

3.2.2. Código erótico y vestido*

Richard Sennett**

El segundo factor del código erótico victoriano era la creencia de que los estados de la personalidad podían leerse a través de indicios mínimos, aspectos que en sí mismos eran 'fetichizados'. Utilizo este término en un sentido más marxista que freudiano para indicar hasta qué punto ciertas trivialidades del aspecto podían considerarse signos de un ser humano completo. Este fetichismo es la doctrina de la revelación immanente de la personalidad desde una perspectiva contraria; si el yo habla a través de minucias del aspecto, entonces todo aspecto debe constituir una guía de algún estado del carácter. Así, llega a ser lógico cubrir las patas de un piano con fundas porque una pata descubierta es signo de impudicia. Este fetichismo del aspecto fue especialmente fuerte en lo que se refiere a las ropas de la era victoriana. Por ejemplo, un caballero que llevara un monótono abrigo negro de velarte podía distinguirse de un burgués ordinario que llevase casi el mismo atuendo porque los botones de la manga del caballero realmente abrochaban o desabrochaban. Este fetichismo se aplicaba tanto al sexo como a la clase, aunque se dirigía más bien a los atuendos femeninos. Las diferencias entre los vestidos de las mujeres 'ligeras' y las verdaderas señoras que aparecían en *Le Moniteur de la Mode* radicaban en distinciones menores: el color de chales y capuchas o la longitud de los guantes. Cada una de estas prendas de vestir refleja, pues, una mentalidad particular y

* Tomado de Richard Sennett. *Narcisismo y cultura moderna*. Barcelona, Kairós, 1979.

** Richard Sennett es Doctor en Filosofía de la Universidad de Harvard. Estudia los problemas emergentes de las sociedades posmodernas, entre ellos, los espacios urbanos, culturales, privados y públicos. Profesor de la London School of Economics, actualmente se ocupa en reanalizar los cambios en el trabajo y las organizaciones sociales. Es autor de *Vida urbana e identidad personal*, *El declive del hombre público*, *Narcisismo y cultura moderna* y *La cultura del nuevo capitalismo*, este último de 2006.

las mínimas diferencias entre objetos hablan de grandes diferencias sentimentales entre quienes los usan.

En la sección del primer volumen del *Capital* en el que Marx aborda el tema de los objetos fetichizados, declara que el capitalismo moderno utiliza este fenómeno de utilizar objetos como indicadores de la clase para evitar relaciones productivas, de modo que las desigualdades de la producción, que podrían ser visibles si se imaginaran las mercancías, o simplemente en términos de uso, estén oscurecidas. En cambio, señala también Marx, estos objetos parecen contener unas cualidades psicológicas misteriosas y atractivas. Sin embargo, falta en su análisis una consideración de las consecuencias psicológicas de incurrir en la mistificación, de creer en los detalles minuciosos de las cosas fabricadas por el hombre como índice de la personalidad. La burguesía victoriana trataba de obtener un sentido lógico de su experiencia cotidiana sobre la base de una ilusión. El resultado de ese esfuerzo fue un intento contradictorio y tenso de leer a los demás mediante los signos de sus vidas privadas mientras que al mismo tiempo uno trataba de protegerse para que los demás no le leyeran. Este doble proceso de búsqueda y protección no permitía un estado simple de equilibrio o nivelación entre lo público y lo privado, pues los signos de la emoción privada eran continuamente interrumpidos más allá del propio poder de control. No obstante, se hizo un esfuerzo para realizar los fines contradictorios sobre esta base irracional; y aunque la dimensión sexual pueda desanimarnos, la empresa en conjunto tuvo dignidad en su misma dificultad y seriedad.

3.2.3. El cuerpo social*

Pierre Bourdieu

El interés que conceden las diferentes clases sociales a la propia presentación, la atención que le prestan, la conciencia que tienen de los beneficios que aquella aporta y las inversiones de tiempo,

* Tomado de Pierre Bourdieu. *La distinción*. Madrid, Taurus, 1988.

de esfuerzos, de privaciones, de cuidados que le otorgan, realmente están proporcionadas con las posibilidades de beneficios materiales o simbólicos que razonablemente pueden esperar de la misma; y con mayor precisión, dependen de la existencia de un mercado de trabajo en el que las propiedades cosméticas puedan recibir un valor (con grados variables según la naturaleza de la ocupación) en el mismo ejercicio de la profesión o en las relaciones profesionales, y de las oportunidades diferenciales de acceso a dicho mercado y a los sectores del mismo en los que la belleza y la forma de vestirse contribuyen con más fuerza al valor profesional. Puede verse una primera prueba de esta correspondencia entre la propensión a las inversiones en cosmética y las probabilidades de beneficio en la distancia que, para todas las clases de cuidados corporales, separa a las mujeres según que ejerzan o no un trabajo remunerado (distancia que aún debe variar según la naturaleza del trabajo y del medio profesional). En esta lógica, es fácil comprender que las mujeres de las clases populares, que tienen muchas menos oportunidades de acceder a una profesión y sobre todo a aquellas profesiones que exigen de manera más estricta la conformidad con las normas dominantes en materia de cosmética corporal, tengan menos conciencia que todas las demás del valor 'comercial' de la belleza y estén mucho menos dispuestas a invertir tiempo, esfuerzos, privaciones y dinero en la corrección del cuerpo. Muy de otra manera sucede con las mujeres de la pequeña burguesía, y sobre todo de la nueva pequeña burguesía de las profesiones de presentación y representación, que imponen a menudo un *aspecto* destinado, entre otras funciones, a hacer desaparecer todas las trazas de cualquier gusto heterodoxo, y que exigen siempre lo que se denomina compostura, en el sentido de "dignidad de la conducta y corrección de las maneras", que implica, según el diccionario *Robert*, "un rechazo a ceder a la vulgaridad, a la facilidad".

Las mujeres de la pequeña burguesía que tienen bastante interés en los mercados en los que las propiedades corporales pueden funcionar como capital para otorgar a la representación dominante del cuerpo un reconocimiento incondicional sin disponer,

al menos ante sus propios ojos (y sin duda objetivamente), de un capital corporal suficiente para obtener de él los más altos beneficios, se encuentran, también aquí, con motivos para las más grandes tensiones. En efecto, la seguridad que da la certeza de su propio valor, y en particular del valor de su propio cuerpo o de su propia forma de hablar, está unida de manera muy estrecha con la posición ocupada en el espacio social (y, por supuesto, con la trayectoria): así, la proporción de las mujeres que se estiman por debajo de la medida con respecto a la belleza o que piensan que aparentan más edad que la que tienen decrece enormemente conforme se va elevando la posición en la jerarquía social: de igual modo, las mujeres tienden a atribuirse notas tanto más elevadas para las diferentes partes de su propio cuerpo cuanto más alta es la posición que ocupan en el espacio social, y esto aunque sin duda las exigencias aumentan de forma paralela. Se comprende que las mujeres de la pequeña burguesía, que están casi tan poco satisfechas con su cuerpo como las mujeres de las clases populares (son incluso las más numerosas entre las que desean cambiar de aspecto y entre las que se confiesan descontentas de diversas partes de sus cuerpos), sean mucho más conscientes que éstas de la utilidad de la belleza y reconozcan con mayor frecuencia el ideal dominante en materia de excelencia corporal, dediquen a la mejora de su apariencia física unas inversiones tan importantes —en *tiempo* sobre todo y también en *privaciones*— y concedan una adhesión tan incondicional a cualquier forma de voluntarismo cosmético (como el recurso a la cirugía estética). En cuanto a las mujeres de la clase dominante, obtienen de su cuerpo una doble seguridad: creen, como las pequeño-burguesas, en el valor de la belleza y en el valor del esfuerzo para embellecerse, y asocian así el valor estético con el valor moral, se sienten superiores tanto por la belleza intrínseca, natural, de sus cuerpos, como por el arte de embellecerlos y por todo lo que ellas denominan la compostura, virtud inseparablemente moral y estética, que constituye negativamente lo 'natural' como *dejadez*.

Así la experiencia por excelencia del 'cuerpo alienado', la incomodidad (*épine*), y la experiencia opuesta, la comodidad (*aisance*), se presentan con toda evidencia con unas probabilidades desiguales para los miembros de la pequeña burguesía y de la burguesía que, concediendo el mismo reconocimiento a la misma representación de la conformación y del aspecto legítimos, están desigualmente dotados para realizarla: las oportunidades de vivir el propio cuerpo bajo el modo de la gracia y del milagro continuo son tanto mayores, en efecto, cuanto más a la medida del reconocimiento es la capacidad corporal: o, a la inversa, la probabilidad de sufrir el cuerpo en el malestar, la incomodidad, la timidez, es tanto más fuerte cuanto mayor es la desproporción entre el cuerpo ideal y el cuerpo real, entre el cuerpo soñado y el *looking-glass self*, como a veces se dice, que refleja las reacciones de los otros (las mismas leyes valen también para el lenguaje).

El solo hecho de que las propiedades corporales más solicitadas (delgadez, belleza, etc.) no estén distribuidas al azar entre las clases (por ejemplo, la proporción de mujeres que tienen una talla normalizada superior a la talla modelo aumenta muy fuertemente conforme se desciende en la jerarquía social) bastaría para excluir que pueda tratarse como *alienación genérica*, constitutiva del 'cuerpo para el otro', la relación que mantienen los agentes con la representación social de su cuerpo, ese 'cuerpo alienado' que evoca el análisis esencialista, cuerpo genérico, como la 'alienación' que adviene a todo cuerpo cuando es percibido y nominado, luego objetivado por la mirada y el discurso de los otros (véase J.P. Sartre, *L'Être et le néant*, París, Gallimard, 1943, pp. 404-427). El 'cuerpo para el otro' de los fenomenólogos es doblemente un producto social: debe sus propiedades distintivas a sus condiciones sociales de producción, y la mirada social no es un poder universal y abstracto de objetivación, como la mirada sartriana, sino un poder social, que siempre debe una parte de su eficacia al hecho de que encuentre en aquél a quien se aplica el reconocimiento de las categorías de percepción y de apreciación que dicho poder le aplica.

Aunque los pequeño-burgueses no tengan el monopolio, la experiencia pequeño-burguesa del mundo social es antes que nada la timidez, malestar de todo aquél que se siente incómodo en su cuerpo y en su lenguaje.⁷²

3.2.4. Asunto de mujeres*

Joanne Entwistle**

Existe una estrecha relación entre mujer y moda que es tanto literal como metafórica. A las mujeres se las ha relacionado durante mucho tiempo con la confección de vestidos y la habilidad de la mujer con lo textil fue uno de los medios por los que se ensalzó su reputación como damas y buenas esposas, en una época en la que tenían poca independencia económica de los hombres. Desde la preparación de la materia prima (el hilado, por ejemplo), hasta la costura y el arreglo de las prendas en el hogar, la confección estuvo durante siglos en manos de las mujeres. En el siglo XVII, la costura se consideraba un trabajo 'femenino', inapropiado para los hombres. De hecho, tal como indica Jones (1996), coser se consideraba moralmente bueno para la mujer, se creía que promovía la devoción y la disciplina, y se inculcaba en las escuelas de los conventos durante dicho siglo. Las mujeres también gozaban de cierto control sobre la moda como marchantes de moda durante el Antiguo Régimen de París prerrevolucionario. Una de esas marchantes fue Rose Bertin, modista de María Antonieta, cuyo poder e influencia sobre su famosa cliente "provocó una considerable censura" y conjuró a

72 Las afirmaciones de Bourdieu recuerdan las de Oscar Masotta en *Sexo y traición* en Roberto Arlt, donde la humillación aparece como el sentimiento típico de la clase media (NC).

* Tomado de Joanne Entwistle. *El cuerpo y la moda*, Barcelona, Paidós, 2002.

** Joanne Entwistle es profesora en el London College of Fashion y en la Universidad de Essex. Ha publicado *El cuerpo y la moda*, producto de su tesis de doctorado (Universidad de North London) y *Body Dressing* (Berg, 2001).

los que criticaban los excesos sartoriales de la reina (Jones, 1996, p. 25). La culpa de su extravagancia recayó en la puerta de Bertin por considerarla responsable de provocar, tentar y explotar la pasión de María Antonieta por las galas. Según Jones, no eran sólo marchantes las que tenían una considerable influencia en la difusión de modas 'frívolas' y excesivas, sino las vendedoras o *grisettes* que vendían directamente a las damas de la aristocracia y cuyos celos sexuales hacia estas mujeres ricas se decía que "se traducían en hacer que sus rivales 'pagaran caros' sus bonitos vestidos" (1996, p. 44). Jones afirma que en el siglo XIX esta preocupación por la implicación de la mujer en la cultura comercial fomentó nuevas ideologías sobre la calidad de mujer que acabó recluyendo a las marchantes femeninas "a la trastienda, donde se les permitía coser y confeccionar, pero jamás dirigir y controlar" (1996, p. 48). El control de la mujer sobre el sistema de la moda como marchante también se fue desmembrando paulatinamente con la aparición del modisto encarnado en la figura de Charles Worth, que se hizo famoso en la década de 1850 por ser el sastre de la emperatriz Eugenia. A raíz de ello, el trabajo femenino se confinó a la producción no calificada y posteriormente a las malas condiciones laborales y de remuneración.

Sin embargo, al menos en los tiempos medievales "la mujer estaba relacionada con los conceptos de tejer, del trabajo textil y de la moda como labores 'femeninas'" (Breward, 1994, p. 33). Estas asociaciones eran "restrictivas y conferían poder a la vez": restrictivas en lo que respecta a que confinaban a la mujer a ciertos tipos de actividades, pero confería poder en cuanto a que la dama medieval podía administrar el dinero (1994, p. 33). En los tiempos medievales, dice Breward, "el control del guardarropa tenía una especial importancia. [...] Se consideraba como una prerrogativa femenina, preocupada por el despliegue del poder mediante una profusión de tejidos y el cultivo de la belleza física" (1994, p. 33). Este poder, junto a la ostentación personal y social y la administración de los gastos de la casa, perduró durante muchos siglos a medida que las mujeres se iban haciendo cada vez más responsables

del hogar. La habilidad de la mujer en este campo se tradujo en la mejora del prestigio general de la familia, tema tratado por los historiadores del siglo XVIII que examinaron el papel central de la mujer en la revolución consumista. Tal como sugiere De Grazia, los esfuerzos de la mujer para crear un hogar "sirvieron para definir su historia familiar, indicar su posición social a otros burgueses, diferenciar su clase de los aristócratas y trabajadores" (De Grazia y Furlough, 1996, p. 19). De este modo, según Breward, las mujeres (sobre todo las burguesas) "se volvieron muy versadas en la retórica del vestir, en su creciente importancia como comunicadoras de prestigio, gusto y roles de género" (1994, p. 34). Esto se ilustra en el estudio de Vickery (1993) sobre las prácticas de consumo de la dama del siglo XVIII, Elizabeth Shackleton de Alkincoats (1726-1781), que pasaba la mayor parte de su tiempo comprando objetos, se enorgullecía de ellos y los registraba en sus diarios y cartas. En lo que respecta a la señora Shackleton, la compra era una forma de empleo desempeñada a la perfección por las mujeres, pero era una ocupación considerada 'no cualificada' incluso aunque requiera tener gusto, tiempo, esfuerzo y un alto grado de conocimiento sobre las mercancías. Puesto que las mujeres heredaban objetos personales y no bienes inmuebles, no es raro que invirtieran en éstos y, sin una ocupación remunerada y ninguna 'habilidad', Vickery expone: "no es extraño que, como consecuencia, se volcara en los artefactos de la casa y en los personales para crear un mundo de sentido y en último término transmitir su historia" (1993, p. 294).

A la vez que se ha relacionado a la mujer con la confección de ropa, con los tejidos y el consumo, también ha existido una asociación metafórica de la feminidad con la propia idea de la moda. Según Jones: "Las mujeres habían sido relacionadas durante siglos con la inconstancia y el cambio" (1996, p. 359), características que igualmente describen la moda. Éste también ha sido el caso, como indican Breward (1994) y Tseilon (1997), hasta el siglo XVIII, puesto que la moda se había considerado como signo de debilidad y de laxitud moral de las 'malvadas' mujeres, de las hijas de Eva.

Después de esta etapa, en un siglo XVIII más 'iluminado', la asociación de la mujer con la moda se explicaba más en términos de su característica psicológica 'femenina' (Jones, 1996). [...]

Desde el año 1100 hasta el comienzo del siglo XVIII, las modas masculinas solían ser bastante eróticas, pero era la inmodesta exhibición femenina el centro de toda condena moral y religiosa. Sólo se podía acusar a una mujer de seducción en el vestir. Sin embargo, al condenar todas las formas de exhibicionismo, la Iglesia "ha contribuido a infundir en la conciencia colectiva femenina una conciencia permanente sobre su aspecto y el impacto que produce en los demás" (Tseñlon, 1997, p. 13). Es normal, pues, que las mujeres hayan desarrollado un agudo sentido de conciencia de ellas mismas respecto a su imagen, que nada tiene que ver con su 'naturaleza' innata, sino que es un resultado de las actitudes y presiones culturales. Lo sorprendente respecto a esta actitud del exhibicionismo femenino como arma de seducción es que no sólo responsabiliza a las mujeres de su propia conducta sexual, sino también de la de los hombres: si un hombre sucumbe a la tentación sexual en pensamiento u obra, se considera culpa de la mujer por haberle provocado con la ropa. Esta actitud persiste en el concepto de que la mujer 'lo estaba pidiendo' cuando ha sido atacada sexualmente o violada por llevar una falda corta o un vestido provocativo (Lees, 1999; Wolf, 1991).

De este modo, la moda y el vestir femeninos han sido regulados históricamente de acuerdo con el género y la sexualidad, así como con lo social, es decir, la clase, la distinción. Sin embargo, estos suelen converger: las leyes suntuarias intentaron regular el prestigio, pero en el caso de las mujeres también diferencian entre la mujer buena, amable y rica, y su hermana 'caída', la prostituta. Emberley observa (1998, p. 9) que la jerarquía de las pieles y de las posiciones sociales creadas por estos actos reguladores también influyeron en los conceptos de propiedad sexual entre las distintas clases de mujeres. En ciertas épocas se prohibió a las prostitutas que llevaran pieles, a fin de diferenciarlas de las 'mujeres respetables'.

No obstante, no es sólo la moralidad sexual la que está en juego en los discursos sobre las mujeres y la moda: el supuesto agrado de las mujeres por la moda y todo lo que reluce y brilla es igualmente conflictivo en lo que respecta al orden social general y moral. En el siglo XVII y a principios del XVIII los temores respecto a la difusión del lujo a veces se centraron en el supuesto insaciable deseo de la mujer y en el peligro que suponía para la familia. Un tratado de 1740, por ejemplo, incluye lo siguiente: "Aunque sus hijos se estén muriendo de hambre, les quitará la comida de la boca para alimentar su insaciable deseo de lujo. Obtendrá sus trajes de seda a cualquier precio" (Jones, 1996, p. 37). El discurso moral dio pie a otros tipos de retórica: "La ofensa sartorial pasó de ser definida como transgresión moral a ser una transgresión social" (Tseñlon, 1997, p. 16). Aunque la primera fue considerada indicador de una debilidad de carácter, la segunda indica una falta de gentileza, educación y civismo. La transgresión moral supuso también una gran preocupación para ambos sexos, pero una mujer podía transgredir los códigos morales de más formas que el hombre. Al ir demasiado adornada, se puede interpretar que ha caído presa del pecado de la vanidad. Se consideraba que la moda era legítima si era para complacer al marido o atraer a un pretendiente (Jones, 1996). De hecho, para algunos filósofos de este período, el interés de la mujer por la moda era el resultado inevitable de su psicología 'femenina'. Se decía que las mujeres eran especialmente susceptibles a los adornos "por su agudo sentido de la vista y por sus vivaces imaginaciones" (1996, p. 36).

Mientras los hombres aristocráticos iban casi tan adornados como las mujeres, durante gran parte del período moderno este simple hecho no disolvió la asociación de la moda con la feminidad. En realidad, cuando se criticó el pavoneo de los hombres, a menudo se debía a su 'afeminamiento' por demostrar demasiado interés en la moda. A veces esta crítica se basaba en la idea de que el interés del hombre por la moda transgredía la justa división de géneros. En otras ocasiones, el afeminamiento se veía como una imagen problemática para la nación. La ecuación del

afeminamiento del atuendo masculino con la disminución de los intereses nacionales es patente en la Inglaterra isabelina en el sermón "Homilía contra el exceso", que Isabel I ordenó que se leyera en las iglesias, se describen dichas asociaciones.

Sin duda, muchos hombres se están volviendo tan afeminados, que no les preocupa lo que les cuesta su distinción, siempre desechos de nuevos juguetes y de inventar nuevas modas. [...] Así que con nuestros frívolos recursos somos el hazmerveir de otras naciones; mientras uno gasta su patrimonio en repujados y cortes, otro invierte más dinero en una camisa de baile que el que le bastaría para comprarse un atuendo noble y atractivo para todo su cuerpo [...] y todos los hombres, sin tener en cuenta su estado y condición, buscan sobresalir con atuendos caros (en Garber, 1992, p. 27).

Según Garber, aquí el afeminamiento no significa homosexualidad (como suele significar en nuestros tiempos), sino 'autoindulgencia' o 'voluptuosidad' y, por consiguiente, 'cosas de mujeres'. La crítica va dirigida al dinero, tiempo y energía que el afeminado dedica a las femeninas frivolidades de la moda. Igualmente la crítica se dirigía al estilo *macaroni* (descrito en el capítulo 3), que fue popular entre los jóvenes aristocráticos del siglo XVIII. El término *macaroni* apareció en el léxico inglés del 1764 para describir el estilo asumido por los jóvenes ultramodernos de noble cuna. Era un estilo de petimetres, con influencia italiana y afrancesado, que fue criticado debido a que este tipo de caballero se había "vuelto tan afeminado y débil, que no podía hacer frente a las amenazas extranjeras e incluso podía admirar la tiranía europea" (Steele, 1988, p. 31). Esto demuestra que los hombres tampoco se libraron de la crítica sartorial. Las críticas que se les ha hecho en distintas ocasiones han sido acerca de que deberían estar 'por encima' de la moda. Sin embargo, las pruebas históricas ilustran que los hombres a su manera también han estado dominados por la moda.

3.2.5. Género y cuerpo*

Judith Butler**

Las categorías de sexo verdadero, género y discreto, y sexualidad específica han constituido el punto estable de referencia para buena parte de la teoría y política feminista. Estos constructos de identidad sirven como puntos de partida epistémicos sobre los cuales la teoría emerge, y la política misma adquiere forma. En el caso del feminismo, la política está ostensiblemente formada para expresar los intereses, las perspectivas de la 'mujer'. Pero ¿hay una configuración política para la 'mujer' que precede y prefigura la elaboración política de sus intereses y puntos de vista epistémicos? ¿Cómo está formada esa identidad: es esta una forma política que toma la morfología y los límites del cuerpo sexuado como la base, superficie, o sitio de una inscripción cultural? ¿Es 'el cuerpo' o el 'cuerpo sexuado' la base firme sobre la cual el género y los sistemas compulsivos de sexualidad operan? ¿O 'el cuerpo' mismo resulta formado por fuerzas políticas cuyos intereses estratégicos insisten en que ese cuerpo esté limitado y constituido por las marcas del sexo?

La distinción sexo/género y la categoría de sexo en sí misma aparece presuponiendo la generalización de un 'cuerpo' preexistente a la adquisición de su significación sexual. Este 'cuerpo' a menudo aparece como un medio pasivo que es significado por una inscripción desde una fuente cultural 'externa'. Cualquier teoría sobre el cuerpo culturalmente constituido, sin embargo, debería cuestionar la idea

* Tomado de Judith Butler. *Gender trouble: feminism and subversion of identity*. New York, Routledge, 1988 (especialmente traducido para este volumen por Delfina Muschietti).

** Judith Butler es una filósofa y escritora feminista norteamericana abocada al estudio de la construcción socio-discursiva del género-mujer desde una perspectiva que polemiza con las concepciones tradicionales del género. Autora, entre otros, de *El género en disputa* y *Vida precaria*, compuesto por una serie de ensayos sobre la vulnerabilidad de las personas, visible a partir del atentado del 11 de septiembre de 2001.