte al cuerpo social en *material estadístico* a través de la técnica, de modo que los sujetos puedan ser clasificados en torno a su consumo y sus gustos. Tal como el *modus operandi* de la institución social, en la industria cultural *“La totalidad de las instituciones existentes los presiona de tal forma en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece.”* (Adorno, Horkheimer, 1969:161).

Por lo tanto, podemos afirmar que la industria cultural es como una gran institución social de poder de consumo. De esta forma se comprende por qué, en cuanto a la vestimenta femenina, resulta que existe una homogenización, una gama de mujeres que se visten parecido, sino igual, hablan parecido, tienen gestos parecidos y hasta huelen parecido. A través de la técnica, la industria logra crear productos de consumo estándar que satisfacen a una sociedad administrada por la norma y que mantiene controlados a los sujetos bajo un orden social de consumo que es dictado por la fábrica, razón por la cual no hay forma de escapar.

No solamente que la industria cultural se encuentra en todo rincón: ocio, estudio, trabajo, sexualidad, sino que habrá de todo y para todos: para el gay, la lesbiana, el homofóbico, el o la ninfómana, la neurótica, el o la heterosexual, el metrosexual, el o la monógama, el o la polígama etc.: *“Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su ‘level’ determinado en forma anticipada por índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo.”* (Adorno, Horkheimer, 1969:149).

Todo sujeto tendrá que consumir, mientras lo haga existirá para el sistema, caso contrario se atiene a una muerte social severa. *“...la tiranía deja libre al cuerpo y embiste directamente contra el alma. El amo no dice más: debes pensar como yo o morir. Dice: eres libre de no pensar como yo, tu vida, tus bienes, todo te será dejado, pero a partir de este momento eres un intruso entre nosotros.”* (Adorno, Horkheimer, 1969:161) Finalmente, lo que pensamos es cultura realmente resulta ser una falacia más, muy bien maquillada mediante un discurso de consumo:

“...los elementos sensibles, que se limitan a registrar la superficie de la realidad social, son ya producidos según el mismo proceso técnico de trabajo y expresan su unidad como su verdadero contenido...Es el triunfo del capital invertido. Imprimir con letras de fuego su omnipotencia –la de sus manos– en el corazón de todos los desposeídos...” (Adorno, Horkheimer, 1969:151).

Tenemos que el producto de la operación en conjunto de la industria cultural con la institución social en favor del poder, resulta en una especie de mafia. Una confabulación para que el Biopoder pueda operar sin trabas. El cuerpo social al ser reducido a material estadístico, es decir, al ser vistos y comprendidos como objetos mas no sujetos, son entonces *“...distribuidos en el mapa geográfico de las oficinas administrativas...en grupos según los ingresos, en campos rosados, verdes y azules.”* (Adorno, Horkheimer, 1969:150) Es esta la única distinción que se le da al ser humano –objeto de egresos e ingresos.

Pero, ¿por qué homogenizar al cuerpo social? ¿Cómo puede afirmarse que el cuerpo social se ha convertido sustancialmente monótono si existe tanta diversidad cultural? Dentro de este mundo social técnicamente llamado Planeta Tierra, encontramos varios mundos sociales que responden a la estructura del sistema en el que han sido traídos, cada uno con sus leyes, instituciones y culturas. A pesar de esta diversidad de mundos sociales el poder ha logrado, a través del sistema económico, más en concreto de la industria cultural, homogenizar algunos mundos sociales de manera que respondan a un mismo sistema social y político y por consiguiente, a una institución social hegemónica.

Esto se da por la incapacidad que tiene el ser humano de formarse en un único espacio determinado dadas sus capacidades biológicas, ya que es el único animal, si se quiere, que no tiene una distribución geográfica específica como los demás en donde sus mundos son cerrados porque dependen de un capital biológico específico. La evolución de la industria, por ende de la vivienda, la vestimenta, el transporte y la alimentación, nos permite como sujetos, como seres humanos, trasgredir barreras naturales o biológicas para alcanzar mundos sociales distintos. De esta manera se crean “instituciones sociales de poder”, si se quiere. Esto es muy relevante por cuanto es necesario para comprender la homogenización de la cultura a nivel de occidente.

Esta homogenización de la cultura o monotonía cultural se revela como la conquista de la industria proveniente de occidente sobre el resto de territorios y culturas. Denota el poderío de dominio que tienen sobre los demás. Los autores lo definen así: *“Cada civilización de masas en un sistema de economía concentrada es idéntica y su esqueleto –la armadura conceptual fabricada por el sistema—comienza a delinearse.”* (Adorno, Horkheimer, 1969:147). Es decir que, esta *armadura conceptual fabricada por el sistema* a la que se refieren los autores es justamente esa homogenización de la que se sirve el sistema económico a nivel mundial para mantener a los sujetos bajo el orden social de consumo.

Todo esto es el resultado de un momento en la historia del ser humano en el cual nos hemos fijado y en el cual hemos afirmado nuestra vida cotidiana como el único momento real o verdadero de la instancia humana: el iluminismo. Al igual que la institución social, el iluminismo *“...se relaciona con las cosas como el dictador con los hombres, pues el dictador sabe cuál es la medida en que puede manipular a éstos.”* (Adorno, Horkheimer, 1969:22).

El iluminismo es la instancia en la cual se niega la existencia del dominio del sujeto sobre su especie y las cosas, pero es el dominio mismo el que se transforma y se plasma como verdad y sirve de base para el poder. La razón. Este dominio se justifica a través del surgimiento del sujeto como concepto, como individuo y como especie. En última instancia, toda relación humana resulta del reconocimiento del dominio o poder que tiene el sujeto sobre sus acciones y sobre todo lo que lo rodea; el reconocimiento de su existencia a través de la capacidad que tiene de realizar y mandar: *“El surgimiento del sujeto se paga*

con el reconocimiento del poder como principio de todas las relaciones.” (Adorno, Horkheimer, 1969: 22).

A partir de esta idea general es que se conciben las problemáticas planteadas tanto por Foucault como Berger, Luckmann, Adorno y Horkheimer, ya que radican en la ontologización del mundo. La ilusoria realidad social se basa en las relaciones establecidas entre los más fuertes y los más débiles, social, política y económicamente hablando. El dominio de unos sobre otros se genera, en principio, por el dominio de los saberes lo cual representa una ventaja sobre los demás. Es decir, saber es poder, conocimiento es poder. Manejar apropiada y extensamente un discurso y su técnica, representa el poder absoluto sobre la “verdad” de ese discurso. Los autores Horkheimer y Adorno se refieren a esto de la siguiente manera:

“El saber, que es poder, no conoce límites, ni en la esclavización de las criaturas ni en su fácil aquiescencia a los señores del mundo. Se halla a disposición tanto de todos los fines de la economía burguesa, en la fábrica y en el campo de batalla, como de todos los que quieran manipularlo, sin distinción de sus orígenes...La técnica es la esencia de tal saber.” (Adorno, Horkheimer, 1969:16).

Indudablemente nos encontramos con una desconsolada realidad: *nuestra* realidad social no es real, es impuesta, ideada y fabricada por un saber dominado desde la técnica, desde el poder. El iluminismo incita al hombre a objetivizar todo lo que se encuentre desconocido en el mundo para él; debe investigarlo, desmentirlo, desmitificarlo, conocerlo. Debe saber el por qué, el cuándo y el cómo de las cosas ya que la superioridad del ser humano sobre el resto, reside en el saber.

“El mito perece en el iluminismo y la naturaleza en la pura objetividad. Los hombres pagan el acrecentamiento de su poder con el extrañamiento de aquello sobre lo cual lo ejercitan...El hombre de ciencia conoce las cosas en la medida en que puede hacerlas. De tal suerte el en sí de éstas se convierte en para él. En la transformación la esencia de las cosas se revela cada vez como la misma: como fundamento del dominio.”(Adorno, Horkheimer, 1969:22)

Podemos concluir que la industria cultural al igual que el Biopoder- el control de la vida a través del control de la sexualidad por medio de instrumentos como la moda femenina-, y la institución social, se basan todos en un discurso vacío, falaz, *antropocentrado*, que tiene como fin controlar el cuerpo del sujeto, su vida cotidiana y su realidad por medio de normas y productos. Esencialmente de técnicas que hagan de la mentira una ilusión existente.

La insistencia por parte del sujeto respecto al dominio de la racionalidad, impide una convivencia en la que el cuerpo social o la sociedad de masas puedan convivir de una manera más humana; todo debe ser racionalizado, conocido, anticipado, procesado y mecanizado.

El Biopoder utiliza a la moda, -desarrollada como producto de la industria cultural-, como instrumento para la homogenización de los cuerpos. Si nos referimos a una mayor escala, la moda es utilizada como medio de instrumentación del Biopoder para el control de las masas.

CAPÍTULO 2

EL CONTROL DEL CUERPO FEMENINO: EL VESTIDO COMO DISPOSITIVO TÉCNICO DE CONTROL DE LA SEXUALIDAD Y COMO PRODUCTO DE LA INDUSTRIA CULTURAL

La historia de la *Moda* se remonta a la utilidad de las prendas de vestir dentro de la labor que ejercía el ser humano. Al principio la mujer no tenía sitio en el mercado laboral, ya que era únicamente objeto de reproducción de la vida humana en el hogar. Una vez reconfigurado el Estado, creando diferenciaciones en el sector salarial, insertando al mercado laboral a las mujeres bajo el título de *Servidores públicos*, las mujeres también se convirtieron en un potencial mercado de la Moda.

Las tareas que podían ahora cumplir en el Estado Moderno les permitió acceder a distintos perfiles de la moda según su oficio.

Para el siglo XX, la *Industria Cultural* y la *Industria de la Moda* crean una íntima alianza de consumo, en donde se funden los principios de *estética, imagen, feminidad/fecundidad* y desaparece el concepto de funcionalidad de la vestimenta en el trabajo. Por lo tanto, la moda se constituye como un aparato reproductor del poder, del dominio masculino y la institucionalidad que lo abarca. Se constituye también como aparato reproductor de la hegemonía de la Industria Cultural.

En el capítulo anterior se mencionaron algunos mecanismos propios del poder que dan forma al orden y al control de los sujetos. Tenemos al dispositivo discursivo, a la realidad social, y a la industria cultural como aparatos para lograr la *adecuada* proporción y *armonía* social. Estos elementos tienen como fin el amansar al sujeto para que éste se haga a imagen y semejanza del poder; es decir, que piense, actúe y exista desde el poder y sus principios homogeneizadores.

En el siglo XXI, la industria cultural cumple con este papel a partir de su forma de producción, el tipo de consumo y, particularmente, el tipo de discurso que consolida en torno a la estética femenina. En este capítulo se tratará el tema de la moda femenina: la vestimenta de la mujer citadina en el siglo XXI como un dispositivo de control corporal, sexual, a partir de la esteticidad que ésta acarrea como producto cultural. El Biopoder en la moda del vestido femenino.

“...pero también como lo que constituye por sí solo el cuerpo de la mujer, orientándolo por entero a las funciones de reproducción y perturbándolo sin cesar en virtud de los efectos de esas mismas funciones;...” (Foucault, 1979: 185)

Se dice que la imagen de una persona es de suma importancia ya que es la primera impresión que su entorno obtiene de ella. La imagen del sujeto siempre ha estado ligada a su sexo, su condición económica, su trabajo y su bagaje cultural. Cabe aclarar que por *imagen* nos referimos estrictamente a la vestimenta y al conjunto de accesorios compuestos por la gama de alternativas que la *moda* proporciona (zapatos, collares, guantes, pulseras, anillos, pañuelos, gafas etc.), y al inscribir la palabra *vestido*, estamos aludiendo al mismo significado que aquí le estamos dando a la palabra *imagen*.

Entonces, es indispensable cuestionar ¿por qué la imagen del sujeto resulta tan importante? En el siglo XXI la imagen del sujeto se ha convertido en una cuestión de distinción, ya que la forma en la que éste se presenta a la sociedad denota, artificialmente, su proveniencia económica, social, cultural y, finalmente, su estabilidad como sujeto social. Esto hace que la persona indique cierto tipo de poder sobre los otros en cuanto a su capacidad adquisitiva e incluso intelectual. Pero sobre todo, indica su acoplamiento al sistema de poder por el cual la sociedad se rige.

Entrevistas de trabajo, fiestas, cenas, reuniones de toda índole, clases en la universidad, hasta el *shopping*, resultan en actividades en donde el sujeto debe aparentar o presentar su cuerpo de la manera más distinguida, ya que esta distinción dota al sujeto de poder. Poder

para ser acogido en la sociedad, para realizar las actividades que gusta, y finalmente para ‘ser quien desee ser’. Esto muestra al sujeto de modo civilizado, normativizado y ordenado. Sin embargo, la imagen de un sujeto es tan sólo una ilusión óptica de cómo éste desea verse; es decir, la imagen resulta ser la materialización de cómo el sujeto gusta verse, siendo esta un producto de su imaginario previsto por la industria cultural, más no real. El sujeto se convierte en producto de esta industria.

La industria cultural juega un papel primordial en el caso de la moda del vestido femenino como dispositivo técnico del control de la sexualidad. Existe una necesaria dependencia entre la cultura visual o de imagen y la industria cultural, ya que estas imponen en la moda valores estéticos que proponen una realidad distorsionada: irreal. La cultura del ver, a través de dispositivos discursivos, asigna valores estéticos que son nutridos por la publicidad, y ésta a su vez nutre el consumo de la industria cultural. Por consiguiente se consigue fortalecer los mecanismos de poder y control sobre el cuerpo.

En el caso del sujeto femenino en el siglo XXI, su imagen se ha convertido en una cuestión de existencia. Esto se refiere a que las mujeres ciudadanas de hoy, no solamente deben lidiar con la presión social de distinguirse a través de su vestimenta, sino que también deben ser esbeltas, regirse a la normatividad de la moda, y a su vez plasmar su *función* reproductora de manera que la mujer pueda ser aceptada socialmente. “*Quien no se adapta resulta víctima de una impotencia económica que se prolonga en la impotencia espiritual del aislado.*” (Adorno, Horkheimer, 1969:161) Es decir que, para que pueda existir social y simbólicamente, la mujer debe plasmarse ante la sociedad de una manera ‘femenina’ y bajo la norma de consumo del vestido. Así, podemos afirmar que la moda es una gran institución social a la cual la mujer debe regirse, *so pena de ser suprimida*. Una institución de poder.

En la historia de la moda tenemos que el vestido, tanto para el hombre como para la mujer fue, a partir del siglo XX, la consecuencia de una función utilitaria de trabajo, producto de la misma industria. Con el pasar del tiempo, y consecuentemente con el crecimiento de las ciudades urbanas cosmopolitas, la Moda se ha convertido en una suerte

de control biopolítico sobre el cuerpo. Un control respecto a cómo debe la mujer mostrar su cuerpo y tenerlo, el mundo al que pertenece y la vestimenta que debe utilizar, con la finalidad de justificar su procedencia sexual, económica y social.

Para poder realizar el análisis de la moda del vestido femenino como dispositivo de control corpóreo, sexual y por tanto vital, debemos realizar una retrospectiva dentro de la historia femenina de la Moda para que pueda comprenderse su verdadera función y el continuo devenir de esta función en la actualidad.

PARTE I

Historia de la Moda

Siglo XVIII

Se dice que la meca de la Moda es Francia, que sus reyes y los estilos que de ahí florecieron en el siglo XVIII en adelante, son fundamentales para comprender la estética, los colores y los cortes del vestido actual. Es también en el siglo XVIII cuando empieza a florecer la problemática acerca de la sexualidad del sujeto: sus formas reproductoras y sus características distintivas como machos y hembras. Aquella problemática de población como un asunto político, económico, social, pero sobre todo sexual; la realización de que el crecimiento político, económico y social del Estado dependía y aun depende del sexo.

La lencería fue el elemento esencial, básico y fundamental para la creación del vestido en la historia de occidente: por tanto la necesaria afirmación de que desde su nacimiento, la Moda, -entendida como un acontecimiento social de sistemas de signos y discursos-, ya comprende una distinción de género. La Moda y su evolución dependen también del sexo. Es en el siglo XVIII en donde la moda empieza a adquirir la forma de institución política y social.

Previo al período rococó, -siglo XVIII-, debido a las grandes importaciones decorativas que se hace desde la China, -a partir del siglo XVI-, surge un cierto tipo de *exotismo* en la moda. La influencia de la cultura China e Hindú en cuanto a los colores, las formas, los textiles y los accesorios domésticos, dieron un giro a la moda del vestido femenino en occidente. La *chinoiserie* estaba en boga: formas curvilíneas complejas, basadas en la sensibilidad y estéticas orientales, no solamente influenciaron e inspiraron a la moda textil, sino que también inspiraron a artistas como *Jean-Antoine Watteau* y *François Boucher*.

En las residencias aristocráticas del siglo XVII en adelante, se podían encontrar muebles y porcelanas exóticas procedentes de oriente. También era común encontrar pequeñas pérgolas y cúpulas con estilos orientales en los patios. (KCI, 2005: 28)

La influencia Japonesa aún no se hacía presente por la importancia relativa que Europa asignaba a Japón en términos geopolíticos y culturales. A pesar de ello, a partir de los siglos XVII y XVIII, los kimonos japoneses fueron introducidos a la cultura occidental por medio de su importación a través de la Compañía Neerlandesa de las Indias Orientales (*Dutch East India Company*) (KCI, 2005:28). Este atuendo fue utilizado por los hombres en Europa como una bata para estar dentro de la casa.

Como la importación de auténticos kimonos japoneses era limitada, la India empieza a fabricarlos y a exportarlos a Europa. En Holanda llegan a conocerse bajo el nombre de *Japonsche rocken*, en Francia como *robe de chambre d'indienne*, y en Inglaterra como *banyans*. Debido a sus exóticas características y a su escasez, el kimono se transforma en un símbolo de estatus de riqueza.

En cuanto a la moda del vestido femenino, se reflejaba la influencia oriental a partir de textiles con patrones asimétricos y colores inusuales para la época. Los textiles de algodón provenientes de la India llamados *indienne* eran telas pintadas o impresas, que por su extravagancia tuvieron mucha acogida en Europa. El deseo por los detalles culturales exóticos y la variedad de los mismos incitó el interés por sedas bizarras, bordados singulares y líneas al estilo *Pekinés*. Esto da un giro a la sobriedad en la vestimenta de

occidente y da lugar al nacimiento de una nueva era en el estilo de la moda tanto femenina como masculina en Europa.

Las autoridades políticas del siglo XVII deciden poner un impedimento a las importaciones y producción de las telas *indienne* hasta el 1759, ya que el monto de las ganancias que se generaba a través de estos textiles, representaba una amenaza para Europa. Al levantar este embargo en el siglo XVIII, occidente crea sus propias fábricas.

La tendencia hacia las telas impresas de algodón no se limitaba únicamente en el uso de la vestimenta, sino que también se empezó a emplearlas en la decoración interior. Los patrones, los colores y las texturas hicieron que la demanda crezca. Consecuentemente su precio también se elevó, incluso más aún que el de la seda. Esto permitió la transición de preferencias en cuanto a los textiles: de la seda al algodón. Finalmente, la creación del sistema de impresiones basado en el enrollador de cobre, dio lugar a la producción masiva de este tipo de telas en las fábricas.

El período Rococó

En el año 1715 en Francia, a la par con la coronación de Luis XV, nace un estilo llamado *rococó*, procedente de una cultura que buscaba el placer personal a través de la particular adquisición de *arte*. Naturalmente, parte de esa búsqueda incluía a la vestimenta y esta también pasa a ser parte del reino del arte. A pesar de que Francia era ya reconocida como la nación líder en cuestión de Moda femenina con Luis XIV, con el período rococó el país reafirma su reconocimiento. La importancia de ésta época para con la moda y vestido actual radica en que, del rococó surgen dos estilos de vestimenta diametralmente opuestos. El primero se sostenía en una fantástica concepción de estética artificial, y el segundo se sostenía en un intenso deseo de retornar a la naturaleza.

Para las mujeres, la esencia de la moda del rococó yacía en la *elegancia*, el *refinamiento* y la *decoración*, pero también se distinguen elementos de capricho, extravagancia, coquetería: la lujuria. El exceso de lo material, del lujo. A diferencia del vestido del siglo XVII caracterizado por su solemnidad, en el siglo XVIII el vestido de la mujer se convierte

en un objeto de ornamento del cuerpo femenino. El vestido por sí solo comprendía ya diversos diseños y decoraciones, logrando disfrazar el cuerpo femenino a través de lo ostentoso. Ahora los colores y las formas predominaban en el vestido de la mujer más no en el del hombre.

A su vez, el estilo de vida alcanzado en esa época, basado en confort, consumo y placer, exigía la creación de un vestido *informal* y *relajado* de modo que las féminas puedan disfrutar de largas horas de ocio en sus *salas de estar*. Para esto se crea el atuendo llamado *robe volante* (KCI, 2005:38. Véase anexo No.1): un traje largo de una sola pieza, holgado, que al usarse daba la impresión de que la mujer flotaba cuando caminaba ya que no podían verse sus pies. De ahí el nombre, “vestido o bata volante”. Sin embargo este vestido no tenía nada de relajado o confortable ya que a pesar de su volatilidad, por debajo de este atuendo las mujeres debían utilizar su lencería y el indispensable *corsé*. (KCI, 2005:14. Véase anexo No.2).

Resulta curioso pensar que los accesorios madurados en el rococó, alcanzaron un nivel decorativo que partían de una estética proveniente de la cultura conocida en ese entonces como *plebeya*. La aristocracia debió dirigirse hacia la moda del sujeto común para encontrar pistas acerca de cómo llevar un estilo de vida más cómodo en cuanto a la vestimenta. Por ejemplo, los abrigos y faldas funcionales de la gente común, tuvieron mucha influencia en los atuendos de las mujeres aristócratas, los cuales tendían hacia cualidades más simples para un estilo de vida más cómodo. En el caso de los atuendos formales, las pecheras ya no debían adherirse con alfileres, sino que ahora la bata dotaba de unos dobleces que permitían adjuntar la pechera al busto de manera más práctica

Así como la *robe volante*, distintivo atuendo casual llamado *descuidado* o *negligé*, (KCI, 2005: 26) utilizado en el régimen de Luis XIV, se crea también un vestido femenino formal llamado *robe á la française* (Véase anexo No. 3). Este estaba constituido por tres piezas muy importantes para los atuendos utilizados posterior al período revolucionario en Francia, y por tanto a nivel internacional: una bata, una falda en forma de campana y una pechera. Éstas eran colocadas sobre un corsé y un miriñaque o fusta, dando forma a la silueta del cuerpo femenino. Además de las variaciones en diseño, detalles decorativos y

colores, estas piezas se convierten en los componentes fundamentales del vestido femenino hasta el siglo XX.

La pechera, que habitualmente era triangular, acentuaba la figura del pecho de la mujer y, en conjunto con el corsé, se realzaba y formaba el busto de manera seductora, casi sugestiva. El miriñaque ensanchaba la forma de las caderas y daba la impresión de que la mujer estaba bien dotada para el proceso reproductivo. La bata simbolizaba la sutilidad del cuerpo femenino al ser tapado pero aun visto a través de la silueta. Es decir que la bata cumplía el papel de tapar al cuerpo para evitar que éste se vea *vulgar*; que exista la posibilidad de que el hombre utilice su imaginación. En otras palabras, todas las piezas que constituían al vestido femenino en el siglo XVIII -y más adelante-, tenían como fin reproducir una ilusión en el hombre y satisfacer sus expectativas visuales en cuanto al cuerpo de la mujer.

Es necesario enfatizar que los encargados de crear tanto los miriñaques como los corsés, eran hombres de gran contextura, que, por sus características, les permitía trabajar con hierro fundido, huesos de ballena, cuero y alambre. De igual manera, eran los hombres quienes preponderaban al momento de elaborar y diseñar la vestimenta femenina así como los arreglos y los cortes en el cabello. Este rol era estrictamente machista, regulado por los que en ese entonces tenían el poder de la creación de la Moda. Eran los del género masculino quienes producían atuendos de mujeres ya que su perspectiva masculina les ayudaba a configurar un atuendo visto específicamente desde y para el hombre, más no para la mujer. Razón por la cual los atuendos del siglo XVIII hasta el XX, no son funcionales para la mujer, únicamente satisfacen placeres del hombre.

La creciente popularidad del vestido más simple y funcional en Francia, se debió en parte a la *Anglomanía* que predominaba en ese entonces; una fascinación por todas las cosas de procedencia Inglesa. Las costumbres Inglesas, como fueron las caminatas por el campo y el disfrute al aire libre, introdujeron, a finales del siglo XVIII, un vestido llamado *robe retroussée dans le poches* (KCI, 2005: 27.Véase anexo No.4). En esta ocasión, el atuendo fue modificado al replegar la falda del vestido para crear bolsillos a los lados del

mismo. La falda fue abultarla hacia atrás con el fin de que las mujeres de *clase trabajadora* puedan utilizarlo mientras en el trabajo o para transitar cómodamente dentro de la ciudad.

A esta moda del vestido femenino le sucedió el atuendo *robe á la polonaise* (KCI, 2005: 27. Véase anexo No.5). Si bien el *vestido a la polonesa* también tenía la falda replegada hacia atrás, a diferencia del vestido *remangado dentro de los bolsillos* que tenía la falda cosida en la parte trasera, el *vestido a la polonesa* tenía la falda remangada en la parte trasera con unos hilos que la dividían da en tres partes. La razón: en 1772 Polonia estaba dividida por tres reinos. El vestido era una derivación *política* de este acontecimiento.

Una vez que los pliegues posteriores del vestido fueron cosidos hasta la cintura, el nombre de la moda del vestido cambia por *robe á l'anglaise* (Véase anexo No.6). El *vestido a la Inglesa* consistía de una bata con mangas y una especie de chal sobrepuesto y cruzado a la altura de la cintura. A pesar de que el miriñaque no era indispensable para este atuendo, la forma de la falda cumplía similar función. La falda no se arrastraba y se estilaba un delantal sobre el atuendo para la mujer trabajadora, amarrado al nivel de la cintura.

Estética artificial y retorno a la Naturaleza: El gran salto de la moda al período revolucionario.

A finales del siglo XVIII, mientras el *ancien régime* se balanceaba al borde del colapso, el estilo rococó había ya establecido sus cimientos adquiriendo mucha importancia entre los europeos. Para el año 1770, la vestimenta formal de la mujer consistía en una gran falda ampliamente ensanchada a los costados con un miriñaque particularmente grande, en conjunto con un enorme arreglo en el cabello o *vestido de cabeza* (Véase anexo No.7). La finalidad del conjunto de la magna falda y los arreglos en la cabellera, conformados por grandes pelucas y excéntricos ornamentos como barcos, canastas de frutas, vertientes, etc., era exaltar la belleza de los artefactos. Es decir que, las féminas resultaban ser un objeto al que adornaban y vestían según las ideas en cuanto a la moda y los momentos políticos que surgían en la época. Las caras de las mujeres eran minúsculamente enmarcadas bajo esta ornamentación sumamente extravagante. Así mismo, los vestidos femeninos no eran tanto

un ropaje como eran fantásticas construcciones arquitectónicas hechas en tela. (KCI, 2005:29)

Para poder realizar combinaciones entre la vestimenta y el cabello, los *coiffeurs* o peluqueros, debían planificar y construir con antelación los ornamentos y las pelucas, para luego proceder a realizar el vestido y sus respectivas decoraciones.

Para la segunda mitad del siglo XVIII, el rol que jugaban los mercaderes de modas en la sociedad occidental de ese entonces, -responsables de vender, elaborar y crear adornos y estilos-, cobra importancia por cuanto los ornamentos tanto para el cabello como para el ropaje de la mujer, empiezan a crear y marcar tendencias distintivas en la moda. Por tanto, los *marchands des modes*, se convierten en los sujetos de imposición de la moda. En la actualidad nos referimos a estos sujetos como *diseñadores de moda*.

Así mismo, es en la segunda mitad del siglo XVIII en donde se incorpora a las artes y la moda el concepto de Jean- Jacques Rousseau, *retorno a la naturaleza*. Esto significaba, de manera casi superflua, el uso de objetos, adornos y vestimenta que se asemejaran con el estado de *natural* del ser humano (KCI, 2005: 29). En otras palabras, en la segunda mitad del siglo XVIII se incorpora a la moda la idea *romántica* de utilizar artefactos, accesorios y vestidos que se asemejaran con épocas anteriores y que suponían una cercanía mayor a la naturaleza debido a su elaboración un tanto rudimentaria, y que, por consiguiente, plasmarían las necesidades básicas del ser humano en su estado natural: comida, reproducción y sexo. El ocio.

Esta ideología política apropiada por la moda, también fue adquirida por las artes de la época en general, marcando un distintivo estilo en ellas. Uno de los más reconocidos ejemplos de esta moda es el de la reina María Antonieta, que con sus *simples* vestidos de algodón y su sombrero de paja, escapaba de la vida social de la corte para ser más *libre* y *natural*. (KCI, 2005: 29)

Finalmente, ya en el período revolucionario, la moda sufre un cambio drástico en cuanto a los colores utilizados y las formas de la vestimenta. Esto tuvo una gran consecuencia en la moda del vestido femenino.

La inconformidad de la sociedad francesa para con el fracaso económico; el constante incremento del conflicto entre la aristocracia y la realeza; el descontento de la mayoría frente a los más privilegiados y la escasez extendida de alimento, generó en Francia una depresión colectiva que se manifestaba a través de la indumentaria.

La Moda tuvo una adaptación política durante el período de la Revolución a fines del siglo XVIII. Fue apropiada por las y los revolucionarios con el propósito de crear una propaganda ideológica al utilizar el vestido de los ‘más pobres’. Dado que la vestimenta en ese entonces cumplía el rol de distinción que cumple hasta ahora, -simbolizando un estatus de riqueza y de poder adquisitivo-, el vestirse como los ciudadanos de clase trabajadora representaba la igualdad que debía existir entre los seres humanos como sujetos. Así mismo, los colores sombríos utilizados, representaban la tristeza y el vacío que generaba toda esta inconformidad. Sin embargo, los colores oscuros también eran propios del estilo del vestido de las clases trabajadoras, ya que las sedas de colores eran propias de quien tenía el poder económico para adquirirlas. Aquellos que aun vestían sedas extravagantes y coloridas, es decir aquellos que aun vestían como la nobleza, eran considerados antirrevolucionarios.

Las mujeres utilizaban vestidos de tela muy fina, casi transparente, sin corsé ni miriñaque. Bajo el busto se encontraba una delgada cinta o cuerda que delineaba una división entre la parte superior y posterior del cuerpo. Este vestido *chemise* se convierte en el vestido de algodón más popular utilizados en la moda del siglo XIX. En el caso de los hombres, ya no se estilaba el uso de pantalones hasta la rodilla con calcetines nylon, ahora se usaban pantalones largos como los que se conocen en la actualidad. Estos se llamaban *sans-culottes*.

Siglo XIX

Durante el siglo XVIII, Francia se había consolidado como el país líder en moda femenina a nivel mundial. De igual forma, Inglaterra era reconocida como el país líder en vestimenta masculina, siendo sus sastres y cortes el centro de la fama. Sin embargo, se

distinguía un constante vaivén en cuanto a la silueta de la mujer dado los cambios de estilos en la Moda, mientras que la forma del cuerpo masculino se mantenía.

En el siglo XIX, evoluciona el prototipo del *chemise á la reine* (Véase anexo No.8), utilizado por María Antonieta (siglo XVIII), en el vestido reconocido en la historia de la Moda como vestido *chemise* (Véase anexo No.9). Para comienzos del siglo XIX, con el surgimiento de este vestido, se abandona el uso del miriñaque y el corsé. El cambio drástico que sufre la forma del cuerpo femenino y la moda femenina, da cuenta de que el Vestido femenino y su moda tienen como finalidad el cubrir al cuerpo más no darle forma. (KCI, 2005: 148)

El uso de telas de algodón y la forma en la que éstas caían al usarse, hacía evocar en el *vestido-camisón* las formas encontradas en el vestido de la antigua Grecia: un estilo adquirido por la moda femenina y aclamado por el neoclasicismo. Sin embargo, el invierno hace del uso de estos vestidos un verdadero reto para la mujer, consecuentemente se implementa el *chal*. Tanto el *chal* como las chaquetas largas utilizadas para combatir el frío, derivaban de la influencia de la moda de los uniformes utilizados en la milicia Napoleónica. Los chales traídos por Napoleón desde la India para sus tropas, -chales con diseños que sobresalían y resultaban atractivos-, denotaban el *poder* de las tropas. (KCI, 2005: 148).

Poco después de la Revolución Francesa, mientras se *regulaba* la política interna de Francia, Napoleón fue coronado como Emperador en 1804. A partir de su canonización, Napoleón decide utilizar a la vestimenta como un medio político: una especie de propaganda política en la cual simbólicamente se *decoraba* al imperio.

Napoleón emite una ordenanza imperial en donde, tanto el hombre como la mujer, debían utilizar atuendos de seda para ceremonias formales, reviviendo así el vestido extravagante de la era pre-revolucionaria. Las largas capas de terciopelo junto con las colas de los vestidos y sus pomposas y coloridas telas, simbolizaban el lujo y la autoridad de la corte Francesa, e ilustraba cómo la ideología revolucionaria había sido hecha a un lado. (KCI, 2005: 149)

En los años 20 del siglo XIX, retornan los corsés; las cinturas pequeñas predominaban en la época como símbolo de distinción en la Moda. Los vestidos fueron ensanchados pero simultáneamente fueron acortados, lo cual permitía revelar los tobillos. Para esto, se crearon unos calcetines decorativos que adornaban al tobillo y pies visibles. Así mismo, se crea el estilo *gigot* de vestido (*Véase anexo No.10*), el cual se distinguía por tener unas mangas en forma de esferas a la altura de los hombros, y terminaban de manera angosta a la altura de la muñeca. Conjuntamente con esta moda del vestido femenino se evidenciaban los exuberantes y muy atrevidos escotes en el busto, que por su exageración debían ser regulados con capas y chales durante el día para evitar cualquier tipo de exposición. (*KCI, 2005: 149*)

El estilo de éste período es reconocido como estilo *Romántico*. Este estilo es caracterizado por los desproporcionados tamaños de los adornos de la cabellera, de los escotes, y la exageración en las decoraciones de los atuendos femeninos. Es un estilo derivado del *Romanticismo*, un período en el cual, desde un punto de vista estético e ideológico, se fomentaban los impulsos románticos e imaginativos y promovía el gusto por mundos históricos y exóticos. La imagen romántica demandaba de la mujer ideal, una mujer delicada y melancólica; siendo que la imagen de una mujer saludable y activa era considerada vulgar, las características pálidas y lánguidas eran admiradas para la época. (*KCI, 2005: 150*)

Las limitaciones que traían consigo el vestido femenino debido a las capas de tela que este tenía, y por tanto el peso que representaba, generaba una ilusión de distinción en torno a la mujer aristócrata y burguesa. El impedimento de actividades físicas por parte del vestido, denotaba a la mujer distinguida y al vestido como un elemento indicador de riqueza: el vestido no era considerado como un elemento restrictivo. De igual manera, los vestidos fueron nuevamente replegados hacia el piso de modo que éste lo barrieran, enfatizando la *modestia* de la mujer.

La Revolución Francesa tuvo como consecuencia, -entre otras tantas-, el colapso de la jerarquía social tradicional, y en su lugar surgió una burguesía que predominó en el país durante el siglo XIX. En cuanto a la Moda, la *distinción* que esta daba a quien podía adquirir sus estilos, se agudizó. Ahora más que nunca, las líderes en moda femenina eran

las Emperatrices y las mujeres de la *alta sociedad*. Mujeres con capital económico y hasta cierto punto intelectual. Estas féminas eran quienes imponían un estilo o moda del vestido femenino determinado en las mujeres. Al ser utilizado por las *líderes*, el estilo o moda del vestido femenino se canonizaba por el mismo hecho de ser ellas quienes lo usaban.

Una representación de *distinción, actualidad, exclusividad y actitud*, se transferían al cuerpo de las Emperatrices y mujeres de élite a través de la utilización de la moda del vestido femenino *novedoso*. En torno a estas mujeres existía una ilusión acerca de su importancia. Por ejemplo, la Emperatriz Eugenia, esposa de Napoleón III, fue quien durante 1852 y 1870 lideraba e imponía los estilos y la moda del vestido femenino para la época. (KCI, 2005:148). Al apropiarse de los últimos cortes de la alta costura, la Emperatriz denotaba un poder económico y capacidad adquisitiva para seguir un ritmo de consumo tras cada novedad que la industria textil y los diseñadores de moda inventaban. En palabras más simples, denotaba el poder de la Emperatriz para estar siempre al *último grito de la moda*.

A partir de 1870, las mujeres de la élite burguesa, las actrices, y las mujeres de la alta clase cortesana fueron la clientela predominante de la alta costura. Por tanto fueron ellas quienes sirvieron de *modelos objeto* para divulgar la moda del vestido femenino en la sociedad *popular*. Previamente, en los 1850's surge en Francia las *tiendas departamento* de vestido femenino. Este proceso, en conjunto con la industria textil y la mejora de la industria en general, permitió que la moda se convirtiera en un accesorio asequible para la mayoría de mujeres trabajadoras, en donde podían encontrar variedad de mercancía a un precio razonable.

La evolución del transporte público, como fue la aparición de trenes y barcos a vapor, fomentó la adquisición de la moda Francesa, logrando, por tanto, su propagación a nivel internacional, consiguiendo con ello canonizarla una vez más.

La Crinolina, el Polisón y el estilo S

Hacia finales de los años 50 la moda del vestido femenino cambia, transformando consigo el estilo de las faldas y la forma de los cuerpos. Si bien los miriñaques ya no estaban en boga para la época, y tomando en cuenta al estilo más *natural* que se deseaba alcanzar con los vestidos de algodón simples, surgen otras tendencias en las cuales se implementan aparatos que cumplían similar función a la del miriñaque: ampliar la falda o vestido y dar mayor volumen a las caderas y glúteos de las mujeres. La *crinolina* (Véase anexo No.11), por ejemplo, era una especie de jaula en forma de cono invertido constituida por alambre o hueso, que daba un volumen exagerado a las faldas. Era utilizado por las mujeres por sobre la ropa interior, justamente antes de colocarse su atuendo principal.

El crecimiento de la industria metalúrgica, en conjunto con los avances de la industria textil y el desarrollo de las máquinas de coser, hacen que las crinolinas adquieran extraordinarios tamaños, lo cual significaba que la corpulencia y diámetro tanto de las faldas como de los cuerpos femeninos también aumentaba.

Sin duda alguna este aparato restringía a la mujer, tanto por su peso como por su forma. Sin embargo su función principal, y por consiguiente su importancia en la historia de la moda, era generar una ilusión en torno a la cintura de la mujer, haciéndola ver más angosta y más pequeña que la parte inferior del cuerpo. Destacar las *delicadezas* de la mujer diferenciándola del *tipo* de cuerpo masculino, distinguiendo el macho de la hembra: haciendo una vana distinción de *sexos*.

La crinolina fue utilizada hasta el siglo XX (KCI, 2005:150). En el caso específico del Ecuador, la crinolina fue utilizada hasta los años 50 con el mismo propósito y la misma forma en la que se la utilizó en el siglo XIX. Con la creación de la falda recta, la falda con pliegues y la falda con cortes, el uso de la crinolina pasa de moda.

Con igual intención que la crinolina, se creó el *Polisón* (Véase anexo No.12), un aparato que tenía una jaula semejante a la altura de los glúteos de la mujer. La caída de la jaula como la de una cascada, hacía ver la cintura, desde cualquier perspectiva, mucho más pequeña. Una vez más, el tamaño de la cintura era muy importante para la moda del vestido femenino en aquella época.

Desde el 1880 en adelante, los atuendos de las mujeres, es decir, el vestido femenino, se convierte en un aparato de dos piezas. El polisón era plano por delante, por lo que se generó un nuevo estilo. Mientras que este aparato, en conjunto con la falda, daba volumen a la parte trasera de la mujer, las blusas y boleros fueron perfilando una especie de S en el cuerpo femenino al delinear y acentuar la figura del busto. Para lograr la ilusión de pechos robustos y cintura diminuta, las empresas de lencería lanzaron al mercado un corsé mucho más ajustado. Así mismo, se procede a adornar excesivamente a los vestidos, lo cual hacía imposible distinguir la verdadera forma de los cuerpos que los utilizaban, siendo una silueta en forma de S la única imagen detectable a la vista (KCI, 2005: 151). El estilo S (Véase anexo No.13) resembled las formas orgánicas y sinuosas ideales del arte *Nouveau*.

A fines del siglo XIX, el uso de trajes a la medida en las mujeres ya predominaba. Era una combinación entre los trajes utilizados por los hombres en el deporte y los trajes utilizados al montar a caballo. La relevancia de la blusa para este atuendo, hizo de esta una moda del vestido femenino que perdura hasta el día de hoy. La facilidad con la que se colocaba la prenda, la hacía práctica para toda ocasión casual (KCI, 2005:151).

Los estándares de vida para ciertos sectores sociales se habían elevado de tal manera que, la posibilidad de realizar actividades de ocio también se elevó. A pesar de las restricciones que las mujeres tenían para nadar y hacer excursiones, entre otras actividades, finalmente se creó la primera especie de pantalón llamado *bloomers* (Véase anexo No.14) para la mujer, de uso exclusivo para la bicicleta. Los pantalones fueron promovidos e ingeniados por la feminista Amelia Jenks Bloomer, quien propuso una especie de pantalón turco para la mujer como atuendo para deportes, siendo rechazado múltiples veces hasta que la promoción de campañas a favor de los derechos de las mujeres impulsó su uso. (KCI, 2005:153).

Para finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, la modernización de la industria mejoró el estilo de vida del medio social logrando expandir la moda a sectores sociales más amplios. Una etiqueta social estricta había surgido para ese entonces, la cual demandaba de la mujer utilizar hasta siete atuendos diferentes diariamente, para alcanzar las expectativas

sociales. El *traje de día*, el *traje para la hora del té*, el *vestido de visitas*, el *vestido para la noche* –para el teatro-, el *traje de gala*, el *vestido para la cena*, el *traje de estar o de casa* –para ser utilizado antes de dormir-, y el *traje de dormir*, eran todos atuendos a los que las mujeres debían regirse. Como no todos estos vestidos eran de igual tamaño y forma, la lencería y ropa interior debió evolucionar con ellos. Se crearon tipos de ropa interior con variados diseños y decoraciones que la industria permitía masificar para cumplir las expectativas de la moda.

Finalmente, al concluir el siglo XIX, se habían alcanzado grandes avances en la industria textil. La automatización de las máquinas cosedoras, tejedoras y de impresión daba mayor agilidad para la creación y venta de telas. La invención del primer colorante sintético, *anilina*, introducido en 1856, trajo un cambio dramático en el esquema de color del ropaje femenino. Adicionalmente, las prácticas máquinas de coser concebidas por Isaac Merrit Singer en 1851, mostraron un desempeño importante en la confección de atuendos e inmediatamente se insertaron en lo que ya se veía como la industria de la moda. Con estos avances, se genera la noción de atuendos o vestidos *ya-hechos*: vestimenta estandarizada en cuanto a estilos, tamaños y cantidad, que podía ser adquirida y utilizada con mayor facilidad.

Al igual que la prosperidad alcanzada por la masificación del vestido, la alta costura también tuvo una buena acogida. El diseñador Charles Frederick Worth estableció a mediados del siglo XIX, las bases para la alta costura que existen hoy en día en el sistema. Abrió su taller en 1857 en París y introdujo la práctica de presentar una nueva colección para cada temporada. Sin embargo, su mayor aporte al sistema de la moda fue la incorporación, o más bien la institucionalización de mujeres modelo vivas para la muestra de las prendas, logrando con ello un sistema de moda moderno en el cual múltiples personas podían adquirir las creaciones de un diseñador a través de la radical presentación de los atuendos. (*KCI, 2005: 153*)

Siglo XX

Poco después de que en Occidente se celebraran los avances que trajo consigo la revolución industrial, al llegar la Primera Guerra Mundial se creó una total

desestabilización social, política y económica. Para fines del siglo XIX la cuestión política ya parecía haber emprendido un desmesurado declive, generando los primeros indicios de una *sociedad de riesgo*; el descontento social era el ambiente propicio para que la sociedad vulnerable del siglo XX se convirtiera en la real trinchera amansadora y preformadora de poder de la sociedad actual.

Para el siglo XX, la Moda del vestido femenino era ya un asunto político por cuanto la *emancipación* de la mujer también se relacionaba directamente con su atuendo. Ya no se estilaba el uso del corsé y existía una profunda búsqueda de nuevos estilos. Con la venida de la Primera Guerra Mundial, varios aspectos de la sociedad y la cultura cambiaron de manera acelerada; un creciente número de mujeres profesionales e ilustradas, el uso frecuente de automóviles y una creciente fascinación por los deportes, son tan solo breves recuentos característicos del nuevo estilo de vida que se estaba gestando.

En cuanto a la vestimenta femenina, ésta tuvo cambios a nivel morfológico si se quiere, adaptándose a la forma del estilo de la nueva época. Para la mujer *activa* del siglo XX, la vestimenta empezó gradualmente a adquirir funcionalidad al emplearse el uso de trajes a la medida. Sin embargo, los emprendedores de las *casas de alta costura* como lo fueron los diseñadores Charles Frederick Worth, Jacques Doucet y Jeanne Paquin, aún mostraban su tendencia por el estilo del *Art Nouveau*, en donde las siluetas y la elegancia mezcladas con *lo natural*, primaban. Sus creaciones peculiarmente ornamentadas, necesitaban de un corsé singularmente largo para lograr el efecto deseado: una silueta artificial en forma de *S*. (KCI, 2005:326)

Los corsés restringían de sobremanera a la mujer para ejecutar cualquier tipo de actividad. Generalmente, eran las mujeres aristócratas quienes tenían el lujo de utilizar estos aparatos en momentos de aparición social, para luego desmontarlos en casa y utilizar algo más cómodo. En cuanto a los corsés largos, éstos distorsionaban la forma natural del cuerpo e impedían la motricidad a tal punto que, a pesar de que se los utilizaba en público, era comprensible que las mujeres buscaran *liberarse* de tan restrictivo aparato al momento de llegar a casa. Por lo tanto, los vestidos para *el té* se convirtieron en los atuendos más populares para estar en casa, ya que su holgada forma permitía a la mujer movilizarse con mayor facilidad y realizar distintas actividades. (KCI, 2005: 326)

Fue Paul Poiret quien puso en marcha una nueva moda que no requería el uso del corsé. Este diseñador es un gran referente de la moda actual ya que el estilo que introdujo en la moda del vestido femenino en el siglo XX, implícita o explícitamente, sugería una evolución de la misma a través de la revolución de la forma y silueta del cuerpo femenino. Su principio: mostrar la forma natural del cuerpo femenino y sus variaciones a través de los atuendos. Poiret cambió el diseño de los atuendos femeninos al cambiar el *punto de gravedad* de las prendas: de la cintura a los hombros.

El vestido al estilo *Helénico*, el cual dotaba de mangas y de un corte de cintura alto era el primero en su tipo. Daba cabida a los distintos tipos de cuerpos y siluetas femeninas lo cual significaba que no se imponía un determinado tipo de forma en el cuerpo. Era el nuevo *tipo de belleza* que el diseñador deseaba promulgar. Consecuentemente, esta nueva forma más *natural* dio paso al surgimiento del *brasier*. (KCI, 2005: 326)

El siglo XX se había caracterizado por una nostalgia por tierras extranjeras. Tras la publicación de *Las Mil y una Noches* y la creciente popularidad de pinturas de Oriente en Europa, se creó todo un imaginario en torno al Medio Oriente, Asia, e India basado en magia, misterio, extravagancia y sensualidad. En consecuencia, la moda del vestido femenino adquirió en este período un estilo que hacía uso de telas importadas con diseños propios de la cultura Oriental.

Tanto para Poiret como para las *Hermanas Callot*, su visión sobre la cultura Oriental representaba la inspiración para la creación de un estilo de prendas muy flojas. El *Kimono* y los pantalones de tiro bajo abombados, que daban una forma plana y abierta al cuerpo, había sugerido la nueva relación entre el cuerpo y la ropa. Ahora el corte de las prendas debía ir en función con el modo en el que la mujer se desenvolvía, en cómo se movía; en el caminar de la mujer.

De esta manera, se crean prendas holgadas para la mujer. Vestidos flotantes, casi *espumosos*, que no marcaban de manera estricta la silueta de la mujer. El vestido *Delphos* (*Véase anexo No.15*), por ejemplo, revestía al cuerpo con una forma circular a través de los pliegues que componían al vestido. Era una pieza simple que se servía del movimiento de la mujer para mostrar el verdadero adorno de la vestimenta: la tela. (KCI, 2005: 327)

Al comenzar la Primera Guerra Mundial, las faldas de las mujeres fueron acortadas y los atuendos fueron adquiriendo funcionalidad. Las mujeres habían obtenido responsabilidad por las tareas que cumplían los hombres en la sociedad y en la industria, lo cual significaba que las mujeres necesitaban vestimenta práctica más no decorativa. Es aquí donde los trajes a la medida empiezan a popularizarse. (KCI, 2005: 327)

La diseñadora Gabrielle Chanel tuvo mucho que ver en el cambio de la moda del vestido femenino del siglo XX. La adaptación del atuendo masculino sobre el cuerpo femenino tenía la finalidad de componer vestimentas que fueran cómodas, funcionales y listas para usar. (KCI, 2005: 328)

Más que por el traslado del estilo del vestido masculino sobre el cuerpo femenino, Chanel se destacó por la relevancia de su presencia femenina en la creación funcional de vestimenta para la mujer. Durante siglos, -mucho antes que el siglo XVIII-, se acostumbraba vestir a la mujer para el deleite del hombre, desde una visión masculina, para complacer las sensaciones del hombre; Gabrielle Chanel cambió este sistema al utilizar en sus creaciones a los conceptos *comodidad y funcionalidad*, más no al concepto decorativo. La moda del vestido femenino hecha por una mujer, para las mujeres.

La *nueva mujer*, -trabajadora, asalariada, visionaria-, tuvo un gran impacto social para cuando la guerra acabara. Puesto que el grado de *exposición social* al que habían sido sometidas, derivaba de un modo de producción y una crisis que se remitía en ese entonces, las mujeres vivieron bajo un sistema de producción basado en ideales de distinción de género y capacidades, tales como la intelectual y la física.

En el siglo XX se establecerían las bases para la perpetua reproducción de un sistema antiguo; un espejismo del dominio y lucha de poderes entre la monarquía, la aristocracia, la burguesía y el común. Fue una era de cambios y realizaciones tanto tecnológicas como científicas, que presuponían la expresión máxima de los alcances humanos y que por tanto ayudarían al ser humano para poder descubrir elementos que hagan la vida del sujeto posible bajo perfectas condiciones. Pero eso falla.

La imagen distorsionada del cuerpo perfecto, el plástico y el objeto de deseo se configuraron por una mayoría no representativa.

Este sistema se enraíza cuando la Guerra entre las potencias económicas del mundo estalla. El enfrentamiento manifestaba quiénes llevaban la batuta de lo que se hacía en el planeta y de qué modo. La sujeción histórica de los pueblos impartida por los territorios imperiosos, - hayan sido colonizaciones, esclavizaciones, monarquías, o cualquier otra expresión de dominio del poder-, había dejado desoladas a las Naciones que de ellos dependían.

Todo esto incitó el deseo de la mujer, -mayoritariamente occidental-, de conocer más acerca del mundo de *afuera*. Un mundo completamente foráneo y más machista de lo que en algún momento pudieron suponer. Un mundo donde la competencia, la ambición y las jerarquías sociales predominaban.

La mujer había vivido durante la guerra, una configuración machista respecto al trabajo y a la forma de supervivencia primaria de este mundo social. Es muy lógico que la mujer, al tener este referente *superior*, -por cuanto es un juego de poder-, lo convirtiera en su objeto de deseo por la igualdad de género que podía representar. La imitación de la apariencia masculina por parte de la mujer, empieza a surgir. Los cuerpos rectos y planos serían apreciados. Una especie de *masculinización* referida al cuerpo y al estilo de vida de las féminas.

Los peinados cambiaron; el pelo corto se puso de moda. Los dobladillos de las faldas se habían acortado hasta bajo la rodilla. La voluptuosidad corporal y la delineación de las curvas de la mujer, ya no eran las de antes; el trabajo había desgastado el cuerpo y el estilo de vida había cambiado.

Se podría decir que este es un momento de gran confusión para la mujer respecto a la distinción de roles sociales. El papel que había jugado durante tanto tiempo y que había distinguido el rol social de la mujer, provisto por un discurso falaz de responsabilidades de la hembra como medio reproductor sumiso, había cambiado de manera subjetiva después del respectivo rol de “macho” al que tuvieron que regirse las mujeres con la llegada de la primera guerra; “...*la reducción de las facultades individuales concretas, a fuerza de trabajo abstracto, estableció una igualdad también abstracta entre hombres y mujeres...*” (Marcuse, 1973: 90)

De esta forma una mayor cantidad de mujeres empezaron a tener educación, llevaban a cabo actividades deportivas, manejaban, fumaban y algunas tenían profesiones. Todas actividades realizadas comúnmente por el hombre e ideadas por el hombre.

A partir de esto, el tipo de cuerpo femenino que empieza a venerarse es un tipo de cuerpo lánguido, próximo al tipo de cuerpo masculino. La moda no ha cambiado o evolucionado únicamente en cuanto al diseño o por sí sola, sino que también había cambiado la forma básica del cuerpo de la mujer (*KCI, 2005:14*).

Sin embargo, parte de la búsqueda de conocimiento que la mujer hizo, suponía el descubrimiento de actividades, y de nuevos modos de vivir. La música jugó un papel fundamental.

La expresión corporal en el baile del tango, el jazz y el Charleston, implicaba la comercialización del *exotismo* del cuerpo femenino. A pesar del proceso de masculinización por el que pasaron las mujeres durante la guerra, el estereotipo de la feminidad debía persistir. Todos los imaginarios discursivos que se crearon en torno a la mujer, sus curvas, sus formas, sus prototipos, sus fenotipos, su sexo, su piel, su pelo, su pulcritud, su pureza. Lo *exótico* de la mujer debía plasmarse en la imagen que la mujer mostraba ante la sociedad para poder ser reconocida *debidamente* como una mujer. Distinguirse como *objeto femenino*.

En cuanto a la moda del vestido femenino, esto suponía extender los alcances que ésta tenía. Ahora debían crearse atuendos para la mujer en el deporte, la mujer en el trabajo, la mujer en la casa, la mujer en el estudio, la mujer en la sociedad. Categorías que a simple vista parecen vanas pero que suponen un complejo tejido de discursos retóricos. La normativización de la *nueva mujer*.

Luego de la Primera Guerra Mundial, se empezó a tener una imagen menos censurada de la mujer: ahora la mujer era vista como más *atrevida*, trabajadora, rebelde. Ya no era la mujer sumisa que se quedaba en casa. La mujer logró integrarse bajo el tipo de perfil de producción y de consumo de una *superestructura* en construcción, consiguiendo plasmarse como un gran potencial para el mercado.

Con la Gran Depresión de 1929 y la casi inmediata llegada de la Segunda Guerra Mundial, no se estilaba comprar vestimenta. La escasez obligaba a las mujeres y hombres hacer sus creaciones en casa y usar lo que aún quedaba. De igual manera, la industria de la Moda se veía en aprietos, por cuanto el racionamiento y carístia de las telas y materia prima, obligaron a muchos diseñadores y diseñadoras a dejar su profesión.

Para Suramérica y los Estados Unidos en esta época, era aún más difícil conseguir *el último grito* de la Moda del vestido femenino, ya que sus precios eran muy elevados y en muchos casos imposibles de importar. Desde los años 1930 en adelante, los trajes y vestidos a la medida se impondrían hasta finales del siglo XX.

Ya en la Segunda Guerra Mundial, muchos diseñadores que se encontraban desocupados habían sido contratados para el diseño de la vestimenta de los soldados. Los países aliados habían acordado ciertos aspectos de la vestimenta para poder distinguir a los de *su equipo*. Dada la limitación del uso de las telas y como consecuencia de la producción en masa que representaban los uniformes y la indumentaria para la guerra, se llegó a prohibir el uso de *faldas* con pliegues para las mujeres, ya que se utilizaba más tela de lo permitido. Así surge la moda de la *falda recta*: falda ceñida al cuerpo que empezaba en la cintura y terminaba bajo o antes de la rodilla; mientras menos tela, mejor.

Con la llegada de la nueva guerra, la moda del vestido femenino se apropió del estilo de la indumentaria militar. La silueta con el torso erguido, de hombros superpuestos y brazos rectos, tuvo gran acogida. Las chaquetas con hombreras y grandes bolsillos habrían de ser usadas por la mujer. (KCI, 2005: 330).

Los Estados Unidos habían jugado un papel importante respecto a la industria de la moda durante la Segunda Guerra Mundial. El país se había institucionalizado como autor de un tipo de moda *casual* y lista para usar, aspecto en el que difería con la moda europea ya que ésta se distinguía por su elegancia y formalidad, derivadas del estilo *lujoso* que tenían la corte y las monarquías. Por consiguiente, se logra instaurar un *look* casual proveniente de California, un estilo ejecutivo proveniente de Nueva York, y un estilo más funcional para la mujer acuñado con el nombre de *estilo campus* para las jóvenes. (KCI, 2005: 330)

Una vez que la guerra y la ocupación en París terminaran, se impulsa nuevamente la *alta costura*. A partir de los años 50, resurgen y nacen diseñadores como Christian Dior, quien había creado un *nuevo estilo* basado en los cortes del siglo XVIII y XIX, haciendo uso de las cinturas ceñidas y las faldas largas. Irónicamente, este estilo fue muy bien acogido por las mujeres a pesar del uso del corsé que esta nueva moda implicaba. Aparentemente existía una nostalgia por el pasado y su estilo de vida. (KCI, 2005: 330)

Christian Dior había revivido la *alta costura* al instaurar una moda del vestido femenino que utilizaba hasta doce metros de tela. Los hombros circulares, un busto prominente y una cintura muy pequeña, eran características de un aparente renacer de la moda de siglos anteriores. Para la mujer que había sido forzada a vestir de manera austera y simple, el uso lujoso del material del *nuevo estilo*, simbolizaba el fin de la guerra. (KCI, 2005: 500)

Casi a la par, surge el estilo del diseñador Cristóbal Balenciaga. Un vestido que no necesitaba de prendas interiores para darle forma. Un vestido holgado y corto, en el que era difícil evidenciar la silueta de la mujer; era reconocido por su comodidad. Así mismo Chanel vuelve con los trajes a la medida para la mujer, convirtiéndose en símbolo de la mujer moderna del siglo XX. Comúnmente conocido como el estilo *sastre*.

El negocio de la moda en Europa, particularmente en París, había sido reimpulsado. Durante la década de los años 50 y 60, la sociedad inició una era de consumo masivo. La austeridad que se había vivido durante la guerra y la posterior reconstitución de los capitales económicos, despertó en la sociedad un deseo insaciable por tenerlo todo. Bajo este principio es que se instauran las licencias para los negocios de Moda. Así se crean las *marcas*: logos con la finalidad de evitar copias y organizar una verdadera industria o monopolio de la moda. Esto generó una obsesión respecto a las marcas por parte de la sociedad, y particularmente en las mujeres. Es la distinción que representaba el tener una prenda original: no todas podían tenerlas.

Llegada la década de los 60s, los *baby boomers* estaban ya en la adolescencia, la Unión Soviética lanzaba el primer cohete espacial y el presidente Estadounidense John F. Kennedy era asesinado. En medio de todo el drama en el que se veía sumido el mundo social, las generaciones jóvenes buscaban sus propios medios para poder expresarse. Por

ejemplo, la letra de las canciones, el cine, y sobre todo la forma de vestir de los jóvenes, plasmaban el descontento y la profunda necesidad de un cambio estructural. (KCI, 2005: 501)

En la década de los 60, la moda del vestido femenino daría un vuelco de 360 grados. La juventud descubría que mostrar su cuerpo era el medio más efectivo por el cual se diferenciaba de generaciones anteriores. No solamente eso: era provocador, rebelde, erótico; rompía toda ética moral de ese entonces respecto a la *exhibición corporal*, lo cual apuntaba hacia una necesaria aproximación, aceptación y un entendimiento de la sexualidad del sujeto.

Con la aparición del *monokini*, un terno de baño *topless*, surge un nuevo y *letal* concepto respecto al cuerpo: la *híperconciencia* sobre el cuerpo femenino. Letal por cuanto este concepto empieza a propagarse como el imaginario homogéneo de una sociedad moderna, respecto al cuerpo femenino *perfecto*. Este concepto ha servido de discurso primario para la venta y comercialización de la moda del vestido femenino actual.

Los vestidos fueron acortados hasta los muslos teniendo la finalidad de mostrar las piernas de las mujeres. Las *minis* eran realmente mínimas capas de tela sobre el cuerpo femenino. Si bien todo esto pudo haber tenido algún sentido de provocación política o social por parte de la mujer en ese entonces, -dado el contexto político de la época-, con el pasar del tiempo se convirtió en una especie de *hipersexualización* de la imagen de la mujer, en donde la imagen de su cuerpo servía para exponer y explotar la sexualidad femenina.

Esto se evidenciará en el estudio de caso.

No obstante, el uso del pantalón en las féminas se popularizaba en el sector de la *alta costura*, popularizándose así en la sociedad. Con la revuelta de Mayo del '68, el uso del pantalón por parte de las féminas ya era un hecho; no eran de ser utilizados únicamente en la playa o en casa. También, las prendas que utilizaba la obrera pre y post guerra, como el *jean*, empezó a utilizarse. El tabú respecto al uso del pantalón en mujeres, había empezado a desaparecer. (KCI, 2005: 500).

El periplo Espacial y la competencia por este suceso entre los Estados Unidos y Rusia, también fue un acontecimiento político-social que influenció a la moda del vestido femenino. Había una gran expectativa social por saber acerca de los misterios del Espacio. El uso de figuras geométricas, que suponían dar un sentido futurístico a las prendas, se empleaba cada vez más en los vestidos de la mujer.

En definitiva, la mujer ya no tenía una forma o una silueta en particular, puesto que los siglos anteriores habían servido para demarcar de forma determinante el tipo de cuerpo femenino, ahora las mujeres podían vestirse como querían.

Esto impulsó la creatividad de algunos diseñadores, -como es el caso de Paco Rabanne-, a utilizar materiales diferentes al algodón o a cualquier tipo de *tela* natural. Rabanne utilizó material sintético para realizar abrigos y vestidos. El uso del plástico en las prendas sería la novedad en los años 60.

Entrados los años 70 y 80, las prendas *prêt-à-porter* (listas para usar), empiezan a tener éxito. En siglos anteriores ya existían prendas listas para comprar y usar, pero eran consideradas de *mala* calidad. La industria textil se había masificado, y parecía que la sociedad lo ponía fácil para el mercado. Había surgido un estilo *unisex* de la mano del *hipismo*, y esto hacía que la moda obtenga un cierto grado de homogeneidad.

Las camisetas de algodón y los *jeans* eran utilizados por absolutamente todas. Eran cómodos y resistentes. Lo *folklórico* estaba de moda y esto también pasó a ser un concepto por el cual sería reproducido millones de veces a través de la producción en masa que suponía la creación de ropa *lista para usar*.

Si bien el uso del jean y las camisetas simples de algodón parecían haber quebrado los limitantes respecto a las clases sociales, edad, género y nación, siempre habrá que tomar en cuenta que la moda en general, es un sistema que se rige bajo juegos de poder. Sus bases yacen en juegos de poder. Por lo tanto, es necesario aclarar que si bien las apariencias podían haber sido las mismas, el sistema de la moda, como cualquier otro sistema basado en capital económico, configurará una especie de distinción de clases, género, edad y nación para existir como potencial mercado en el mundo.

Finalmente, ya en la década de los 90s, el fraguado sistema de la Moda se había apropiado de todos los estilos *callejeros* que surgieron en la segunda mitad del siglo XX. El estilo *punk*, el estilo *surfista*, el estilo *skater*, todos los estilos de las variaciones musicales, absolutamente todos, fueron fagocitados por la industria de la moda. Como en siglos anteriores, la principal inspiración de los diseñadores era la forma en la que vestían las personas en la *vida real*, para luego trasladarlos a la *alta costura* en forma de *estilos*, y posteriormente darles distinción.

Al igual que el *estilo existencialista*, que fue apropiado por Yves Saint Laurent durante 1950 al observar a los existencialistas parisenses reunirse en cafeterías, el 90% de los estilos *impuestos* por el sistema de la moda ya han existido antes de ser expuestos en una especie de *gran premier*.

Los cambios que tuvo la moda del vestido femenino en los años 90s, estuvieron marcados por la anterior sucesión política de Margaret Thatcher en el poder. Desde la perspectiva social, una mujer políticamente poderosa ya era posible. Las mujeres ahora también eran ejecutivas y, con el concepto de híperconciencia del cuerpo femenino de los años 60, debían ser activas y tener un cuerpo esbelto. Consecuentemente, las prendas *hiperceñidas* al cuerpo salen a la luz.

Nace un estilo *postmoderno* en la moda. Lo que antes se consideraba como ropa *interior* ahora estaba siendo utilizada exteriormente, como es el caso de las prendas ceñidas. Asimismo, lencería como el corsé, eran utilizados como prendas exteriores. La adopción de la vestimenta tradicional, clásica, *antigua* o que haya existido ya en épocas anteriores, y presentadas como creaciones modernas, pueden considerarse como aproximaciones postmodernas de la moda del vestido femenino. De esta manera, encontramos una especie de anacronismo, si se quiere, en el sistema de la moda del siglo XXI.

Para finales del siglo XX, el internet y los medios de comunicación televisivos se convirtieron de manera inesperada, en una gran herramienta de difusión de la moda. En el siglo XXI, todo lo que se refiere a la moda del vestido femenino, se reproduce casi de forma exacta en la que se produjo durante el siglo XVIII, XIX y XX, en cuanto a lo que se

refieren estilos, roles y funcionalidad de la vestimenta. La industria cultural jugaría el papel más importante en lograr que esta reproducción se efectivice.

Los Medios y la Moda

Uno de los métodos más acogidos para la proliferación de las tendencias, fueron las revistas de *Moda*. Revistas como: *Le Journal du Goût* (1768-1770), *Le Cabinet des Modes* (1785-1786) y *La Galerie des Modes et du Costume Français* (1778-1788) ayudaban a expandir las tendencias y gustos por la moda casi a nivel mundial (KCI, 2005: 29); marcaban lo que estaba *a la moda* y lo que no.

Particularmente en el siglo XX, con el avance tecnológico de la impresión y publicación de textos, los *Más Media* se convirtieron más aun en un aparato indispensable para transmitir las novedades acerca de la Moda, haciendo que la influencia de estilos se esparciera rápidamente alrededor del mundo. Publicaciones como *Vogue*, establecieron un método para informar al mundo, de los acontecimientos de la Moda: el uso de la imagen. (KCI, 2005: 327)

Las imágenes empezaron así a jugar un rol dominante dentro de la industria de la Moda. Se consideraba como la era de oro de la ilustración de la moda, pues representaba para los diseñadores un medio por el cual sus trabajos serían promovidos, comercializados y vendidos. Sin embargo, debido a la gran demanda de información acerca del *último grito de la moda* que tanto fanáticos como periodistas buscaban promover y promulgar, el *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne* fue establecido en 1910 con la finalidad de programar el debido momento del lanzamiento de las colecciones y evitar la imitación de las mercancías. Con esto, se crean las renombradas *temporadas* de la Moda; colecciones de verano, otoño, invierno y primavera. De esta forma, París establece un sistema de la moda que tiene como consecuencia normativización del vestido. (KCI, 2005: 327)

Hasta el día de hoy, las revistas de moda predominan como las principales responsables de la expansión y proliferación de tendencias a nivel internacional.

Las revistas de *Moda* o *Fashion magazines* son de suma importancia para comprender cómo se manifiesta el *Biopoder* en la moda del vestido femenino, ya que en estos escritos se plasma un discurso entorno a la moda, el cual hace uso de la imagen femenina para el control del cuerpo de la mujer en base a un objeto del deseo: es ahí en donde yace el *Biopoder*. El discurso que se crea entorno a la moda por parte de las revistas, los signos y símbolos que plasman el discurso y que dan importancia al vestido en forma de dispositivo de control; todo se encuentra en los medios de difusión de la Moda.

CAPÍTULO 3

BIOPODER EN LA MODA FEMENINA

PARTE I

ILUSIÓN Y DISCURSO DEL SISTEMA DE LA MODA FEMENINA

“El atrofiamiento de los órganos de la enajenación artística es el resultado de procesos bastante materiales.” (Marcuse, 1973: 115)

A través de la historia de la moda, se ha establecido que la moda del vestido femenino ha servido como aparato de control del cuerpo de la mujer. La moda del vestido femenino se rige a una superestructura en la cual existe una primicia de dominio y de poder. Es evidente que el diseño principal del vestido en la mujer, fue y es para someter y diferenciar a la hembra humana del macho.

Es así como la moda del vestido femenino ha logrado establecerse como sistema social, el cual sigue operando en el siglo XXI bajo un principio de ilusión y discurso.

El rol social y el *estudio* sexual al que fue sometida la mujer, antes, durante y después de los siglos XVIII, XIX y XX, definieron de manera exacta, absolutamente todos los movimientos, gestos, fisionomías, características, tipos y hasta enfermedades congénitas, encajándolos en un estereotipo global de lo que representa y es una *mujer* como objeto más no como sujeto. Asimismo, este *sistema de poder*, esta estructura que se crea en torno al dominio y al sometimiento, al control, es luego trasladado a todas las derivaciones y formas de reproducción de *poder*. Tal es el caso del sistema e industria de la moda femenina.

“...la represión de la mujer se ha fortalecido constantemente con el uso social de su constitución biológica.” (Marcuse, 1973: 88)

Ilusión

Debemos remitirnos directamente al sistema de trabajo enajenado que el sujeto realiza día a día. Para ser más exactos, al momento preciso en donde este sistema lo convierte todo en mercancía.

Las sociedades represivas, es decir, las sociedades que han desarrollado técnicas, mecanismos y aparatos de control y de normativización, han sido las sociedades que han logrado que este sistema prevalezca, ya que la técnica es el medio por el cual se conquista poder. Como se había mencionado en el capítulo anterior, el conocimiento y la verdad resultan ser los mecanismos por el cual se da la sujeción y el control sobre el *otro*. Por consiguiente, “*La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo.*” (Adorno, Horkheimer, 1969:147).

Es ahí donde reside una especie de *ilusión negativa*: una *verdad poética* como lo dice Marcuse. La tecnicidad o los tecnicismos se basan en discursos que son comprobables desde una perspectiva en particular, desde un punto histórico vivido y experimentado por un sujeto o un grupo de sujetos limitado. Esto quiere decir que la racionalidad a la que está sujeto el *sujeto* es una ilusión de la técnica misma.

Dado que el trabajo enajenado se basa en la técnica de una experiencia limitada, las cosas son percibidas únicamente desde el punto de vista de quienes se han apropiado de dicha técnica y la comprenden como ultimátum de veracidad *real*. La cosa dada en sí.

En otras palabras, “*...el hombre percibe las cosas únicamente en las formas y con las funciones en que son dadas, hechas y usadas por la sociedad existente.*” (Marcuse, 1973: 83) lo que en última instancia quiere decir que el sujeto pierde su sensibilidad *natural* y configura una sensibilidad netamente social y operativa.

En este mismo sentido, las cualidades *estéticas* de la mujer *están divorciadas de la realidad social* no instituida. La ilusión o el imaginario de la *imagen* de la mujer es ideada a través de los mismos estándares en los que están ideadas las técnicas: “*...cualidades represivas, características de la organización burguesa capitalista de la sociedad.*” (Marcuse, 1973: 88)

La superposición de la técnica en la mujer, es decir, la categorización de la mujer, como es la mujer *deportista, ejecutiva, ama de casa, madre, joven, hipie, punk, divertida, discreta, seria, fiestera, moderna*, etc., es también trasladada hacia la moda del vestido.

La imagen de la mujer como objeto sexual, y el valor de cambio que esto tiene en el mercado, van de la mano con la imagen represiva de la mujer como madre y esposa; un juicio de valor emitido por la ética de una vida *ascética*, dinámica en la que aún opera la sociedad y la economía. Por ende, el sistema de producción en el que se rige la sociedad, es de una productividad destructiva, característica de la dominación del macho “...en la medida en que el ‘principio del macho’ ha sido la fuerza mental y física dominante.” (Marcuse, 1973: 87).

La industria cultural es el medio por el cual la *estética* de la mujer es promovida en todas sus categorías, “...en la medida en que los elementos sensibles, que se limitan a registrar la superficie de la realidad social, son ya producidos según el mismo proceso técnico de trabajo y expresan su unidad como su verdadero contenido.” (Adorno, Horkheimer, 1969:150).

La imagen del cuerpo femenino es *plastificada* y convertida en una mercancía codiciable, la cual promueve ventas y una belleza de *plástico* que estimula necesidades estético-sensuales que son “...incompatibles con un cuerpo que sirve como instrumento de trabajo enajenado” (Marcuse, 1973: 89). El estereotipo de imagen de la mujer se convierte en una imagen enajenada.

La *publicidad*, herramienta de la industria cultural, muestra a la mujer como un objeto de deseo. Pero no es la publicidad en sí la que se muestra como objeto de deseo, son las características que se presentan en la imagen lo que el sujeto desea. Son los signos y símbolos mostrados, los que convierten a esta herramienta en un aparato *performador* de poder: “...la publicidad con el cuerpo (por ahora el femenino) como objeto, es deshumanizante, y más cuando sirve para describir al macho dominador como sujeto agresivo para el cual la mujer está ahí, dispuesta a ser tomada, a que se acueste con ella.” (Marcuse, 1973: 89).

La *hyperperfección* de la imagen de la mujer plasmada en la publicidad, en el cine, en la televisión, en la música, en la moda, y en las publicaciones, no es más que una extensión de la *representación común del poder*; la *unidad de dispositivo* para ser exacta. La perfección inútil de la imagen de la mujer, proyectada desde la perspectiva de un sistema de dominio, hace que “*Cuanto más nos acercamos a la definición absoluta, a la perfección realista de la imagen, más se pierde su potencia de ilusión.*” (Baudrillard, 2007: 14) Esto quiere decir, que la industria cultural evita la distinción entre la alusión y la ilusión, y que la *ilusión* se ha convertido en no más que una técnica por la cual domina la vida del sujeto actual, a través de la imagen.

¿Cómo puede la *imagen* dominar la vida del sujeto? El dominio del sujeto se efectúa por medio de la perfección de la imagen. Al ser perfecta, la imagen se convierte inmediatamente en *no-real*. En irreal. La imagen, ahora *superdotada*, es presentada por la industria cultural como *real*, resultando así en el objeto de deseo ‘alcanzable’ a través del consumo; “*...siempre que se agrega lo real a lo real con miras a una ilusión perfecta (la de la semejanza, la del estereotipo realista), se da muerte a la ilusión en profundidad.*” (Baudrillard, 2007: 15).

Sucede tanto en la elaboración de la moda del vestido femenino hecha mercancía, como en la industria cultural que la promueve; entonces, la imagen se convierte en una realidad *virtual*.

Al poner todo el esfuerzo de perfección que representa el estereotipo de imagen de la mujer, es decir, al tratar de hacer que una imagen deje de ser una mera imagen y sea considerada como una *realidad*, estamos convirtiendo a la imagen de la mujer en una imagen netamente virtual, basada en una realidad *aparente*. La distorsión de la imagen de la mujer a través de la manipulación de la industria cultural, crea una ilusión recreadora “*...mimética, hologramática, que pone fin al juego de la ilusión mediante la perfección de la reproducción, de la reedición*” (Baudrillard, 2007: 16) de lo real. ¿La finalidad?: la extinción de *lo real* por su *doble*; para controlar al sujeto y a su cuerpo bajo la *normativa del doble*. De esto se encarga la industria cultural.

Por tanto, la ilusión *positiva*, -si se quiere-, propia de una imagen, desaparece con la técnica que se encuentra implícita en la definición, categorización y normativización que utiliza la industria cultural para representar a la mujer en *general*. La técnica no sólo hace que la imagen sea perfecta y por tanto irreal, sino que hace que cada detalle de la imagen sea explícito para transmitir, casi de manera mágica, las representaciones corporales y sensoriales de todo *tipo* de mujer.

La imagen deja de ser “...una abstracción del mundo en dos dimensiones...” en donde se quita “...una dimensión al mundo real e inaugura, de ese modo, la potencia de la ilusión.” (Baudrillard, 2007: 15). La imagen se convierte en pornografía; en un objeto que tiene la finalidad de vender una *desimaginación* fomentada por un sistema de sometimiento dominante al cual debe regirse el sujeto para reproducirse y existir, ya que:

“Excluido de la industria, es fácil vencerlo de su insuficiencia. Mientras que en la producción material el mecanismo de la oferta y la demanda se halla ya en vías de disolución, continúa operando en la superestructura como control que beneficia a los amos.” (Adorno, Horkheimer, 1969:161)

El ideal de la *ilusión perfecta*, se empieza a reproducir.

La técnica se encuentra ya perfilada por el modo en el que *alcanzar* ese objeto de deseo representa. Por ejemplo, si nos remitimos a las vallas publicitarias de la moda del vestido femenino, vemos mujeres delgadas, con el cuerpo, el pelo, la piel, las uñas, las manos, los pies, absolutamente todo *perfecto*, e inmediatamente se desea esa perfección. Sin embargo, para alcanzar esa *perfección*, se requiere de toda una técnica en donde el trabajo y el consumo son la base: servir a y ser parte de un sistema amansador. Asimismo, se constata que el rol social de la mujer sigue siendo concebido como antes y, consecuentemente, sigue siendo reproducido.

Ahora bien. Existe un debate respecto a si la *Moda* del vestido femenino es o no una manifestación artística. Si regresamos al tema de la *re-reproducción* de la moda en términos anacrónicos, lo que está sucediendo en el siglo XXI es que la *estética*, (en el sentido estricto de la palabra) y por tanto el arte y la moda, se han retirado del futuro para

orientarse hacia el pasado. Esto quiere decir que existe una reapropiación de formas y obras del pasado, instauradas en el *ahora*.

Esto se debe a la desilusión radical del sujeto respecto a las cosas mundanas. Está directamente ligado con el nivel de control social que imposibilita al sujeto pensar más allá de lo que se le ha impuesto, y que va de la mano con el adoctrinamiento de la institucionalidad social.

El problema que esto conlleva, es que se da una especie de anulación del arte moderno y un reciclaje del arte *anterior*. Por consiguiente, la *pieza* que en algún momento pudo haber tenido algún tipo de bagaje concreto, (político social), al ser reproducido por la industria, y consecuentemente al ser masificada, la *obra* que en algún momento pudo ser considerada como arte, deja de serlo a partir de su mercantilización. Pierde su sentido político social y se convierte justamente en *moda*.

El potencial político de las artes que es...:

“...la necesidad de una comunicación efectiva de denuncia de la realidad establecida y de los objetivos de la liberación. Es este esfuerzo por encontrar formas de comunicación, lo que puede romper con el dominio opresivo del lenguaje utilizado y de las imágenes establecidas en la mente y en el cuerpo del hombre; lenguaje e imágenes que hace mucho se convirtieron en medios de dominación, de indoctrinamiento y de engaño.” (Marcuse, 1973:91)

...se desvanece cuando la industria cultural se apropia de las imágenes, del arte, de las culturas y las subculturas no conformistas, y las convierte en mercancía. Es por esto que la industria cultural resulta en un mecanismo de apoyo del Biopoder.

Es así como las prendas del vestido femenino, dejan de ser arte.

Si retomamos el tema de la imagen, podemos ver que el uso actual de la imagen de la mujer como *objeto sexual femenino* en la publicidad, en el cine, en la moda, es el mismo que antes. Es decir, existe una autodestrucción de la estética, y por tanto del arte, la moda, el cine, etc., (de la industria cultural en general-), en sí mismos.

Al vulgarizarse la imagen a través de la hyperperfección, es decir, a través del exceso de “*virtuosismo, de efectos especiales, de clichés megalomaniacos; como si se tratara de asediar a las imágenes, de hacerlas sufrir agotando sus efectos hasta convertir...en una pornografía de imágenes.*” (Baudrillard, 2007: 13), la estética se destruye; deja de ser estética, deja de ser arte: se convierte en *cosa perfecta*. Lo mismo que pasa con la moda del vestido femenino.

En otras palabras: la moda del vestido femenino no cumple con la *Forma estética*, que presupone un conjunto de cualidades “... (*armonía, ritmo, contraste*) *que hacen de la obra un todo en sí, con una estructura y un orden propios (el estilo).*”, y que tiene como objeto el transformar, desde una perspectiva de la utilización de los sentidos del sujeto y del uso de una “...*ilusión, pero una ilusión que otorga al contenido representado una significación y una función diferentes de las que tiene en el universo prevaleciente del discurso.*” (Marcuse, 1973:93).

La moda del vestido femenino no aspira ser ilusión. La moda del vestido femenino aspira imponerse como realidad materializada del discurso de la sexualidad femenina.

Al constatar que la institución social y la industria cultural hacen todo por mantener la normatividad y la hegemonía del sistema social, económico y político, las expresiones artísticas, de la cual deriva en un principio la moda, se transforman en aparatos reproductores de poder. La moda, por tanto, sirve para justificar y embellecer el orden establecido.

De esta manera, la liberación sexual, por ende la erradicación de técnicas, normas y categorías, se encuentra en la capacidad del sujeto para utilizar los medios estéticos, entre ellos la imagen y la vestimenta, como herramienta para la emancipación política, social y económica. Sin embargo, la apropiación total de estos medios por parte de la industria cultural y su institucionalización, impiden de manera absoluta que el sujeto emerja de una *superestructura* que es el Biopoder.

“*La búsqueda es de formas en el arte que traduzcan la experiencia del cuerpo (y del ‘alma’), no como vehículos de la fuerza de trabajo y la resignación, sino como medios de la liberación.*” (Marcuse, 1973:94).

Vivimos en una sociedad que carece de ilusión y que no distingue ficción de realidad. Más que carecer de ilusión, ésta ha sido mutilada y a cambio se ha impuesto una suerte de adefesio imaginario. En este sentido, es la forma estética proporcionada por la industria cultural, y por lo tanto por el sistema, el que hace de la moda del vestido femenino un aparato reproductor de poder.

“La ideología se aparta de la superestructura (donde es reemplazada por un sistema de descaradas mentiras y necesidades) y se incorpora a los bienes y servicios de la sociedad de consumo que mantienen la falsa sensación de una buena vida.” (Marcuse, 1973:97).

La forma estética promulgada por la industria cultural preservan los ideales de orden, proporción y armonía; de pulcritud, de perfección. Ideales proporcionados por la institución social. En principio esto también se manifiesta en la moda del vestido femenino, por el hecho de que la vestimenta en sí tiene como finalidad el cubrir el cuerpo. Por ende, la moda del vestido femenino es el traslado de la noción clásica de estética burguesa, hacia la prenda; hacia el cuerpo.

La forma estética que promueve la industria cultural, representa las fuerzas opresivas del poder que yacen en la *razón de la sociedad establecida*.

Finalmente, tenemos que la moda del vestido femenino no cumple con el potencial de *liberación* que tiene el arte. La moda del vestido femenino entra en el mundo mercantil y se convierte en un aparato de juegos de poder sobre el otro. No crea una realidad distinta, una realidad fuera de la existente, más bien la reafirma: clases sociales, poderes económicos, distinción, capital cultural, capital intelectual, etc.

A través de su discurso, la moda del vestido femenino quiere convencer a la mujer de que le está proponiendo una realidad distinta, una liberación o revolución a través del cuerpo por medio del uso de prendas *exclusivas, distintas, actuales, rebeldes*. Sin embargo la moda del vestido femenino no produce una liberación real ya que, si en algún momento pudo haber tenido un compromiso político, ahora el compromiso es con la industria.

Es así como el discurso de la moda del vestido femenino se convierte en un sistema de signos y símbolos que se sirven del lenguaje para crear una estructura concomitante, justamente a favor de esa forma estética enajenada y consecuentemente, a favor de las *fuerzas opresivas*.

Discurso

“... ¿puede el vestido significar sin que exista una palabra que lo describa, comente y colme de significantes y significados lo bastante abundantes como para constituir un verdadero sistema de sentido?”(Barthes, 2008: 13)

En efecto, es esta la pregunta clave que debemos plantear frente al cuestionamiento de la verdadera función de la moda del vestido femenino. Acaso tiene un sentido más allá del que es *revestir* al cuerpo?

La significación estética de la moda del vestido femenino está vacía, lo cual la convierte en un objeto mercantil más no en arte. La moda como un arte *enajenado* se evidencia directamente en el discurso retórico y vacío que el sistema de la moda maneja. El significado que se le da a la moda, se encuentra en la *Moda descrita*, más no en la moda visual, ya que la moda como imagen no tiene un verdadero sentido en concreto.

En otras palabras, el *sentido* que se le da a la moda del vestido femenino, si es que realmente se piensa que existe uno, se encuentra en el discurso que yace únicamente en los *descriptivos* de las prendas respecto a cómo y cuándo deben utilizarse.

El lenguaje del ser humano es fundamento y modelo de sentido para la razón, lo cual significa que fuera de las palabras, de los significados, en última instancia, de la comunicación, la *Moda* no existe. El ser humano debe darle un significado a la moda con el fin de que ésta exista como *concepto*, como *materia*, como *mercancía*.

Ahora, es indudable que para que las compradoras puedan acceder a la moda del vestido femenino, deben ser bombardeadas de imágenes que, como se mencionó anteriormente,

tienen la finalidad de construir una realidad inexistente y de manipular y controlar al sujeto a partir de la realidad que intenta la industria vender.

Por lo tanto, tenemos que la moda del vestido femenino es un imaginario *constituido*; la imagen y la escritura, configuran el discurso del sistema de la moda.

Veamos brevemente cómo es que se configura el discurso de la *Moda* a partir de la imagen y la escritura, y cómo esto hace de la moda del vestido femenino, un dispositivo técnico de control de la sexualidad.

Se ha realizado que la manera en la que opera la industria cultural, se debe a un orden económico. Que todos los aspectos sociales que se encuentran ligados a la política, en todos sus niveles, -entre ellos la cultura y el arte-, han sido apropiados desde la perspectiva del poder económico, adquisitivo y propietario. Que “...*la política, al haber extendido su radio de acción a la economía, la salud, la prosperidad, el bienestar, etcétera, más parece súbdita que soberana de esos nuevos ámbitos...*” (Morin, 2002:16). Que, en última instancia, la política ha sido invadida por tantas técnicas y ciencias a tal punto que se las adopta como si éstas constituyesen a la política en sí, como un medio para controlar, someter y mantener el orden social.

En este sentido, la moda del vestido femenino deviene de una extensión política que ha sentado sus principios en un imaginario constituido por aparatos que puedan garantizar *ese* orden social. De hecho, para poder vender la mercancía, sin que se la perciba como un aparato reproductor del orden social, el discurso de la moda femenina debe descansar *sobre una disparidad de las dos conciencias*: la del productor y la del consumidor. O mejor aún, la de la industria y la del sujeto.

Se debe obnubilar la conciencia del sujeto consumidor a través de la extensión de imágenes, razones, sentidos, y de la elaboración de “...*una sustancia mediata que lo envuelva, de orden aperitivo...en suma, un simulacro del objeto real, sustituyendo el premioso tiempo del desgaste por un tiempo soberano...*”(Barthes, 2008:14). En otras palabras, el discurso de la moda del vestido femenino debe desarrollar, a través de campañas publicitarias y de difusión, una especie de *cuento de hadas* en torno a la vestimenta y los accesorios.

Por ejemplo, si decimos que *el vestido rojo de manga corta, junto con las plataformas beige, y el saco negro abierto con botones* es perfecto para *una mañana de verano radiante* y que además es perfecto para *un picnic entre amigos o en pareja, o para salir a volar cometas en el parque del barrio*, estamos creando toda una historia que puede acontecer en conjunto con el uso de dichas prendas. A esto nos referimos con el concepto de crear un discurso de *orden aperitivo*; un ensueño tan atractivo que resulta irresistible: el *simulacro del objeto real*.

Como todo discurso en el cual se encuentra implícito el alcance de un objeto del deseo, en el discurso de la moda del vestido femenino, lo que suscita el deseo no es el objeto en sí sino el nombre que invoca todas las posibilidades que representa el adquirir ese objeto. Es decir, todo el imaginario que se crea entorno a la moda del vestido femenino, que supone un conjunto de imágenes y de descripciones escritas, hacen que el objeto del deseo evocado en el discurso de la moda, sea el sentido que se le da a la vestimenta/accesorio.

El deseo de la prenda *de moda*, es anhelado a través del escrito que lo describe.

Pero, si nos remitimos estrictamente a los medios escritos de la moda, es decir a revistas, blogs, libros, catálogos, y en ciertos casos la misma publicidad: *¿...qué ocurre cuando un objeto, real o imaginado, es convertido en lenguaje?*: Sucede que la palabra adquiere la función de autoridad.

La relevancia del lenguaje, -del discurso-, en la moda, se encuentra en el momento en el que la imagen o fotografía del vestido es incapaz de emitir funciones que el lenguaje sí logra; el lenguaje le da sentido al vestido *real*, o *material* si se quiere, y le dota de existencia y significado. Por lo tanto, si bien una imagen por sí sola implica una libertad respecto a su interpretación, el lenguaje suprime esa libertad y se consagra como autoridad al fijar *certezas* en relación a la prenda o al accesorio. Es la descripción de la Moda lo que transforma a la prenda en lenguaje. Es el vacío discursivo el que le da sentido.

Cuando esto sucede, el lenguaje se convierte en un *aparato* sostenedor de conocimiento, de veracidad, ya que *“...el lenguaje añade a la imagen un saber.”* (Barthes, 2008: 31). Así como el Biopoder que se encuentra respaldado por una voluntad del saber, por un discurso de supuesta veracidad acerca de la técnica de la vida humana, la moda del vestido femenino

también se encuentra atravesada por un discurso que se sostiene en una voluntad del saber técnico, hecho de fintas.

“...el texto de Moda representa en cierto modo la palabra autoritaria de quien sabe todo lo que se esconde tras la apariencia confusa o incompleta de las formas visibles; constituye una técnica de apertura a lo invisible, casi equiparable, en forma secularizada, al aura sagrada de los textos adivinatorios; tanto más por cuanto el conocimiento de la Moda no es gratuito, sino que, para aquellos que se excluyen de ella, conlleva una sanción: la marca deshonrosa de lo pasado de Moda.” (Barthes, 2008: 31)

Al igual que la forma estética a la que responde la moda del vestido femenino, su discurso responde a ese mismo orden, a ese mismo tipo de control y normativización. La descripción tiene la función de ordenar, de mantener una estricta *jerarquía*, si se quiere, respecto a las partes que conforman al vestido femenino, por ende, dándole forma al vestido en sí. La palabra que se utiliza para la descripción, da valor *absoluto* a los objetos. Sucede con el solo hecho de nombrarlos: si se habla del botón que tiene un saco, el botón es tan importante como el saco.

Cuando se describe al vestido femenino, no se describe a una única prenda, sino que se describe todo el aparataje que componen el *look*. Por ejemplo: *el cinturón de cuero adornado con la evilla en forma de flor, amarrado a la altura de la cintura, en conjunto con las mallas doradas*. Apenas se menciona el vestido, pero se está realizando una presentación organizada de las representaciones que componen a la vestimenta en su *totalidad*, lo cual instituye un cierto orden que supone un cierto *saber*. Este es el orden del discurso de la moda del vestido femenino.

La importancia que se le da a cada detalle que constituye a la prenda, hace que el vestido adquiera una importancia en sí mismo. Volvemos a recaer en el *en sí*. La descripción de la moda del vestido femenino aspira manifestar de forma tautológica un *“cierto ser del vestido de moda”* (Barthes, 2008: 34). Esto quiere decir que se *sustancializa* la Moda, puesto que el vestido se remite a sí mismo.

El fin de la descripción es *“...orientar el conocimiento inmediato y difuso del vestido-imagen por un conocimiento mediato y específico de la Moda”* (Barthes, 2008: 34).

Básicamente, sirve para incitar la compra de la prenda, mientras que la imagen crea una fascinación por ella.

Pero, ¿qué sucede cuando el lenguaje utilizado para describir al vestuario femenino, no se limita a ser escrito o hablado? Cuando no se utilizan *palabras* propiamente, para describir a las prendas o a las situaciones en las que pueden ser utilizadas, se hace uso del lenguaje corporal. Entonces, la autoridad no es más la palabra, sino el cuerpo que la suplanta. Personas de reconocimiento mundial suplantando el uso de la palabra por el uso de su cuerpo.

Es decir, en vez de utilizar palabras respecto a la ocasión en la que puede utilizarse la prenda o sus cualidades, se realiza todo un montaje en torno al uso de la prenda, y se utilizan como modelos a *sujetos-ícono* de la industria cultural, como Penélope Cruz, Scarlett Johanson, Antonio Banderas, Bradd Pitt, Nelson Mandela, John Lennon; personajes que vayan *acorde* con lo que se encuentra *de moda*.

Esto supone toda una *distinción* respecto al uso de la prenda, promovida por alguien tan *importante* y *exitoso*. Ahí uno desea tener lo que lleva puesto la persona para estar al mismo *nivel* social, político, cultural, económico, etc. Por ende, la autoridad que tuvo la palabra en el discurso escrito, es transferida hacia el personaje que *no necesita* de palabras para describir su importancia.

Entonces, en primera instancia tenemos que la moda del vestido femenino se constituye por dos estructuras principales: la lengua, y la imagen. Sin lugar a duda, las imágenes, -la fotografía-, de la *Moda* no tendrían sentido sin que se les dé una significación lingüística, ya sea escrita o corporal. En segunda instancia tenemos una tercera estructura por la cual se constituye la moda del vestido femenino: “...*es una estructura que se constituye en el nivel de la materia y sus transformaciones, no de sus representaciones o significaciones...*” (Barthes, 2008: 21). La estructura técnica. Estas tres estructuras hacen de la moda del vestido femenino y de su discurso, una totalidad; un sistema.

La estructura *técnica*, supone un complejo y enmarañado sistema de cortes, costuras, pliegues y demás, que van de la mano con la capacidad de la industria para crear de todo

para todos. Mientras el sujeto consume, sin importar su sexualidad, su ideología política o su punto de vista frente a la vida, el sujeto seguirá existiendo socialmente; si no lo hace, será anulado por completo.

Precisamente, el discurso de la moda del vestido femenino, que se basa en una *disparidad de las dos conciencias*, (la del sujeto consumidor y el de la industria productora), al cual le es indispensable algún tipo de lenguaje descriptivo, ya sea escrito, hablado, o corporal, “...abarca un elevado número de enunciados de Moda: todos aquellos en los que...asigna al vestido una determinada función o, más vagamente, una determinada afinidad...” para con el sujeto. (Barthes, 2008. 39)

Por esta razón es que el discurso de la moda utiliza una especie de clase conmutativa, en donde “...una variación en el vestido viene irrevocablemente acompañada de una variación en el mundo y viceversa.” (Barthes, 2008: 39). Por un lado tenemos formas, materiales, colores y cortes, por otro lado tenemos estados, situaciones, ocupaciones. Es decir, parecería, -de manera muy metalingüística-, que el vestido y el mundo son casi una misma cosa, y que si se nos dice que las *blusas a rayas triunfan en las carreras de las mujeres*, o que *la camiseta traslúcida hace verano*, o que *el pantalón es de mujer porque es ceñido*, de seguro nos lo creemos por todo el bagaje histórico que tiene el ser humano respecto al discurso de la sexualidad que se encuentra sujeto a una voluntad del saber y de veracidad.

De este modo, el sujeto es incapaz de distinguir ficción de realidad; el sujeto piensa que lo que se le dice es veraz.

Bajo estas tres estructuras, el sistema de la moda femenina se convierte en un dispositivo técnico de control de la sexualidad. Al estar el sujeto sometido a una composición de sistemas que sirven para amansarlo desde en su *realidad*, su género, su vestimenta, su imagen, sus gustos, sus sentidos, sus sensaciones, sus placeres, no se encuentra exento de la norma, o de la técnica que atraviesan su obrar humano.

Pero, ¿dónde se encuentra la normatividad en la moda? “...la Moda es un todo normativo, una ley sin grado, modificar la moda equivale a salirse de ella...”(Barthes, 2008: 40). No estar a la Moda implica pues, (desde el punto de vista del discurso falaz de los cánones

artísticos, estéticos, sexuales y sensoriales del poder), estar estéticamente anulado, sexualmente inexistente, y laboralmente caduco. Una especie de muerto social.

Por consiguiente, para evitar ese tipo de anulación de existencia social, uno debe siempre estar *actualizado* con respecto a la Moda. Uno debe estar siempre *a la moda*. Estarlo implica que se está actualizado, por ende, en el mundo y sus situaciones, ya que el vestido y el mundo siempre adoptarán una expresión lingüística *equivalente* para ser explicitados.

La finalidad de la moda del vestido femenino, es proteger, proporcionar pudor y adornar al cuerpo femenino, pero a su vez es el mismo vestuario el que significa o representa esa protección, pudor y adorno. Esa técnica por la cual el cuerpo femenino está envuelto y por el cual distingue a la mujer por su condición sexual.

PARTE II

LA MODA DEL VESTIDO FEMENINO URBANO EN QUITO, EN EL SIGLO XXI

La moda del vestido femenino en el siglo XXI, es un híbrido. Es un compuesto de todo lo que se evidenció en siglos pasados, instaurados en el ahora. Como se pudo evidenciar en la historia de la moda femenina, siglos XVIII-XX, los cambios que se han producido en la moda, devienen de un quiebre del mundo social-político, económico y cultural.

La dominación de los sujetos, el dominio de la tierra, la emancipación, la mano de obra, la lucha de clases, la industrialización, las guerras, la depresión social, etc.; son todos elementos que performaron las circunstancias para que se den las transformaciones *materiales* del vestido femenino; las transformaciones de la mujer a partir de su cuerpo, su sexo, y su labor, por medio de una técnica histórica de dominio de poder.

Al llegar el siglo XXI, se pensó que la humanidad, a propósito del cambio de siglo, iba a desaparecer a causa mágica de un meteorito o de una *incongruencia* tecnológica. Fue un tiempo de paranoia colectiva que obligó a la sociedad a recrear el pasado como un ideal

fantástico de sensaciones y estilos de vida ontologizados ya *experimentados*, y comprobados como *estilos de vida socialmente* posibles. Claro, no se conocían estilos distintos de vida social que no tuviesen referencia histórica, o por lo menos no existe aparato alguno que pueda predecir el futuro.

Por consiguiente, los *estilos de vida* que se han generado entorno al discurso de la moda, es decir, partiendo de que el sujeto, de su apariencia, puede denotar que pertenece a un determinado sexo, grupo o género social, y que por medio de esta pertenencia el sujeto tiene una referencia de las actividades, clase social, alta o baja cultura, a la que pertenece, tenemos entonces que la moda del siglo XXI permite al sujeto *ser quien el desee ser*. Existe hoy en día, todo un *remake* de lo que históricamente ha estado de moda, y se ha hecho una especie de *autoplagio* de la misma. El siglo XXI, con sus avances tecnológicos, sus nuevas políticas y conflictos, se ha convertido en el siglo en el que todo está permitido, desde el punto de vista de la imagen corporal que transmite el sujeto. Mientras que éste pertenezca a un grupo social en donde el consumo, el trabajo y la reproducción, sean obligatorios, el sujeto está exento de una muerte simbólica social, a cambio de su muerte como sujeto sensible.

Por lo tanto, la moda del vestido femenino permite a las mujeres *ser quienes ellas deseen ser*, bajo la norma de las técnicas de dominio de poder. Este dominio se plasma en la *moda de masas* que crea todo un discurso entorno a la representación del vestido, impartido por la industria cultural y la institución social.

En consecuencia, tenemos todo un muestrario de vestimentas que conllevan una cierta implicación mundano-vivencial, y que representan a la mujer, dentro de su categoría femenina.

PARTE III

ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CASO Y CONCLUSIONES

Para la elaboración de este análisis, se han realizado siete entrevistas a siete mujeres jóvenes, residentes en la ciudad de Quito. La finalidad: poder expresar su experiencia de vida en relación a la Moda del vestido femenino.

Las mujeres entrevistadas tienen entre 24 y 30 años de edad, y sus profesiones van del diseño, el modelaje, a la sociología. Esto fue hecho de manera deliberada, ya que a más de conocer sus indispensables historias de vida respecto a la Moda y cómo ellas creen ser cohesionadas por ésta, también es importante evidenciar una perspectiva crítica, favorable y técnica respecto a la Moda.

Es importante recalcar que todas las mujeres han sido entrevistas en su condición de sujetos. Es decir, han sido el *sujeto* de estudio más no el *objeto* de estudio, siendo que, como recordará el lector, el objeto de estudio es el Biopoder. De esta forma, se quiere aclarar que es indispensable escuchar las entrevistas en el DVD adjunto en los anexos, para comprender el estudio realizado en su totalidad.

En base a las entrevistas realizadas, se quiere demostrar que existe una estructura interdependiente que se basa en los cánones de arte y diseño, el discurso de la moda, el discurso de sexualidad y la forma de consumo, como aparato reproductor del Biopoder

Luego de las entrevistas realizadas, las Mujeres de este estudio de caso, han podido determinar que son víctimas de un sistema que les quiere adornar, pero que no les dota de un verdadero *sentido* en profundidad como sujetos.

Un 100% de las mujeres, afirmaron que la moda *les permite ser quienes ellas quieren ser*. En algunos casos, la moda ha resultado como un refugio, donde pueden mostrarse de una *forma* para poder *encajar* y ser parte de *un mundo social*, pese a *sentirse que son algo totalmente distinto*.

En segundo término, la moda del vestido femenino ha servido para refugiarse y *repeler* a la gente que puede *hacerles daño*. Asimismo, creen que la moda les da la alternativa de *ser quien ellas realmente son*, y que se puede plasmar a través de la vestimenta, ideologías, sentimientos, emociones y pensamientos.

El problema es que este *enajenamiento* puede conllevar a un gran vacío existencial, ya que el cambio de estilos en la industria de la moda, -con la rapidez que esto supone-, puede tener una consecuencia de inestabilidad social para la mujer. En otras palabras, si es que el sujeto *mujer* se deja regir únicamente por la moda para poder expresar quién ella es, o peor aún, para reafirmar quién ella supone que es o a qué pertenece, el sujeto resulta en una indeterminación e inseguridad que conforman su vacío y su eventual crisis existencial. El querer transmitir lo que el sujeto pretende ser, a través de la vestimenta, es parte del discurso de la moda femenina y del discurso de sexualidad en torno a la mujer.

En otras palabras, si es que la mujer piensa ser una *mujer rebelde*, y utiliza prendas relacionadas al *Punk*, por ejemplo, entonces su sexualidad y todo su *ser* se encuentran ya cuestionados y configurados. Si su vestimenta es extravagante, ¿será que su sexualidad, personalidad y gustos también lo son? Esto sucede con todo *tipo* de vestimenta que la mujer utiliza. Las representaciones de una mujer deportiva, ejecutiva, rebelde, *nerd*, es pues, configurada a partir de los varios discursos creados en torno a los estilos de vida que se han generado a lo largo de los años. A partir de la técnica.

Igualmente, ¿por qué una actitud rebelde se encuentra representada en el *punk*, *rock*, o *hippismo*? Es un discurso bastante retórico y sin argumentos.

Es así como la moda del vestido femenino se convierte en un dispositivo técnico de control de la sexualidad. El dispositivo *vestido*, muestra a la mujer en la norma a la que pertenece, a la técnica a la que debe regirse y obedecer.

No obstante, con este dispositivo la mujer logra plasmar únicamente lo que *pretende ser* más no lo que es; esta *ilusión negativa*, hace, a su vez, que la mujer pertenezca a algo que pueda distinguirla del resto. Simultáneamente, la *ilusión negativa* es reproducida miles de veces a nivel mundial, ya que es ese el objetivo del sistema de poder: homogeneizar al sujeto para permitir que el *poder* controle de manera más eficaz al humano.

Es indudable que el sujeto necesita pertenecer a *algo* para posicionarse como sujeto social, sin embargo, el uso de la vestimenta, de la Moda, da un sentido de pertenencia vacía al *ser*. La moda no es un *ser* que en sí mismo tenga un verdadero sentido de importancia o relevancia social. Es la sociedad quien le da una importancia extrema porque piensa que es *algo* que le *hace al sujeto*, y no al revés. Es aquí donde radica la importancia de la moda y no más. Por eso se vuelve a afirmar que la moda se ha convertido en un concepto ensimismado. Su discurso está sobrevalorado y es comprendido como algo veraz.

Esta veracidad tiene que ver con el hecho de que la industria cultural, en conjunto con el sistema de la Moda, barajan una infinidad de posibilidades de lo que *uno desea ser*; claro, salirse de lo que se nos ofrece, supone salirse prácticamente del sistema; de la sociedad.

Por tanto, se evidencia que el discurso de la Moda del vestido femenino, se encuentra atravesado incluso en aquellas mujeres que piensan tener una perspectiva mucho más crítica respecto a los sistemas y al control político mediático. El juego tautológico, es decir, el juego del discurso de la moda femenina, asentada en una autorreferencia, (la cual hace que ésta se consagre como un *ser*), inevitablemente hace pensar a las mujeres de este caso, que los colores y las formas que tiene el vestido femenino, son directamente relacionados con el mundo social *real*. Por ejemplo, los colores fuertes se relacionan con la alegría y con lo *positivo de la vida*, mientras que los colores oscuros se encuentran relacionados con los sentimientos y las situaciones *negativas* de la vida.

De esta misma manera, se piensa que cada prenda tiene una finalidad *situacional vivencial*. En otras palabras, que existen prendas específicas por las cuales se encuentran coaccionadas las situaciones vivenciales de una persona en el mundo social, como son las carreras, las fiestas, etc. Es decir, que la prenda hace la situación, y a su vez, que la situación se ve *perfeccionada* por la prenda.

Lo que se destaca en este estudio de caso, son las configuraciones femeninas por las cuales tuvieron que atravesar las mujeres, para lograr aceptar su apariencia, su cuerpo, y sobre todo su sexualidad femenina. A partir de la Moda del vestido femenino, es que las mujeres sienten haber sido configuradas bajo el concepto de *féminas*, ya que la moda femenina implica una indudable distinción de sexos y por tanto, de labores.

Esto quiere decir, en última instancia, que las mujeres se encuentran, de alguna u otra forma, enajenadas respecto a su condición de sujetos. Han sido performadas ya, por un sistema político social, que se sirve de instrumentos o aparatos como la moda, para determinar los parámetros de lo que representa una *mujer*.

Sí, todo se encuentra determinado por una cultura basada en un discurso de sexualidad impuesta, que delimitan los comportamientos, las acciones, las formas, las posturas y los tipos de mujeres. Sucede que algunas de las mujeres, al no seguir esos parámetros, han sentido que han sido anuladas desde una perspectiva sexual y social. Es decir, que no existen como sujetos sexuales ni sociales para el resto del mundo.

De hecho, muchas mujeres sintieron que tuvieron que luchar con su propio cuerpo para poder ser socialmente aceptadas, y que aún siguen inconformes con el trato y con su cuerpo; que no tener el cuerpo, la actitud y la vestimenta que se encuentra actualmente *a la Moda*, es decir, conforme a los parámetros promovidos por la industria cultural, ha representado una marginalización laboral, social y sexual para la mujer.

Lo que sucede con la moda es que, al ser los senos, las siluetas, las nalgas, prohibidos por el discurso de la sexualidad, por tanto por el Biopoder, los cuerpos representados en las prendas y viceversa, hacen una combinación de deseo *masoquista* por aquello que la mujer está observando. Deseo de *algo* que tal vez la mujer no tenga pero que tampoco va a tener en los días de su vida.

Lo que el sistema quiere, es que la mujer haga el intento por insertarse en algo que, si bien no le será de modo alguno alcanzable, le haga un sujeto consumidor y trabajador, porque esto supone que se encuentra, de acuerdo con los principios del trabajo enajenado, dentro de un sistema de normas sociales que la definen como ente social. Por consiguiente, el estar fuera de esa norma social, supone la muerte simbólica de la mujer. En última instancia, estar fuera de la moda supone una inexistencia frente a la sociedad.

La apariencia está considerada como la carta de presentación hacia el mundo, lo cual quiere decir que se está de acuerdo con: *cómo tú te vistes dice quién tu eres* y hasta *de dónde provienes*; no en términos geográficos, sino en sentido económico, cultural, social, y político.

La moda del vestido femenino, por tanto, influye en la sexualidad, esteticidad y discursividad femenina porque define los parámetros de belleza, y por consiguiente, los parámetros de estética, sexualidad y discurso femenino en sí mismos. El éxito que tenga una mujer en la vida, se encuentra coartado por cómo la mujer, o hasta qué punto, una mujer está dispuesta a vender su cuerpo como una mercancía que cumple con los estándares de belleza y de sexualidad femenina.

El talento intelectual de la mujer, por tanto, está condicionado por su apariencia y por cuán *femenina* está la mujer dispuesta a mostrarse.

A su vez, resulta en un problema: querer ser quien el sujeto desea ser, y verse como al sujeto le guste. Es realmente esto posible? O es que el sujeto, inconscientemente está dispuesto a verse como a cierto mercado de gente (como al sujeto mismo) le gustaría verse? Qué quiere decir *¿sentirse como uno mismo- sentirse yo?* ¿Es esto posible sin que el sujeto se salga de la norma o la técnica? No.

Las mujeres deben tener un referente al cual acudir, al momento de vestirse, de diseñar-crear, y de actuar. Un referente que deviene, en última instancia, de la industria cultural. Los estándares de belleza que el sujeto piensa son únicos en sus mentes, se encuentran demarcados por el *gran canon* que promueve la industria cultural. Es muy poco probable salirse de las técnicas, normativas y aparatos que se nos dan como medios o herramientas de pensamiento hegemónico.

La moda del vestido femenino es un mecanismo por el cual el sujeto vende su cuerpo para el agrado de determinados grupos o sectores sociales. Para pertenecer a un mundo social.

Esta *pertenencia*, hace que el sujeto pueda *identificarse*, si se quiere, dentro de un determinado grupo social de mercado, para el cual existe toda una gama de productos de consumo masivo. Los productos, a su vez, son figurados como *autóctonos* de *esa ideología* que tiene cada grupo en particular. Esta *dialéctica discursiva* es aprehendida como una doctrina, logrando así, la total validez de todo *estilo* de pensamiento. A su vez, esta doctrina es luego institucionalizada y validada, por el mismo cuerpo social.

En conjunto con esta falacia, encontramos que las tendencias son impuestas por los grandes grupos de poder del medio económico más no diseñador, lo cual significa que los estándares de configuración corpórea se encuentran arraigados en la industria mismo, en el sistema mismo. Del control social.

Por lo tanto, se evidencia que existe una relación directa entre la estructura y funcionamiento del sistema de mercado, del sistema de poder sobre el sujeto y de la institución social, con la moda del vestido femenino y el control corpóreo que ejerce sobre la mujer.

El control del cuerpo y la vida a través de la vestimenta, es un una trampa para atraer a las mujeres dentro de un sistema que no busca más que la reproducción de la *configuración* femenina de hace más de 200 años. Puede que esta trampa, este discurso, sea *maquillado* y *titulado* cuantas maneras sean posibles, pero siempre tendrá el mismo fin: amansar a las mujeres. Controlar la vida de la mujer, desde su condición como sujetos sexuales, desde su única herramienta de pertenencia, desde lo más privado que tiene el sujeto, desde su propiedad legítima: desde su cuerpo.

A lo largo de este trabajo, se ha manifestado las razones por las cuales se cree que la moda del vestido femenino, es un medio reproductor del poder. Más precisamente, del Biopoder. Que la moda del vestido femenino es un medio que coarta a la mujer y la configura como fémina.

A partir de esto, se concluye que:

Moda es una gran categoría que abarca estilos de vida, música, vestimenta, alimentación, recreaciones culturales, y toda una gama de *actividades sociales* enajenadas que, en suma, establecen un determinado estilo de vida del sujeto individual, social, humano.

En este sentido, la moda del vestido femenino, es apenas un concepto derivado de esta amplia categoría que es la *Moda* por sí sola. Por lo tanto, la moda del vestido femenino urbano de quito en el siglo XXI, es una extensión de un sistema aliado del Biopoder, que

se define por la pertenencia de una determinada técnica, proporcionada por el sistema de *dominio del otro*.

Esta dominación del *otro*, en la moda del vestido femenino, se da por medio de la imposición histórica de la supuesta relación que existe entre la apariencia y la proveniencia político-cultural y económica del sujeto.

Al institucionalizarse socialmente que: el tener la capacidad para *vestirse a la moda* y como al sujeto le guste, denota una especie de pertenencia *noble* respecto a los demás, se ha perpetrado un juego de poder ejercido en el *otro*. Ya que dicha pertenencia implica un poder económico, político y social sobre los demás, -a través de la adquisición-, el cuerpo resulta ser el aparato más eficaz, para el cual la norma está ahí para enseñar a través de la técnica.

La mujer tiene la capacidad de ejercer poder sobre el *otro*, a partir de la distinción que representa la capacidad de denotar, desde la imagen que la mujer plasma, el sentido de pertenencia y el poder que representa, socialmente, el pertenecer a *algo*.

En el siglo XXI, la moda del vestido femenino es un dispositivo técnico por el cual se controla la vida de la mujer, a través de su clasificación y categorización: de su normativización. La técnica yace en los *estilos de vida* a los que el sujeto desea pertenecer.

En el siglo XXI, se han concretado todas las *Modas* existentes a lo largo de la historia, y se han convertido en *estilos*: estilos de vestimenta, de vida, de pensar, etc. El sistema de poder ha juntado a todas las *derivaciones de los estilos* en una sola *semiestructura*, y han sido luego promocionados y vendidos bajo una especie de paquetes promocionales. Es decir, cada estilo tiene determinadas realizaciones, representaciones e ilusiones.

Consecuentemente, los *paquetes promocionales* son promulgados como una forma de identificación de los tipos de *especies sociales* de la industria cultural, más no de sujetos formados en una sensibilidad estética ni de emancipación. A través de la clasificación de la *especie social*, en este caso de la mujer y de sus *tendencias* hacia cierto estilo, se crea una identidad que tiene un trasfondo de técnicas o dispositivos que se encuentran *de Moda*, y que controlan a la mujer en todas las direcciones posibles: en la comida, la vestimenta, la

música, la tecnología, los hábitos, la cultura, los ideales políticos, el grupo social al que pertenece y en el que se desenvuelve, etc.

En el siglo XXI, la industria cultural ha llegado a un punto de estancamiento, en donde sólo tiene como referente el pasado para inventar. Es producto de este estancamiento, la razón por la cual vemos revivir *Modas* que nacieron 20, 50, hasta 100 años atrás.

Al hacer uso de la moda del vestido femenino, el Biopoder se manifiesta como la reproducción de una realidad, de una imagen falaz, que instaura de manera repetitiva al vestido como dispositivo técnico de control de la sexualidad y de poder sobre el *otro*.

El Biopoder se manifiesta en la moda del vestido femenino del siglo XXI, como un mecanismo de amansamiento del cuerpo femenino. El cuerpo femenino se convierte, por consiguiente, en un aparato que sirve de molde para la reproducción de técnicas que permitan la absorción de normas y reglas sociales. De esta manera, la reproducción de la institucionalidad social se encuentra garantizada, lo cual quiere decir que el cuerpo de la mujer, sus movimientos, y consiguientemente, su vida, se encuentran controlados y politizados bajo la ley.

A su vez, la ley, en el caso de la moda del vestido femenino, se encuentra performada por un discurso de *distinción, exclusividad, actualidad*, y si se quiere, de *modernidad*.

Finalmente, la moda del vestido femenino, se devela como una extensión del aparataje del Biopoder. A través de la administración estética, femenina, heterosexual. A través del enmascaramiento del cuerpo sexual y de la confesión de pertenencia sexual y social a la que es sometida la mujer.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) Adorno W. Theodor, Horkheimer Max, *Dialéctica del iluminismo: la industria cultural*. Ed. Hermes S.A. México, 1997.
- 2) Barthes Roland, *El sistema de la moda y otros escritos*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 2008.
- 3) Baudrillard Jean, *El complot del arte; ilusión y desilusión estéticas*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 2007
- 4) Berger P; Luckmann T. *La construcción social de la realidad*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 2005.
- 5) Espósito Roberto, *Bíos; Biopolítica y filosofía*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires 2006.
- 6) Foucault Michel, *El orden del discurso*. Ed. Fábula, Buenos Aires, 2005.
- 7) Foucault Michel, *Historia de la sexualidad; 1. La voluntad del saber*. Ed. Siglo XXI, México, 1979.
- 8) Heller Ágnes, Fehér Ferenc, *Biopolítica: la modernidad y la liberación del cuerpo*. Ed. Península, Barcelona, 1995.
- 9) Husserl Edmund, *Ideas; General introduction to pure phenomenology*. Ed. Routledge, London, 2002.
- 10) Marcuse Herbert, *Contrarrevolución y revuelta*. Ed. Joaquín Mortiz, México 1973.
- 11) Morin Edgar, *Introducción a una política del hombre*. Ed. Gedisa, Barcelona 2002.
- 12) Szilasi Wilhelm, *Introducción a la fenomenología de Husserl*. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1959.

ANEXOS

Anexo 1:



KCI, 2005: 39.

Anexo 2:



KCI, 2005: 15, 129.

Anexo 3:



KCI, 2005:34

Anexo 4:



KCI, 2005: 74-75

Anexo 5:



KCI, 2005: 77

Anexo 6:



KCI, 2005: 102

Anexo 7:



KCI, 2005: 110

Anexo 8:



KCI, 2005: 161

Anexo 9:



KCI, 2005: 143

Anexo 10:



KCI, 2005: 189

Anexo 11:



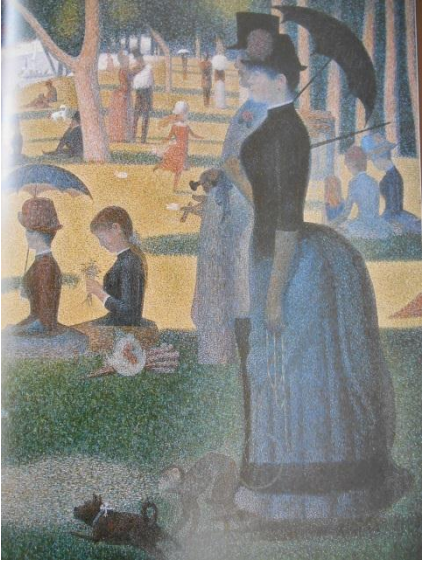
KCI, 2005: 275

Anexo 12:



KCI, 2005: 281

Anexo 13:



KCI, 2005: 251

Anexo 14:



KCI, 2005: 316

Anexo 15:



KCI, 2005: 373

Anexo 16:

PERFIL 1 DE ENTREVISTA

Perfil

Nombre:

Edad:

Fecha de nacimiento:

Lugar de nacimiento:

Oficio:

Qué te motivó a hacer lo que haces?

1. Qué es la moda para ti?
 - Qué representa?
 - Qué significa?
2. En qué piensas al momento de vestirte?
 - Qué significa o representa para ti la apariencia?
 - Cómo te gusta verte?
 - Cómo quieres que te vean?

- Qué es lo que te gustaría que piensen los demás cuando te ven?
3. Creas que la moda tiene un determinado discurso?
 - Cuál crees que sea el enfoque principal del discurso de la moda?
 - Estás de acuerdo con que la moda es una industria netamente comercial?
 - Crees que la moda contribuya con la distinción o segregación de géneros?
 - Piensas que la moda ha logrado controlar tu vida de alguna manera? Cómo?
 4. De qué manera crees tu que la moda influye en tu sexualidad?
 - Crees que la moda contribuye a potencializar tu sexualidad?
 - Qué prenda es la que más te significa o te representa?
 - Cuál es el cuerpo ideal femenino para ti? Te gustaría tener un cuerpo como el que se muestran en vallas publicitarias de marcas internacionales de ropa?
 - Qué sientes cuando ves esas vallas?
 - La marca de ropa y los diseñadores, son importantes para ti al momento de adquirir vestimenta?
 - Has logrado tener el cuerpo que siempre deseaste?
 5. Crees que desde pequeña se te configuró para verte femenina? Cómo?
 6. Cuál crees que fue el discurso de sexualidad que impusieron o impartieron en ti?
 7. Crees que la moda tienen una finalidad coactiva en las mujeres?
 8. Estarías de acuerdo con el enunciado de que la moda crea una ilusión de distinción, actualidad, exclusividad y actitud en las mujeres? Porqué

Anexo 17:

PERFIL 2 DE ENTREVISTA

Perfil

Nombre:

Edad:

Fecha de nacimiento:

Lugar de nacimiento:

Oficio:

Qué te motivó a hacer lo que haces?

1. Qué es la moda para ti?
 - Qué representa?
 - Qué significa?
2. En qué piensas al momento de diseñar?

- Qué significa o representa para ti la apariencia?
 - Cómo te gusta verte?
 - Cómo quieres que te vean?
 - Qué es lo que te gustaría que piensen los demás cuando ven tu diseño?
 - En qué momento tus diseños pasan a ser una obra de arte a un objeto mercantil/ una mercancía?
 - Cuál es el cuerpo ideal en el que piensas al momento de diseñar?
3. Creas que la moda tiene un determinado discurso?
 - Cuál crees que sea el enfoque principal del discurso de la moda?
 - Estás de acuerdo con que la moda es una industria netamente comercial?
 - Crees que la moda contribuya con la distinción o segregación de géneros?
 - Piensas que la moda ha logrado controlar tu vida de alguna manera? Cómo?
 4. De qué manera crees tu que la moda influye en tu sexualidad?
 - Crees que la moda contribuye a potencializar tu sexualidad? (a mostrar los “atributos femeninos”)
 - Qué prenda es la que más te significa o te representa? (la que debe ser un “must” todos los días)
 - Cuál es el cuerpo ideal femenino para ti? Te gustaría tener un cuerpo como el que se muestran en vallas publicitarias de marcas internacionales de ropa?
 - Qué sientes cuando ves esas vallas?
 - La marca de ropa y los diseñadores, son importantes para ti al momento de adquirir vestimenta?
 - Has logrado tener el cuerpo que siempre deseaste?
 5. Creas que desde pequeña se te configuró para verte femenina? Cómo?
 6. Cuál crees que fue el discurso de sexualidad que impusieron o impartieron en ti?
 7. Creas que la moda tienen una finalidad coactiva en las mujeres?
 8. Estarías de acuerdo con el enunciado de que la moda crea una ilusión de distinción, actualidad, exclusividad y actitud en las mujeres? Porqué

