



FASHION THEORY
HACIA UNA TEORÍA CULTURAL
DE LA MODA

Valerie Steele

Ampersand

Fashion Theory.
Hacia una teoría cultural de la moda

Fashion Theory.
Hacia una teoría cultural de la
moda

Valerie Steele

Traducción: Lilia Mosconi

Índice de contenido

Portadilla

Legales

Presentación. Marcelo Marino

Prefacio

1. La mala palabra

2. Por qué la gente odia la moda

3. Moda

4. Chanel: *“L’élégance, c’est moi”*

5. Obsesión por los zapatos

6. Arte y naturaleza. Controversias decimonónicas en torno al corsé

7. El príncipe negro de la elegancia

8. La parisina como emblema de la moda

9. Nana, de Édouard Manet

10. Un museo de moda es algo más que un reservorio de trajes

11. *Femme fatale*: Moda y cultura visual en la París finisecular

12. La “calidad de museo” y el auge de la exposición de moda

13. Moda y fetichismo

14. Una historia queer de la moda: del clóset a la pasarela

15. Moda, muerte y tiempo

Bibliografía

Lista de ilustraciones

Glosario

Steele, Valerie

Fashion theory : hacia una teoría cultural de la moda / Valerie Steele ;
compilado por Valerie Steele. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires :
Ampersand, 2020.

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-4161-39-0

1. Moda. 2. Estudios Culturales. I. Steele, Valerie, comp. II. Título.
CDD 306.48

Colección Estudios de Moda

Primera edición, Ampersand, 2018.

Primera reimpresión, noviembre 2018

Segunda reimpresión, abril de 2019.

Derechos exclusivos de la edición en castellano reservados para todo el mundo.

Cavia 2985, 1º piso

C1425CFF - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

www.edicionesampersand.com.ar

© 2017 Valerie Steele (comp.)

© 2017 de la presente edición en español, Esperluette SRL, para su sello
editorial Ampersand

© 2017 de las traducciones, Lilia Mosconi

© 2012 "Fashion" en Geczy, Adam y Karaminas, Vicki (eds.), Fashion and Art,
Londres- Nueva York, Berg. Permiso cedido por Bloomsbury Publishing Plc.

© 2012 "Édouard Manet. Nana, en Impressionism, Fashion & Modernity, New
Haven y Londres, The Art Institute of Chicago en asociación con The
Metropolitan Museum of Art de Nueva York y Musée d'Orsay de París. Permiso
cedido por The Art Institute of Chicago.

© 1998 "A Museum of Fashion is More than a Clothes-Bag", en Fashion Theory 2.

© 2004 "Femme Fatale: Fashion and Visual Culture in Fin-de-siècle Paris" (2004),
en Fashion Theory 8.

© 2008 "Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition" (2008), en Fashion
Theory 12.

Los capítulos originalmente publicados en Fashion Theory fueron cedidos por
Taylor & Francis Group (<https://www.tandfonline.com/>).

© 2013 “A Queer History of Fashion: From the Closet to the Catwalk”, en A Queer History of Fashion: from the Closet to the Catwalk, New Haven y Londres, Yale University Press en asociación con el Fashion Institute of Technology
© 2008 “Fashion, Death and Time”, en Valerie Steele y Jennifer Park, Gothic. Dark Glamour, New Haven, Yale University Press en asociación con el Fashion Institute of Technology

Edición al cuidado de Ana Mosqueda y Diego Erlan
Corrección de estilo: Belén Petrecolla
Gestión de imágenes: Romina Ramos
Diseño de colección: Studio Omar Sosa
Procesamiento de imágenes: Guadalupe de Zavalía
Maquetación: Silvana Ferraro
Imagen de tapa: Alexander McQueen, colección “The Horn of Plenty”, otoño 2009.
Foto © Museo del FIT
Digitalización: Proyecto451

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del “Copyright”, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

Inscripción ley 11.723 en trámite
ISBN edición digital (ePub): 978-987-4161-39-0

ESTUDIOS DE MODA

Colección dirigida por Marcelo Marino

PRESENTACIÓN

Es difícil encontrar algún texto serio sobre moda que no cite alguno de los escritos de Valerie Steele o alguno de los textos publicados en la revista *Fashion Theory*, dirigida por ella. Su nombre está ligado al desarrollo de los Estudios de Moda de una manera sólida e indiscutible. Sus escritos acompañan y guían el desarrollo de este campo de estudios desde los años ochenta pero, si bien circulan en numerosos idiomas, no habían sido aún traducidos al español. La selección que presentamos en este volumen es, inevitablemente, arbitraria. No podría ser de otra manera al enfrentarse uno con la inmensa producción de Steele: libros, catálogos de muestras, artículos académicos, artículos de divulgación, notas, escritos de opinión y de debate. La mejor opción fue la de compilar algunos textos en donde quedan de manifiesto, por un lado, los diferentes registros de la escritura de Valerie Steele y, por el otro, aquellos trabajos que funcionan como un muestrario de sus principales intereses de investigación. Estas inquietudes también son, en parte, las que han ocupado a los estudiosos de la moda durante las últimas décadas.

El campo de Estudios de Moda, en constante formación, encuentra en la obra de Valerie Steele un espejo privilegiado. En él se reflejan desde los momentos de búsqueda de validación entre una comunidad intelectual que miraba con sospecha la irrupción del interés por la moda, hasta un presente en el que la atención hacia el fenómeno es materia consolidada de investigaciones, exposiciones y debates en el mundo académico, en el mundo del consumo y en los universos del ocio y del entretenimiento.

Los diferentes ejes que articulan esta selección son los de las preguntas que se le hacen constantemente al que aborda alguna de las cuestiones relacionadas con la moda. ¿Es la moda un tema serio de estudio? ¿Es la moda un arte? ¿Deberían los museos exhibir moda? ¿Cuál es la ética de las instituciones que lo hacen? ¿Somos víctimas de la moda? ¿Cuáles son las relaciones que podemos establecer entre sexo, género y moda? ¿Cuáles son los métodos para el estudio material de la moda?

Valerie Steele ha respondido de diversas formas a estas preguntas: con sus textos, con la fundación de la prestigiosa revista científica *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, con la dirección del Museo en el Fashion Institute of Technology de Nueva York y con la curaduría y la colaboración en innumerables exhibiciones en Estados Unidos y en otros países. (1)

Los escritos aquí reunidos tratan de dar cuenta de estas facetas de su producción. Valerie Steele se convirtió en referencia obligada en el mundo de los estudios sobre moda, principalmente por sus textos referidos a la historia cultural del corset y a la construcción de París como capital histórica de la moda. De estos trabajos fundamentales incluimos algunos capítulos completos en este volumen (“Arte y naturaleza”, “El príncipe negro de la elegancia” y “La parisina como emblema de la moda”).

De la misma manera, elegimos un capítulo central de su investigación sobre el fetichismo y la moda, y el ensayo introductorio de su libro dedicado a la obsesión por los zapatos. Estos dos textos ilustran varias de las hipótesis en el trabajo de Steele, que dirigen la atención a la intensa relación de la ropa con las prácticas del deseo. Aunque estas ideas ligadas a las pulsiones se presentaron temprano en la obra de Steele, veremos también que son vitales para sus investigaciones más recientes sobre los estilos *dark* y gótico. Las relaciones entre la muerte, el deseo, lo oscuro y la moda han sido algunos de los temas que más han

interesado a la autora, y fueron objeto de una de sus más exitosas exhibiciones en el Museo del Fashion Institute of Technology (“Gothic: Dark Glamour”, 2008).

Otros textos de Steele apuntaron al núcleo del debate y plantearon los obstáculos a los que se enfrentaba cualquiera que quisiera dedicarse a estudiar estas cuestiones. Desde el episodio autobiográfico en donde la autora narra el choque entre su interés por la moda y la recepción que estas inquietudes pudieron tener en el ámbito académico, hasta los argumentos y presupuestos que se esgrimen constantemente sobre lo inútil y superfluo de la moda en sí, Valerie Steele fue de las primeras en lanzar sus opiniones irónicas y certeras sobre estos temas (“La mala palabra” y “¿Por qué la gente odia la moda?”).

Otras de las discusiones más importantes en las que Steele ha intervenido son las referentes a las exhibiciones de moda, a la presencia de la moda en los museos de arte y al rol del curador de estas exhibiciones. El texto que presentamos como ejemplo de este debate hace un repaso crítico de algunos de los momentos claves de la historia de las muestras sobre moda al tiempo que cuestiona el especial encono que estas despiertan en algunos de los sectores del público y a las mismas instituciones (“La ‘calidad de museo’ y el auge de la exposición de moda”). La autora también vincula estas inquietudes con las cuestiones de método referentes al estudio de los objetos dentro del museo y finalmente con la defensa de los museos dedicados a la moda (“Un museo de moda es más que un reservorio de trajes”).

Steele también ha estudiado en varias ocasiones el rol del diseñador de moda. Incluimos aquí su ensayo sobre Coco Chanel en donde revisa y rectifica los lugares comunes y los supuestos que abundan en la literatura sobre la diseñadora. De esta manera, la autora nos invita a dismantelar y cuestionar la construcción de la figura del genio y de la excepcionalidad que han operado sobre Chanel (“Chanel:

'L'élégance, c'est moi'"). En otro de sus textos más recientes y que traducimos por completo en esta compilación, Steele indaga los nexos entre homosexualidad y creación en la práctica del diseño de moda ("Una historia *queer* de la moda").

Otros escritos que dan cuenta de la prolífica producción en el campo de la curaduría de moda de Valerie Steele completan este volumen. Por esa razón resulta fundamental destacar que la mayoría de las investigaciones de Steele se articulan con exhibiciones de moda. Esto refuerza una de las líneas más interesantes de su trabajo: la relación del estudioso y sus objetos de análisis. Me refiero al abordaje no solo de las fuentes y de los documentos, sino también, y especialmente, de los materiales. En toda la obra de Steele podemos apreciar la importancia concedida a los procesos culturales, pero también el peso otorgado a la observación de la ropa, de los accesorios y de la apariencia.

El objetivo de este libro es que el lector sienta el deseo de indagar más sobre la extensa obra de Valerie Steele y que también encuentre respuestas y caminos en la construcción de sus relatos y saberes sobre la moda.

Esta presentación no estaría completa sin algunos agradecimientos. A quienes con su profesionalismo tradujeron, editaron y se dedicaron a la tarea de búsqueda de imágenes. Mi respeto y gratitud a todo el equipo de Ampersand por tan arduo trabajo.

Finalmente, a Valerie Steele. Su entusiasmo, su compromiso y su generosidad han sido constantes desde el momento en que desde algún remoto aeropuerto contestó a mi tímida propuesta de edición de sus textos al español con un inmediato, claro y afectuoso: *¡Estoy encantada, hagámoslo realidad!*

Marcelo Marino
Bristol, Inglaterra. Febrero de 2018

1- *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture* se ha publicado desde 1997 de forma ininterrumpida hasta el presente. Por más de veinte años se ha constituido en uno de los principales referentes a nivel mundial en cuanto a publicaciones científicas sobre moda. Valerie Steele es su fundadora y editora en jefe.

PREFACIO

En 1978 ingresé en la Universidad de Yale para cursar estudios sobre la historia cultural e intelectual europea. Durante el primer trimestre tuve una epifanía en la que comprendí que la moda formaba parte de la cultura. Fue como si de repente se hubiera encendido una luz. Desde ese momento, mi vida cambió: decidí enfocarme en la historia de la moda. Para un curso sobre la Inglaterra del siglo XVIII, investigué la moda de los *macaroni*; para un curso sobre la historia social del impresionismo, escribí sobre la moda en la obra de artistas como Mary Cassatt; en mi disertación doctoral, exploré los aspectos eróticos de la moda victoriana...

Lamentablemente, el foco en la moda coartó mis posibilidades de hacer una carrera académica normal, porque ningún departamento de Historia se habría dignado a contratar a alguien con una especialidad tan “frívola” como la moda. Pero yo estaba convencida de que la moda era un tema relevante y, mientras me desempeñaba en múltiples empleos como docente adjunta, continué escribiendo libros y artículos sobre la historia de la moda. En verdad, estaba ayudando a crear los Estudios de Moda como una nueva disciplina académica.

El año 1997 marcó dos hitos en mi carrera. Uno fue la renuncia al cargo de profesora adjunta en el Fashion Institute of Technology (FIT) para asumir como jefa de curaduría en el museo del mismo instituto (del que pasé a ser directora en 2003). La asociación con el Museo del FIT me ha permitido presentar una serie de exposiciones –“The corset”, “Japan fashion now”, “Gothic: dark glamour” y

“Proust’s muse”, (1) entre otras- que me ayudaron a elaborar mi postura sobre la relevancia cultural de la moda. El otro hito de 1997 fue la publicación del primer número de *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. Como fundadora y editora de la primera revista académica con referato en el campo de los Estudios de Moda, suministré un espacio internacional e interdisciplinario para la publicación de un amplio espectro de artículos que exploran “la construcción cultural de la identidad expresada en el cuerpo”. Me enorgullece el hecho de que la revista haya contribuido a establecer los Estudios de Moda como un campo académico legítimo, pero también como una temática importante e interesante.

Este libro contiene una selección de los escritos que publiqué durante los últimos treinta años, desde capítulos de libros hasta artículos, ensayos y catálogos de exposiciones. A lo largo de este tiempo, mi trabajo se ha traducido al chino, francés, alemán, italiano, portugués y ruso. Hoy aparece en español gracias a Marcelo Marino, quien tuvo la idea de organizar esta publicación. Me siento sumamente agradecida por este honor. Fue un verdadero placer trabajar con él en esta selección de escritos.

Valerie Steele

Nueva York, abril de 2017 1. La mala palabra

1- “El corsé”, “La moda de Japón ahora”, “Gótico: oscuro glamour” y “La musa de Proust” [N. de la E.]

1. LA MALA PALABRA

“The F-Word” (1991), *Lingua Franca*, pp. 17-20.

Cuando hacía mi posgrado en Yale, un profesor de Historia me preguntó de qué se trataba mi tesis.

-*Fashion* -respondí, porque hablábamos en inglés.

Visiblemente interesado en el tema, el profesor quiso saber si me había enfocado en Italia o en Alemania. Yo me quedé perpleja unos instantes, mientras asociaba automáticamente Italia con Armani, hasta que de repente entendí lo que había ocurrido.

-No *fascismo* -aclaré-. *Fashion*, moda. Como la moda de París. (1)

-Oh -atinó a decir él.

Tras un prolongado silencio, sin agregar una sola palabra más, el profesor me dio la espalda y se alejó.

Esta mala palabra (2) aún conserva el poder de reducir a muchos académicos a un embarazoso o indignado silencio. Algunos de los que abordé mientras preparaba el presente artículo me pidieron que no los nombrara, o incluso se negaron a tocar el tema; los que accedieron a hablar explicaron que a muchos de sus colegas les parecía “bochornoso pensar en la moda”. Una de las personas con las que conversé, en el ámbito de la docencia universitaria, explicó así la “negación” de la moda entre los profesores: “Dicen que no les importa la moda, pero tal vez lo hagan porque no tienen suficiente conciencia de su aspecto como para vislumbrar un estilo propio. La mayoría de los académicos carece de estilo”.

No creo equivocarme si digo que los académicos estadounidenses son la franja ocupacional de clase media peor vestida del país. Pero vestirse, se visten. Por eso emprendí la tarea de averiguar cómo eligen su atuendo los profesores universitarios (la ropa no aparece en el ropero por generación espontánea), qué piensan sobre la moda (aunque aleguen que no piensan en esas cosas) y... en fin, por qué tienden a vestirse tan mal.

EL PROBLEMA MENTE-CUERPO

Obviamente, la universidad no es como un estudio jurídico de alta categoría, donde las reglas que determinan la vestimenta apropiada son tan estrictas como explícitas. Allá por la década de 1950, había algunas universidades que exigían el uso de saco y corbata, pero eso ya forma parte del pasado. Peter Baldwin, profesor adjunto de Historia en la UCLA, (3) señala que los académicos no están sometidos a “presión alguna para vestirse bien”. Y de acuerdo con Deborah Kaple, que enseña Sociología en Princeton, el hecho de “no tener que prestar atención” a la manera de vestir es, para algunos académicos, “una de las ventajas” que ofrece el empleo. Sin embargo, si cada profesor puede hacer lo que le plazca, ¿por qué casi todos hacen lo mismo? (Basta con echar un vistazo a cualquier departamento universitario...).

“En teoría, cualquier cosa está bien”, dice Susan Kaiser, autora de *The Social Psychology of Clothing* y profesora adjunta de la UC Davis. “Pero en la práctica, en un contexto de grupo reducido -como el departamento universitario- rige una suerte de negociación sutil. Nos influenciamos mutuamente”.

Ciertos supuestos filosóficos y epistemológicos muy difundidos (pero poco examinados) militan contra la inconformidad sartorial en el campus. En los círculos

académicos –dicen muchos profesores–, la ropa se percibe como “material” (no intelectual) y, por lo tanto, “indigna de consideración”. Hay una separación tajante entre “la actividad de la mente y la del cuerpo”, como resultado de la cual (ironiza una de mis fuentes profesorales) los académicos suelen tener “cuerpos feos, y ninguno se viste bien”.

De acuerdo con John Brewer, profesor de historia en la UCLA:

vestirse a la moda es sinónimo de frivolidad, de preocupación por el cuerpo y, por ende, desatención a la actividad de la mente. La mayoría de los colegas contemplan el interés por la indumentaria, y en especial el juego o la osadía con la moda, con una mezcla de diversión, condescendencia y temor. Lo anticuado es seguro y serio; vestirse mal, uno de los últimos recursos que conservan los académicos para proyectar la ilusión de intelectualidad.

Los militantes e intelectuales de izquierda consideran, además, que la moda es “burguesa”, e *ipso facto* a menudo “se desviven por marcar distancia” con respecto a ella, observa Michael Solomon, editor de un libro sobre psicología de la moda (*The Psychology of Fashion*) y director del departamento de Mercadotecnia en la Facultad de Estudios Empresariales de la Universidad Rutgers. Muchos de los (hoy) viejos “jóvenes del 68” son “agresivamente informales” –señala Baldwin– y “se visten mal a propósito para dar clase”. Pero ni siquiera los docentes conservadores suelen verse demasiado respetables. De hecho, a raíz de que tantos académicos presuponen que la moda es frívola, vana y políticamente incorrecta, ciertos estilos son cuasi obligatorios, mientras que otros rayan en el tabú.

LE LOOK

Cuando le pedí que caracterizara el estilo académico, un profesor de Dartmouth me respondió enseguida “Símil *tweed* y arrugado. Pero no me nombres”. Una docente de la UC San Diego también resumió el estilo sartorial de sus colegas varones con la frase “saco raído de *tweed* y jeans ajustados”. Nótese los adjetivos “raído” y “arrugado” (sobre “ajustados”, me explayaré más abajo).

Esta desidia, que en el ambiente académico se lee como “desinterés por lo que se diga de mi apariencia”, se remonta por lo menos a la década de 1950 y tiene antecedentes anglófilos, e incluso anglicanos. Según “los evangelios” del caballero inglés de alcurnia, un buen saco de *tweed* Donegal dura para siempre. Y si está un poco gastado, tanto mejor. Los académicos de Estados Unidos no han hecho más que copiar este *look* de refinamiento andrajoso, de modo tal que los hijos de inmigrantes rusos, italianos, polacos e irlandeses que hoy son profesores universitarios titulares se visten como párrocos rurales de la Iglesia anglicana.

En el contexto estadounidense moderno, usar saco o chaqueta en lugar del traje completo equivale a adoptar un grado menor de formalidad, en comparación, por ejemplo, con los empresarios o -más en familia- con los administradores de las universidades. Pero la combinación de saco deportivo y corbata confiere un aura de formalidad y autoridad.

HOMBRES: LA SEMIÓTICA DEL JEAN

A principios de los años sesenta, cuando desaparecieron los códigos de vestimenta de las escuelas secundarias estadounidenses, también emergió un nuevo estilo

académico entre los profesores universitarios. Tal como lo expresa la historiadora del arte Anita Brookner, “todos los grados de jerarquía quedan obliterados en el afán de adquirir la apariencia más joven [y] despreocupada [...] posible”. De hecho, lejos de querer verse como profesionales, o siquiera como adultos que trabajan, los profesores “están vestidos para retozar” (1982: 9).

Aquí la prenda clave es el jean. ¿O acaso hay una mejor manera de expresar solidaridad con los jóvenes que vestirse como ellos? Y los jeans ofrecen la ventaja adicional de haber pertenecido (en una época anterior) al proletariado. Aun cuando el profesor sea el integrante más viejo, más poderoso y con menos onda de la clase, el hecho de vestirse en disidencia con el orden establecido lo define como un espíritu libre, opuesto a las nocivas distinciones jerárquicas entre maestro y discípulo.

Los jeans también tienden a ser ajustados. “Para decirlo sin sutilezas, se viste como si insinuara que está dispuesto a acostarse con sus estudiantes”, escribió Jacob Epstein, profesor de inglés en la Universidad del Noroeste (Illinois) y autor del artículo “Reflections of an Academic Dandy”, (4) publicado en la revista trimestral *Gentlemen’s Quarterly* (octubre de 1985). Ya entrados en años pero rodeados de jóvenes, muchos docentes universitarios sucumbieron a algo así como una atrofia evolutiva en cuestiones de vestimenta. Pero es probable que la novelista Angela Carter haya acertado al sugerir que “los jeans perdieron su fresca chic cuando la generación del 68 los llevó a la sala de profesores. [...] Ahora son [...] un signo de madurez mal llevada” (*New Society*, 13 de enero de 1983). Y según relata una profesora de California, sus alumnos dicen que los profesores son “demasiado viejos” para usar jean.

El pulóver, solo o bajo el saco, también es una prenda frecuente entre los académicos de sexo masculino. Hay pulóveres bellísimos, desde luego, pero los que abundan en los círculos académicos, casi invariablemente, representan

lo que un profesor describió con pesar como una de las tantas “oportunidades perdidas” en materia de estética. Tal como deplora una académica, la mayoría de los profesores usa pulóveres demasiado grandes, deformes, de colores sosos y materiales baratos.

MUJERES: LA TIRANÍA DE LOS TONOS TIERRA

Las mujeres académicas son “un desastre”, sentencia una profesora de California que cita ejemplos de trajecitos anticuados, zapatos prácticos y cortes de pelo demodé. Con esa “ropa asexuada y [esas] carteras [que] en realidad son portafolios”, “sin maquillaje ni *bijouterie*”, lamenta una profesora universitaria de la Liga Ivy, el “mensaje subconsciente” que envían sus colegas y congéneres es: “Si pudiera, sería un hombre”.

La femineidad está fuera de cuestión, por supuesto, así como las prendas demasiado llamativas o reveladoras. Como el grueso de las mujeres profesionales, las académicas tienden a minimizar todo erotismo de la indumentaria, a la vez que maximizan los indicadores de estatus. “Casi todas las profesoras parecen banqueras y abogadas, aun cuando los hombres vayan a dar clase en chomba”, sintetiza un informante de la UC San Diego.

Sin embargo, si observamos con mayor detenimiento, las académicas no parecen ni banqueras, ni abogadas ni altas ejecutivas. Lamentablemente, les falta el *glamour* empresarial. Las faldas, por ejemplo, tienden a ser mucho más largas en comparación con las que usa la mayoría de las mujeres profesionales: hasta la mitad de la pantorrilla, cuando el largo en boga es levemente por encima de la rodilla. El saco (la insignia de poder de las mujeres

directivas) es menos frecuente en la academia, donde los profesores no suelen usar conjuntos.

Las académicas casi nunca usan zapatos de taco alto, que en los círculos intelectuales se consideran “políticamente retrógrados”. Pero la mayoría de las mujeres profesionales usa tacos y, entre las directivas, la altura de los tacos suele ir aparejada a la del salario. Las académicas evitan el color (incluso a modo de realce); prefieren la gama apagada de los “tonos tierra” o un “*beige* demodé”. Algunas andan “literalmente desaliñadas”, sentencia una profesora: un pecado cardinal en el mundo de los negocios. E incluso cuando tratan de “ponerse lindas”, las mujeres académicas tienden a vestirse como adolescentes: cándidos vestidos floreados (el estilo neovictoriano de Laura Ashley parece atraer a las historiadoras) o blusas y faldas sencillas.

De este modo, aunque las profesoras se enfrentan a aulas y salas de conferencias, conscientes de su exposición ante un público que las observa, tienden a ignorar las estrategias sartoriales de presentación y rara vez usan la ropa para “vender” su imagen. El “culto a la autenticidad” –dice una informante de California– implica que uno no puede ni debe “disfrazar su verdadero yo”.

¿A qué se debe semejante hecatombe de la moda femenina? El problema –dice Nancy Koehn, profesora de Historia y Literatura en Harvard– es que, para las mujeres, estar bien vestidas (ni siquiera a la moda, sino apenas arregladas) es a veces una “espada de doble filo”. Aunque los alumnos puedan preferir, en realidad, que sus docentes se vistan con cierto estilo (como sofisticados consumidores postsesentistas, no comparten los prejuicios de sus profesores respecto de la moda), en la mente de los colegas siempre surge la incógnita: “¿Podemos tomar en serio a una mujer que usa faldas de Anne Klein?”.

La ropa sexualmente provocativa es “todo un tema”, aseguran varias profesoras, cuyos estudiantes, tanto mujeres como varones, “siempre” hacen observaciones

sobre su apariencia. Por lo general, los comentarios son positivos (“¡Qué buen vestido! ¡Tiene mucha onda!”) o inocuos (“Se puso lo mismo dos veces seguidas. Llevé la cuenta”). Pero no siempre.

“No puedo concentrarme en el trabajo si se me para”. Dicen que una profesora concursante para un cargo en una universidad de la Liga Ivy recibió este comentario en una evaluación de sus alumnos. La profesora alegó acoso sexual y el comentario fue suprimido, pero el problema no desaparece con la misma facilidad. ¿Esta ropa será provocativa para mis alumnos? ¿Hasta dónde puedo ser sexi? Estas son preguntas -cargadas de ansiedad- que las mujeres académicas de todos los credos políticos confrontan a diario. Una de ellas llega a la conclusión de que los estudiantes tienden a “tomarnos más en serio si usamos sostén”. Los colegas de una mujer también pueden reaccionar con profunda hostilidad ante la vestimenta femenina o provocativa.

“Yo no enseño en taparrabos”, objetó un economista mientras contaba airadamente que una colega de maestría había dado una clase en minifalda. “Los estudiantes se la pasaron mirándole las piernas; fue muy poco profesional de su parte. Las mujeres deberían vestirse como si fueran un muchacho más”.

LA ROPA Y EL CARGO

¿Es posible que la manera de vestir perjudique la carrera profesional? Como era de esperarse, la mayoría de los académicos lo niega rotundamente. Pero algunas anécdotas parecen indicar lo contrario: cuando una universidad de la Liga Ivy denegó el cargo permanente a un profesor gay, hubo quienes opinaron que la institución lo había castigado, en parte, por su manera de vestir. “No es que tuviera las orejas llenas de pendientes” ni nada por el estilo, pero

siempre usaba “ropa cara, preciosa, colorida, que llamaba la atención” en el campus. En un departamento de Diseño de la Universidad de California, una candidata a profesora se presentó a la entrevista para el puesto ataviada con un trajecito azul marino. El estilo era perfecto para la mayoría de los departamentos, sin duda, pero en este caso particular se le dijo –en la cara– que “no encajaba, porque no tenía mucha pinta de artista”.

Otra evidencia en favor del papel significativo que desempeña la vestimenta en la carrera académica es el hecho de que algunas universidades (como Harvard) hayan comenzado a asesorar a los estudiantes de posgrado sobre la ropa apropiada para las entrevistas de trabajo. El tono es condescendiente, a todas luces (“Van a tener que pensar en un traje formal para entrevistas y una blusa blanca”), pero la institución percibe esa asesoría como una necesidad. Los alumnos de posgrado también se consultan mutuamente acerca de cómo vestirse para la defensa de su tesis. De hecho, esta es una de las pocas ocasiones en las que se excusa la conversación sobre ropa y apariencia en el ambiente académico.

“Mi ropa es una manera de expresar quién soy”, dijo un profesor. “Pero no puedo hablar sobre eso”. La ropa, entonces, es un tema tabú, un ámbito de placer prohibido. Muchos de los mismísimos profesores que desprecian y censuran los placeres del buen vestir prodigan tiempo y dinero a la *couture cuisine*, los estéreos, los Volvos, los aparatitos digitales, los esquíes, los viajes y los vinos. Pero a la ropa no

1- La conversación original es: “I’m writing about fashion”. “That’s interesting. Italian or German?”. “Not fascism,” I said. “Fashion. As in Paris”. Las modificaciones del texto traducido se deben a la imposibilidad de reproducir en español la semejanza entre *fascism*, ‘fascismo’, y *fashion*, ‘moda’. [N. de la T.]

2- En el original inglés, “*F-word*”, (literalmente, ‘la palabra con *f*’), significa coloquialmente “mala palabra” porque alude a *fuck*, que se refiere al acto

sexual y se usa en los insultos más comunes. En este caso, hay un juego de palabras con *fashion*, 'moda', que en inglés también empieza con la letra *f*. [N. de la T.]

3- Universidad de California en Los Ángeles. En adelante, todas las siglas UC acompañadas de nombres de ciudades se refieren a sedes de la Universidad de California. [N. de la T.]

4- Literalmente, 'Reflexiones de un dandi académico'. [N. de la T.]

2. POR QUÉ LA GENTE ODIS LA MODA

“Why People Hate Fashion” (1998), en Malossi, Giannino (ed.), *The Style Engine*, Nueva York, Monacelli, pp. 66-71.

Tal vez “odia” sea una palabra excesiva, pero al menos mucha gente la desprecia y la denuncia. La oposición a la moda ya lleva varios siglos y aún goza de excelente salud, sobre todo en Inglaterra y en los Estados Unidos, donde abunda la gente que reacciona con diversos grados de hostilidad ante la sola idea de la moda. Sin embargo, incluso en países más afines al rubro hay una ambivalencia de fondo, expresada a la perfección en el anuncio publicitario de Moschino que combina la imagen de una mujer hermosa, pero vampírica, con el eslogan *Stop the fashion system* (‘Paren el sistema de la moda’).

La moda es opresiva, en especial para las mujeres. En el discurso cotidiano son frecuentes las referencias a la moda como tirana, así como a los modistos se los tilda de dictadores. A la inversa, los obedientes son ridiculizados como “esclavos de la moda”, o bien, en la terminología actual, como *fashion victims* o “víctimas de la moda”. En el siglo XIX, los reformistas de la vestimenta tildaban la moda de “monstruo” y “demonio” empeñado en la “subyugación” y la “degradación” de la humanidad, en especial de las mujeres, que se sometían “con gemidos de dolor al azote caprichoso de la moda”. Aunque el vocabulario actual ha cambiado, las ideas subyacentes son bastante similares.

“Una saga de flaquezas y vanidades humanas salió a la luz ayer en las galerías del Fashion Institute of Technology, cuando se abrieron las puertas de una gran exposición: ‘The undercover story’”, informó la periodista de modas Bernadine Morris (1982). La muestra “revela sin ambages hasta dónde fueron capaces de llegar las mujeres del pasado para distorsionar voluntariamente su cuerpo en nombre de la moda”. Nótese que la autora dice que las mujeres *del pasado* eran víctimas de la moda, dando a entender que las mujeres modernas jamás cometerían semejante insensatez. Es una práctica común del periodismo criticar ciertas modas (como el corsé) que, oportunamente, ya pasaron de moda. Sin embargo, la prensa estadounidense también suele describir los zapatos de taco alto como instrumentos de tortura que causan los más diversos problemas de salud, desde callos y juanetes hasta desviaciones de columna. Entonces, ¿por qué las mujeres persisten en usarlos?

La moda es una forma irracional de fetichismo femenino. Algunos caracterizan a la moda tirana como una divinidad femenina, y se preguntan, por ende, si las mujeres son sus víctimas o sus devotas. “La moda es la diosa de la mujer, porque es como la mujer”, declaró un escritor victoriano: *Varium et mutabile semper femina* (‘La mujer es siempre variable y cambiante’, Virg. *En.* IV 569-570). Esta imagen de la diosa voluble desplaza sutilmente el énfasis desde la metáfora del poder hacia la aún más problemática cuestión de la irracionalidad. La moda se relaciona a menudo con las “insensateces”, término que abarca tanto el absurdo como la estupidez.

“La moda y la idiotez son eternas gemelas”, declaró otro autor victoriano. La vestimenta lisa y llana puede ser necesaria por razones de protección y decencia, pero las modas extravagantes, absurdas o caprichosamente cambiantes carecen de toda utilidad. Los cambios de la moda suelen parecer misteriosos, arbitrarios e insensatos...

excepto como parte de una conspiración para que la gente se vea obligada a comprar ropa nueva.

La moda es la hija dilecta del capitalismo. Tal como observó alguna vez Kennedy Fraser en *The New Yorker*, la moda no solo es calificada de opresiva e irracional, sino “además condenada por estar a merced del comercio más corrupto”. De hecho, la exhortación irónica de Moschino a acabar con el “sistema de la moda” supone la destrucción revolucionaria de una corporación mundial. La explotación de los obreros que trabajan en la industria de la indumentaria es un tema recurrente en la literatura del comunismo. Como dice Friedrich Engels en *La situación de la clase obrera en Inglaterra* (1845), es “curioso que justamente la producción de artículos para el adorno de las damas burguesas acarree las consecuencias más tristes para la salud de los obreros”. Cabe presumir que el sufrimiento de los obreros sería menos injustificable si se los empleara en una labor más productiva para la sociedad que la fabricación de chucherías inútiles. Pero el sistema de la moda también victimiza en potencia a los burgueses, que sucumben a la coerción de comprar ropa nueva antes de que se haya gastado la vieja. ¿Por qué están dispuestos a dilapidar su capital en nombre de la moda?

La moda se asocia con los pecados de la lujuria y la soberbia. La historia demuestra que la moda ya era objeto de oprobio mucho antes del surgimiento del capitalismo, cuando los hombres eran al menos tan coquetos y extravagantes para vestirse como las mujeres. De acuerdo con el Génesis, el origen de la vestimenta es el pecado. Y tal como explicó san Agustín, una vez que Adán y Eva experimentaron la lujuria (o al menos Adán lo hizo; san Agustín no estaba seguro respecto de Eva), sintieron vergüenza. Y aunque la ropa pasó a ser un mal necesario tras la caída de la humanidad, el vestido y el adorno podían muy bien tornarse voluptuosos y seductores. El profeta Isaías advirtió que el Señor dejaría sin “ornatos” a las hijas

de Sion para castigarlas por su altivez y su desvergüenza. Tertuliano también sostenía que las mujeres debían contentarse con “la seda de la honradez, el lino fino de la santidad, el púrpura de la castidad”.

La moda es una incitación a la inmoralidad. “Por el pecado se inventó el vestido, y ahora el vestido incita a pecar a las almas más débiles y vanas entre las mujeres”, declaró Lucy Hopper en su artículo de 1874, “Fig Leaves and French Dresses”. (1) El vínculo entre la moda y la prostitución era un tema frecuente entre ciertos nacionalistas farisaicos que culpaban de las tentaciones a los países extranjeros. Los estadounidenses alegaban que las malignas modas venían “¡de la París licenciosa y la Francia infiel! ¡Donde la mujer abandona su elevada posición de virtud y moralidad para caer en el vicio y la impureza, para someterse a las bajas pasiones y a los abyectos deseos de los cofrades en las artes del infierno!”. Las “hijas de ancestros puritanos” no debían emular a la “clase cortesana que viste a la moda en la escandalosa ciudad de París”. Entretanto, en Francia, los tratados decimonónicos sobre la confesión subrayaban que la vestimenta femenina era una fuente de constantes peligros: los sacerdotes podían tolerar a las mujeres que se limitaban a seguir la moda para complacer al marido, pero a las que inventaban nuevas modas eróticas o se vestían para seducir era preciso advertirles que eran culpables de pecado mortal. En 1954, el papa Pío XII instruyó a los obispos católicos para que actuaran contra la indecencia en el vestir, alertándolos en especial sobre los “efectos espiritualmente perniciosos” de las modas veraniegas.

La moda es un despilfarro de tiempo y dinero. El cuáquero William Penn tildó el “adorno excesivo” de “insensatez dispendiosa”, e instruyó así a sus seguidores: “Es suficiente con que estén abrigados y limpios, pues más que eso solo logra despojar al pobre y complacer al displicente”. El advenimiento de la ética laboral moderna (“el tiempo es

dinero”) también condujo a denigrar frivolidades tales como la moda. El tiempo y el dinero debían emplearse en proyectos más dignos que el adorno propio, a menudo visto como el epítome de la actividad más atrocemente “inútil” que la mente pudiera concebir. La mayor utilidad de la indumentaria masculina moderna (básica, simple, funcional) se ha citado con frecuencia como argumento contra la moda. Tal vez haya unos pocos “jóvenes de sociedad’ con mente superficial” que siguen cada viraje de la moda, declaró el escritor Henry Finck, pero la mayoría de los hombres “se ríe de las personas tontas que aceptan sin chistar” todos y cada uno de los estilos pergeñados por sastres codiciosos (1887: 204). A medida que más mujeres se convertían en miembros instruidos de la fuerza de trabajo, ellas, también, desestimaban cada vez más como tontos y superficiales a los seguidores de la moda.

La moda es incómoda, insalubre y fomenta perniciosas distinciones jerárquicas. Las consecuencias sociales negativas de la moda se perciben vastas. El grueso de la crítica se enfoca en la inconveniencia y la incomodidad de la indumentaria femenina, pero siempre hay unos cuantos hombres que se quejan de artículos tales como la corbata. También las modas masculinas se han asociado a riesgos para la salud. Por ejemplo, se dice que los calzoncillos y los pantalones ajustados reducen la cantidad y la vitalidad del esperma; y los hombres, tal como las mujeres, pueden caerse cuando caminan con zapatos de plataforma o ahorcarse sin querer con una chalina larga.

Muchos hombres de izquierda han denostado el traje empresarial (tan alabado por las feministas) como chaleco de fuerza que consolida el sistema de clases. “La moda suele despertar suspicacias porque marca diferencias de rango”, observa la periodista Christa Worthington, “sobre todo en los Estados Unidos, donde no podemos admitir la existencia de clases”. En cuanto a los países del tercer mundo, los cañones a veces apuntan contra el traje