



Universidad Nacional Autónoma de México

Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales

Vistiendo la ciudad:
Hacia una perspectiva estética de la moda y la vida urbana

Tesis
que para optar por el grado de Maestría en Estudios Políticos y Sociales

Presenta:
Adriana Guadalupe Duarte Romero

Tutora: Dra. Emma León Vega
CRIM-UNAM

México, D.F.

Octubre 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Introducción.....	3
Moda.....	8
El vestido se convierte en moda.....	9
La <i>mode•rnité</i>	13
La mirada de las ciencias sociales.....	17
Moda es.....	22
Ciudad.....	28
La ciudad y la urbe.....	29
El estilo urbano.....	32
La estética urbana.....	38
Primero fue París.....	40
Ciudad y moda.....	46
Cuestión de estilos.....	47
La moda en la ciudad y la ciudad en la moda.....	49
Las pasarelas improvisadas.....	52
La perspectiva estética de la arquitectura.....	56
Las apariencias engañan.....	60
Reflexiones finales.....	64
Referencias.....	68

Introducción

Parece ser un entendido universal que la moda y el pensamiento intelectual no se llevan bien, que cuando alguien está inmerso en el mundo de las ideas debe descuidar con igual esmero el de las apariencias. Esta tesis plantea lo contrario. Estamos a punto de embarcarnos en las olvidadas aguas del adorno aparentemente inútil, de la profundidad de la apariencia, de la estética que cubre al cuerpo, de todo aquello que, nos guste o no nos guste, ha definido a la vida urbana desde hace ya algunos siglos.

La moda, como fenómeno profundamente sociocultural, posee innumerables cualidades y dimensiones. El hecho de vestir incluye factores tan disímiles como el autoestima y la seguridad, la experiencia estética, las prácticas de consumo e imitación, el deseo de inclusión o la protección contra los elementos climáticos. La moda en relación con la ciudad trae a la ecuación muchos más elementos de la vida social, que en las siguientes páginas nos dedicaremos a analizar.

Es necesario advertir ahora que, por varios motivos, esta no es una tesis tradicional. En primer lugar, porque la visión de moda que se presenta no es la del fenómeno banal y sin importancia o, al contrario, la de la manipulación capitalista para el consumo de artículos inútiles. Tampoco remite a la imitación de las formas de vestir que ocurre entre clases sociales. Aquí la moda se abordará como un fenómeno estético constitutivo de la vida urbana en general, en tanto expresión fundamental de la constante construcción y reconstrucción del ambiente urbano.

Esta propuesta se opone a las teorizaciones que parten de la descalificación a la hora de abordar el tema de la moda, que han resultado en la monotonía que Maffesoli llamaría "la tranquila y muy aburrida contabilidad de los notarios del saber" (Maffesoli, 2004, p. 61). Este

trabajo es una apuesta por ignorar este tipo de seriedad que, por sí misma, resulta irrelevante para el reino de las apariencias. Asimismo, es un intento por reivindicar a la moda como un tema relevante para las ciencias sociales, eliminando los prejuicios y buscando sus influencias, alcances y consecuencias en el mundo social y en los sujetos que la portan sobre sus cuerpos.

En segundo lugar, esta tesis no tiene referentes empíricos específicos traducidos en forma de datos duros o suaves, de entrevistas, testimonios u observaciones registradas en un diario de campo. Dado su carácter general, conjuga un ejercicio de escritura con reflexiones inspiradas tanto en la teoría consultada, como en la experiencia cotidiana de vivir en una ciudad, y de hacer todo lo anterior vistiendo prendas que tienen como origen el sistema de la moda.

Esta aproximación conceptual retoma el enfoque *formista* de Maffesoli (2007), en el sentido de que la sola presencia de este fenómeno en el mundo social es razón suficiente para estudiarlo y la información que ofrece en su misma aparición aporta los recursos necesarios para su análisis. Esto implica una forma de pensamiento estético, que se aproxima a la realidad como una forma y como una imagen (Fernández Christlieb, 2013). Por lo tanto, es un objeto de estudio que no se puede separar de los medios para analizarlo: en su descripción, escritura y teorización se devela a sí mismo. Esto ocurre en una dimensión distinta a la lógica, donde los datos empíricos tradicionales tienen muy poco que decir.

Por otro lado, al hablar de la ciudad, este trabajo refiere a todas en lo general y a ninguna en particular. Las reflexiones aquí plasmadas son intencionalmente abstractas, con el objetivo de trascender las delimitaciones geográficas y particulares, y de ofrecer una visión panorámica a un fenómeno aún inexplorado, a saber, el de la estética urbana.

En esta tesis la moda es el tema perfecto para reflexionar sobre el ambiente urbano que se construye y se reconstruye a través de las prácticas estéticas cotidianas que son influidas

profundamente por la moda. De nueva cuenta, aquí se desechan las críticas hacia la moda (donde la apariencia se entiende como lo que nos mantiene en un mundo de banalidades intrascendentes) para hacer de su naturaleza estética el hilo conductor de la reflexión y también el punto de llegada.

Sin embargo, la estética urbana como ángulo de lectura no remite a los significados y valores que le da un transeúnte a sus prendas y a sus espacios, a la experiencia interna de quienes visitan un café o una plaza con sus *jeans* favoritos, ni la de las emociones que se desencadenan al sentirse dentro o fuera de lugar por causa de "no estar a la moda". Será la mirada de cualquier que, desde otra mesa y desde otra taza de café, desentraña las relaciones entre moda y ciudad, a través de teorías y estudios pertinentes para comprender las hebras que tejen su complejidad. Evidentemente esta forma de acercarse está marcada por componentes altamente subjetivos, como puede esperarse de cualquier aproximación estética, pero es parte consustancial de su aplicación y del mismo fenómeno aquí descrito.

Este documento está dividido en tres secciones en forma de capítulos. El primero está dedicada a la moda en sí misma. Con la preguntas iniciales de *cuándo*, *cómo* y *dónde* aparece, se establece la íntima relación que tiene con la modernidad, por lo que un apartado más se encargará de describir dicho romance. A continuación se abre un breve apartado sobre la perspectiva tradicional que la academia ha elegido para hablar del tema, así como los recientes intentos por saltar el estigma. Con base en lo anterior se termina este capítulo con una definición tentativa de moda que permita revelar sus aspectos generales básicos.

El segundo capítulo tiene como tema la ciudad, comenzando por sus diferencias y relaciones conceptuales respecto de lo urbano. La ciudad se construirá como una categoría teórica, analítica, que se entiende completa y no en pedazos que después serían imposibles de reunir. Ya que su análisis está elaborado para relacionarse con el campo de la moda, se toma

como referencia principal la urbe más importante para ella: París, y sus implicaciones como fenómeno cultural durante y después del siglo XIX. Se termina con una definición tentativa de ciudad que recoge también los aspectos que comparte con la moda: lo efímero, lo estético, la caprichoso.

El tercer y último capítulo conjuga los análisis y reflexiones de los dos anteriores, y los plasma en términos de la moda con la ciudad y de la ciudad con la moda. Se retoma la noción de estilo, que las incluye a ambas, para develar las similitudes e implicaciones que tienen la una con la otra. Así, por un lado, se aborda el estilo de la ciudad a partir del nivel más pequeño posible, el los sujetos que visten ciertas prendas en su tránsito cotidiano. Por el otro, se toma a la arquitectura citadina como una manifestación más de la moda, en tanto los edificios dan refugio al cuerpo al igual que la ropa y tienen también una piel que puede vestirse y adornarse. Ambos planos, en su conjunción conforman y dinamizan la estética urbana. Con base en todos los aspectos descritos y analizados hasta este punto, este capítulo termina con una una reflexión sobre las apariencias, la estética y el verdadero papel que juegan en la construcción de nuestro mundo, que definitivamente no es el de la superficie que oculta la esencia real de las cosas.

A pesar de que la estructura de este documento comienza por distinguir a los dos conceptos centrales y por escudriñarlos por separado, hay que tener en mente que esta distinción no existe en la realidad. La moda y la ciudad son parte de una estructura estética continua, indivisible; que se separa aquí solamente en apariencia y con fines analíticos. La separación se manifiesta aquí en forma de aproximaciones sucesivas para llegar comprender los alcances de la relación entre ambos, partiendo de sus expresiones más evidentes.

Al final del día, esta tesis busca aportar al conocimiento sobre la moda, de cerca y sin prejuicios y abrir el camino hacia la comprensión de la estética como realidad social que se

vive y se construye a diario, en este caso, en las ciudades y por tanto, en la vida urbana. El papel de la estética en la vida cotidiana y en la moda ofrece importantes recursos para abordar las formas de lo social que, como en el caso de la moda, son acontecimientos siempre provisionales, cuyos delicados hilos son, en palabras de Simmel, una "forma lúdica", un juego de formas y apariencias que todos miran, porque es la sociabilidad "más inmediata y pura que existe" (1939, p. 239).

Moda

Una tesis sobre moda deberá comenzar hablando sobre moda. En efecto, ese es el propósito de este primer capítulo: construir una definición comprensiva y pertinente a partir de los aportes de las ciencias sociales, teniendo en mente el contexto histórico de su aparición y desarrollo. No es un comienzo fácil, porque moda es, por un lado, un concepto elusivo, y por el otro, un fenómeno difícil de ubicar en el tiempo, dada su sospechosa relación con la modernidad, cuyo primer y más claro indicio es la raíz etimológica que comparten.

La exploración de estas relaciones entre nos brinda un marco para comprender algunas de las características constitutivas del fenómeno moda, como el cambio permanente y la valoración de la apariencia, valores modernos por sí mismos. Asimismo, nos permitirá identificar el momento de su fundación: el inicio de su imperio.

Un problema al enfrentar la moda desde las ciencias sociales es el profundo prejuicio que caracterizó por años a la academia. Los estudios sobre moda se vieron obstaculizados por la idea de que se trata de un tema demasiado superficial para ser tomado en serio. Incluso, la teoría más comúnmente utilizada al hablar sobre el tema, la del filtrado descendente, ha evolucionado poco desde su aparición hace casi cien años. El reciente redescubrimiento del tema por la academia fue en parte respaldado por la aparición en escena de temas relacionados como la corporalidad y la afectividad. A pesar de que lleva ya algunos años gestándose su estudio, los esfuerzos suelen concentrarse en si es relevante tomarlo en cuenta y no se ha logrado consensuar definitivamente qué es la moda.

El vestido se convierte en moda

Comprender las circunstancias que hicieron posible a la moda es un paso indispensable para comprenderla a ella misma. No tiene una fecha indiscutible de fundación, de inicio, de apertura: al contrario, las versiones son variadas e incluso contradictorias. Evidentemente, es necesario establecer el punto cero a partir del cuál hay moda donde antes no había nada. Para esto hay que aclarar que, si bien ésta no se limita al vestido o a la indumentaria, el hecho es que no puede entenderse sin ella. No toda moda es indumentaria ni toda indumentaria es moda. De cualquier forma, aquí comenzamos con el vestido para esclarecer sus características.

Las raíces históricas (o mejor dicho, prehistóricas) del vestido deben rastrearse muy atrás en el tiempo cuando el proceso evolutivo privó al humano del pelaje que lo cubría del frío, pero también lo dotó de un cerebro que crecía a pasos agigantados. La consecuente capacidad de resolver problemas le permitió inventarse una solución para afrontar las inclemencias de su entorno. Todo parece indicar que el primero en usar pieles de animales para cubrirse fue el hombre de Neanderthal, aproximadamente en el año 100,000 AC. Además de esto, la evidencia arqueológica apunta a que el Neanderthal también fue el primero en usar decoraciones corporales con pigmentos de origen mineral en el 75,000 AC (Pendergast, Pendergast, & Hermsen, 2004a), que evidentemente no tenían ningún impacto inmediato en la protección o supervivencia de los homínidos.

Desde entonces, el uso de diferentes formas de indumentaria y decoraciones corporales es constante durante el desarrollo de las civilizaciones posteriores; y el tejido obtuvo tal importancia simbólica que constituyó la primera moneda de cambio en todo el mundo (Maffesoli, 2007). Así que la riqueza se vestía sobre el cuerpo. Egipcios, griegos, aztecas,

romanos, tribus africanas y australianas, o posteriormente las sociedades europeas en la edad media compartían características en cuanto al vestido: todos poseían formas de vestir distintivas cultural y geográficamente, que si bien permitían distinguir entre castas (gobernantes de gobernados, civiles de militares, militares de sacerdotes, etcétera), permanecían relativamente estables e inmutables a través del tiempo, y daban poca oportunidad para las modificaciones individuales (Pendergast, Pendergast, & Hermsen, 2004b). Los cambios en la apariencia se limitaban a los accesorios y adornos, no al vestido en sí.

Se afirma entonces que hasta el siglo XV no existe la moda como tal, sino únicamente la vestimenta. Según el diccionario de etimología *The Barnhart Dictionary of Etymology*, la primera referencia a algo similar (el estilo o la manera de vestir) se ubica alrededor del año 1300. Pero no es hasta 1489 que se reconoce por primera vez la palabra francesa *mode*, para referir al estilo de vida o al estilo en general, especialmente el de las clases altas (Kawamura, 2004). Alrededor del año 1350 la indumentaria empieza a hacerse de un *modo* específico: ya no se trata de telas que envolvían al cuerpo, sino de de su modificación a través de la costura, de la confección, para resultar en una prenda con una *forma* específica (De la Puente-Herrera, 2011). De ahí que moda no refiere solamente a la indumentaria, sino a su modo, su forma, su manera de diseñarse. *Modus* quiere decir *manner*, *manière*, *manera*. Mientras que *fashion* se origina de *factio* o *facio* (haciendo), que en inglés antiguo se refería a hacer o una forma particular de hechura o de forma (Kawamura, 2004).

A pesar de que para muchos estudiosos ubican al siglo XIV como un buen momento para comenzar a caracterizarla (Entwistle, 2005; Kawamura, 2004; Lipovetsky, 2004), se optó por posponer el punto de quiebre algunos siglos más, debido a que el fenómeno moda continúa *formándose* hasta entrado el siglo XIX. *Le mode* del siglo XV es absolutamente distinta a la

posterior: se trataba de una cuestión de clase, de la clase alta, de un elemento de distinción y monopolio prácticamente imposible de imitar por el resto de la población. Es decir, la moda en el siglo XV era muy poco popular, y por lo tanto adolece de la significación que tiene actualmente.

Estos cambios pueden rastrearse en el mismo lenguaje de la época. A principios del siglo XVI se usa el vocablo antiguo *fashion* para referir a "una manera específica de hacer ropa" (Brenninkmeyer, cit. en Kawamura, 2004, p. 3). Su relación directa con el estilo de vida exclusivo de la clase alta queda impresa en las revistas que aparecen durante este siglo, dirigidas a la forma de vestir de las damas más importantes del país. Las mujeres de la aristocracia solicitaban confecciones hechas a la medida, que darían forma a la alta costura, ya que estaban confeccionadas con las más finas sedas disponibles en el momento. Lo interesante es que tal distinción de las prendas se basaba en la tela con la que estaban fabricadas y no el diseño o la confección (Steele, 2005). Con el paso del tiempo las referencias van cambiando y ya a mediados del siglo XIX la moda se corona a sí misma con la emergencia de la moda *haute couture* en París, Francia: *le mode* se transforma en un sustantivo femenino, *la mode*, cuya acepción ha llegado hasta el mundo contemporáneo, sufriendo muy pocas variaciones desde entonces (Skov & Melchior, 2008).

Así es que la moda inicia con una hipérbole, una exageración de sí misma que la distingue de todas las manifestaciones estéticas de la indumentaria que existieron hasta el momento. La creación de vestidos de lujo, hechos para lucir, para adornar, para impresionar, convierten al vestido en un fin en sí mismo. El objetivo de las prendas no es solamente cubrir al cuerpo, es ahora mucho más que eso.

Esto no quiere decir que antes del siglo XIX la vestimenta no tuviera relevancia estética y de prestigio social. Al contrario, los primeros acercamientos con el adorno-que-se-viste fueron

necesarios para la construcción del fenómeno presente desde el siglo diecinueve, primero en las ciudades francesas y después en el resto del mundo. Si imaginamos el escenario, veríamos a la nobleza luciendo los últimos diseños de alta costura: damas burguesas, actrices y cortesanas de lujo convirtiendo, a su paso, las calles de París en una pasarela caracterizada por la extravagancia. Simultáneamente, los hombres preferían los diseños londinenses, mucho más simples, pero finamente confeccionados.

Del lado de los espectadores de aquellas pasarelas improvisadas, encontraríamos a las clases bajas. Poco a poco ellas lograrían acceder a las nuevas tendencias: la llegada del ferrocarril y los barcos de vapor acrecentó el comercio, aparecieron los primeros grandes almacenes, disminuyendo los precios y aumentando la variedad de artículos que podían comprarse. En este clima social, las tendencias francesas se expandieron gracias a la difusión de las primeras revistas de moda y a las primeras exposiciones internacionales (Fukai, 2006).

La moda se convierte en un sistema. El *couturier première* y sus aprendices trabajan únicamente en el diseño y la confección de los vestidos (con personal especializado para la elaboración de prendas femeninas y masculinas), mientras que las vendedoras (*vendeuses*) tratan con los clientes en la parte frontal del salón, porque los negocios y la toma de medidas ya no se hacían en su casa, sino en la *casa couture* (Rouff, 1946). Allí se contrataban maniqués específicamente para *modelar* las prendas y gracias a ellas, las futuras dueñas de los vestidos podían verlos en acción antes de comprarlos. Por otro lado, a través una etiqueta cosida, las prendas mostraban quién había sido el creador de esa pieza en particular (Steele, 2005). Precisamente el término Alta Costura (*haute couture*) se acuñó expresamente para designar los modelos de lujo del primer *Couturier*, Charles F. Worth, de la misma manera que la palabra modisto se creó especialmente para calificar a su creador (De la Puente-Herrera, 2011). Este es el punto de quiebre donde la moda se institucionaliza con las características del

haute couture que perduran hasta la fecha: el cambio progresivo, lo efímero de los patrones estético.

La expansión social y el rápido desarrollo de la industria de la indumentaria finalmente desemboca en la fundación de *La Chambre Syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes* en 1868. La moda, el sistema, el imperio, ya tiene un lugar en el mundo (Troy, 2002). Esta cámara regulaba su producción, promoción y difusión y fue quien llevó a la realidad la idea de realizar dos presentaciones al año en las que se mostraran las creaciones de la temporada, nombrando a París como el lugar predilecto para realizarlas (Rocamora, 2009).

En otro capítulo volveremos a esta cuestión. Pero a partir de lo mencionado hasta ahora, un aspecto salta a la vista: si se ha de buscar el parteaguas que da origen al fenómeno moda, no hay duda que está en París, conocida hasta la fecha como la "capital de la moda". Así que surge en una de las ciudades más importantes del mundo occidental, en tiempos cercanos a la Revolución. Es decir, su origen moderno y occidental es el que aporta su marca distintiva, aún dos siglos después.

La mode•rnité

¿Por qué es imposible hablar de moda previamente? Porque se ha gestado en la modernidad y porque se edifica sobre sus cimientos; aquellos que se fueron estableciendo desde el siglo XVII y dieron pie a una mentalidad social que se asume diferente a las épocas anteriores, a las que llamaría "antiguas". Pero no se trata de una mentalidad que es moderna por el sólo hecho de privilegiar el pensamiento científico y el criterio del progreso social. Lo crucial, como señalan varios autores, es que ya en el siglo XIX se desarrolla como un proyecto estético que radicaliza la modernidad en general: se trata de la modernidad estética

(Habermas, 1985; Lehmann, 2000), caracterizada por el privilegio a lo nuevo, en oposición a lo obsoleto. Con ello, la valorización de lo inesperado, lo vanguardista, de los cambios rápidos y recurrentes se convierten en el criterio más valorado socialmente, sustituyendo a lo antiguo y a lo permanente. Se desdeña la tradición por el solo hecho de ser antigua. Es por eso que Habermas (1985) señala que el proyecto de la modernidad está siempre inacabado, ya que cambia antes de lograr ser aquello que prometía.

La moda se rige por los mismos mecanismos de la modernidad estética: cambio, ruptura, lo efímero, lo transitorio, las vanguardias, diferencias, y al mismo tiempo, una nueva cultura de lo clásico. A saber, que lo clásico no se opone a la modernidad estética, al contrario: aquellos objetos que logran cristalizar perfectamente los atributos modernos pueden adquirir este carácter.

En suma, la moda se nutre de la modernidad, de los valores que la modernidad estética puso sobre la mesa a mediados del siglo XIX. La historia de ambos fenómenos está tan estrechamente entrelazada que es imposible entender uno sin el otro. El cambio permanente se convierte en un fin en sí mismo, deseado y provocado. En el presente se convierte en el eje temporal primordial, pero siempre efímero (Lipovetsky, 2004). Bajo este marco, la moda requiere de la crítica perpetua sobre aquellos valores que había aceptado previamente, creando para cada patrón establecido una contra-moda que lo reemplaza y que acaba necesariamente con su efímero reino (Birlanga Trigueros, 2007). Es decir, junto con la modernidad, su relación con el orden es distinta: ya no se trata de edificar sobre la certidumbre y la perpetuidad, sino de asentar en una base que permite el cambio, a la reinvención del pasado, la oscilación hacia lo desconocido; siempre desde un punto de partida similar, pero con un destino distinto.

La modernidad económica, social y política constituye condición de posibilidad para la modernidad estética, y por lo tanto para la reinvencción constante del sistema de la moda y su difusión. Esto se expresa, por ejemplo, en los almacenes de venta para sus productos, la publicación de sus propuestas en revistas, los lectores apropiados para ellas (que, en primer lugar, supieran leer), la estandarización de tallas en las prendas, la preferencia de pasar el tiempo eligiendo entre muchas opciones y no creándolas de la nada, y un largo etcétera. De hecho y como se verá más adelante, la moda es un fenómeno ciudadano moderno, fenómenos de los que se volverá inseparable (Entwistle, 2005).

La mutua concatenación moda-modernidad se aprecia de nueva cuenta en la forma de nombrarlos: en latín *modus* que dio lugar a ambos vocablos, para significar modo y forma. Y en efecto, ambos aluden a una forma, un estilo de vida y de apariencia que se desarrolla en una forma histórica y social específica. Como fenómeno moderno la moda es conjunción entre la lógica de lo transitorio y la fantasía estética (Lipovetsky, 2004), puede apoyarse en el pasado pasado para crear las vanguardias, logrando así la aparentemente imposible comunión entre lo eterno y lo efímero (Aspers & Godart, 2013; Lehmann, 2000). Esto mismo lo reafirma Baudrillard, para quien la moda es el emblema de la modernidad, con su gusto por lo novedoso y lo efímero que se exagera aún más en la llamada modernidad tardía y en las sociedades movidas por el capitalismo industrial (Kawamura, 2004).

La lógica social del cambio permanente permea hasta los últimos rincones de la moda, y el prestigio y superioridad atribuidos a las novedades, acompañado del desprecio hacia el orden antiguo, convierte a los creadores de lo nuevo en verdaderos ídolos. Los sastres ya no trabajan bajo los lineamientos que propone el cliente: las medidas y el gusto son ahora impuestos desde fuera. Se elimina el anonimato, el *couturier* tiene nombre y apellido y además fama. El modisto se acerca a la figura del creador, artista, a las bellas artes, y se

convierte en una autoridad estética.

Charles F. Worth, el primer gran modisto, logra conjugar en su labor la creación y la publicidad. No solamente creaba nuevos y extravagantes diseños que seducían a las cortesanas, el proceso de venta se convertía en un espectáculo montado para ellas (Lipovetsky, 2004). Los primeros shows de moda ocurrieron en el siglo XIX, y participar en ellos era parte de la vivencia de la moda. La publicidad era parte del proceso mismo de producción de la alta costura.

Paralelamente, los consumidores son sujetos emancipados, y su opinión se convierte en un factor importante. Los cánones de apariencia ya no se aceptan sin chistar, y el gusto individual es facultad suficiente para elegir una prenda sobre otra o a un diseñador sobre otro. Para Lipovetsky (2004) esto implica la emancipación estética del individuo, cuya disposición personal se valora como nunca antes. Así, se trastoca el régimen basado en la repetición de la tradición, dotando al individuo de libertad de expresión en la forma más cotidiana posible. Como consecuencia, tanto el diseñador como el usuario adquieren una valoración equiparable.

La capacidad de personalizar la propia apariencia desarticuló los límites premodernos de la estética, y abrió un nuevo campo de acción para los sujetos interesados. La moda se convirtió en un motor de cambio de valores sociales al oponerse al estancamiento y apoyar la emergencia de nuevas propuestas.

Por esto, si bien la moda necesita de la modernidad, ahora es posible decir que la modernidad también necesita de ella, ya que encarna los valores de una nueva época haciéndolos asequibles en la vida diaria. Como un sistema total, lleva el discurso de la modernidad más allá del discurso mismo, para logra insertarlo en los cuerpos y los tránsitos cotidianos de occidente. La conquista de la modernidad occidental se hace tangible a partir de

la creación de este nuevo fenómeno, que reproduce fielmente sus premisas y las traduce a lo inmediato, a lo práctico.

La mirada de las ciencias sociales

A pesar de que la moda es un fenómeno social de indiscutible relevancia para el estudio de la vida moderna, en la academia ha ocurrido aquello que denuncia Gilles Lipovetsky: considerada "ontológica y socialmente inferior, no merece la investigación científica; cuestión superficial, desanima la aproximación conceptual. La moda provoca el reflejo crítico antes que el estudio objetivo" (Lipovetsky, 2004, p. p.9). En todo caso, puede abordarse como una manifestación del consumo y de la manipulación capitalista, con lo cual vuelve a considerarse como un epifenómeno que no merece mayor atención.

A pesar de la gran cantidad de reflexiones históricas alrededor de este fenómeno, las aproximaciones psicológicas, sociológicas o desde los estudios culturales han sido limitadas y en su mayoría repetitivas. De hecho, los primeros acercamientos que se dedicaron a describir la indumentaria característica de un periodo determinado y analizar sus relaciones con cambios históricos y fueron impulsados por los museos del vestido. Hasta la fecha ellos ofrecen información e imágenes detalladas sobre las formas de vestir de las personas prácticamente desde la aparición de la humanidad (Kaczan, 2012; Martin & Koda, 2013; Pendergast et al., 2004a; Riello, 2011; Rouff, 1946; Stewart, 2005).

Puede afirmarse que la primera aproximación en las ciencias sociales es la de Georg Simmel, quien hace 109 años encontró en este fenómeno el pretexto perfecto para hablar no solo sobre las mujeres. Por su conducto analizó la cultura y sociedad modernas, y sus aportes para comprender la moda no se agotan en la hipótesis de la imitación entre clases. Es decir,

que las modas preferidas primero por la clase alta son eventualmente copiadas por las clases bajas, lo cual tiene como resultado que la clase alta las deseche y las reemplace por otras que también terminarán siendo copiadas, y así sucesivamente.

Dicha explicación fue introducida en 1899 por Thorstein Veblen y su teoría la clase ociosa. Para él, el mecanismo de filtrado descendente no ocurre sólo en la moda, sino prácticamente en cualquier forma de consumo y está relacionado con la movilidad social. Los objetos consumidos (y por lo tanto el consumo ostensible) tienen funciones simbólicas que pueden servir para evitar "ser mal visto", para merecer el respeto de los otros o para ser identificado con un grupo específico (Veblen, 1963). Este tipo de consumo, creado por una clase ociosa que necesita derrochar para ser, está asociado a la valoración de objetos que realmente no lo merecen. Los artículos son considerados bellos porque son novedosos y por lo tanto caros. Así, se concluye que los cambios en la moda no son provocados por la constante búsqueda de perfección estética, sino por el deseo de recomenzar el ciclo de producción y consumo ostensibles (De la Puente-Herrera, 2011).

La teoría del filtrado descendente *estuvo de moda* durante tanto tiempo que se convirtió en un paradigma. Por supuesto que es un intento loable por comprender a la moda como un fenómeno social, en oposición a los fenómenos naturales. Sin embargo, cae en un reduccionismo sociológico grave al considerar que la rivalidad entre clases es su única motivación. Gilles Lipovetsky también la cuestiona, señalando que el uso indistinto de esta explicación se convirtió en un vicio, un as bajo la manga al que se recurre cómodamente cada vez que es necesario hablar del tema. Su aplicación indiscriminada ha llegado hasta el punto de ignorar que tal mecanismo de imitación es inverosímil. Hoy en día los cambios en la moda son tan rápidos que ni siquiera dan oportunidad para ser vulgarizados entre las clases medias y bajas (Lipovetsky, 2004). La constante repetición del "filtrado descendente" ha terminado

por convertirlo en un edificio vacío, sin pasiones ni reflexión. Han quedado fuera aspectos sobre la vida cotidiana como la necesidad de "verse bien" en el trabajo y demás espacios sociales, la experiencia diaria de vestir tal o cual prenda, la experiencia estética que la acompaña o las repercusiones que la moda tiene en la creación de la ciudad y la vida urbana.

Georg Simmel, el gran fundador de la teoría y los estudios de la moda, también destaca la búsqueda de imitación y distinción que ocurren simultáneamente:

La imitación de un modelo dado que proporciona así satisfacción a la necesidad de apoyo social; conduce al individuo al mismo camino por el que todos transitan y facilita una pauta general que hace de la conducta de cada uno un mero ejemplo de ella. Pero no menos satisfacción da a la necesidad de distinguirse, a la tendencia a la diferenciación, a contrastar y destacarse (Simmel, 1999, p. p.38).

Sin embargo, va más allá: la contradicción lógica de estos dos impulsos es, precisamente, lo que los une. Simmel se atreve a decir que en el fenómeno complejo de la moda están representadas todas las tendencias contradictorias de la psique. De hecho, no tiene ninguna finalidad objetiva, más que el cumplimiento de funciones psicológicas y sociales.

Una explicación posterior de corte psicoanalítico fue elaborada por el inglés John Flügel. En su libro *The psychology of clothes* (que se traduciría más precisamente como "La psicología del vestido") señala que los cambios en la forma y confección de las prendas están relacionados con cambios continuos de las zonas erógenas del cuerpo. Las prendas en general pueden entenderse también como una forma en la que el niño se libera de la dominación del *ello* (Skov & Melchior, 2008) y propone la hipótesis de que el uso del vestido es una manifestación neurótica (Lurie, 1981).

Años después, en la década de los sesentas, se publica un texto de Roland Barthes donde el fenómeno es comprendido como un sistema de sentido que, al igual que el lenguaje, está constituido por signos arbitrarios. Su análisis sobre lo que expresan las revistas de moda

respecto a las prendas le permitió concluir que la moda no tiene sentido propio, sino que el sentido se encuentra en lo que se dice de ella. De nuevo, el fenómeno se construye a sí mismo como una ley, apelando al cambio y al presente, no a la evolución y al pasado. De esta forma podemos entender que sea tautológica, que se explica por sí misma: está de moda lo que está de moda (Barthes, 1967). El problema de este enfoque es que se olvida eventualmente de la prenda en sí, al centrarse únicamente en aquello que se dice sobre ella en las revistas. Veinte años después, el 1987, aparece la primera edición en francés del libro de Gilles Lipovetsky dedicado al tema: *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades contemporáneas*, donde la seducción, lo efímero, la estética, el consumo y lo paradójico se conjugan para darle a este fenómeno el papel predominante que la caracteriza en las sociedades contemporáneas (Lipovetsky, 2004).

Fuera de estos textos (ahora clásicos), es reciente el redescubrimiento de esta temática dentro de los artículos de investigación en ciencias sociales. Probablemente el texto fundador de las aproximaciones contemporáneas y que colocaría el dedo en la llaga de los prejuicios establecidos, fue el ensayo titulado *The F-word*, de Valerie Steele, publicado en la revista *Lingua Franca* durante su doctorado en Yale. Se trata de una ácida reflexión en que la forma de vestir de los mismos académicos y su aversión a la moda fueron el centro del análisis. En los años posteriores se publicaron algunos mapeos de la situación teórica sobre este objeto de estudio, pero sin atreverse a realizar un aporte nuevo o sin tener los elementos necesarios para hacerlo (Craik, 1994; véanse Kaiser, Nagasawa, & Hutton, 1991; Nagasawa, Hutton, & Kaiser, 1991).

Es hasta 1997 que surge la primer revista científica dedicada exclusivamente a la moda: *Fashion Theory*, editada por la misma Valerie Steele. A partir de entonces, las publicaciones van aumentando en cantidad y en temática, diversificando los estudios históricos realizados

por los museos y de consumo realizadas por los *journals* de comercio y mercadotecnia. Estas investigaciones que iniciaron a finales de los años noventa provocó una reacción efervescente, después de haber estado contenidos durante décadas. En 2010, se une al catálogo de revistas especializadas la *Critical Studies on Fashion and Beauty*, editada por Efrat Tsëelon; y en junio de 2014, el *International Journal of Fashion Studies*, que pretende ampliar las publicaciones al respecto en otros idiomas además del inglés. En este mismo año se unió también el journal *Fashion, Style & Popular Culture*.

El llamado a realizar investigación social sobre la moda se complementa con una caja de herramientas metodológicas y conceptuales aportadas por textos como *Fashion-ology* de Yuniya Kawamura y *El cuerpo y la moda: una visión sociológica* de Joanne Entwistle, sin dejar fuera la extensa recopilación de casi todo el vocabulario relacionado con la moda y la indumentaria, coordinada por Valerie Steele en una enciclopedia de tres tomos, publicada en el año 2005. Por su parte, Crane y Bovone (2006) analizan la producción de indumentaria y moda en Italia, desde la perspectiva de la cultura material. Cuestionan cuáles son los mecanismos a través de los cuales los bienes materiales adquieren cierto valor simbólico que es distinto alrededor del mundo. Estudios como éste superan la hípersegmentación previa al aproximarse al tema: ya no se tratan la producción o el consumo por separado. La moda se entiende como un fenómeno completo y complejo que incluye aquellos, además de otros elementos.

Las críticas a la parcialidad de los estudios previos y la revalorización de la moda como fenómeno histórico, social y cultural no se hicieron esperar en los años siguientes (Aspers & Godart, 2013; González, 2010; Granata, 2012; véanse Skov & Melchior, 2008). En nuestro idioma los estudios se relacionan más con el dilema de la modernidad y la posmodernidad, enfatizando elementos como el consumo, la imitación, la globalización y la frivolidad

(Birlanga Trigueros, 2007; Gómez, 2006; Lloret, 2011; véanse Lozano, 2000; Martínez Barreiro, 2004; Mellado, 2012; Ugalde, 2010; Vázquez Rocca, 2007).

Todos estos aportes no solo cuestionan la falta de reflexión hacia la moda, algunos también enfrentan directamente a las hipótesis clásicas sobre su funcionamiento. Bergua Amores (2008), por ejemplo, analiza la influencia de las tribus urbanas en el diseño de modas en Zaragoza, España y reconoce el papel activo de las personas (en particular de los jóvenes) como productores de la cultura a través de la creatividad colectiva. Hoy en día los diseñadores salen a las calles a observar a las personas en busca de inspiración, es decir, no sólo ellas a las revistas por consejos de cómo vestir. El diseñador de modas se interesa por lo que ocurre en el mundo como un conjunto y recurre a él como fuente de información que le es útil para la creación de la indumentaria.

La teoría del filtrado descendente como única forma de entender la moda y su evolución social ha desaparecido. En su lugar se aparece el público, las personas comunes y la calle misma como materia prima para el diseño de modas. Asimismo, la moda ya no es el mecanismo hipnotizante que controla a las masas, al contrario: son las personas las que dictan las pautas para su creación.

Moda es

Después de este breve recorrido nos reencontramos con el primer problema: ¿Qué es la moda? Cabe recordar que este fenómeno y su concepto han tenido distintas connotaciones a lo largo del tiempo. A pesar de los crecientes aportes académicos en esta rama en los últimos quince años, ha sido imposible llegar a una definición completa, clara y universalmente aceptada. La mayoría de los autores que se han aventurado a reflexionar sobre el tema han

optado por ignorar dicho problema y permitir que el lector parta del uso coloquial del término o por crear una definición propia, lo que nos lleva a un mar de significados distintos, algunos mutuamente excluyentes, que deben esclarecerse antes de continuar.

Para comenzar esta tarea, inicialmente podemos distinguir entre varias acepciones de moda (Skov & Melchior, 2008). La primera se usa generalmente para describir el proceso de popularización efímera de cualquier elemento del mundo social. Se considera que esta forma de popularización condensa una de sus características más importantes: lo pasajero. Sin embargo, esta definición de la moda constituye una sinécdoque, al reducir el fenómeno entero a una sola de sus partes. Por otro lado, peca de una extrema generalización sobre su presencia en la vida y el lenguaje cotidianos. La moda está en todas partes, incluso en nuestra forma de hablar y de nombrar procesos que inicialmente no eran tal. Bajo esta luz, cualquier cosa puede ser o estar de moda, peor aún cuando se trata de un objeto absurdo.

La segunda acepción se relaciona concretamente con los términos ropa, vestido, vestimenta e indumentaria. Ya se ha mencionado aquí que la moda incluye a todas las anteriores y aún más. De cualquier forma, a pesar de que su existencia no se limita a la indumentaria, ésta es su manifestación principal, las demás expresiones son analogías o metáforas relacionadas con la vestimenta. En este sentido, el término moda puede referirse a algo abstracto (un cambio constante) o a algo material (las prendas de vestir, la indumentaria) o a ambas cosas. Así, la ropa de moda será la materialización de aquellas pautas de cambio que dictan las tendencias de vanguardia estética (en el sentido abstracto de la palabra).

Un ejemplo de esta forma de definir al fenómeno es expuesta por Valerie Steele en el número inaugural de la revista *Fashion Theory* anteriormente mencionada, en la primera y casi telegráfica carta del editor. Allí, coloca un punto de partida de la nueva (y necesaria) definición sobre moda, entendiéndola como una "construcción cultural de la identidad

corporeizada" (Steele, 1997, p. 1). Como se puede ver, esta definición acota el término específicamente en el cuerpo y no en un objeto cualquiera, como lo hacía la anterior. Si la moda es el medio con el cual la identidad se construye culturalmente, entonces no se trata del cuerpo sin más, sino del cuerpo vestido, aquel que se vale de la indumentaria para actuar sobre sí mismo y modificarse de forma pasajera y por lo tanto re-elaborable.

A pesar de la importancia de Steele como pionera para el desarrollo de la teoría, su definición sobre moda no es la única. Kawamura elige aquella que delimita al fenómeno como el "uso prevaeciente de una forma de vestir, adoptada en la sociedad en un tiempo determinado, como resultado de la aceptación de ciertos valores culturales, los cuales están abiertos a la influencia de cambio relativamente rápida" (2004, p. 4).

Una tercera forma de definirla es propuesta por Entwistle (2005), para quien la moda como un sujeto híbrido, formado por las formas de producción y los patrones de demanda. Su adopción por las personas es parte de un proceso no planeado de cambio recurrente sobre un trasfondo de orden en el reino público (Aspers & Godart, 2013). Dicho orden no es solamente la base sobre la cual se edifica o el receptáculo sobre el cuál se acomoda, también es su materia prima. Así, la moda no sólo se recibe, también se crea a través de un "filtrado ascendente", basado en la selección colectiva y el estilo callejero (lo que ocurre en las pasarelas improvisadas de hoy en día). Es por esto que el comportamiento social relacionado con este fenómeno va más allá del consumo de sus productos.

En efecto, como lo dijo Georg Simmel, podemos ilustrar este proceso con una metáfora espacial: se trata de moverse a través del mismo camino, a saber, el de las tendencias marcadas por los agentes validados para hacerlo (llámense diseñadores, editores de revistas, artistas, iconos de estilo, etcétera). Sin embargo, una vez allí, nos movemos a nuestro modo. Quien sigue de cerca las tendencias sabrá exactamente cuáles son los colores, patrones y

texturas más apreciados, sabrá quiénes son los diseñadores del momento y cuáles son sus creaciones imprescindibles, y partirá de allí para incorporar esas piezas a su estilo propio, mezclándolas con prendas que ya posee, por ejemplo. Es decir, tal vez la moda dicte por dónde caminar, pero no determina la manera de hacerlo, la velocidad, el ritmo o la cadencia de los pasos que, a fin de cuentas, son los que llenan de vida el sendero.

Es necesario, entonces, intentar una definición de moda que sea más comprensiva y logre articular los elementos arriba señalados con uno de los rasgos primordiales de la moda, condensados en la famosa frase atribuida a Coco Chanel: "moda es todo lo que puede pasar de moda". La que aquí se propone es la siguiente: moda es el sistema de cambios periódicos de valor estético que sirve como base para la creación de indumentaria, prendas y artículos que se visten. Esta definición pone énfasis en dos aspectos constitutivos del fenómeno, a saber, los cambios que lo caracterizan (lo pasajero de la moda) y el hecho de que se materializa en una serie de artículos y prendas que después son valorados sobre el resto. Quienes se encargan de establecer exactamente cuáles serán los cambios que constituirán la moda, son ciertos agentes legitimados para hacerlo: Coolhunters, diseñadores y editores de revistas tienen la última palabra. Esto no significa que el modo particular de adoptar las tendencias estéticas sea rígido y acartonado. Al contrario, ellas se adaptan a los estilos de vida, y en función de sus condiciones particulares. De hecho, en la era de la información el proceso se ha vuelto mucho más amplio y menos riguroso. Hoy en día, casi cualquier persona puede iniciar un blog, subir fotos de sus atuendos diarios hasta ganar la atención de algún editor de moda y convertirse en un icono del estilo callejero (es probable que antes de esto, llame la atención de algunas marcas de ropa, quienes empezarán a enviarle prendas para promocionarse por ese medio). De nuevo, aparece la idea de que las tendencias en la moda no se filtran solo hacia abajo, o han dejado de hacerlo. Su movimiento va en todas direcciones y sus alcances son más amplios

que nunca.

La moda, entonces, se compone de objetos que encarnan las tendencias estéticas, trascendiendo la diferenciación dualista entre lo material y lo social. Hoy en día la mayoría de las prendas que circulan por las calles en el cuerpo de los transeúntes son una materialización de los cambios estéticos que produce la industria de la moda en un momento determinado: La moda se materializa en objetos, en prendas y accesorios específicos que después son comprados por alguien. No importa si fue en 1982 o en los avances de la colección otoño-invierno 2016. De este modo, las calles de la ciudad del siglo XXI se convierten, al igual que las calles de la Francia decimonónica, en pasarelas improvisadas y en el laboratorio ideal para observar a las personas y la ropa que usan día a día.



Tras un breve recuento histórico y conceptual queda claro que el espíritu moderno de la moda y el espíritu de moda de la modernidad se articulan como un eje importante en que ambos fenómenos se mueven paralelamente, pero guardando siempre cierta distancia entre sí. Con ello es posible mirar desde una distancia suficiente para comprender por qué existe la moda y por qué es como es. También permite ver que su ocurrencia fue justo en el momento en que se desarrollaron las ciudades modernas, no antes o después. Esto nos ayuda a comprender por qué este fenómeno, aparentemente absurdo, se extendió tan fácilmente al resto de occidente y por qué ha permanecido reinante durante casi dos siglos, incluso creando nuevas ciudades icónicas, nuevas capitales de la moda que se suman a París.

Estas características de apariencia, de cambio y de temporalidad efímera no sólo dieron forma a la moda, también la colocaron en el prejuicio del que no le ha sido fácil escapar. Las ciencias sociales han dicho poco sobre ella: comparándola con el arte, por ejemplo, la moda

carece de fondo y le sobra forma, y por lo tanto, ese es el único elemento que se puede analizar (o mejor dicho, criticar).

Aquí se retoman algunos de los elementos previamente ignorados sobre este fenómeno con el fin de desentrañar sus secretos. El sacudir la moda de aquellos prejuicios que la opacaban nos enfrenta a un fenómeno mucho más amplio que el que se había estudiado previamente, sin un mapa para recorrer el terreno descubierto.

Después de la breve historia de la indumentaria que contamos aquí, es posible afirmar que el vestido es mucho más que un producto para la protección del cuerpo o para la diferenciación individual. Entendida como la bandera de la modernidad, la moda inunda hoy en día a las ciudades contemporáneas de formas que pueden ser poco o muy evidentes. Pero es patente la diversificación de su influencia, sus ramificaciones, frutos y flores en la generalidad de la vida urbana.

Ciudad

La moda aparece junto con la modernidad en la icónica ciudad de París del siglo XIX. Esto implica que participa en la construcción del mundo tal y como lo conocemos, a partir de su cercanía con su lugar de nacimiento, la ciudad moderna.

Para esclarecer sus diferencias y relaciones con los conceptos de espacios y ambientes urbanos, dejaremos de lado los criterios de delimitación geográfica o de su densidad poblacional y nos concentraremos en las formas y el estilo particular de actuar que construye tanto a los sujetos como a su hábitat. En este sentido la ciudad empieza a antojarse más cercana a la moda en tanto que su ambiente urbano, como un forma de vida, es en última instancia un estilo y una estética, y por lo tanto puede compararse con fenómenos nebulosos como el arte, el teatro, y las apariencias.

Por otro lado, colocar a la moda dentro de la ciudad puede parecer evidente a primera vista, pero ¿esto significa que todas las ciudades del mundo tienen, en algún grado, relación con la moda? ¿o que dicha relación sólo ocurre en aquellas afrancesadas? En este capítulo se vierten algunas reflexiones sobre estas interrogantes, incluyendo a la misma ciudad de París como prototipo de ciudad *fashion* donde las apariencias dominan la vida pública, no sólo en cuanto a la indumentaria, sino en varios aspectos de la vida social. Con ello pretendo plasmar algunas de las características definitorias, exclusivas y propias de la ciudad como suelo propicio para la moda, además de aclarar los lazos que unen estos dos fenómenos aparentemente inconexos.

La ciudad y la urbe

En términos de la vida cotidiana que discurre en la ciudad, hay otro hermano siamés que le es inseparable: lo urbano. Aunque pareciera que la ciudad y lo urbano son más o menos lo mismo, existen ciertas diferencias. Por ejemplo, algunos autores se refieren a los espacios urbanos como fracciones más accesibles de la ciudad, mientras que otros los identifican como la característica que la define. Para clarificar la diferencia entre ambos conceptos, partimos de una postura específica: la de Manuel Delgado. En su ensayo *El animal público*, dedica una sección entera a la discusión de lo urbano contra la urbe misma. Para él, la ciudad es "una composición espacial definida por la alta densidad poblacional y el asentamiento de un amplio conjunto de construcciones estables, una colonia humana densa y heterogénea conformada esencialmente por extraños entre sí". Lo urbano, por otro lado, se refiere a "un estilo de vida marcado por la proliferación de urdimbres relacionales deslocalizadas y precarias. Se entiende por urbanización, a su vez, «ese proceso consistente en integrar crecientemente la movilidad espacial en la vida cotidiana, hasta un punto en que ésta queda vertebrada por aquella»" (Delgado, 1999, p. 23).

Desde esta perspectiva se entiende que la urbe es el escenario, el telón de fondo en el que el proceso de urbanización se encarga de dinamizar un ambiente significativo para quienes lo habitan. Vinculando así, a través de su experiencia, la serie de elementos desarticulados que componen la ciudad. El punto clave, entonces, no sería simplemente un habitante de la ciudad, sino un practicante de lo urbano. Tales relaciones se asemejan a la distinción entre arquitectura y decoración que propone Giulio Carlo Argan: la primera se refiere a una ciudad en términos de tiempo largo, el que se puede contar en décadas y siglos, mientras que la segunda es una ciudad que cambia a cada hora a cada minuto "cuya contemplación nos

colocaría en el umbral mismo de una estética del suceso" (1999, p. 26).

Esta analogía puede ser muy valiosa, pero no de la forma en la que la emplea Delgado. A pesar de su referencia a la estética, se puede apreciar un origen dualista: la ciudad es el cuerpo y lo urbano es el alma, es ésta quien da las condiciones para el movimiento y la unión, pero a fin de cuentas son dos cosas separadas. Está claro que no toda la ciudad es urbana, a pesar de que todo lo urbano es ciudad. Esta premisa, a simple vista acertada y hasta evidente, sólo es sostenible si se construye desde una concepción en que la ciudad es de piedra, las calles y los edificios, los espacios son inmóviles e inmutables y la densidad demográfica y las denominaciones político-administrativas son la cave de su existencia.

Bajo tal perspectiva, a pesar de que el practicante de lo urbano es el agente estructurador de los fragmentos de la ciudad, es un ente por demás gris e indiferente. Es un sujeto que se mantiene en aletargado, esperando ser despertado por algún evento inusual. En palabras de Delgado, se trata de actores mediocres que representan papeles intrascendentes en espera de su gran oportunidad: la indiferencia oculta en sus profundidades la potencia de la actividad, pero a fin de cuentas es indiferencia. Cabría preguntarse si un sujeto de tales características sería realmente capaz de producir y mantener el proceso de urbanización, o si éste se detiene una vez que los sujetos lo abandonan para permanecer en las rutinas propias de la vida cotidiana. En esta postura tan rígida, en la que no existen puntos medios, la definición de la ciudad únicamente como lo material y de lo urbano como lo social ignora el hecho de que hay materialidad en lo social tanto como hay socialidad en lo material. Para observar esta compenetración es necesario encontrar otra forma de relacionar la ciudad con lo urbano, que se encuentre justo entre los que hemos mencionado.

Para observar esta compenetración mutua es necesario encontrar una forma distinta de concebir la ciudad y lo urbano, tal y como la que ofrece Zenda Liendivít (2009), para quien el

ambiente urbano es precisamente el que discurre en la relación e interacción entre la realidad psicológica y la realidad física de la ciudad. Es decir, que tanto lo psicosocial como lo material se presentan en ambos conceptos y aluden a la intersección entre el componente físico y el social de la ciudad y de la vida citadina.

En otras palabras, es imposible hablar de una ciudad compuesta solamente de elementos físicos o de una urbanidad que representa lo social y que articula lo fragmentado. Se entiende que lo urbano es parte de la ciudad tanto como ella de lo urbano, ya que el entramado material, social y afectivo es inseparable de cada uno de los elementos que lo rodean, y por lo tanto no puede entenderse sin ellos. Según Aldo Rossi, en "los hechos urbanos hay algo que los hace muy semejantes, y no sólo metafóricamente, con la obra de arte; éstos son una construcción en la materia, y a pesar de la materia; son algo diferente: son condicionados pero también condicionantes" (Rossi, 2013, p. 12).

Lo urbano y la ciudad son al mismo tiempo lo permanente y lo transitorio, lo físico y lo espiritual, lo inusual y lo cotidiano. La ciudad deja de ser el sólo conjunto de espacios físicos desarticulados para convertirse en el escenario de la vida social urbana. Pero no en los términos de un fondo intrascendente para los actores mediocres que describe Delgado: al contrario, es un escenario que-late-junto-con sus protagonistas, y que determina en gran medida sus guiones, personajes y actuaciones, pero sin los cuales no existiría una ovación al terminar la obra.

Más aún, la ciudad y lo urbano son el punto de unión entre el tiempo largo y el tiempo corto, entre lo permanente y lo transitorio, entre lo móvil y lo inmóvil. Es en esas intersecciones donde reside su estética: se construyen y se reconstruyen en cada una de las pequeñas acciones que ocurren en el interior de la ciudad, lo que la convierte en un ente que, aunque cambiante, siempre parece ser el mismo, ya que siempre tiene la misma forma de ser,

el mismo estilo.

El estilo urbano

La noción de ciudad en movimiento se relaciona más con personas que con objetos inanimados: toma su forma con lo que ocurre en las calles. Desde el siglo XVIII este proceso formativo es análogo al de un ser vivo compuesto por varias partes en las que el dinamismo es sinónimo de vida. Las calles y avenidas se asemejan al sistema circulatorio por sus flujos interminables de automóviles y de peatones, cuyo libre movimiento es inseparable de la ciudad misma. Los grandes parques tendrían una función equivalente a la de los pulmones, ya que al igual que éstos, se encargan de oxigenar y purificar el ambiente (Sennett, 1997). La ciudad, entonces, sería un sistema complejo en el que todas sus partes deben funcionar en armonía, de lo contrario, colapsaría.

Honré de Balzac fue más allá, al otorgarle características humanas a su ciudad:

En París hay ciertas calles que están en tanto desprestigio como puede estarlo cualquier hombre marcado con la infamia. También hay calles nobles, y calles que son simplemente decentes, y, por decirlo de alguna manera, calles adolescentes sobre las que el público aún no se forma una opinión. Hay calles asesinas; calles envejecidas; calles respetables; calles que siempre están limpias, calles que siempre están sucias; calles de industria mercantil y clase trabajadora. En pocas palabras, las calles de París tienen cualidades humanas y una fisonomía tal que nos deja con las impresiones contra las que no podemos poner resistencia (Harvey, 2003, p. 40).

Este es otro tipo de analogía con los seres humanos. La primera, morfológica, encuentra similitudes físicas y funcionales en los espacios que le dan forma. Mientras que la segunda, avalada por la libertad poética, le concede a la ciudad atributos de personalidad, un genio y un estado de ánimo que además puede ir cambiando entre zonas y momentos.

Para un tercer autor, Georg Simmel, la ciudad excede sus límites geográficos de la misma forma que una persona excede su propio cuerpo: es ahí donde se expresa su existencia, pero es también apenas el inicio de su propio rango, que se extiende hasta la última consecuencia de sus actos tanto en el tiempo como en el espacio (Simmel, 2005).

Las ideas de la ciudad que tiene dinamismo han aparecido una y otra vez, quizás denotando la necesidad de teorizar en ella lo etéreo y no solamente lo sólido de su configuración. Lo mismo sucede para lo urbano, pues como señala David Harvey, cualquier teoría que se detiene en lo unidimensional falla al pasar por alto la riqueza y complejidad de la experiencia:

Aprendemos a entender la ciudad desde múltiples perspectivas. Ella es, por un lado un laberinto incomprensible de cualidades caleidoscópicas: se gira el caleidoscopio, y vemos coloraciones y composiciones innumerables de la escena urbana. Aún así hay puntos nodales persistentes alrededor de los cuales la imagen de la ciudad confluye en algo más permanente y sólido (2003, p.42).

Así, aunque la dimensión física y geográfica es una parte importante, hace falta girar el caleidoscopio para ver también el movimiento que entrañan las relaciones relaciones que cotidianamente tejen sus habitantes, las cuales dan sentido a la existencia de la ciudad en oposición a tipos de lugares. Ella es distinta a la provincia o al campo en muchos aspectos más que el de la apariencia. El ritmo y el movimiento son elementos que también diferencian entre la ciudad y la no-ciudad.

La ciudad vive y se vive a un ritmo vertiginoso, debe hacerlo. El filósofo francés Charles Fourier incluso temía que una urbe monótona constituía veneno puro para la raza humana (Harvey, 2003). Además, implica un ambiente en el que se armoniza la gran mayoría sus elementos la representan. Es decir, que hasta el más mínimo detalle, al ser analizado de forma aislada, remitirá de nuevo a ella. La prisa con la que andan los ejecutivos por las mañanas, las

fachadas de las casas, las multitudes que se forman espontáneamente, los parques para hacer ejercicio los domingos: todo aquello que, aunque sea separado del contexto, sigue teniendo un "qué se yo" que es totalmente ciudadano. Por supuesto, hay otros elementos que, si se separan del contexto, no se puede saber con certeza si son parte suya o de otra cosa, a pesar de que pertenezcan a una zona geográfica que formalmente recibe este nombre. A partir de esto podemos concluir que la ciudad no se cualifica inmediatamente con la denominación (geográfica o administrativa), sino que se trata de una cualidad más difusa y esquiva. Es decir, si bien necesita de una organización específica y de una delimitación geográfica, esto no es suficiente. En todo caso, son condiciones que permiten y promueven la vida urbana, la acción social y la unidad colectiva.

Así las cosas, no todas las que reciben ese nombre son, en este sentido, ciudades. Al menos no en su totalidad. El mismo desarrollo urbano es un proceso finito para cada una: es imposible que crezca tanto hasta convertirse en una sola mancha en toda Europa, por ejemplo. Tal vez este sería un proyecto político y económico interesante, pero allí nunca se llegaría a desarrollar el estilo urbano como tal, por la falta de dos ingredientes claves: la asociación y acción social que sólo un entorno de límites accesibles puede engendrar.

De forma que no toda la ciudad es ciudad, y no toda ciudad es la ciudad. Existe una gran diferencia entre la denominación política y la delimitación física y la urbe que se vive, que es recorrida, sentida y experimentada por sus habitantes. Por ello, no son suficientes los parámetros de densidad de población, alcanzar cierta cantidad de edificios corporativos o la inauguración del metro. Todos estos atributos físicos surgen como respuesta a las necesidades de mercado, de transporte, de comunicación o de vivienda están subordinadas a las necesidades sociales, es decir, son elementos secundarios. La ciudad se hace con una forma de vivir y una forma de relacionarse, que dice Lewis Mumford, es al final una estética:

en su sentido completo, entonces, es un plexo geográfico, una organización económica, un proceso institucional, un teatro de acción social y un símbolo estético de unidad colectiva. La ciudad fomenta arte y es arte; la ciudad crea al teatro y es el teatro (Mumford, 1937, p. 93).

La ciudad entendida como estética abre la perspectiva hacia aquellos elementos de interacción e intersubjetividad que la construyen en la vida cotidiana. Esto implica, para Maffesoli (2007), el arte que da estructura a la banalidad, es decir, que hace sociedad. En otras palabras, la ciudad se reconstruye con todos esos mínimos actos y lazos banales entre sus habitantes, creando estructuras de sentido que cimientan la vida social. Así, la vida urbana se va tejiendo con las experiencias cotidianas de las personas, con conversaciones casuales en la estación de autobuses, con reuniones de ex compañeros de la secundaria, con discusiones en la calle cuando ocurre un accidente vial. En resumen, ciudad, arte y estética se sostienen bajo el mismo principio: con todas las pequeñas cosas que ocurren en su interior, sobre todo las que parecen ser más intrascendentes.

Se trata de una estética social que adquiere estructura a través de los siglos, desde las ciudades medievales, pasando por guerras y revoluciones, apropiaciones y expropiaciones del espacio público, automatizaciones de los medios de producción y creación de nuevos espacios de consumo (véase Mumford, 1946). Todos estos cambios progresivos han desembocado no solo en la aparición y desarrollo de las ciudades, sino en la existencia de sus habitantes y sus modos de vida. Sus manifestaciones urbanas tienen una forma única, que las distingue de otras que pueden ser similares pero que no son lo mismo. En primer lugar, la ciudad es distinta de la no-ciudad porque está espacialmente situada dentro de un contexto urbano. Esta diferencia aparentemente obvia es en realidad una banalidad con sentido, que se hace necesaria para la configuración del mundo y para la existencia de las otras cualidades de la modernidad antes señaladas.

De hecho, la ciudad requiere de otro tipo de espacios contrastantes para entenderse como tal. Al igual que una figura gestáltica necesita del fondo para delimitarse, ella no existiría sin sus contrapartes, si fuera imposible compararla con lo rural, la provincia, las playas, los campos y los desiertos. De esta forma, la existencia de la ciudad, de su ambiente urbano y su estilo de vida característico implica también la existencia de todos los demás tipos de espacios y estilos de vida presentes en el mundo. La ciudad puede ser entendida como una forma, y más aún, como atmósfera. Contiene no solamente edificios, algunos parques y grandes cantidades de concreto y asfalto, sino también como aquella atmósfera que envuelve a los empresarios, empleados, amas de casa y científicos sociales. Se entabla entonces una relación mutua, de cercanía tal, que sus habitantes constituyen también lo urbano: la ciudad forma parte de cada uno de ellos, así como los ciudadanos forman parte de ella.

En las urbes modernas la distinción entre lo dentro y lo fuera se difumina: el sujeto está en la ciudad tanto como ella está en el sujeto, el interior incluye al exterior. La modernidad permite esta diversificación de la vida privada dentro de la vida pública:

El espacio público del nuevo bulevar provee el entorno, pero adquiere sus cualidades parcialmente a través de las actividades comerciales y privadas que iluminan se vierten hacia afuera, sobre él. La frontera entre el espacio público y privado es ilustrada como porosa (Harvey, 2003, p. 215).

Una interpretación similar fue propuesta años antes por Gaston Bachelard, para quien el hombre es un ser entreabierto. Inspirado por un fragmento de *Donde se abrevan los lobos*, de Tristán Tzara (en el cual la diferenciación dentro-fuera del personaje con su entorno espacial se vuelve muy borrosa), sostiene que "el cuarto es, en profundidad, nuestro cuarto, el cuarto está en nosotros. Ya no lo vemos" (Bachelard, 1975, p. 265). En nuestro caso, hablamos de mucho más que un cuarto, hablamos de la casa que contiene al cuarto, de la colonia que contiene a la casa, y finalmente, de la ciudad que contiene todo lo anterior. Pero, de la misma

forma en que el observador se funde con el cuarto en el que está ubicado, ambos se funden con su ciudad: la ciudad está en todo lo suyo y por lo tanto no es capaz de verla como un ente externo o independiente a su propia existencia. No es cuestión, pues, de continente y contenido, sino que ambas partes se *con-funden*, se encuentran concatenadas hasta la médula, y por lo tanto es imposible modificar una sin hacerlo también con la otra.

Ya decía Maffesoli (2007), la familiaridad y naturalidad de las relaciones entre el observador, entre el ciudadano y los espacios, constituyen verdaderas poéticas urbanas que no son exclusivas del sociólogo, pues todos, sin importar nuestros intereses y nuestra cantidad de reflexión al respecto, estamos imbuidos con ella.

Las características comunes entre la ciudad y sus habitantes derivan de los modos de vida, cuyo estilo urbano se vive en la cotidianeidad y se reproduce, se materializa en sus cuerpos y en todos los espacios ciudadanos. Es así como se van insertando en la vida cotidiana, hasta parecer que ha existido siempre. Sin embargo, no es así, los estilos de vida ciudadanos tienen la misma naturaleza cambiante y efusiva de la moda: aquello que en algún momento fue la forma privilegiada de comportarse en público hoy nos parece gracioso o hasta ridículo. La ciudad se constituye como tal al ser un estilo, una forma, una manera. Por tanto también es una moda y una modernidad.

En estos términos, el estilo urbano es la envoltura del teatro de acción social y del símbolo estético de unidad colectiva que describimos antes con Lewis Mumford. Desde esta perspectiva, podemos ver al mismo fenómeno y concepto de ciudad como un ente completo e indivisible, ya que su estilo no se puede fragmentar. De lo contrario dejaría de ser ese estilo en particular para convertirse en otro. La ciudad que se rige siempre por el estilo que le da continuidad y que se comporta como una forma de equilibrio.

A partir de estas consideraciones podemos hablar de una ciudad y de todas a la vez, de

todas las que tengan sus estilos propios. Éstos incluyen tanto al espacio físico como a quienes viven dentro de él. Todo est conjunto de relaciones se transforma progresivamente y sus habitantes se compenentran con esas transformaciones hasta que se convierten en ciudadanos que viven en su ciudad como pez en el agua. Sin embargo, tal estilo de vida implica ciertas formas de comportarse. Esto es precisamente lo que significa la "urbanidad" que pretendía enseñarse hace algunos años a través de manuales como el de Manuel Antonio Carreño, la cual, como el estilo urbano puede imitarse a través de los modos de comportamiento. En este sentido, la urbanidad puede entenderse también como un arte y una manera: la de vivir con el otro en el mismo lugar (Maffesoli, 2007).

La ciudad se fractura y se vuelve incomprensible si es vista como un cúmulo de elementos fragmentados y desarticulados que después se concatenan a través de múltiples experiencias subjetivas o mediante criterios geográficos y políticos. Pero desde la perspectiva estética no puede fragmentarse. Es algo completo que nos trastoca a nosotros, los que la habitamos, convirtiéndonos en estetas cotidianos a través de nuestros movimientos y acciones dentro de su marco.

La estética urbana

Comprender a la ciudad desde una perspectiva estética implica colocar el énfasis, encontrar la relación entre todas aquellas partes que constituyen una ciudad, sobre todo las que no son sólidas materialmente, pero que están presentes físicamente. Por un lado, incluye a los transeúntes preocupados por su rutina diaria; por otro, a quienes influyen de manera más evidente en su estructura. El espacio geográfico puede cambiar de nombre o de fronteras, pero difícilmente dejará de ser ciudad y de vivirse como tal. No existe, por lo tanto, un

elemento que sea más urbano que los demás.

Comencemos retomando su analogía con un ente orgánico, el cual redimensiona el papel que juega en la vida de sus habitantes. Lejos de ser solamente el ambiente material que envuelve a los sujetos sin intervenir, manteniéndose al margen, recibiendo pasivamente las modificaciones que se acumulan sobre sus superficies; la ciudad participa, condiciona, cambia al unísono con los ciudadanos. Ese ritmo común que tienen todas sus aspectos es el estilo. "Estilo" significa marca, y como tal se imprime sobre los objetos que toca: en realidad toca a todo el ambiente urbano. Es por eso que en el estilo urbano es cuestión de compartir, se comparten gustos, gestos, colores y formas, ideas y modas (Fernández Christlieb, 2011). En otras palabras, se comparte la forma, el modo, la manera.

Tales características aparecen cuando se problematiza a la ciudad desde la estética. Como señala Liendivít, "está condicionado pero no estructurado o proyectado, no admite definiciones racionales y se lleva a cabo en la relación e interacción entre realidad psicológica y realidad física" (2009, p. 29). Así, el estilo urbano tiene más en común con el arte que con la lógica de lo objetivo. La convergencia de lo físico con lo subjetivo es llamado *paradigma estético*, entendido como la multiplicidad del yo y de su ambiente comunitario, la capacidad de sentir en común (Maffesoli, 2004). De nuevo, este sentimiento de comunidad se construye "banalmente" con las pequeñas cosas que a diario ocurren dentro de la ciudad; los viajes en el metro, las tertulias en un café o un bar, las filas para pagar o cobrar en el banco o los minutos de espera en la parada del autobús. Todas estas actividades cotidianas, aunque nebulosas, al unirse devienen la solidez de la comunidad citadina, y cada una de ellas está necesariamente situada espacialmente (Lindón, 2009).

Queda claro que la ciudad, al ser un modo, se vive como tal. Está presente en cada uno de las acciones, movimientos y pensamientos de sus habitantes, que se en cuanto se construyen

obtienen el aura urbana distintiva. Pero, ¿dónde se plasmó por primera vez este carácter del estilo de vida citadino en relación con la moda?

Primero fue París

¿Por qué podemos decir que la moda y la ciudad tienen una relación estrecha? No es suficiente responder que esto se debe precisamente a que fue en una ciudad, París, donde aparece la moda. Aunque antes ya rastreamos diferentes aspectos que relacionan ambos fenómenos, corresponde ahora indagar más de cerca, en el contexto de su nacimiento, cómo es que un fenómeno tan bien delimitado tanto temporal como geográficamente, se extendió con tanta facilidad en el mundo occidental. París definitivamente jugó un papel importante en el establecimiento de la moda como una característica citadina y urbana, y a fin de cuentas, moderna.

La modernidad que sacudió a las ciudades, removiendo sus cimientos, física y simbólicamente, para crear algo más. Actuando como destrucción creativa convirtió a la vida urbana en aquel estilo de vida que, aunque desconocido para la mayoría, era anhelado y codiciado (Harvey, 2003). Evidentemente París no era el único lugar que florecía durante el siglo XIX. En 1850, Alemania, Estados Unidos y Gran Bretaña eran sociedades predominantemente rurales. Un siglo más tarde se habían convertido en predominantemente urbanas, con una considerable concentración poblacional en sus núcleos, gran parte de ella proveniente de las migraciones. Los cien años que van de 1848 a 1945 se denominan con razón la época de la «revolución urbana». Hablando en términos de modernización, estas y otras ciudades estaban a la par. Para Richard Sennett (1997), Londres puede pensarse como la capital del siglo XIX en cuanto a individualización, característica por demás moderna; pero

París estaba un paso adelante en términos culturales.

Este avance cultural puede intentar explicarse desde varios argumentos. Sin embargo, varios autores señalan que fue sin duda la Revolución Francesa la que convirtió a la capital en un marco de referencia más que solamente un referente histórico y geográfico. Los valores revolucionarios conmocionaron al mundo entero, y París devino un símbolo universal de civilización y libertad. Ante los ojos de muchos, se colocó en el prestigioso lugar de capital del siglo XIX e incluso de capital de la modernidad (véanse Benjamin, 1968; Harvey, 2003; Rocamora, 2009).

La relevancia cultural de París se reforzó con cada obra de arte que la enaltecía como la más bella ciudad. En efecto, París no puede entenderse sin todas estas obras de arte que le dieron la dimensión simbólica y el estatus mítico que ahora porta. Estas referencias se multiplicaron a finales del siglo XVIII y ya entrado el siglo XIX (Rocamora, 2009). Esto mismo se expresa en las descripciones que Émile Zola hace de París como "el poema de la modernidad".

Ciertamente la estética de cualquier ciudad es parte constitutiva de ella misma, pero en el caso de París, le ha dado un estatus de icono que ahora es inalcanzable para la mayoría de las ciudades del mundo. Esto se debe a que París no se desarrolló de forma espontánea y desorganizada, sino que obedeció a un plan estético completo, que encarnaba completamente los valores de su época, es decir, de la modernidad (Liendivit, 2009). Su estética se plasma como una unidad armónica y coherente, cuya bandera son la elegancia, el glamour y la moda, algo que los medios se han encargado de inmortalizar.

A diferencia de otras ciudades, fue fruto de un crecimiento y una urbanización planificada. Después del intento (fallido) de reorganizar la ciudad acorde al régimen socialista, con todo y sus proyectos de construcción, o mejor dicho, de reconstrucción de París

y del posterior rediseño y modernización en manos del Barón Haussman a mediados del siglo XIX, con la intención declarada de convertir a París no solamente en una capital digna de Francia, sino del mundo (Harvey, 2003). Más aún, París se convirtió en un espectáculo (Rocamora, 2009).

La nueva ciudad olvidó rápidamente los callejones improvisados que se creaban alrededor de las viviendas, y se entregó a la imagen de modernidad que brindaban las calles amplias y rectas diseñadas por Haussman. Las nuevas avenidas llamaban sutilmente a ser recorridas y empezaron a preferirse sobre los callejones laberínticos de la ciudad vieja. La relación de los habitantes de París con su ciudad se transforman debido a los cambios en los espacios públicos y su consecuente apropiación.

Al mismo tiempo, la capital se distancia más y más de la provincia: un término que en francés llegó a abarcar no sólo al campo, sino a toda Francia, exceptuando la capital. Es decir, "provincia" se instauró para referir todo lo que no es París. Se usaba incluso con un matiz negativo, el provinciano no era culto y educado como el parisino, y la única forma de curarse de ese mal era mudarse permanentemente a la ciudad. Cosa que de hecho, muchos provincianos hicieron, participando así, paradójicamente, de la construcción de París, el primer gran proyecto nacional (Sieffert, 2013). Más aún, no solamente los habitantes de la provincia viajaban a la capital, sino que la capital comenzó a trasladarse a la provincia, como modelo de urbanidad y modernidad, y ciudades como Lyon llevaron la reinterpretación de este diseño a sus calles (Rocamora, 2009).

Volviendo a París, los nuevos bulevares llenaron de vida la vía pública, y también generaron empleos y un mayor flujo de bienes y dinero, favoreciendo una mayor y más rápida urbanización que se extendió durante varias décadas. Una guía de 1877 reportaba con entusiasmo que desde 1852 nuevos y magníficos bulevares abrían a diario en todas partes de

la ciudad (Steele, 1998).

Los espacios públicos ganaron importancia estética: era deseable salir y ser visto, como en un escenario, y la ropa que se usaba ganó mucha importancia para ello: los vestidos de crinolina se volvieron más grandes y ostentosos (Harvey, 2003, p. 212).

Esta relevancia estética de los espacios los convirtió en suelo fértil para la aparición de nuevas y extravagantes formas de vestir: de modas. Es precisamente en este aspecto que la capital francesa se distingue entre las demás ciudades florecientes. En efecto, sus calles son, hasta la fecha, una pasarela improvisada.

Un ferviente observador de estos procesos fue Honoré de Balzac, provinciano enamorado de la gran capital. En su *Historia y psicología de los bulevares de París*, reconoce que ni el Gran Canal de Venecia ni la *Regent Street* de Londres son comparables a ellos; de hecho, para él no son más que cadáveres frente a la capital francesa. Allí hay libertad de inteligencia y hay vida, una vida que puede describirse en términos de indumentaria. Para este novelista francés, los bulevares son el lugar donde se puede observar la comedia del vestido, muchas personas, personalidades y, sobre todo, atuendos. Los encuentros a la moda que ocurrían en avenidas, parques, cafés y pasajes comerciales llegaron a convertirse en la epítome de la vida urbana moderna (Steele, 1998).

Es así como esta ciudad siglo XIX se corona como la conjugación y encarnación perfecta de las nuevas cualidades modernas: la vida urbana y la moda. La ciudad, París y la moda llegan a ser inseparables. Walter Benjamin encuentra este hecho cristalizado en la frase del escritor alemán Karl Gutzkow: "Me he comprado el plano de París, estampado en un pañuelo" (Benjamin, 1968, p. 95).

La capital de Francia, entonces, constituye un hito para comprender las relaciones entre la ciudad y la moda que caracterizan la vida urbana moderna. Sigue simbolizando y portando

el marco de referencia estético que se difundió con sus propias particularidades en otras latitudes. Desde el siglo XIX, París se mantiene como el modelo de ciudad *fashion*, la capital mundial de la moda, y aunque algunas otras metrópolis han ganado importancia como epicentros del estilo en la indumentaria, ninguna ha logrado reemplazarla. Tal vez no sea la ciudad natal de la modernidad ni de la vida urbana, pero en ella se deja ver con claridad el papel de la estética y la moda en la constitución y dinámica del estilo de vida ciudadano.



Abordar el tema de la ciudad desde la perspectiva estética desvanece la antigua distinción entre lo físico y lo social. Se vuelve evidente que ambos procesos se alteran mutuamente en el flujo de lo cotidiano, dentro de un juego de apariencias "banales" que le dan forma y estructura. Su papel en las prácticas de los ciudadanos crea un ambiente común que compone al estilo de vida urbano, como diferente de otros que lo rodean. Las analogías con espacios estáticos devienen absurdas, para dar lugar a personas con caprichos y deseos, defectos y virtudes que ciertamente se plasman en las modas que portan. La vida urbana no es algo que ocurra dentro de un lugar o al interior de una envoltura, incluye a la urbe misma que y tiene movimiento al igual que sus habitantes.

Es así que la ciudad y la moda comparten ciertas características esenciales: el predominio de la apariencia, la intersección entre lo general y lo particular, la centralidad de la estética, la teatralidad. París es el gran ejemplo de cómo esa mancuerna es inseparable de la vida pública, en donde la gente sale a las calles con la convicción de ser vista, con el mejor atuendo posible, por supuesto. De este modo la apariencia en y de los espacios públicos se eslabona a la apariencia de las personas, cuya conjunción conforma la estética urbana. El auge de esta ciudad a través de sus migraciones y rediseños nace y se empalma en la modernidad y

por lo tanto con la moda. Cuando dicho estilo de vida urbano se exporta a otras partes de occidente, la moda tiene un lugar privilegiado en el barco.

Ciudad y moda

Como se ha dicho desde el inicio, la moda es al mismo tiempo materia e idea que se funde con el estilo urbano, siempre dinámico y vinculado con los ciudadanos mismos. La ciudad, creadora de su estilo, moriría si permaneciera estática, de la misma forma que lo haría la moda. Ambas cosas, siendo un estilo y una estética, tienen aún más puntos en común que los que hemos descrito hasta ahora. A esto se dedica el tercer y último capítulo, tomando el estilo urbano desde dos puntos de vista relacionados que permitan indagar en la relación moda-ciudad las razones de su atractivo, las implicaciones de su proceso de creación, su posición de bisagra que une y separa el mundo material con los sujetos que lo habitan, entre otras cosas. El propósito es revelar la moda como una de las columnas principales del ambiente urbano.

La primera de ellas se dedica a abordar el estilo y estética de la ciudad desde el punto de vista del estilo del vestir. Con ello se muestra el papel de la moda en la construcción de la ciudad a un nivel personal. Las consecuencias que tiene el acto de salir a la calle un día cualquiera, vistiendo algunas prendas específicas, que van mucho más allá de impresionar a los vecinos. El cuerpo se viste y después se pasea por la ciudad, modificándola a su paso.

La otra faceta, como un paralelismo de la moda, consiste en mirar la misma construcción y reconstrucción de la ciudad a partir del estilo que impone su apariencia. Es decir, versa sobre la misma construcción urbana, abordada desde la perspectiva estética de la arquitectura, pero en términos de cómo se visten los espacios de la misma forma en que se visten los cuerpos de las personas. Los edificios se visten y después se quedan inmóviles en la ciudad, modificando su estampa de manera mucho más duradera. Las fachadas de los edificios, coloreados y texturizados a capricho de sus dueños demuestra que el interés en la

apariciencia va más allá de la del propio cuerpo, y que los alcances de la moda son más amplios de lo que aparentan.

Y hablando de apariencias, ese será el último tema de este capítulo, como corolario que recoge su relevancia en vida citadina y el ambiente urbano, cuando son descritos desde una perspectiva estética y, por tanto, de la moda.

Cuestión de estilos

Se ha dicho que la ciudad es un estilo: una forma de vivir que trasciende la delimitación geográfica y atraviesa todas las esferas de lo urbano, desde lo público hasta lo privado, desde lo cotidiano hasta lo extraordinario. Esta cualidad la coloca en el mismo nivel que otros fenómenos estéticos como la moda. Pero la idea de que esta es en sí misma un estilo es controvertida. Para Garza Rivas (1970), por ejemplo, la moda es tan distinta de la costumbre como del estilo mismo. Sostiene que el estilo tiene un campo de aparición más limitado, y además obedece a determinantes culturales más profundos, entre ellos, una determinación epocal que lo hace mucho más permanente, en oposición a lo efímero. A pesar de que dentro de un estilo pueden surgir varias modas, no puede ocurrir lo contrario .

Aunque este argumento parece evidente a simple vista (más aún si se siguen los ejemplos de los grandes estilos como el clásico, el gótico y el barroco), ignora totalmente al estilo personal: aquella manifestación de lo individual que puede nutrirse de la moda para crear un fluido estético propio y cotidiano.

Georg Simmel encontraría en el estilo características muy cercanas a la noción de "manera", particularmente, al antiguo concepto *maniera* que designa una forma de hacer cosas (Gronow, 1993). Por tanto, los objetos de moda, como del arte aplicado, son estilizados:

están hechos de una manera específica y tienen un estilo propio. En este sentido es suficiente volver a recordar que el origen etimológico de moda es también manera, modo y forma, lo es comparable a la noción simmeliana que además contempla la existencia de diversos estilos comunes, además del personal. Con ello la moda y el estilo constituyen un intento estético para abordar un problema central de nuestro tiempo: la forma en que aquello que es privado y particular puede pertenecer al mismo tiempo a lo universal y general (Simmel, 1991).

A partir de este conjunto de consideraciones sobre el estilo, como un criterio constituyente de las relaciones que se establecen entre la moda, la ciudad y sus habitantes, queda claro que la aproximación estética es el mejor ángulo de lectura. Al igual que en el caso de la ciudad, el estilo es la esencia de la moda: es aquello que los llena de vida y los vuelve interesantes. Hablando de vestimenta, la estética va más allá del simple acto de copiar mecánicamente las recomendaciones de vestimenta que aparecen en revistas o de boca de los expertos. Incorpora elementos propios la moda, que siempre estarán determinados por la parte lúdica, artística y teatral del acto de vestir. El estilo, entonces, también es una manifestación de la agencia y de la acción que cada quien imprime sobre su apariencia. Esto implica una vinculación entre lo individual y lo social, de modo que "el estilo, [que] suele asociarse a una forma más ligera o venial, acaba siendo tan decisivo y moral como la sangre" (Verdú, 2003, p. 9).

La moda y la ciudad se mueven en la dimensión del estilo, imposible de encasillar como frivolidad intrascendente. Ya lo advertiría Georg Simmel con las siguientes palabras:

Notemos la interrelación que existe entre innumerables hechos históricos y momentos psicosociológicos por los que las grandes ciudades, en oposición a cualquier medio más estrecho, se convierten en el suelo idóneo para la moda: la velocidad e infidelidad en el cambio de impresiones y relaciones, la nivelación y exacerbación concomitante de las individualidades, la aglomeración, y la reserva y el distanciamiento a que los obliga (Simmel, 1999, p. 65).

Dentro del estilo, un gran número de habitantes en el mismo espacio, que convive siempre tras el velo del anonimato: fomenta y facilita la necesidad de distinguirse a simple vista. A esto se suman las diferencias de estrato o clase social, la implacable presencia e influencia de los medios de comunicación, la posibilidad y el deseo de movilidad social y la competitividad resultante, la mentalidad abierta al cambio. En suma, la modernidad (Garza Rivas, 1970).

Ciudad y moda son estilos que convergen en la vida urbana. La construyen y reconstruyen cotidianamente en cada metro cuadrado. La moda ha llegado a formar parte de la vida urbana en aspectos que solían considerarse libres de este tipo de influencias. La ciudad no es el escenario en el que sus millones de habitantes pasean con sus ropas, es en sí misma un ente estético en el que la moda juega un papel constitutivo. Ella es tan cercana a la vida citadina que su influencia en las distintas esferas de lo urbano es todo menos limitada. Gilles Lipovetsky afirma que la moda, entendida como el reino de las apariencias, no se limita al terreno del vestir. La lógica (tan moderna) del cambio caprichoso se ha diversificado, y ahora se puede observar también en "el mobiliario y los objetos decorativos, el lenguaje y las formas, los gustos y las ideas, los artistas y las obras culturales" (Lipovetsky, 2004, p. 24), como en casi cualquier otra manifestación cultural . Si bien se hace énfasis en la indumentaria, no debemos olvidar que hoy en día la moda es uno entre muchos estilos que dan forma a las ciudades.

La moda en la ciudad y la ciudad en la moda

La moda en la ciudad tiene mucho de juego: la efervescencia y agitación que promueven sus cambios constantes se contagian y forman parte del estilo urbano. Estas características

proviene también de la modernidad. Estas características modernas son claramente descritas por Simmel:

El ritmo de la vida moderna no sólo expresa el anhelo por un rápido cambio en los contenidos cualitativos de la vida, sino también el poder del estímulo formal del límite, del principio y del fin (1999, p. 47).

La atracción por el límite es impulsada y también aliviada por la moda: deja un dulce sabor de boca, el de pertenecer, el de ser un eslabón más del estilo y esencia de la ciudad. En efecto, se trata de la "participación, en el seno mismo de lo cotidiano, en una trascendencia inmanente, causa y efecto de toda comunidad" (Maffesoli, 2007, p. 205).

Se trata de un proceso casi líquido y espumoso, difícil de observar y mucho más de describir, debido a que se lleva a cabo en varias etapas aparentemente consecutivas y lineales, desde el diseño hasta su uso en las calles como prendas aisladas. Para Walter Benjamin la creación de la moda es posible gracias a una intuición incomparable orientada hacia el futuro, que dota a las personas de una cercanía con el porvenir que ningún otro objeto social posee (Benjamin, 2004). Su atractivo, entonces, está en leer las pistas sobre el futuro que cada colección aporta, en apropiarse de ellas y así colocarse justo en medio, en el límite entre lo conocido y lo aún desconocido.

Con este impulso, los creativos y creadores de la moda son ciudadanos comprometidos con la vida urbana; navegan por la ciudad prestando atención a los detalles, dejándose impresionar por la sociedad y por sus productos artísticos, creando a su vez una imagen total de actualidad (Grund cit. en Benjamin, 2004). Esto hace que sea actual y al mismo tiempo novedosa, por tanto atractiva y deseable, en oposición a aquello que ya se ha visto antes, incapaz de atraer la atención más de una vez. Sus nuevas creaciones suelen ser un puente entre el hoy y el mañana. Debido a estas características, el historiador Eric Hobsbawm reconoce el buen tino de los diseñadores:

Por qué diseñadores de moda brillantes, una casta notoriamente no analítica, algunas veces logran anticipar la forma de las cosas venideras mejor que los vaticinadores profesionales, es una de las preguntas más oscuras de la historia; y, para el historiador de la cultura, una de las más centrales. Es ciertamente crucial para cualquiera que quiere entender la importancia de la era de los cataclismos en el mundo de la alta cultura, las artes de élite y, sobre todo, el *avantgarde* (Hobsbawm, 1995, p. 178).

La agudeza de las predicciones de la moda es innegable. Incluso es posible afirmar que conceptos teóricos como el de posmodernidad y el de deconstrucción manifestaron en las colecciones de famosos diseñadores de modas antes de ser postulados en los trabajos de los científicos sociales (Lehmann, 2000). Quizás su agudeza de para vivir el presente vaticinando el futuro se encuentra en su naturalidad. La vestimenta se convirtió en un estado natural muy temprano en la historia humana, reemplazando a la desnudez y asumiendo así el papel de *sabia naturaleza* (Benjamin, 2004). Posteriormente, se transformaría en la consecuencia natural y necesaria de los valores modernos: ahora debe el cambio constante y rechazar la permanencia de las formas, que solía ser lo natural. Esto se logra a través de la creación de la moda. Como lo dijo Michel Maffesoli (2007), las prendas están ahí para recordar lo que la piel social le debe a la piel natural.

Y es que la creación es una actividad naturalmente humana, de reconocimiento propio y del mundo y de intervención sobre ambos. En cualquier forma de fabricación se *hace* el mundo mientras se *hace* el sujeto mismo; aún más, es la máxima forma de construcción del sujeto. En el caso de cualquier manifestación de cultura material (como la moda), se replica el mundo del pensamiento y se transforma en un objeto manipulable (Meskell, 2005). De hecho, la moda no solamente se puede manipular, sino que se viste, envuelve al sujeto y lo vuelve parte de aquel proceso de creación que cristaliza al mismo tiempo el pasado y el futuro, así como al sujeto y su mundo. Brinda al mismo tiempo una experiencia corporal y metafísica,

íntima y social.

Literalmente, la posibilidad de encarnar la tendencia estética ocurre solamente con el vestido. Es así como cualquier persona (no únicamente los diseñadores) pueden participar en la elaboración del estilo y la estética urbanos. Este papel de esteta cotidiano, hoy en día, es facilitado por la moda, materializando por completo el plano más amplio de lo social en lo individual. La vestimenta, como manifestación estética, es evocativa y ambigua, y por lo tanto es más cercana a la música que al lenguaje y sus reglas (Davis, 1994). Al igual que la música fluye sin restricciones, la moda permea hasta los últimos rincones del estilo urbano, de la vida cotidiana y de las experiencias subjetivas de cada habitante de las ciudades.

Las pasarelas improvisadas

La ciudad y la moda son entramados complejos de elementos materiales, simbólicos y afectivos, de ritmo y movimiento, de unión entre lo personal y lo social, en suma, de estilo y estética. Esto da forma a la ciudad tal y como la conocemos, y a nosotros que vivimos en ella.

Las manifestaciones de la moda en la ciudad y de la ciudad en la moda existen en, al menos, dos niveles: el del tránsito cotidiano por las calles, y el de las calles en sí mismas.

El primero, caminar por la calle, es sin duda uno de los rasgos básicos de la vida cotidiana de los ciudadanos. Basta notar que todas las actividades que cualquier habitante realiza dentro de la ciudad se hace usando ropa. La mayoría de las prendas que circulan por las calles en el cuerpo de los transeúntes son una materialización de los cambios estéticos de un momento determinado que se plasman en objetos, en prendas y accesorios específicos terminan sobre el cuerpo de alguien. No importa si son de 1982 o de los avances de la colección otoño-invierno 2016. Los ciudadanos participan de ellas, aunque no sea su intención

explícita. Incluso los anti-moda siguen el fenómeno, pero al revés. Es decir, todo aquel que busca tener un estilo propio al vestir usará elementos que provienen de la moda, o viceversa, ella usará elementos de los diversos estilos que transitan las calles y los aplicará a sus diseños (por ejemplo, la vestimenta punk de los años setenta que fue inspiración para muchos diseñadores de modas posteriores). De este modo, las calles de la ciudad del siglo XXI se convierten, al igual que las calles de la Francia decimonónica, en pasarelas improvisadas.

Este carácter del espacio urbano, va más allá de una mera distancia geográfica, tiene un papel mucho más activo e importante que el de un telón de fondo. Ya no se trata de un espacio ocupado por objetos o el que solamente los rodea, sino que, junto a sus habitantes, se concibe, se percibe, se modifica y se vive de maneras específicas. La relación entre los ciudadanos y los espacios urbanos es estética y dentro de ella, el vestido juega un papel fundamental de uso, función y significado en las actividades cotidianas. El uso de ciertas prendas, al igual que los movimientos y gestos del día a día, determinan a los usuarios de los espacios públicos (Ríos & Rojas, 2012). Las formas rutinarias que pueden parecer insignificantes son parte del estilo de la ciudad, en las que participan activamente sus habitantes. Es a través de sus cuerpos, sus movimientos, las prendas que visten, que los sujetos se hacen desde y para ese lugar. En otras palabras, nosotros hacemos los lugares y los lugares nos hacen a nosotros:

La eficiencia de sus funciones reacciona, le otorga peso, importancia y responsabilidad a la vida metropolitana. Así como el hombre no termina con los límites de su cuerpo o del área que comprende su actividad inmediata; sino mas bien, es el propio rango de la persona, que se constituye por la suma de efectos que emanan de él en el tiempo y en el espacio. De la misma manera una ciudad consiste en la totalidad de efectos que se extienden más allá de sus confines inmediatos; sólo que dentro de ellos es donde se expresa su existencia (Simmel, 2005, p. 8).

Así como el habitante y la ciudad no terminan donde termina el cuerpo, tampoco los cambios materiales no son ajenos a los sujetos que están implicados en ellos. En palabras de

David Harvey, "cualquier reconstrucción de las cosas implica una reconfiguración de relaciones sociales: al hacer y rehacer la ciudad nos hacemos y rehacemos nosotros mismos, individual y colectivamente" (2003, p. 54).

Somos creados por la ciudad y por lo tanto por su estilo. El estilo, entonces, es materia prima de la creación de la ciudad por parte de sus habitantes, como de los habitantes por parte de su ciudad. El estilo urbano nos impregna, porque al igual que la ciudad, nuestro mismo cuerpo es, de hecho, un espacio: el más íntimo de todos, que se delimita al no mostrarse al exterior y reservarse para el interior (Fernández Christlieb, 1994). La cercanía de este espacio, simultánea a su posibilidad de tránsito, lo convierte en parte tanto de la ciudad como de los habitantes mismos.

El cuerpo, necesariamente una construcción cultural, es al mismo tiempo un atributo individual. Se trata de un "límite fronterizo que delimita, entre los otros, la presencia del sujeto" (Le Breton, 1990, p. 22). AL igual que los lugares, objetiva las diferencias, en este caso entre los unos y los otros (Lindón, 2009). La ciudad se construye a partir de estas diferencias que no dejan de ser semejanzas, siendo el cuerpo el que constituye este punto nodal de diferenciación, a través del vestido. El espacio individual termina en la piel del vestido (Fernández Christlieb, 1994), de forma que la ropa puede considerarse la primera piel del ser humano, ya que el uso de prendas para cubrir el cuerpo aparece al mismo tiempo que la hominización. Esta "otra piel", la del vestido, aparece también en el mito de la creación: cuando Adán y Eva se reconocen a sí mismos, reconocen al otro en sus respectivos cuerpos desnudos y sienten de inmediato la necesidad de vestirse. Un vestido que terminará por convertirse en parte del mismo cuerpo que lo porta. Como afirma Hurlock (cit. en Kawamura, 2004), pensamos en la ropa de la misma forma en la que pensamos en nuestro cuerpo. Las prendas se convierten en parte de nosotros, con ellas, nos apropiamos del espacio más

próximo al cuerpo y nos preparamos para presentarnos ante los demás. e modo que el espacio también nos configura como sujetos. Tal y como Edward Hall menciona en *La dimensión oculta*, "la sensación que el hombre tiene del espacio está relacionada muy de cerca con su sensación de sí mismo, que es una íntima transacción con su medio" (1972, p. p.83).

Pero no se trata solamente de una cuestión de espacio. Como señala Simmel, la relación entre la ropa y quien la porta está mediada también por el movimiento: "la dinámica y el ritmo de los gestos están determinados indudablemente por el vestido; personas vestidas de la misma manera se comportan de manera relativamente igual" (1999, p. 44). Esto no ocurre, en cambio, cuando usamos un traje viejo que se ha adaptado a nuestros gestos individuales, cede a cada uno de ellos y refleja en mínimos detalles nuestra idiosincrasia. Nosotros nos desplazamos en el espacio, con ciertas formas de moverse. Ciertamente los espacios limitan materialmente, aquello que es posible o no es posible hacer dentro de ellos, pero nosotros determinamos qué es lo que hacemos, habitando nuestro propio espacio.

Pablo Fernández Christlieb sintetiza este conjunto de ideas:

La ropa puede ser tomada como un espacio, como un lugar en donde uno se mete, se enfunda, lo habita y se siente a gusto [...] y es, evidentemente, el espacio más pequeño donde uno puede caber, y también el más acogedor y el más propio posible (2011, p. 131).

El vestido es el objeto más cercano al cuerpo, nos movemos piel a piel en nuestro tránsito por la ciudad. Actúa como filtro entre lo personal y el mundo social (Ruggerone, 2006). Por ello, si bien la ropa es la habitación más íntima que tenemos, la más subjetiva, también nos integra en una trama de relaciones sociales y estéticas. Con respecto a la moda, la acción cotidiana de vestirse corresponde a una negociación práctica entre el individuo y su sistema. Dicha negociación permite al sujeto re-elaborar su propia identidad como una serie de continuos "ahoras" (Entwistle, 2005). La elección resultante constituye en sí misma una

forma de identidad corporeizada, una manifestación, en términos visuales, que de otro modo sería imperceptible (Steele, 1997). La ropa que se elige está dotada de sentidos y significados que a la vez que atraen las miradas hacia el cuerpo, actualiza constantemente nuestra imagen.

El vestido constituye, entonces, parte fundamental de la experiencia del espacio que estudia Edward Hall (1972), aquella que da forma y estructura al mundo en el que nos colocamos. Con su peculiar piel, conjuga tanto la experiencia táctil (con respecto al mismo cuerpo y en relación a la separación del sujeto con los objetos que le rodean) como la visual que separa al resto de los objetos y la forma en que se presentan. De ahí que a través de la ropa se pueden corporeizar experiencias otrora abstractas, como el arte, la seducción o la coquetería: al vestirnos, envolver al cuerpo con ellas (De la Puente-Herrera, 2011).

Puede decirse que la ropa, entonces, constituye la última capa que separa y une al cuerpo con el mundo que lo rodea. Puede ser gruesa o delgada, pero está siempre en contacto con la piel y a la vista de los demás. Con ella y en ella se aumentan las dimensiones del espacio íntimo, al vincularlas con un estilo de vivir y un sistema de modas con el que está en una constante negociación. En la ciudad condiciona la relación estética entre los habitantes con un movimiento activo y constante que se expresa en las calles. Es parte del cuerpo, un espacio y un lienzo que permite tomar postura en las pasarelas ciudadanas donde concurren el estilo personal y el estilo de la moda.

La perspectiva estética de la arquitectura

La otra faceta que constituye al estilo urbano puede observarse en las calles mismas y en la arquitectura que las adorna. Ésta, al igual que la moda de la indumentaria, es una pieza fundamental en la conformación de la estética de la ciudad, aunque ahí termina lo evidente de

su relación. Para comenzar, la moda, efímera y cambiante, se contrapone a la arquitectura permanente, a pesar de que el inicio de dicha disciplina, opinan algunos historiadores, parte de las artes textiles (Kinney, 1999). Con ello moda y arquitectura compartirían un ancestro directo, el tejido dio pie a ambas formas de refugio: la indumentaria y las edificaciones.

Con un salto en el tiempo, encontraremos la presencia de ambos en la modernidad, como una nueva forma de entender la temporalidad social y el cambio. Así como la aparición de la moda trastocó no sólo la temporalidad de las tendencias estéticas de la indumentaria, sino la vida urbana en su totalidad; también la ciudad moderna obtiene su forma, su estilo, gracias a la progresión de la arquitectura.

La teoría contemporánea está más familiarizada con las analogías entre estos dos términos. Se reconoce que ambos fenómenos están unidos por la atención al cuerpo, a su envoltura, su refugio (Crewe, 2010; Kinney, 1999). Tanto la ropa como los edificios son una capa mediadora entre el cuerpo y su alrededor, incluyendo a otros sujetos. Al entender a la arquitectura como una una fabricación de lo cerrado, del refugio o de lo habitable, por lo tanto las analogías con el cubrimiento del cuerpo son naturales (Quinn, 2003). Ambos son elementos de protección y la superficie misma de los edificios también puede equipararse a la piel, que puede ser cubierta por otros elementos como la pintura, los mosaicos, etcétera.

Como sería de esperarse, los primeros en relacionar la moda con la arquitectura han sido precisamente los diseñadores de modas. Muchos de ellos tienen formación profesional de arquitectos y suelen tener muy claras las similitudes que existen, en términos espaciales, entre el cuerpo y los edificios. Asimismo, suelen describir su trabajo en términos arquitectónicos al hablar de refugio, de habitar, de interiores y ambiente, de geometría y espacio, aunque siempre guardando las debidas proporciones (Steele, 2005).

Un ejemplo es el de Pierre Cardin, aprendiz de Christian Dior, quien concede a las telas

el inesperado último lugar en la lista de importancia: "la tela es casi secundaria. Primero, creo en la forma, la arquitectura y la geometría del vestido" (Lonenthal cit. en Steele, 2005, p. 225). Otro más es Hussein Chalayan, para quien las prendas son externalizaciones del cuerpo, de la misma forma que los vehículos y los edificios, constituyen bisagras entre las personas y la ciudad: "pienso en sistemas modulares donde la ropa sea como pequeñas formas de un interior, y los interiores son partes de la arquitectura, mientras que ella es parte del ambiente urbano. Pienso en el espacio fluido en el que todos sean parte del otro, sólo que en diferentes escalas y proporciones" (Quinn, 2003, p. 120).

Un ejemplo aún más liminal es el diseño de modas de Luca Orta, en el que la distinción entre las prendas y un verdadero refugio urbano que se habita y protege de los elementos ambientales, se vuelve inexistente. Inspirada por *sin techo*, creó la "ropa-refugio", caracterizada por sacos que funcionan como un pequeño albergue, y que, al ser interconectables, también repercute en la creación de nociones de comunidad (Crewe, 2010). Se trata de una prenda que representa, sin duda, una de las intersecciones más claras entre la moda y la arquitectura: literalmente puede habitarse de la misma forma que una casa, pero a la vez es transportable. Estas intersecciones se han hecho posibles gracias a las nuevas formas de entender la materialidad y es que las bases del diseño moderno son superficie y piel, más que estructura y espacio (Kinney, 1999).

También existe otro tipo de relación, a saber, en donde la moda dirige los pasos de la arquitectura, como ocurre en los establecimientos que la venden (Quinn, 2003). En ellas, el diseño arquitectónico se vuelve una extensión espacial del diseño de cada una de las prendas, ya que los espacios están diseñados para generar las mismas reacciones que la ropa. A través de la creación de un flujo estético y sensorial continuo, se unen dos esferas de lo que envuelve al cuerpo, la más cercana y la más lejana a la piel. Un ejemplo son las tiendas de Prada,

iniciadas en 2001, en las que cada parte del entorno está cuidadosamente diseñada para transmitir el glamour de la marca y de las prendas, incluso a partir de los materiales con los que está decorada, como aluminio, burbujas de silicón, vidrio laminado que va de lo transparente a lo translúcido (Thrift, 2010), convirtiéndose en un ambiente envolvente, al igual que su ropa, pero mucho más amplio. Así, la arquitectura se convierte en un elemento más del atractivo de la moda.

Un caso menos tradicional es el de *Comme des Garçons*, una marca de moda japonesa que creó un tipo de tiendas no convencional para combinar con el estilo de sus diseños. Las *Tiendas Guerrilla* aparecieron sin avisar en 2004, albergando prendas que no cambiaban cada temporada, sino arbitrariamente y sin ninguna referencia a la marca en su interior, mucho menos etiquetas de precios en los artículos (Crewe, 2010). Lejos de las zonas comerciales, ya fuese dentro de una antigua librería en Berlín o decoradas como un departamento a medio vaciar atrapado en el tiempo de la caída de la Unión Soviética, las tiendas guerrilla constituían un ambiente hipnotizante y además efímero, ya que no permanecían abiertas por más de un año. En estas y otras tiendas, la arquitectura se pone al servicio de la moda para provocar exactamente lo mismo que provocan las prendas, de forma que la apariencia de ambas están íntimamente relacionadas.

La moda, entonces, es arquitectura íntima, a la vez que la arquitectura es moda inmóvil. Ambas convergen en la estética del espacio urbano, creando "exhibiciones deslumbrantes, actuaciones escenificadas, espectáculos fantásticos y una línea de horizonte dramatizada" (Crewe, 2010, p. 2097). La creación y representación de los ambientes urbanos pasa por ambas manos y como consecuencia, también lo hacen las diversas formas de temporalidad, espacio, forma, interactividad y movilidad. Arquitectura y moda se encargan de conectar al cuerpo con lo construido, con la forma, a través de lo perceptual, lo político y lo físico (Quinn,

2003).

Las apariencias engañan

Como superficie y piel, la moda y la arquitectura son apariencia. Antes que ninguna otra cosa, se ven. Inundan cada rincón de la ciudad y de la vida de sus habitantes con su estilo, nos convierten en participantes y espectadores de los innumerables cambios, grandes y pequeños que la superficie de la ciudad sufre a cada momento. Estilo y apariencia se compenetran. El estilo de la ciudad es cuestión de apariencia y por lo tanto está determinado por lo visible, a la vez que lo que muestra compone el estilo urbano. Este papel fundamental de las apariencias es señalado por Liendivit (2009), al afirmar que en la interacción del observador con el medio ambiente, la percepción cumple un rol fundamental para cualquier diseño o intervención urbana como ocurre con la misma arquitectura.

Su relación estética con la dinámica citadina se desarrolla a través de actividades minúsculas aparentemente independientes unas de otras, pero que están relacionadas estilísticamente. Por ello, Michel Maffesoli (2007) señala que la vida cotidiana en su totalidad puede entenderse como una obra de arte. Cada uno de sus hábitos, rutinas y prácticas (incluyendo al juego de las apariencias) han dado forma a las culturas y civilizaciones a lo largo del tiempo. Se trata de una estética cotidiana que permite la socialización, la aparición de la comunidad. Es decir, sin ella sería imposible experimentar en común, agregarse, compartir dentro de un colectivo, ser parte de una sociedad y probablemente tampoco existirían las ciudades.

Es por esto que la estética de las apariencias no puede considerarse como un aspecto separado, un lujo o una cualidad que se agrega a la vida social para embellecerla. Al contrario,

es la condición fundamental, la manera o el modo de diseñarla y vivirla. Los intentos por sostener esta idea han sido muy escasos frente a los que defienden lo contrario. La estética y el reino de las apariencias en general (la moda incluida, por supuesto) suelen colocarse dentro de la caja negra de fenómenos superficiales, banales; de donde es prácticamente imposible recuperarlos dándoles un papel relevante en el mundo social. Pero si su "aparente y real banalidad" es la que hace que el mundo no se reduzca sólo a los planos lógicos y racionales, cabe preguntarse:

¿Podría ser que las apariencias no existen para las necesidades de la vida sino, por el contrario, que la vida esté ahí en bien de las apariencias? Desde el momento en que vivimos en un mundo que *aparece*, ¿no resulta bastante más plausible que lo auténticamente importante y esencial se sitúe precisamente en lo externo? (Arendt, 1984, p. 40).

Nietzsche habría respondido afirmativamente. Para él, está claro que las cosas no poseen una esencia secreta o un origen oculto; su verdadero secreto es que son todas apariencia, y la estética es la única dimensión que las constituye. Por lo mismo, no existe una superficie que oculte la verdadera profundidad de la vida social. En efecto, se vive en ella y para ella misma, sin más. La apariencia es sabiduría y es placer. Su presencia es la razón de ser de la existencia y del mundo. Si todo es aparente, el hombre está hecho de estética y por la estética: el hombre no crea las imágenes, más bien es creado por ellas (Maffesoli, 2007).

La moda y la arquitectura son parte de este reino de las apariencias constitutivo de la vida social. Su función estética en la ciudad radica precisamente en que ellas se manifiestan a través de cada pequeño evento de la vida cotidiana. En palabras de Simmel:

[...] de cada punto situado en la superficie de la existencia se puede enviar una sonda a las profundidades del alma. Todos los sucesos triviales, externos, están finalmente conectados por hilos directores con opciones finales relativas al sentido y el estilo de la vida (Simmel, 2005, p. p.4).

La apariencia, creadora de la ciudad, es por supuesto la esencia de la moda. Su función estética es la de posibilitar la vida social, convirtiéndola en teatralidad cotidiana que permite acercar valores al cuerpo, brindar sentido a los elementos que constituyen la superficie de las cosas y las personas. Por lo tanto la moda podría ser la más importante de las estéticas urbanas. Como señala Maffesoli (2007 p. 207), "podría ser la primera capa del aura envolvente, pues asegura la relación de todos los elementos dispares que constituyen las características de una época dada". Esto implica el punto justo donde nace el espíritu estético: en la trascendencia de la diferenciación naturaleza-cultura, como habría afirmado Georg Simmel (1997).

Bajo su estética, la moda nos une a la comunidad que nos rodea, y por lo tanto constituye la lógica del estar-juntos, de hacer vida social. A la vez conecta y separa, es una apariencia que se comparte al mismo tiempo que es distinta para cada sujeto. Por eso puede ser la perfecta analogía del puente y una puerta propuesta por Simmel (1994): se pueden percibir visualmente como elementos de unión o separación, de la misma forma en que el cuerpo lo hace en la realidad práctica.

Con su doble papel de puente y puerta, la moda que se lleva en el cuerpo se exhibe a la mirada de los demás. En ella convergen la unión y la separación corporeizadas, a través del placer de ver y el placer de ser mirado (De la Puente-Herrera, 2011). Como se ha dicho, las apariencias se ven sin ocultar nada. Al aprehenderlas visualmente, las aprehendemos completas. De ahí que la cultura occidental parece estar obsesionada con la vista: mira los sabores, los olores, la oscuridad, los sonidos y las apariencias. Como señala Fernández Christlieb (2011), nuestro mundo es el mundo de la mirada, porque es ella la que es capaz de llegar al fondo de las cosas.



La moda en la ciudad y la ciudad en la moda es una cuestión de estética urbana. Se manifiestan caminando por las calles y en los edificios, cuyo modo y estilo, sus formas y maneras de portarse, conviven para indicar que tanto las relaciones cotidianas como la ciudad donde se desarrollan surgen de un mismo proceso.

Los diseñadores de modas juegan el papel de ciudadanos ejemplares, tan comprometidos con el estilo de vida urbano que son capaces de sintetizar la relación del pasado y el futuro en objetos concretos. A partir de sus diseños de indumentaria se recrea el mundo y nos permite a todos los demás, los no-diseñadores, participar en las ronda consecutivas de producción urbana, al tomar sus elementos o al usar sus prendas. Las tendencias estéticas, sociales, políticas, toman forma alrededor del cuerpo del ciudadano gracias a la moda, se convierten en un objeto que se viste y se vive tan cercano como ningún otro.

Es posible decir prácticamente lo mismo sobre otro fenómeno muy urbano, la arquitectura. El predominio de la estética y la apariencia es en este caso mucho más permanente que en el de la indumentaria, pero las semejanzas son abrumadoras. Los edificios, como refugios del cuerpo, envuelven al sujeto y lo protegen de su entorno. Y a un objeto tan cercano e importante para nosotros siempre dan ganas de adornarlo, de vestirlo para que se vea distinto, para que transmita algo. En esos términos, la arquitectura también modifica la estética de la ciudad de manera paralela a la moda y la indumentaria.

Su presencia y su importancia son indiscutibles, como corona del reino de las apariencias. Y es que las apariencias engañan porque, aunque parecen ser la capa que cubre la verdadera profundidad y esencia de las cosas; son ellas las que la constituyen. Es la estética la que permite la socialidad y la vida en comunidad, a través de hacernos partícipes de acciones y emociones compartidas. La estética es el centro, el núcleo y la profundidad entera.

Reflexiones finales

La moda es toda apariencia, toda adorno que se presume, pura evanescencia. Creada para ser vista y por lo tanto admirada, la moda no sirve a ningún otro propósito, no tiene ninguna esencia oculta debajo de su forma. Toda ella es estética y es así como se ha ganado ser el centro del mundo contemporáneo, presente en cada rincón de la ciudad.

Esto no debería sorprendernos si tomamos en cuenta que el adorno corporal apareció con los primeros homínidos. Como se mencionó inicialmente, desde los albores de la historia humana, la indumentaria ha acompañado a la piel y sus estilos se volvieron cada vez más complejos al ritmo que las sociedades evolucionaban. La apariencia lo ha sido todo desde hace más de diez mil años y su consecuencia moderna, el fenómeno moda, ha llegado a definir la vida urbana. A partir de su aparición la vestimenta se convierte en moda, haciendo que los habitantes de las ciudades de occidente se involucren hasta la piel con sus valores. Es decir, se encarna el gusto por lo nuevo en prendas que cada temporada son desplazadas por otras. Esto implica vivir de otra manera los cambios del estilo, que a través de cambios sorprendentes involucran otras esferas. Los diseños de hoy en día traspasan las fronteras de la ropa y pueden ser también accesorios tecnológicos, pequeños refugios urbanos, señalizaciones viales, entre otras cosas. La moda ha evolucionado hasta convertirse en lo que es ahora: la corona del reino de las apariencias y una pieza clave en el desarrollo de la vida urbana.

Su espacio de incubamiento, la ciudad, no es un escenario desvinculado de lo que ocurre en ella. Al ser el hogar de innumerables relaciones entre personas, entre personas e ideas, entre personas y objetos y entre objetos entre sí, la moda también es modificada por cada uno de estos hechos. Tiene que ver más con todas las pequeñas actividades y cambios que ocurren a diario dentro (o fuera) de los límites geográficos, que con su denominación política. Así, se vive como una ciudad, con estilo y ritmo característicos.

La moda es una actividad cotidiana que le da sentido a la vida, permite la creación de comunidad, que cohesiona y provoca sentimientos y emociones compartidos. Juega un papel activo en las configuraciones de lo urbano y de la vida social que en el que se desarrollan. En suma, la moda es movimiento en el sentido más antiguo de la palabra: el mismo de mover, motor, moción, de emocionar y conmover. Es movimiento urbano, el de los ciudadanos que transitan por las aceras y las calles diariamente. Así, constituye una más de las actividades que participan de la construcción cotidiana del ambiente urbano, el cual es más que el espacio físico de la ciudad: es la forma que adopta la vida social.

Este papel liminal de la moda implica la unión entre dos polos opuestos. Permite apropiarse del espacio íntimo cubriendo al cuerpo, pero también posibilita interiorizar los espacios más grandes (que también cubren al cuerpo), al modificar la apariencia de los edificios mediante la arquitectura. Así, la ciudad se viste de diversas maneras: Nosotros vestimos al cuerpo, pero además vestimos a los espacios, a cada momento incidimos en su aspecto con nuestras prendas, al transitar por sus calles y edificios, que también se visten. El acto de vestirse se repite a diario de maneras distintas, y gracias a la moda, la apariencia de la ciudad nunca es la misma. De hecho, hay muchas otras formas de modificar la apariencia de la ciudad: los automóviles y las bicicletas, los colores de las luces, las razas de perros, los muebles, las cortinas y las persianas, etcétera. A través de todas estas formas cotidianas, *nos hacemos* moda y ciudad al mismo tiempo.

A pesar del descuido académico que decidió colocar el tema de la moda debajo de la alfombra para no estudiarlo, su presencia en cualquier esfera del reino público hace cada vez más evidente que al ignorarla nos estamos perdiendo de comprender una gran parte del mundo social. Sin embargo, este trabajo está lejos de pretender elaborar una teoría, pero lo que sí está claro es que no hay nada mejor que la estética para abordarlo, ya que permite

vincularla con la vida social y citadina en sus propios términos. Una aproximación estética a un fenómeno estético significa eliminar los puntos ciegos, no reducir ni reelaborar sus características para que puedan ser explicadas en una lógica que no es la suya. Así, la moda es el punto de acceso hacia la estética urbana y la estética cotidiana que dan forma a la ciudad.

Esta visión sobrepasa la noción decimonónica de la moda, de manera que las fronteras entre ésta y otras manifestaciones estéticas se han vuelto difusas. Ejemplos como las Tiendas Guerrilla y las prendas refugio son entrecruces que demuestran cómo la moda comienza a configurar las nuevas realidades urbanas. La estética también trasciende la lógica binaria. En ella, no existe ningún antagonismo entre cuerpo y alma, o espíritu y materia, o entre lo imaginario y lo concreto y, sobre todo, recupera la banalidad como una forma constituyente de lo social. Conjuga todos estos elementos con las prácticas que se desarrollan en la vida cotidiana, pues en términos estéticos todos forman una sola y misma forma. La estética es comunión entre todas estas partes y por lo tanto es una atmósfera compleja que conjuga al macrocosmos con el microcosmos y al mismo tiempo devela todo lo que está en medio, tal u como sería una experiencia emocional y de apertura al otro; una experiencia que puede ser interna y externa, individual y comunal simultáneamente.

Como habría dicho Simmel, la unión perfecta entre lo general y lo particular es precisamente la cualidad de sinergia que convierte a la moda en algo profundamente relevante y significativo. Estas características tan íntimas y al mismo tiempo tan sociales le han permitido convertirse en un fenómeno que se expande por todo el mundo, aumentando sus fronteras más allá del diseño abstracto, más allá del cuerpo adornado, más allá de los muros de la arquitectura. Es la esencia misma que da forma a las ciudades, o mejor dicho, su estética y su manera de vivirlas.

La ciudad misma es completamente una cuestión de estética. En ella conviven a la

perfección los estilos de las estructuras físicas y sociales con las actividades cotidianas, lo permanente con lo efímero, lo inmóvil con lo vertiginoso. En suma, conviven el arte, el pensamiento y la moda. En tal convergencia, las situaciones, hechos y objetos que parecen ser contradictorios, que componen el ambiente urbano, adquieren un estilo general distintivo de otros modos de condensación poblacional.

Con la moda la identidad se corporiza, se hace comunidad, se hace ciudad y se hace mundo. Se trata de una forma una forma de acercarse a la realidad y, por lo tanto, a los modos que caracterizan la vida contemporánea. Pero no sólo a través del pensamiento, sino con el cuerpo, que es una forma de transformación, de vivir la estética, de ser uno con el mundo.

La vida urbana es una obra de arte y la moda nos convierte en sus artistas. A través de la experiencia estética cotidiana que nos brinda el vestido, transformamos la ciudad pero también nos transformamos a nosotros mismos. Quizás es esa cercanía al arte la que, al mismo tiempo, la aleja de las *ciencias sociales*.

Referencias

- Arendt, H. (1984). *La vida del espíritu. El pensar, la voluntad y el juicio en la filosofía y en la política*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.
- Aspers, P., & Godart, F. (2013). Sociology of Fashion: Order and Change. *Annual Review of Sociology*, 39(1), 171-192.
- Bachelard, G. (1975). *La poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Barthes, R. (1967). *El sistema de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Benjamin, W. (1968). Paris, capital of the 19th century. *New Left Review*, 48(1).
- Benjamin, W. (2004). Moda. En *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal.
- Bergua Amores, J. Á. (2008). Diseñadores y tribus. Una aproximación sociológica a la creatividad en el ámbito de la moda. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 124(1).
- Birlanga Trigueros, J. G. B. (2007). Moda y modernidad: la reflexión filosófica sobre la moda en la cultura moderna. *Religión y cultura*, (241), 499-532.
- Craik, J. (1994). *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*. Routledge.
- Crane, D., & Bovone, L. (2006). Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing. *Poetics*, 34(6), 319-333.
- Crewe, L. (2010). Wear:where? The convergent geographies of architecture and fashion. *Environment and planning A*, 42(1).
- Davis, F. (1994). *Fashion, culture and identity*. Chicago: The Chicago University Press.
- De la Puente-Herrera, I. (2011). *El impero de la moda*. España: Acropress.
- Delgado, M. (1999). *El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Anagrama.

- Entwistle, J. (2005). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Paidós.
- Fernández Christlieb, P. (1994). *La psicología colectiva un siglo más tarde: su disciplina, su conocimiento, su realidad*. Barcelona: Anthropos.
- Fernández Christlieb, P. (2011). *Lo que se siente pensar o la cultura como psicología*. México: Taurus.
- Fernández Christlieb, P. (2013). El espacio como entidad psíquica. En *Introducción a la psicología social*. México: Miguel Angel Porrúa.
- Fukai, A. (2006). *Moda: una historia desde el siglo XVIII al siglo XX*. Barcelona: Taschen.
- Garza Rivas, R. (1970). La moda. En *Psicología Social II*. México: SEP/Instituto Federal de Capacitación del Magisterio. Biblioteca Pedagógica de Mejoramiento Profesional.
- Gómez, Y. (2006). La mujer, la coquetería y la moda en la obra de Georg Simmel. *La colmena*, 20(51-52), 67-74.
- González, A. M. (2010). On fashion and fashion discourses. *Critical Studies in Fashion and Beauty*, 1(1).
- Granata, F. (2012). Fashion studies in-between: A methodological case study and an inquiry into the state of fashion studies. *Fashion Theory*, 16(1).
- Gronow, J. (1993). Taste and fashion: The social function of fashion and style. *Acta sociologica*, 36(2).
- Habermas, J. (1985). La modernidad, un proyecto incompleto. En *La posmodernidad*. Barcelona: Kairós.
- Hall, E. T. (1972). *La dimensión oculta*. México: Siglo XXI.
- Harvey, D. (2003). *Paris, capital of modernity*. Nueva York: Routledge.
- Hobsbawm, E. (1995). *Age of extremes: The short twentieth century 1914-1991*. Londres: Abacus.

- Kaczan, G. P. (2012). Figuras femeninas en la mira: Cuerpos, vestidos, imágenes en las dos primeras décadas del siglo XX. *Mora (Buenos Aires)*, 18(1).
- Kaiser, S. B., Nagasawa, R. H., & Hutton, S. S. (1991). Fashion, Postmodernity and Personal Appearance: A Symbolic Interactionist Formulation. *Symbolic Interaction*, 14(2), 165-185.
- Kawamura, Y. (2004). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Oxford: Berg.
- Kinney, L. (1999). Fashion and fabrication in modern architecture. *Journal of the society of architectural historians*, 58(3).
- Le Breton, D. (1990). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva visión.
- Lehmann, U. (2000). *Tigersprung: Fashion in modernity*. Massachusetts: MIT Press.
- Liendivit, Z. (2009). *La ciudad como problema estético. De la modernidad a la posmodernidad*. Buenos Aires: Contratiempo.
- Lindón, A. (2009). La construcción socioespacial de la ciudad: el sujeto cuerpo y el sujeto sentimiento. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 0(1), 06-20.
- Lipovetsky, G. (2004). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Lloret, J. L. (2011). Perversa segunda piel. Ética, estética y política en el vestido según Jean-Jacques Rousseau. *Cuadernos Dieciochistas*, 11(1).
- Lozano, J. (2000). Simmel: La Moda, El Atractivo Formal Del Límite. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*.
- Lurie, A. (1981). *The language of clothes*. Michigan: Random House.
- Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México: Siglo XXI.

- Maffesoli, M. (2007). *En el crisol de las apariencias: Para una ética de la estética*. México: Siglo XXI.
- Martínez Barreiro, A. (2004). Moda y globalización. De la estética de clase al estilo subcultural. *Revista Internacional de Sociología*, 62(39), 139-165.
- Martin, R., & Koda, H. (2013). *Haute Couture*. Nueva York: The Metropolitan Museum of Art.
- Mellado, R. (2012). La moda en Simmel. Un caso de producción sin productor. *Contenido. Arte y Cultura*, 1(1).
- Meskell, L. (2005). *Archaeologies of materiality*. Nueva York: Wiley.
- Mumford, L. (1937). What is a city? *Architectural Record*, 81(1).
- Mumford, L. (1946). *The culture of cities*. Londres: Secker & Warburg.
- Nagasawa, R. H., Hutton, S. S., & Kaiser, S. B. (1991). A Paradigm for the Study of the Social Meaning of Clothes: Complementarity of Social-Psychological Theories. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1), 53-62.
- Pendergast, S., Pendergast, T., & Hermsen, S. (2004a). *Fashion, costume, and culture: clothing, headwear, body decorations, and footwear through the ages* (Vol. 1). Nueva York: Thomson Gale.
- Pendergast, S., Pendergast, T., & Hermsen, S. (2004b). *Fashion, costume, and culture: clothing, headwear, body decorations, and footwear through the ages* (Vol. 2). Nueva York: Thomson Gale.
- Quinn, B. (2003). *The fashion of architecture*. Oxford: Berg.
- Riello, G. (2011). The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion. *Journal of AESTHETICS & CULTURE*, 3(0).
- Ríos, L. D., & Rojas, J. (2012). Prácticas sociales en el espacio público. Usos que sobrepasan las normas y el diseño del espacio. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias*

Sociales, 2(1), 33-50.

Rocamora, A. (2009). *Fashioning the city. Paris, fashion and the media*. Londres: I. B. Tauris.

Rossi, A. (2013). *Arquitectura de la ciudad*. México: Gustavo Gili.

Rouff, M. (1946). Une industrie motrice: la haute couture parisienne et son évolution. *Annales. Histoire, sciences sociales.*, 1(2).

Ruggerone, L. (2006). The simulated (fictitious) body: The production of women's images in fashion photography. *Poetics*, 34(6), 354-369.

Sennett, R. (1997). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid: Alianza Editorial.

Sieffert, A.-C. (2013). Paris and its Province. En *Paris, Capital of the 19th century*. Brown University. Recuperado a partir de <http://library.brown.edu/cds/paris/province/index.html>

Simmel, G. (1939). *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Buenos Aires: Espasa Calpe.

Simmel, G. (1991). The problem of style. *Theory, culture & society*, 8(1).

Simmel, G. (1994). Bridge and door. *Theory, culture & society*, 11(1).

Simmel, G. (1997). The concept and tragedy of culture. En *Simmel on culture. Selected writings*. Londres: Sage.

Simmel, G. (1999). La moda. En *Cultura femenina y otros ensayos*. Barcelona: Alba Editorial.

Simmel, G. (2005). La metrópolis y la vida mental. *Bifurcaciones [online]*, 4(1). Recuperado a partir de www.bifurcaciones.cl/004/Simmel.htm

Skov, L., & Melchior, M. R. (2008). Research Approaches to the Study of Dress and Fashion. *Creating encounters working papers*, 19(1).

- Steele, V. (1997). Letter from the editor. *Fashion Theory*, 1(1), 1-2.
- Steele, V. (1998). *Paris fashion: A cultural history*. Oxford: Berg.
- Steele, V. (2005). *Encyclopedia of clothing and fashion*. Nueva York: Thomson Gale.
- Stewart, M. L. (2005). Copying and Copyrighting Haute Couture: Democratizing Fashion, 1900-1930s. *French Historical Studies*, 28(1), 103-130.
- Thrift, N. (2010). Understanding the material practices of glamour. En *The affect theory reader*. Londres: Duke University Press.
- Troy, N. J. (2002). *Couture Culture: A Study in Modern Art and Fashion*. Cambridge: MIT Press.
- Ugalde, L. E. A. (2010). La Estética De La Frivolidad. Moda Y Representaciones Contemporáneas. *Razón y Palabra*, 15(72).
- Vázquez Rocca, A. (2007). La moda en la postmodernidad: Deconstrucción del fenómeno fashion. *DU & P: revista de diseño urbano y paisaje*, 4(11), 3-13.
- Veblen, T. (1963). *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Verdú, V. (2003). *El estilo del mundo: La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona: Anagrama.