



Módulo 1. La moda como sistema cultural

☰ La moda como sistema de significación

☰ Identidad, poder y representación en el vestir

☰ Referencias

La moda como sistema de significación

En los campos del diseño, la comunicación visual y la producción cultural, la moda opera como un sistema de signos cuya lectura requiere herramientas interpretativas específicas. Lejos de constituir un fenómeno superficial o meramente estético, la moda se configura como una forma de comunicación simbólica que articula discursos sociales, valores colectivos e identidades en circulación. Desde la práctica profesional, comprender el funcionamiento semiótico de la moda permite intervenir en los procesos de diseño, curaduría, análisis o producción de contenido desde una perspectiva crítica y situada.

La vestimenta, en tanto dispositivo visual, participa en un régimen de significación complejo, donde cada prenda, textura, color o forma remite a códigos compartidos culturalmente. En estos códigos se entrecruzan estatus, género, generación, pertenencia territorial, narrativas del gusto y diferenciación social. El profesional que trabaja en ámbitos vinculados a la moda —ya sea en medios, diseño, investigación o gestión cultural— debe ser capaz de reconocer que detrás de cada elección estética existe una matriz de sentido que opera dentro de un contexto histórico, político y cultural determinado. Esta lectura no es un ejercicio decorativo, sino una competencia clave para producir mensajes, colecciones o narrativas visuales con coherencia simbólica y sensibilidad contextual.

En esta unidad se abordará la moda como lenguaje visual y como construcción cultural de sentido. Se analizarán las formas en que la moda estructura un sistema de signos con lógicas propias y cómo esos signos circulan, se interpretan y se resignifican socialmente. Asimismo, se examinará el modo en que la vestimenta participa de procesos simbólicos que exceden lo individual, al inscribirse en estructuras colectivas de significado, imaginarios culturales y narrativas sociales en disputa.

Moda como lenguaje: signos, códigos y narrativas visuales

En el campo de los estudios culturales, la moda se entiende como un lenguaje visual que opera mediante un sistema complejo de signos y códigos socioculturales. Este lenguaje se construye, como cualquier otro sistema semiótico, sobre una relación entre significantes —las formas visibles del vestir— y significados —los sentidos que estas formas evocan en contextos determinados—. El uso de determinadas prendas, combinaciones estilísticas, colores o accesorios no comunica por sí mismo, sino en la medida en que es interpretado dentro de un entramado cultural que le otorga sentido. En

este marco, la moda puede ser leída como una gramática visual a través de la cual se estructuran identidades, se marcan diferencias y se negocian posiciones dentro del orden social.

Roland Barthes (1967), en su obra *El sistema de la moda*, propuso abordar la indumentaria como un objeto textual, susceptible de ser leído e interpretado según sus estructuras internas. A partir de una metodología semiológica, Barthes (1967) analiza el modo en que la moda transforma lo funcional en simbólico, dotando de significación cultural a lo que en principio sería una necesidad material: el abrigo se vuelve signo de elegancia, el color negro se asocia con lo formal, la chaqueta de cuero remite a ciertos arquetipos de rebeldía o contracultura. Cada elemento vestimentario, en tanto signo, forma parte de una cadena significativa que no solo comunica estilo, sino también posición, afiliación, disidencia o aspiración social.

Esta lectura semiológica permite comprender que la moda no se limita a transmitir mensajes individuales, sino que participa en un entramado colectivo de significación donde los signos circulan, se estabilizan o se transforman. Barthes (1967) destaca que la moda además de producir objetos para ser usados, también produce discursos que los enuncian: revistas, crónicas, catálogos, desfiles y campañas publicitarias conforman una «escritura» de la moda que antecede o acompaña al objeto material. En este sentido, el sistema de la moda se configura como una red de prácticas discursivas que otorgan sentido a las prendas antes incluso de su uso, definiendo así sus connotaciones sociales, sus modos de interpretación y sus marcos de deseabilidad.

Desde una perspectiva profesional, esta concepción de la moda como texto habilita herramientas analíticas para leer las colecciones, identificar rupturas estilísticas, anticipar tendencias o decodificar narrativas visuales en campañas y producciones editoriales. Además, permite diseñar estrategias de comunicación más conscientes del efecto simbólico de cada signo utilizado: no es lo mismo incluir una prenda militar en una editorial sobre empoderamiento que en una sobre nostalgia, como tampoco resulta neutro utilizar referencias culturales que remiten a otras geografías o tradiciones. Comprender que toda decisión estética forma parte de una cadena significativa más amplia, permite operar con mayor responsabilidad simbólica en la construcción del discurso visual de la moda.

Este entramado de relaciones puede representarse gráficamente mediante un esquema conceptual que sintetiza cómo funciona el lenguaje de la moda como sistema de signos. En él se visualiza la articulación entre los elementos vestimentarios (signos), los códigos socioculturales que organizan su interpretación y los significados que producen dentro de contextos específicos.

Figura 1. El lenguaje de la moda



Fuente: elaboración propia

En este sentido, la moda no representa un lenguaje en sentido literal, sino que funciona como un sistema de significación articulado sobre convenciones sociales, normas de uso y contextos históricos específicos. Tal como lo explica Castaldo Lundén (2020), la moda debe entenderse como un régimen comunicacional visual, donde la producción de sentido depende de un marco cultural compartido. Así, el mismo atuendo puede adquirir significaciones distintas según el espacio social donde circule, el cuerpo que lo porte y las coordenadas simbólicas que lo enmarquen. No se trata, por tanto, de una comunicación unívoca, sino de un proceso de interpretación constante, donde los sentidos se negocian, se reproducen o se disputan.

La noción de código resulta clave para comprender esta dinámica. Los códigos son los conjuntos de convenciones que organizan la lectura social de los signos: modas, reglas estéticas, valores hegemónicos, normas de género o imaginarios colectivos. En el ámbito de la moda, estos códigos definen lo que resulta legible, deseable o transgresor en un momento histórico determinado. Por ejemplo, el uso de ropa deportiva como atuendo cotidiano —fenómeno que décadas atrás hubiese resultado disruptivo en ciertos entornos— responde hoy a un código cultural legitimado por la expansión del athleisure y la estetización de lo funcional. Del mismo modo, los códigos de género han sido tensionados por estéticas queer que reconfiguran la relación entre cuerpo, ropa y representación identitaria.

A partir de esta perspectiva, es posible afirmar que la moda articula narrativas visuales que operan como relatos simbólicos sobre el cuerpo, la pertenencia y el deseo. Estas narrativas no son inocentes ni neutras: condensan ideologías, reproducen jerarquías o habilitan formas de resistencia simbólica. La moda como lenguaje no solo expresa, sino que también performa: produce efectos en el mundo, modela percepciones y configura prácticas de identificación. En el ámbito profesional, comprender

esta dimensión performativa resulta indispensable para intervenir críticamente en la producción de colecciones, campañas visuales, discursos curatoriales o estrategias de comunicación que utilicen lo vestimentario como vehículo de sentido.

Desde esta perspectiva, el lenguaje de la moda no puede entenderse como un reflejo de lo social, sino como una tecnología simbólica que construye sentido en diálogo con los regímenes de visibilidad, las estructuras de poder y las economías del deseo contemporáneas. Reconocer esta estructura lingüística y cultural de la moda permite analizar sus códigos como repertorios dinámicos y politizados, en los que se juegan tensiones entre visibilidad e invisibilización, inclusión y exclusión, tradición e innovación.

La construcción simbólica de lo vestimentario en contextos culturales

La indumentaria, más allá de su dimensión funcional, configura un espacio de producción simbólica donde se inscriben valores, narrativas e identidades que responden a contextos históricos y culturales específicos. En tanto práctica social situada, el vestir no puede disociarse de las estructuras que lo producen: sistemas de creencias, normas de género, marcos religiosos, regímenes de clase, relaciones coloniales, entre otras dimensiones que inciden en la definición de lo visible, lo apropiado y lo representable. Por eso, estudiar la vestimenta como construcción simbólica exige desplazar la mirada desde el objeto al contexto: no se trata de preguntarse únicamente qué se usa, sino cómo, dónde, por qué y con qué efectos sociales.

En distintos entornos culturales, las prendas operan como marcadores de pertenencia, jerarquía o disidencia. En ciertas comunidades, la vestimenta se vincula estrechamente con rituales religiosos o prácticas tradicionales que sostienen memorias colectivas; en otras, funciona como un medio de resistencia frente a modelos normativos impuestos por la cultura hegemónica. Así, una misma prenda puede adquirir sentidos antagónicos según el marco simbólico que la contenga. El turbante, por ejemplo, permite observar con claridad esta variabilidad semántica. En algunas regiones del África occidental, como Senegal o Nigeria, el uso del gele o del headwrap en mujeres representa un símbolo de estatus social, elegancia y pertenencia a una comunidad; su confección, altura y complejidad

pueden reflejar tanto el nivel económico como la posición dentro de una estructura familiar o religiosa. En cambio, en contextos marcados por la diáspora africana en Europa o América, el mismo turbante se resignifica como un gesto político de afirmación identitaria, vinculado con movimientos afrodescendientes que reivindican sus raíces culturales frente a la presión de asimilación blanca. Allí, el acto de cubrirse la cabeza se transforma en una declaración visual de resistencia, orgullo y recuperación de una herencia históricamente negada.

Sin embargo, cuando ese mismo objeto es incorporado al circuito de la moda occidental hegemónica —por ejemplo, como accesorio en una pasarela de alta costura o como tendencia en redes sociales— puede perder su carga simbólica original y pasar a ser leído como elemento exótico, descontextualizado y estetizado para el consumo. En estos casos, el turbante ya no comunica ni estatus interno ni reivindicación cultural, sino que opera como signo de alteridad visual: una diferencia codificada como novedad o como trend, vaciada de su historia y significación política. Esta multiplicidad de sentidos subraya que la construcción simbólica de la vestimenta no reside en los objetos mismos, sino en las redes de significación en las que se inscriben, y en los modos de lectura que habilitan o restringen determinados marcos interpretativos.

Esta dinámica puede observarse comparativamente al analizar cómo distintos contextos producen y resignifican sus códigos vestimentarios. La tabla a continuación presenta una serie de casos que ilustran el modo en que la indumentaria adquiere sentidos diferenciados según el entorno cultural, evidenciando su inscripción en matrices simbólicas y políticas específicas.

Tabla 1. Sentidos simbólicos de la vestimenta en distintos contextos culturales

Contexto sociocultural	Prenda o estilo destacado	Sentido simbólico dominante	Función social o política principal
Cultura andina contemporánea	Pollera (falda plisada tradicional)	Identidad étnica y continuidad ancestral	Reafirmación cultural y resistencia frente a la homogeneización urbana
Subculturas urbanas juveniles (EE.UU., años 80)	Chaqueta de cuero y <i>jeans</i> ajustados	Rebeldía, autonomía, rechazo a lo normativo	Construcción de subjetividades alternativas
Comunidades musulmanas	<i>Hiyab</i> , <i>niqab</i> , <i>abaya</i>	Modestia, fe, pertenencia	Regulación moral y expresión identitaria

(diversos países)		comunitaria	
Moda occidental contemporánea (alta costura)	Vestido de gala, diseño exclusivo	Estatus, distinción, acceso restringido al capital simbólico	Reproducción de jerarquías y distinción de clase
Escenas <i>queer</i> y disidentes (globalizadas)	Estética <i>drag</i> , mezcla de géneros	Desestabilización de normas de género y parodia cultural	Activación política e intervención sobre los lenguajes del cuerpo

Fuente: elaboración propia

La tabla ilustra cómo la indumentaria opera como un dispositivo semiótico que no solo expresa diferencias, sino que también las produce y las vuelve visibles. Estos significados no son estables ni universales: dependen de los marcos sociales que los interpretan, y pueden transformarse o entrar en disputa en contextos de cambio cultural, migración o conflicto político. Lo que en un espacio se celebra como autenticidad, en otro puede ser leído como transgresión o marginalidad; lo que en un entorno se impone como estándar estético, en otro puede ser problematizado como forma de dominación simbólica.

En este sentido, Barthes (1967) advertía que los signos vestimentarios no comunican únicamente por su materialidad, sino por su inscripción en un discurso más amplio que los dota de sentido. No hay moda sin cultura, ni significación sin contexto. Cada vestimenta encarna una serie de elecciones que articulan tensiones entre continuidad y ruptura, entre tradición y moda, entre lo personal y lo colectivo. Reconocer esa dimensión contextual del vestir permite desnaturalizar sus formas, leer sus desplazamientos y comprender su potencia como lenguaje social.

Desde la práctica profesional, esta lectura contextual resulta indispensable para abordar proyectos curatoriales, colecciones temáticas, campañas de moda o investigaciones visuales desde una perspectiva crítica y situada. Intervenir en el campo de la moda exige, entonces, tanto sensibilidad estética como capacidad analítica para interpretar los signos vestimentarios en diálogo con las estructuras simbólicas que los configuran.

CONTINUAR

Identidad, poder y representación en el vestir

¿Qué dice la ropa sobre quiénes somos? ¿Quién define qué cuerpos pueden ser visibles, qué estilos son aceptables o qué estéticas resultan legítimas? En el campo de la moda, estas preguntas no remiten únicamente a elecciones individuales, sino a disputas más amplias sobre poder, representación y pertenencia. Si en la unidad anterior se abordó la moda como sistema de signos que organiza el sentido del vestir, en esta unidad nos centraremos en las formas en que esos signos son activados, disputados o normativizados a través de procesos sociales vinculados con la identidad, la diferenciación simbólica y las relaciones de poder.

El cuerpo vestido no se presenta jamás como una superficie neutra. Cada decisión estética —consciente o no— participa en circuitos de reconocimiento, exclusión o apropiación que operan en función de variables como el género, la clase, la etnia, la edad o la corporalidad. La moda, lejos de constituir un espacio meramente expresivo, interviene activamente en la producción de identidades colectivas, la configuración de imaginarios sociales y la distribución diferencial del poder simbólico. En otras palabras, no solo vestimos, sino que también somos vestidos por estructuras culturales que nos asignan lugares, valoraciones y formas de visibilidad.

A continuación, abordaremos dos dimensiones centrales de la moda contemporánea desde una perspectiva crítica y situada. Por un lado, analizaremos cómo la vestimenta configura procesos de identificación individual y colectiva, en diálogo con los imaginarios que circulan en los medios, las comunidades y los espacios urbanos. Por otro, nos detendremos en la relación entre moda y poder, explorando los dispositivos que producen hegemonía simbólica, construyen representaciones sociales y normalizan ciertas estéticas en desmedro de otras. El propósito es comprender cómo las prácticas del vestir participan en la producción cultural del sujeto y en la organización de las jerarquías sociales, más allá de su apariencia externa.

Vestimenta, imaginarios sociales y procesos de identificación

La vestimenta, lejos de ser una elección puramente individual o estética, se configura como un acto social mediante el cual los sujetos participan en la producción de sentidos sobre sí mismos y sobre los otros. En tanto práctica cotidiana, el vestir implica inscribirse —consciente o inconscientemente— en un conjunto de imaginarios culturales que definen lo visible, lo deseable y lo legítimo. Estos imaginarios, contruidos históricamente en interacción con medios de comunicación, instituciones y

normas sociales, orientan las formas de expresión del cuerpo, regulan las maneras de presentarse en público y habilitan o restringen posibilidades de identificación.

La identidad, en este contexto, no debe entenderse como un dato fijo, sino como una construcción social y relacional que se actualiza a través de prácticas significantes como el acto de vestir. Siguiendo a Laura Di Summa (2021), el estilo —ya sea personal, colectivo o marcado por tendencias— opera como una interfaz entre el sujeto y la cultura, donde se ponen en juego procesos de diferenciación, pertenencia y negociación simbólica. El vestir, por tanto, no solo refleja una identidad preexistente, sino que participa activamente en su construcción performativa.

Diversas variables intervienen en la configuración de esta identidad vestimentaria: género, clase social, etnicidad, orientación sexual, edad y corporalidad, entre otras. Estas dimensiones no actúan de manera aislada, sino que se intersecan en formas complejas, generando códigos diferenciados de lo apropiado, lo aceptable o lo transgresor. En este sentido, la moda no solo expresa identidades, sino que también delimita los márgenes de su representación: quién puede ser visto, cómo y bajo qué condiciones.

La identidad vestimentaria debe ser entendida como una práctica situada que se produce en diálogo con los marcos sociales y los recursos disponibles para cada sujeto. Las elecciones de estilo, si bien pueden leerse como formas de expresión personal, están mediadas por condicionamientos estructurales: el acceso económico, los contextos culturales, los circuitos de pertenencia y las experiencias de socialización. Nadie elige vestirse en un vacío; cada prenda forma parte de una ecología simbólica que articula deseos, mandatos e interpretaciones posibles. Por ello, la idea de estilo como elección individual resulta limitada si no se considera el conjunto de variables sociales que habilitan o restringen ciertas formas de presentación del cuerpo.

En muchos casos, el vestir opera como un mecanismo de ajuste o adecuación a normas dominantes que definen lo «correcto» según los espacios, los géneros o las jerarquías implícitas. Así, por ejemplo, se espera una cierta formalidad en el vestir dentro de ámbitos institucionales, mientras que otras estéticas son toleradas solo en contextos alternativos o privados. La identidad se construye entonces en tensión entre el deseo de mostrarse y la necesidad de responder a expectativas externas, lo que genera estrategias diversas: camuflaje, sobreadaptación, ironía, distanciamiento, performance. Estas estrategias varían según las

trayectorias de cada persona, pero también según los discursos sociales que delimitan qué estilos son posibles, deseables o legítimos.

Además, los códigos vestimentarios no solo comunican hacia fuera, sino que también actúan sobre la percepción que cada sujeto tiene de sí. Vestirse de determinada manera puede producir un estado de ánimo, reforzar una autoimagen, activar memorias o inscribirse en una narrativa identitaria deseada. En este sentido, la moda tiene un carácter performativo no solo ante los otros, sino también en la configuración de la subjetividad. El espejo, el cuerpo y la prenda dialogan constantemente en una escena íntima pero profundamente social, donde el vestir se transforma en un ritual cotidiano de construcción del yo.

Esta interacción entre factores sociales y procesos de identificación puede representarse en el siguiente esquema, que sintetiza los ejes desde los cuales la vestimenta contribuye a construir identidades en contextos socioculturales diversos.

Figura 2. Ejes de configuración de la identidad a través de la vestimenta



Fuente: elaboración propia

En paralelo, el vestir no es solo un acto de adhesión a modelos dominantes, sino también un espacio para la resistencia, la resignificación y la expresión de subjetividades disidentes. La apropiación de símbolos, la ruptura de estereotipos o la incorporación de estéticas no normativas permiten pensar el acto de vestir como una práctica de intervención en los imaginarios sociales. En este plano, la vestimenta se convierte en lenguaje de transformación cultural, donde los sujetos interpelan los discursos hegemónicos que los nombran o excluyen.

Tal como plantea Di Summa (2021), el proceso de identificación a través de la moda oscila entre la conformidad con estándares sociales y la posibilidad de disputar esos mismos modelos mediante nuevas expresiones. Esta tensión entre homogeneización y diferenciación atraviesa el campo de la moda contemporánea, especialmente en entornos urbanos globalizados donde se entrecruzan referentes locales, digitales y transnacionales.

Esta oscilación entre ajuste normativo y expresión disidente no ocurre en un vacío, sino en entornos marcados por dinámicas culturales, políticas y tecnológicas que condicionan las formas de visibilidad. En los espacios urbanos contemporáneos, donde convergen múltiples narrativas identitarias, la vestimenta se convierte en una herramienta de posicionamiento que puede reforzar la pertenencia a un colectivo o marcar distancias respecto de él. Así, las decisiones estéticas pueden funcionar como mecanismos de asimilación —cuando se busca encajar en un estilo dominante— o de diferenciación —cuando se utiliza el vestir como acto de declaración simbólica frente a un entorno que impone ciertas normas de presentación del cuerpo.

El impacto de las redes sociales y la cultura digital amplifica esta tensión. Plataformas como Instagram, TikTok o Pinterest generan repertorios visuales globalizados que circulan con alta velocidad y se replican de forma masiva, al tiempo que habilitan espacios de visibilidad para expresiones identitarias alternativas. Esta circulación simultánea de lo homogéneo y lo singular genera nuevas formas de subjetivación estética, donde la pertenencia ya no se define únicamente por la cercanía geográfica o cultural, sino también por la participación en comunidades digitales, subculturas virtuales o movimientos visuales emergentes. En este entramado, la moda se transforma en una arena de negociación constante entre lo propio y lo colectivo, entre la norma y su desvío.

El siguiente recurso gráfico resume esta dinámica, mostrando las distintas trayectorias posibles en el proceso de identificación a través del acto de vestir. Se destacan los caminos que reproducen normatividades y aquellos que proponen rupturas o desplazamientos simbólicos.

Figura 3. Identificación e imaginarios en el acto de vestir



Fuente: elaboración propia

Comprender la vestimenta como espacio de construcción identitaria implica entonces reconocer su dimensión social, política y performativa. Las prendas no son simples coberturas del cuerpo, sino superficies de inscripción cultural donde se articulan deseos, mandatos, afiliaciones y disputas. Para quienes trabajan en campos vinculados a la moda, la comunicación o la cultura, esta lectura crítica permite diseñar propuestas más inclusivas, situadas y conscientes de los imaginarios que contribuyen a reforzar o a transformar.

Esta perspectiva también implica una revisión constante de las propias herramientas conceptuales y estéticas con las que se analiza o produce moda. No se trata únicamente de incorporar representaciones diversas, sino de interrogar los supuestos que estructuran las nociones de estilo, belleza o adecuación. Cuestiones como el origen de los referentes visuales, la relación entre diseño y contexto social, o la sostenibilidad simbólica de una colección, forman parte de un campo de reflexión profesional donde lo identitario no puede dissociarse de lo político. Así, la formación en moda exige no solo destrezas técnicas, sino también marcos analíticos que permitan intervenir de forma crítica en los procesos culturales donde se inscriben las prácticas del vestir.

Moda, poder y dispositivos de representación simbólica

La moda, además de ser un sistema de significación y un campo expresivo, constituye un espacio de producción y reproducción de relaciones de poder. En tanto práctica social e industria cultural, la moda actúa como un dispositivo que distribuye visibilidad, regula estéticas y define jerarquías simbólicas. Las decisiones sobre qué cuerpos se muestran, qué estilos se legitiman y qué identidades se excluyen no son neutrales: están atravesadas por dinámicas de control, hegemonía y disputa que operan en diferentes niveles del campo social.

Victoria Nannini (2016) señala que el sistema de la moda no solo refleja estructuras sociales, sino que contribuye activamente a consolidarlas, mediante mecanismos que otorgan valor diferencial a ciertos signos vestimentarios por sobre otros. La estética dominante —marcada históricamente por cánones eurocéntricos, delgadez, juventud y binarismo de género— ha funcionado como un filtro de legitimación simbólica, donde solo algunos cuerpos y estilos acceden a la visibilidad pública como «moda», mientras que otros son relegados a la categoría de «lo otro», «lo marginal» o «lo exótico».

Esta lógica de exclusión se articula con dispositivos que atraviesan tanto la representación mediática como las prácticas de diseño, comercialización y consumo. La moda impone ciertas normativas sobre el cuerpo: define proporciones, impone estándares de belleza, prescribe comportamientos estéticos y delimita lo que puede o no mostrarse. En este marco, el cuerpo vestido se convierte en un campo de intervención política, donde se negocian posiciones de poder y se activan formas de regulación social.

La siguiente infografía sintetiza cómo operan los dispositivos de representación simbólica en el campo de la moda. A través de tres ejes —estéticas dominantes, norma corporal y pertenencia colectiva— se visualiza cómo se produce y reproduce la hegemonía simbólica en torno al vestir.

Figura 4. Dispositivos de representación simbólica en la moda



Fuente: elaboración propia

Cada uno de estos ejes implica prácticas de inclusión y exclusión. La promoción de determinados cánones estéticos desplaza del centro otras corporalidades; la imposición de normas de género restringe la diversidad de expresiones posibles; la construcción de pertenencias legítimas margina identidades disidentes o no normativas. Estos dispositivos, al repetirse y sostenerse en el tiempo, naturalizan desigualdades y consolidan imaginarios sociales jerárquicos.

Los medios de comunicación, las redes sociales y las industrias culturales cumplen un rol central en la amplificación de estos dispositivos simbólicos. A través de campañas, editoriales, pasarelas y plataformas digitales, se consolidan ciertas imágenes dominantes que definen qué cuerpos son aspiracionales, qué estéticas son deseables y qué estilos merecen reconocimiento. Esta circulación no es inocente: responde a intereses comerciales, matrices ideológicas y estructuras de mercado que imponen criterios de visibilidad orientados al consumo. En este marco, la figura del «influencer» o del «icono de estilo» se convierte en un nodo clave de reproducción simbólica, cuya legitimidad no siempre surge de la innovación estética, sino de su adecuación a los parámetros dominantes.

La dimensión interseccional del poder en la moda también merece atención. Las representaciones no solo discriminan por género o cuerpo, sino también por raza, clase y ubicación geográfica. La historia de la moda occidental ha tendido a invisibilizar estéticas no blancas, saberes textiles ancestrales, prácticas no capitalistas y formas de vestir asociadas a comunidades del sur global. Esta exclusión sistemática no solo priva de visibilidad a esas culturas, sino que, en muchos casos, reaparece bajo formas de apropiación cultural que extraen elementos simbólicos de contextos subalternos sin reconocer sus orígenes ni sus significados. Así, la industria puede reapropiarse de ciertos códigos — tejidos, siluetas, colores, ornamentos— transformándolos en trends sin reparar en su dimensión política ni en las asimetrías que sostiene.

Frente a estas problemáticas, han emergido propuestas que promueven una moda crítica y situada, orientada a desarmar las estructuras simbólicas de exclusión. Iniciativas como la moda sostenible, el diseño colaborativo con comunidades, la producción ética o los proyectos de visibilización de cuerpos e identidades históricamente marginadas buscan reconfigurar las condiciones en que se produce y se representa la moda. Estas estrategias no solo apuntan a diversificar las estéticas, sino a redefinir los criterios de legitimidad simbólica: quién tiene derecho a aparecer, en qué condiciones, y con qué narrativas. En este sentido, la moda puede devenir una herramienta de transformación cultural, cuando se inscribe en prácticas conscientes del poder que circula en cada elección visual y simbólica.

Las estrategias emergentes en torno a una moda crítica pueden organizarse en distintos planos de acción que buscan intervenir tanto en los procesos de producción como en los discursos de representación. La siguiente infografía sintetiza algunas de estas iniciativas, agrupadas según su orientación principal: diseño, visibilidad o transformación social. Esta representación visual permite identificar cómo distintos movimientos —desde el diseño ético hasta los activismos estéticos— contribuyen a reconfigurar el campo simbólico de la moda desde una lógica inclusiva, situada y políticamente consciente.

Figura 5. Movimientos y estrategias para una moda crítica y transformadora



Fuente: elaboración propia

No obstante, estos mismos dispositivos también pueden ser cuestionados y subvertidos. La emergencia de discursos alternativos —provenientes de movimientos feministas, disidentes, afrodescendientes o indígenas— ha impulsado una relectura crítica del campo de la moda. Nuevas prácticas estéticas buscan desarticular los mecanismos de poder simbólico, incorporando cuerpos no hegemónicos, promoviendo la diversidad de estilos y habilitando representaciones que amplían el espectro de lo visible y lo valioso.

En este sentido, la moda puede pensarse como un espacio de disputa cultural, donde no solo se reproduce la hegemonía, sino que también se generan intervenciones que desafían las normas establecidas. El profesional que trabaja en este campo tiene la posibilidad —y la responsabilidad— de contribuir a esa transformación, mediante decisiones que reconozcan la dimensión política de lo estético y apunten a una mayor equidad representacional.

Comprender los dispositivos de poder que operan en la moda no implica rechazar la dimensión expresiva del vestir, sino entender que toda expresión está situada en una red de relaciones sociales. Leer críticamente esos mecanismos es el primer paso para diseñar, comunicar o analizar propuestas que no reproduzcan formas de exclusión, sino que habiliten nuevas narrativas de pertenencia, visibilidad y reconocimiento.

Los profesionales que se desempeñan en áreas vinculadas al diseño, la comunicación o la gestión cultural de la moda no solo reproducen lenguajes visuales, sino que participan activamente en la configuración de los imaginarios sociales que definen lo visible y lo legítimo. Cada decisión estética —desde la elección de modelos y materiales hasta la narrativa de una campaña o el discurso de una marca— comunica una perspectiva sobre el cuerpo, la identidad y la pertenencia. En este marco, diseñar moda implica también diseñar marcos simbólicos de reconocimiento: qué historias se visibilizan, qué estéticas se valoran, qué corporalidades se representan y qué tradiciones culturales se incorporan como válidas o deseables.

Frente a esta responsabilidad simbólica, resulta indispensable incorporar una perspectiva crítica en los procesos de formación y práctica profesional. La lectura situada de contextos, el trabajo colaborativo con comunidades, la revisión de referencias hegemónicas y la inclusión de saberes no normativos son estrategias que pueden ampliar los horizontes de diseño y comunicación en moda. Más allá de las tendencias, se trata de comprender que toda propuesta estética implica una toma de posición respecto del mundo social. Solo desde una mirada comprometida con la transformación cultural será posible desarticular los dispositivos de exclusión que persisten en el sistema de la moda contemporánea y habilitar nuevas formas de representación simbólica.

CONTINUAR

Referencias

Barthes, R. (1967). *El sistema de la moda*. Editions du Seuil.

Castaldo Lundén, E. (2020). Exploring Fashion as Communication: The Search for a New Fashion History Against the Grain. *P*

Di Summa, L. T. (2021). Identity and style: Fashionable, collective, and personal. *Philosophical Inquiries*, 9(1), 61–74. <https://ph>

Nannini, V. (2016). Moda, comunicación y poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso? [Tesis en Liceo]. https://www.researchgate.net/publication/341432792_Moda_Comunicacion_y_Poder_Que_vestimos_por_que_y_que_querem

CONTINUAR