

La autonomía de la moda a partir de Worth

Lorena Urcelay ⁽¹⁾

Resumen: En el presente artículo se toma como eje el concepto de autonomía del arte en términos de Larry Shiner (2004) para pensar la moda desde una perspectiva historiográfica. En este sentido, Shiner plantea que el inicio del arte -tal como se lo entiende en la actualidad- se da hacia el siglo XVIII con la emergencia de un mercado en donde las obras ya no responden a encargos previos sino que son producto del quehacer de cada artista. De esta manera, en relación a la moda, la idea es centrarse en ese momento de mediados del siglo XIX en que como consecuencia de la Revolución Industrial sucede algo similar: se genera un circuito comercial cada vez más dinámico en el cual los diseñadores ofrecen sus creaciones al gran público. De ahí el tema de la autonomía, que implica un cambio por el cual la prenda ya no se realiza a partir de un encargo previo y pasa a ser un producto que funciona bajo la lógica de la oferta y la demanda.

Entonces desde la perspectiva del autor, se abandonan ciertas nociones continuistas y rupturistas para entender ese hecho como un giro o desplazamiento propio de un momento histórico particular en que confluyen cambios políticos, económicos y sociales de gran relevancia. A su vez, a fin de explicitar este nuevo modo de funcionamiento de la moda, se hace una comparación con el empleo que hacen del indumento las subculturas juveniles como modos que se distancian de las propuestas del mercado ya que no conciben el vestir a partir de las tendencias sino en relación a los propios estilos de vida.

Palabras clave: Larry Shiner - Worth - arte - autonomía - moda - indumentaria - subculturas - mercado - historia - siglo XIX.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 45]

⁽¹⁾ Maestranda en Gestión del Diseño por la Universidad de Palermo y Maestranda en Historia del Arte Moderno y Contemporáneo por la Universidad Nacional de las Artes (UNA) en donde además obtuvo su título de Licenciada en crítica de artes. Caracterizadora egresada del Instituto de Arte del Teatro Colón y durante veinte años se desempeñó como maquilladora en el ámbito de las producciones de moda y publicidad. Desde el año 2019 es titular de la Cátedra de la materia Estilo e Imagen I de la Carrera Producción de Moda en la Universidad de Palermo. En la actualidad es parte del equipo de evaluación de

Proyectos de Grado de la UP y sus escritos pueden leerse en los Cuadernos del Centro de Investigación de la Universidad de Palermo y en el sitio online de Academia.

La autonomía de la moda; un abordaje ausente

La noción de autonomía del arte en términos del historiador Larry Shiner (2004) implica sobre todo una separación, o mejor dicho varias separaciones. Porque a partir del siglo XVIII el arte en sentido amplio, quedó dividido en bellas artes y artesanías. Las primeras como obras creadas por un artista en pos de un disfrute particular y las segundas como objetos destinados a un uso o utilidad concreta. A la vez, ese disfrute al que refiere el autor es el denominado placer estético que se produce justamente a raíz de esa separación entre el espectador y la obra; una noción que “todavía domina nuestras prácticas culturales” (Shiner 2004, p.25) ya que antes el arte y la vida estaban más integrados.

Incluso, este tipo de proceso se dio en casi todas las esferas de la vida social, tal es así que en el ámbito del indumento sucedió algo similar. En este sentido, el presente trabajo propone pensar la moda desde una perspectiva historiográfica y para eso se centra en ese momento de mediados del siglo XIX en que se da un giro por el cual la prenda deja de realizarse a pedido del cliente para ser la creación de un diseñador que ofrece sus productos en el mercado. Desde esta perspectiva, se dejan de lado ciertas nociones continuistas y rupturistas para entender ese hecho como un giro o desplazamiento propio de un momento histórico particular en que confluyen diversas cuestiones sociales, políticas y económicas. A su vez, a fin de explicitar la autonomía como nuevo modo de funcionamiento de la moda, se hace una comparación con el empleo que hacen del indumento las subculturas juveniles las cuales se distancian de las propuestas del mercado ya que no conciben el vestir a partir de las tendencias sino en relación a los propios estilos de vida.

Entonces a partir de este objetivo, se buscaron antecedentes que aborden el tema de la autonomía de la moda y otros que traten acerca del indumento en las subculturas juveniles. Aunque cabe destacar que en torno al primer concepto, no se hallaron trabajos que hablen de dicha noción sino del inicio de la moda hacia mediados del siglo XIX, por lo tanto se visualiza una vacancia de la cual se hablará más adelante. Por el momento es importante señalar que los diversos investigadores consultados sitúan el inicio de la moda en tanto práctica independiente según sus propias reglas, entre los siglos XVIII y XIX. Es decir, con la revolución industrial y el comienzo de la era capitalista como momento en que se dieron las condiciones necesarias para un desarrollo de ese tipo.

No obstante, hay un acuerdo general en decir que dicho fenómeno es el resultado de un largo proceso que se empieza a conformar en el Renacimiento europeo a partir de un incipiente capitalismo que promovía cierta movilidad social. De esta manera, las prendas dejaban de designar a las personas según su estrato para pasar a ser objetos de deseo.

Al respecto, esto generaba la noción de cambio ya que la aristocracia mutaba su estilo vestimentario conforme era imitada por la naciente burguesía. En este sentido, la historiadora Joan Entwistle (2002)¹ explica que reconocidos estudiosos como Veblen² y Simmel³ sostienen la idea de que la imitación fue –y sigue siendo– un factor determinante en el desarrollo de la moda.

Pero volviendo al tema del inicio de la moda, Martín-Cabello (2016) y Mansilla Viedma (2017) arguyen que en el siglo XIX se instituye un sistema compuesto por la conjunción industria-mercado-medios de comunicación el cual es regido por el consumo. Unos medios que han sido de suma importancia en la difusión de la moda, así como en el establecimiento de los distintos cánones de belleza que marcaron cada período. En este sentido, según Abad-Zardoya (2011) una de las primeras revistas de moda surge en el siglo XVII es el *Mercure Galant*⁴, aunque luego en el siglo XX a la prensa gráfica se suma la industria del cine como el sitio privilegiado en donde buscar los parámetros del vestir, Zambrini (2009). Y ya en la actualidad son las nuevas tecnologías⁵ con la emergencia de las redes sociales las que complejizan el sistema, tensionando los roles entre quienes producen y consumen dando lugar al surgimiento de los *influencers* como nuevos actores dentro de la maquinaria publicitaria, Tuozzo (2016).

Al respecto, Maldonado (2013) y Argüelles (2007) cuando refieren al inicio de la moda establecen que es sustancial el gesto de Charles F. Worth⁶ como el primer modisto que propuso un viraje: hacer que las clientas asistan a su propio espacio y lleven creaciones diseñadas enteramente por él, las cuales además esgrimían su propia firma. Un cambio que por otra parte asienta la diferencia entre la alta costura y la confección dando lugar a un sistema bipartito en donde la primera hace gala de autoría y dictamina las tendencias, mientras que la segunda sólo acata dichas propuestas, Zambrini (2009). Entonces, si antes las mujeres encargaban sus pedidos de forma previa, luego de Worth a esa fórmula conocida se añade la posibilidad de comprar prendas creadas de antemano como paradigma de una separación que instaura el mercado.

Además, Worth fue el primero en encargarse de la totalidad del proceso creativo: desde comprar las telas hasta crear cada uno de los detalles que conforman el diseño, dado que se posicionaba como alguien talentoso y con los conocimientos necesarios como para dejar esa labor en manos de la clientela. De esta manera, la suma del diseño quedaba ahora en manos del “modisto-creador” (Maldonado 2013, p.16). Así, la investigadora señala tres cuestiones para explicar el cambio: la creatividad del modisto, las prendas firmadas por él y la acción de las clientas de asistir a su casa o *maison*. A su vez, cuando Maldonado se refiere a las etiquetas como recurso para singularizar las prendas expresa “eran marcas identitarias de la casa, hasta ahora vistas en la esfera artística pero inauditas en el ámbito de la costura” (p. 14). Algo que por un lado demuestra la búsqueda de legitimación en el circuito del arte y por otro lado el acento puesto en la figura-genio como alguien dotado de gran imaginación e inventiva.

En cuanto a la disociación entre la alta costura y la confección surgida luego del gesto de Worth, Capilla (2003), González (2003) y Navalon (2012) profundizan en el tema desde distintos abordajes. Por ejemplo, Capilla advierte que desde la confección se tiene más en cuenta la funcionalidad del vestido, algo que a veces la industria de la moda pierde de vista ya que prioriza el mandato de novedad en pos de consumo⁷. Y González (2003) sostiene

que la urgencia de novedad tan típica de la modernidad, diluye los límites entre las clases sociales, las cuales estaban bien definidas en la etapa pre-moderna⁸ cuando el vestido funcionaba como ordenador general designando de forma clara el lugar social de cada uno. Y el último investigador hace un repaso por las distintas denominaciones relativas al rubro de la costura y explica que hasta el siglo XVII el estatus de una costurera era muy modesto y que recién adquieren cierto reconocimiento con Luis XIV. Luego indica que con Worth se separa la costura de la confección y la primera queda asociada a un trabajo creativo de mayor prestigio. Y más tarde con la emergencia del *pret a porter*⁹ surge la figura del estilista como quien define el estilo de marcas que ya no realizan a medida sino bajo una producción seriada. Entonces lo que se observa a partir de todo lo dicho, es que entre los autores consultados hay dos posturas: una de tipo continuista que considera al cambio instaurado en el Renacimiento como antecedente directo de lo que sucedió luego con la revolución industrial. Y otra de tipo rupturista que considera el inicio de la moda en el siglo XIX como un suceso inaudito que cambió todos los parámetros anteriores.

En cambio, Shiner (2004) cuando habla de la autonomía del arte no se refiere a ninguna de estas posturas. El autor hace alusión a continuidades en tanto ideales que si bien emergen en la modernidad, pueden encontrarse en textos que datan incluso de la época antigua, pero como nociones dispersas que “sólo coagulan hasta componer un discurso regulativo y un sistema institucional a finales del siglo XVIII” (p. 36). Por consiguiente no alude a una continuidad lineal o directa. Asimismo, cuando apunta a la ruptura entre el régimen del arte pre-moderno y el moderno lo considera como una condensación de esos ideales disgregados que junto a otras cuestiones sociales, políticas y económicas, precipitaron un cambio de cosmovisión. Es decir que habla en términos de giro o desplazamiento más que de corte abrupto.

Por consiguiente, las concepciones continuistas entienden la historia como evolución, como un devenir esperado y las rupturistas como corte tajante y abrupto en tanto revoluciones que hacen avanzar la historia. De ahí que ambas concepciones sostienen una especie de naturalización del cambio generado hacia el siglo XIX y tal vez esa sea la razón por la que no se hable de autonomía: porque no se termina de comprender el hecho en toda su complejidad.

Por otra parte, habría que profundizar en el tema de la autonomía para el caso puntual de la moda dado que ésta presenta una dimensión todavía más problemática que en el ámbito artístico. Porque si Shiner señala que la autonomía del arte refiere a la contemplación desinteresada de la obra de arte que no presenta una función utilitaria alguna, ese rasgo no está presente en la moda, dado que es una disciplina que produce objetos con una finalidad concreta. Y aunque se pueda objetar que hay marcas que presentan prendas extravagantes y de lo más disfuncionales, en general no están orientadas a un uso específico sino que se utilizan con fines promocionales o conceptuales.

Por consiguiente, a partir de lo dicho, queda demostrado que la noción de autonomía no es posible entenderla en los mismos términos en que se concibe para el arte, por eso aquí dicha noción se equipara a la de separación entre el cliente y el indumento, lo que da lugar a la lógica de la oferta y la demanda como reguladora del mercado. Dicho de otro modo, con la emergencia de la moda en tanto corolario de la modernidad, la indumentaria, salvo

algunas excepciones, queda inmersa en el circuito comercial, sin un destinatario preciso y a la espera de ser adquirido por un consumidor.

Asimismo, de aquí surge otro interrogante: ¿Cuáles serían esas excepciones? La respuesta podría ser que esas excepciones tienen que ver –en parte– con las prácticas vestimentarias de las subculturas juveniles, ya que responden a otro tipo de mecanismo. Entonces surge la pregunta ¿Es que la manera en que las subculturas juveniles conciben el indumento intenta contrarrestar la autonomía¹⁰ o separación antes señalada? Sí, es posible que sea una especie de compensación, pero antes de responder a las preguntas esbozadas, es importante revisar qué dicen los estudios consultados acerca de las subculturas.

En este sentido tanto Martínez Barreiro (1998) como Martín-Cabello (2016) y Zambrini (2009) las conciben como resistencia al mandato cultural dominante del siglo XX. A la vez, la primera autora se basa en el pensamiento del sociólogo francés Michel Maffesoli quien entiende a la emergencia de las tribus urbanas como una especie de actor colectivo que se expresa en una vida comunitaria. Por su parte, el segundo autor se refiere a las subculturas en términos de un tipo de consumo que se distancia de las lógicas convencionales a la vez que las subvierte. En este sentido, se podría pensar en el estilo psicodélico londinense de los años 60 que empleaba chaquetas militares de forma irónica ya que no respetaba el aura de autoridad de esa prenda y por eso la combinaba con Jeans, pañuelos hindúes o accesorios multicolores. Así, subvertía su sentido como forma de burlarse de la decadencia del imperio británico.

Una mirada que resulta interesante para el presente estudio dado que entiende a las subculturas como una discusión a las normativas de la industria. Pero de todos modos, aquí se intenta profundizar más en la temática y plantear la idea de que esas propuestas vestimentarias son el correlato de condiciones de vida contraculturales. Es decir, ese diseño de imagen está en íntima relación con el estilo de vida, las costumbres y las creencias de esas subculturas y por eso contrarrestan el sistema de la moda y ponen en jaque la idea de separación. Porque la mayoría de esos grupos no compran sus ropas en un mercado que genera tendencias de forma vertiginosa, sino que ellos mismos diseñan su propia indumentaria y su imagen como grupo, el cual se instituye como signo alternativo al sistema. Para que quede más claro, se puede ejemplificar con la subcultura *surfer* que desarrolló todo su estilo vestimentario en base al deporte del surf en donde la geografía que enmarca a dicho ejercicio adquiere un gran protagonismo. Allí, el sol y el viento imprimen su huella sobre las pieles y la totalidad del talante da cuenta de eso. Al respecto el historiador de moda Ted Polhemus (2010) señala: “La piel bronceada, el cabello decolorado por el sol y los pies descalzos o las sandalias mínimas completaron el aspecto original” (p.71). Por lo tanto aquí se ve una concordancia entre el indumento y el modo de vida, algo que la autonomía de la moda claramente separa.

Incluso en la introducción de su libro, Polhemus (2010) describe una situación que puede ser muy clara para comprender el funcionamiento de estos movimientos alternativos. El autor narra el comportamiento de un grupo de motoqueros reunidos en el festival anual de tatuaje, en Constable, Inglaterra y dice: “Un semicírculo de hombres vestidos con botas *motorbyke*, jeans, camisetas y chaquetas de cuero se ha formado alrededor de una de las muchas cabinas de tatuadores. En el centro, un joven vestido de manera similar actúa

con la mayor indiferencia posible mientras la aguja eléctrica zumba ruidosamente sobre la parte superior de su brazo. ¿Por qué todo este interés en lo que parece ser un pequeño tatuaje?” (p.15)

El historiador explica que el hombre que está en el medio se está convirtiendo en miembro del club y el tatuaje es la insignia del grupo, que de hecho todos llevan tanto en su brazo izquierdo como en su chaqueta. Un elemento que muestra orgullosamente algo que los une, los define como colectivo y los diferencia del resto¹¹. En este sentido Polhemus (2010) refiere a dicha reunión como una especie de rito de iniciación en donde cada acto y cada palabra tienen una significación especial al interior del grupo, lo que puede pasar desapercibido para el resto, pero para ellos dota de sentido cada encuentro.

Entonces ¿Se puede establecer una relación entre esta escena y la que describe Shiner (2004) cuando relata la forma en que los ciudadanos griegos se acercaban al teatro? Porque el autor explica que allí el teatro era una especie de sentir compartido que generaba unión entre los participantes que gozaban de valores e ideales comunes. Y si bien las diferencias con aquel período son muchas y sería forzado intentar hacer un paralelo *vis a vis*, se pueden ver algunas coincidencias que ayuden al presente escrito. Entonces ¿Qué hay en común entre ambas escenas? ¿Qué relaciones se pueden generar?

En principio parece que en ambos sucesos hay un sentir compartido que reúne a los participantes. Una especie de cuestión ceremonial o rito que significa lo mismo para todos y cada uno y donde el sentido de comunidad no se ve fragmentado. De esta manera, se puede observar que en pleno siglo XX, las subculturas muestran un intento por restablecer eso que con la modernidad quedó separado y por eso todo su *modus operandi*, desde sus ritos cotidianos hasta la vestimenta funciona desde mecanismos que no tienen que ver con la disociación moderna imbuida en las lógicas del mercado.

De este modo, con este trabajo, a partir de las reflexiones de Larry Shiner (2004), se intentó desnaturalizar la noción de autonomía para demostrar que es una construcción histórico-social que como el historiador explica, empezó en un momento particular sustentado por todo un andamiaje de valores, conceptos e ideologías bien estructurados. Una especie de cosmovisión conveniente para el siglo XVIII como periodo que instauraba un tipo de sociedad nueva. De esta manera, también convenía que sus mecanismos pasen inadvertidos y se adopten de forma natural como si fueran parte del devenir histórico o una revolución adelantada que daba el tono moderno a las sociedades del momento. Así, las cuestiones políticas que encerraba pasaban desapercibidas y sus premisas se aceptaban sin ninguna objeción.

Pero como también indica el autor toda construcción social puede mutar y dejar de existir como tal. En ese sentido cabe preguntarse ¿Qué sucede hoy en día con las tribus urbanas? ¿Tienen la misma forma de operar? Según Ted Lolhemus (2010) ya no se desempeñan como en el siglo XX sino que tienen una vida mucho más corta. Es decir, aparecen y desaparecen más rápido y quienes las conforman no llegan a armar un grupo sólido con el mismo estilo. Sino que están más individualizadas porque si bien tienen mucho en común, cada miembro sigue sus propios gustos y subjetividades. Las razones de esto son variadas pero el punto es que en el siglo XXI se ganó en individualidad pero se perdió la concordancia del grupo.

Por otra parte, con el advenimiento del siglo XXI son muchas las prácticas que cambiaron ya que la separación propia de la industria de la moda –analizada en este escrito, tampoco tiene la misma fuerza y por tanto se encuentra bastante desdibujada. De hecho, desde hace tiempo se ven marcas de indumentaria que por variadas razones instalaron un sistema denominado *pre-order*, el cual implica la realización de prendas previo pedido del cliente. Entonces cabe preguntarse ¿Esta nueva modalidad no es similar al funcionamiento del sistema pre-moderno? Si es así, ¿No se estaría cerca del vaticinio de Shiner? Es decir la autonomía así como comenzó hace un par de siglos ¿No puede también dejar de existir? En suma: ¿El sistema *pre-order* no estará anunciando una nueva etapa? De ser así tal vez se está generando un cambio que aún es difícil de precisar pero que de alguna manera va minando las estructuras conocidas. Habría que estar atentos a ver qué sucede en los próximos años con estos temas ya que tal vez lo que se creía inalterable, lentamente está empezando a mutar.

Notas

1. Joanne Entwistle realiza una constelación de reconocidos autores como Simmel, Veblen, McDowell, Tseélon, y Braudel, quienes sostienen que la moda sólo es posible en un tipo de sociedad con movilidad social y que a la vez promueve la competencia entre clases fortaleciendo al mismo sistema de la moda. De ahí que estos autores arguyen que no es posible un sistema de la moda antes del Renacimiento. Ante esta certeza sería interesante indagar qué sucede en la actualidad en sociedades que no presentan sistema de clases como se entiende en Occidente y otras que estructuran todo su funcionamiento a partir de dogmas religiosos. Y esta reflexión es importante porque instala una perspectiva geográfica que evidencia que el sistema de la moda no es algo parejo que haya comenzado en el Renacimiento de forma pareja en todas las regiones sino todo lo contrario: es un sistema que al día de hoy no existe en algunos lugares del mundo.

2. El libro *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda* de Croci y Vitale es una compilación de las reflexiones de distintos autores acerca de la moda. En uno de sus apartados se cita el libro *Teoría de la clase ociosa* de Thorstein Veblen en donde el autor expone que la moda es una manera de ostentar poder económico, así como de mostrar la posibilidad de invertir tiempo, dinero y energía en el arreglo personal. De esta manera, el vestido es signo de un estilo de vida ocioso, sin demasiadas preocupaciones y dedicado al buen vivir.

3. En la misma compilación anterior, también se hace mención al libro *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos* de Georg Simmel. Allí, el autor definió a la moda como un juego constante de imitación-diferenciación y establece que en ese vaivén se basa la moda para avanzar y generar cambios. Dado que según el autor, las clases más bajas intentan imitar a las clases más altas y éstas cuando son alcanzadas tratan de diferenciarse de aquellos que desprecian.

4. La historiadora de moda Kate Best en su libro *El estilo entre líneas* explica que la primer revista en publicar informes sobre moda se llamó *Le Mercure Galant* y fue parte de

la embestida cultural de Luis XIV que intentaba relacionar la identidad nacional francesa con el hegemonía en materia de moda y buen gusto en el vestir. La revista duró poco tiempo pero reapareció luego como *Le Nouveau Mercure Galant* y estaba dirigida a ambos géneros. Dado su origen cortesano, los árbitros del buen gusto eran la familia real y la nobleza y a la moda se la representaba como a una diosa caprichosa que ejercía gran influencia. Así y todo, la autora advierte que el término *demodé* aún no estaba dentro de la terminología posible ya que todavía el sistema de la moda no estaba regulado en ciclos que definían claramente las tendencias.

5. En su libro *Política de las apariencias* la socióloga e investigadora argentina Susana Saulquin explica que a partir del advenimiento de internet y las nuevas tecnologías se genera un cambio por el cual se desdibujan las fronteras entre quienes producen y consumiendo lugar al fenómeno de los *influencers*. Sualquin refiere a que dicho fenómeno es el epitome de un individualismo que se va profundizando a lo largo del siglo XX y eclosiona en el siglo XXI. Así, estos nuevos actores sociales empezaron a tener una audiencia cada vez más frondosa generando que las marcas acudan a ellos en pos de difusión, dando lugar a una inversión de roles que antes era inusitada. Según la autora lo que cambió notoriamente es el comportamiento social que viró de una sociedad de masas propia del siglo XX hacia otra más compleja y fragmentada donde cada vez hay más opciones y actores sociales que promueven tendencias y objetos para el consumo.

6. Son curiosas las aseveraciones que realiza George Riello en su libro *Breve historia de la moda, desde la Edad Media a la actualidad* dado que resultan algo contradictorias. Dado que por un lado no habla de Worth como el inventor de la alta costura sino que nombra a dos antecesores destacados como son la sastra de la reina María Antonieta de Francia; Rose Bertin y el sastre de la emperatriz Josefina; Louis Hippolyte LeRoy y así se corre de la concepción rupturista. Pero más tarde enuncia que Worth es el iniciador de la alta costura y entonces dice: "Sin embargo, se considera a Charles Frederick Worth como su padre fundador." (p. 104).

7. No obstante ese deseo de novedad y la impronta consumista es lo que define a la industria de la moda en tanto tal, por consiguiente aquí se observa una tensión que es interesante repensar.

8. Y si bien hablar de era pre-moderna es muy amplio porque es muy distinta la sociedad renacentista con aquella relativa a Luis XIV por ejemplo; lo que tienen en común ambos períodos es que el vestido estaba más o menos reglamentado. Es decir, que las personas se vestían según su rango social, profesión, e incluso edad, entonces el indumento al definir claramente el lugar social de cada uno, ordenaba la estructura general y funcionaba como elemento identitario y de equilibrio. De ahí que según la investigadora, esta función se pierde con la modernidad y el inicio de la moda, porque las sociedades ya no responden a una lógica estratificada de forma rígida sino a otra en donde prima el consumo. Ahora cada quien - guiados por las tendencias del mercado-puede portar las prendas que su economía viabilice.

9. En este sentido, si en los inicios de la industria la que dictaminaba las tendencias era la alta costura, luego hacia los años 50 eso se comparte con el pret a porter y más tarde en los

años 80 con la industria de moda rápida. Para luego incluir el diseño de autor, el fenómeno de los bloggers e influencers, hasta llegar al último prodigio denominado des-influencer que intenta retornar la honestidad perdida por aquellos influencers atrapados por el patrocinio de distintas marcas y empresas. Y entre cada una de estas formas de producción puede haber –y de hecho hay– resistencias que toman la forma de colaboraciones, cruces y vínculos variados. De esta manera la fragmentación es cada vez mayor, lo que no sólo complejiza el mercado sino la comprensión de los modos de funcionamiento. Por lo tanto hace falta una reflexión cada vez más profunda y abarcativa que dé cuenta de estas circunstancias.

10. El historiador de moda Ted Polhemus, en la introducción de su libro *Streetstyle* expresa que en el pasado la cultura era patrimonio de las elites, pero hacia mediados del siglo XX la calle tomó ese lugar. En este sentido las subculturas juveniles dejan de lado la imitación de las clases altas para generar sus propios estilos, los cuales responden a intereses comunes. Un comportamiento que según él, muestra un deseo de comunión en plena era individualista.

11. En este sentido, Ted Polhemus también explica que la forma en que se visten estos motuqueros dista de la moda no sólo por separarse de las tendencias, sino porque además, es una vestimenta que no cambia, que es casi siempre igual y que por eso el historiador define más como estilo que como moda. Una aseveración que sería interesante pensar desde las reflexiones del semiólogo argentino Oscar Steimberg (2001) quien sostiene que los estilos prometen eternidades cuando “la moda no sólo es fugaz; además se presenta como tal” (p.32). De ahí que se puede discutir la idea de eternidad subyacente en el estilo para ver si realmente es eterna o si eso es sólo una promesa. Y aunque no es el tema del presente estudio, sí es algo que se puede retomar para otros trabajos.

Bibliografía

- Abad-zardoya, C. (2011) *El sistema de la moda. De sus orígenes a la postmodernidad*. Emblemata pp. 37-59 ISSN 1137-1056
- Burello, M. (2013) *Autonomía Del Arte y Autonomía Estética: Una Genealogía*. España: Ed Miño y Dávila.
- Capilla, S. (2003) *El siglo XX: entre el traje y la moda*. Facultad de Geografía e Historia de la U.C.M., págs. 231-244. ISBN 84-607-9593-4.
- Croci, P. y Vitale, A. Comp.) (2012). *Los cuerpos dóciles*. Buenos Aires: La marca editora.
- Entwistle, J. (2002) *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.
- González, A. (2003) Pensar la moda. Revista Nuestro tiempo Arvo Net n° 594. <http://dx.doi.org/10.18239/vdh.v0i6.009>
- Maldonado. E. (2013) *Del modisto al diseñador. Worth y Paul Poiret* Pastiche Magazine nro. 4.
- Mansilla Viedma, P. (2017) *Sociología de la moda, un punto de vista privilegiado*. Vínculos de Historia, núm. 6, pp. 171-187.
- Martín-Cabello, Antonio (2016) *El desarrollo histórico del sistema de la moda: una revisión teórica*. Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social, vol. 16, núm. 1, marzo, pp. 265-289 Universitat Autònoma de Barcelona Bellaterra, España

- Martínez Barreiro, A. (1998) *La moda en las sociedades modernas*. Madrid: Tecnos.
- Navalon, E. (2012) *Costureiro, estilista, criador, designer de moda: aproximações e distanciamentos*. dObra [s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 5, n. 12, p. 96–102, 2012. DOI: 10.26563/dobras.v5i12.119. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/119>.
- Nelson Best, K. *El estilo entre líneas: Una historia del periodismo de moda*. Buenos Aires: Ed. Ampersand.
- Polhemus, T. (2010) *Street Style*. Ed. PYMCA
- Riello, G. (2016) *Breve historia de la moda. Desde la Edad Media a la actualidad España*. Ed GG.
- Saulquin, Susana (2014) *Políticas de las apariencias*. Buenos Aires: Ediciones Paidós
- Shiner, L. (2004) *La invención del arte. Una historia cultural*. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica.
- Simmel, G. (1938) *Cultura femenina y otros ensayos*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- Tuozzo, V. (2016) La moda en las sociedades modernas. Cuaderno 57 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2016). pp 63-75 ISSN 1668-5229
- Vaquero Argüelles, I. (2007) El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX. Revista del Museo del Traje, págs. 123-134, ISSN 1888-4555, ISSN-e 2660-8332
- Veblen, Thoenstein (1987) *Teoría de la clase ociosa*. Buenos Aires: Hyspamérica.
- Verón, E. (1993) “Fundaciones y textos de fundación” en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona. Ed Gedisa.
- Zambrini, L. (2009) *Prácticas del vestir y cambio social. La moda como discurso. Question/ Cuestión, 1(24)*. Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/860>

Abstract: In this article, the concept of autonomy of art in Larry Shiner's terms is taken as an axis to think about fashion from a historiographic perspective. In this sense, Shiner proposes that the beginning of art - as it is understood today - occurs around the 18th century with the emergence of a market where works no longer respond to previous commissions but are the product of the work of each artist. In this way, in relation to fashion, the idea is to focus on that moment in the mid-19th century when, as a consequence of the Industrial Revolution, something similar happened: an increasingly dynamic commercial circuit was generated in which designers offered their products. creations to the general public. Hence the issue of autonomy, which implies a change by which the garment is no longer made from a previous order and becomes a product that works undSo from Shiner's perspective, certain continuist and rupturist notions are abandoned to understand this fact as a turn or displacement typical of a particular historical moment in which political, economic and social changes of great relevance come together. At the same time, in order to explain this new way of functioning of fashion, a comparison is made with the use that youth subcultures make of clothing as ways that distance themselves from market proposals since they do not conceive clothing based on trends but in relation to their own lifestyles.er the logic of supply and demand.

Keywords: Larry Shiner - Worth - art - autonomy - fashion - clothing - subcultures - market - history - 19th century.

Resumo: Neste artigo, o conceito de autonomia da arte nos termos de Larry Shiner é tomado como eixo para pensar a moda a partir de uma perspectiva historiográfica. Neste sentido, Shiner propõe que o início da arte - tal como é entendida hoje - ocorre por volta do século XVIII com o surgimento de um mercado onde as obras já não respondem a encomendas anteriores, mas são produto do trabalho de cada artista. Desta forma, em relação à moda, a ideia é focar naquele momento de meados do século XIX em que, como consequência da Revolução Industrial, aconteceu algo semelhante: gerou-se um circuito comercial cada vez mais dinâmico em que os designers ofereciam os seus produtos criações para o público em geral. Daí a questão da autonomia, que implica uma mudança pela qual a peça deixa de ser feita a partir de uma encomenda anterior e passa a ser um produto que funciona sob a lógica da oferta e da procura.

Assim, na perspectiva de Shiner, abandonam-se certas noções continuistas e rupturacionistas para compreender este facto como uma viragem ou deslocamento típico de um determinado momento histórico em que se confluem mudanças políticas, económicas e sociais de grande relevância. Ao mesmo tempo, para explicar esta nova forma de funcionamento da moda, faz-se uma comparação com o uso que as subculturas juvenis fazem do vestuário como formas que se distanciam das propostas do mercado, uma vez que não concebem o vestuário baseado em tendências, mas em relação aos seus próprios estilos de vida.

Palavras-chave: Larry Shiner - Worth - arte - autonomia - moda - vestuário - subculturas - mercado - história - século XIX.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
