

MANUAL

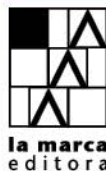
ANTICAPITALISTA

de la MODA



Tansy E. Hoskins

Prólogos de Lucía Levy
y Andreja Pejić



MANUAL

ANTICAPITALISTA

de la MODA

la marca
la historia

Tansy E. Hoskins

Prólogos de Lucía Levy
y Andreja Pejić

BIBLIOTECA DE LA MIRADA

dirigida por Guido Indij

NOTA DE ENVÍO

La biblioteca de la mirada surge en 1995 con la intención de agrupar aquellos textos que pasan por el escritorio de **la marca editora**, y que, a pesar de pertenecer a diversos géneros discursivos —paper, ensayo, arte, crítica, pop, antología, teórica, fotográfica, manifiesto, revista, etcétera—, pueden ser ordenados en una misma categoría: son capaces de hacernos reflexionar sobre nuestro lugar como lectores.

Esta colección se propone informar con el fin primordial de constituir en el lector una mirada activa, no inocente, un ojo capacitado para abordar analíticamente la compleja trama generada por la cultura.

LIBRO-OJO (Λιβρο ΟΞο)

Si existe un común denominador para los libros que integran esta biblioteca, resultará inútil buscarlo en el formato, o en los criterios de diseño, o de color de tapa...

Estos no refieren necesariamente (al menos no en modo directo) a los medios, pero son herramientas esenciales para el desarrollo de una reflexión crítica y de la supervivencia en la sociedad del espectáculo, en una sociedad de la información.

Su objetivo es político, en tanto apuntan a reponer protagonismo en el rol del receptor y procuran señalar —de las más diversas maneras— los mecanismos de la percepción.

Listado 1995-2026

MANUAL

ANTICAPITALISTA

de la MODA

la marca

Tansy E. Hoskins

**Prólogos de Lucía Levy
y Andreja Pejić**



la marca
editora

Título	<i>Manual anticapitalista de la moda</i>
Título original	<i>Anti-capitalist book of fashion</i>
Autora	Tansy E. Hoskins
Colección	Biblioteca de la Mirada
Director de colección	Guido Indij

La presente edición ha sido licenciada a la marca editora por el propietario de los derechos en español, Capitán Swing.

Traducción	© Beatriz Ruiz y Lorenzo Arroyo
Prólogos	© Lucía Levy © Andreja Pejić
Coordinación editorial	Fernando Ozón
Diseño de tapa	Natalia Brega
Equipo editorial	Fátima Nieves García
Corrección	Mónica Martínez
Foto de tapa	Shutterstock

Editorial	la marca editora
Oficina	Pasaje Rivarola 115 (1015) Buenos Aires, Argentina
Fax	(54-11) 4 372-8091
Tel	(54-11) 4 372-4957
E-mail	info@lamarcaeditora.com
W ³	www.lamarcaeditora.com

Imprenta	Replika Press, India
ISBN	978-950-889-499-1
Fecha de impresión	Octubre de 2026
Lugar de impresión	India. <i>Printed in India.</i>
Depósito de ley	11.723

Libro de edición argentina

©	la marca editora
---	-------------------------

Hoskins, Tansy E.

Manual anticapitalista de la moda / Tansy E. Hoskins ; Prólogo de Lucía Levy ; Andreja Pejić. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : la marca editora, 2026.

320 p. ; 23 x 16 cm. - (Biblioteca de la mirada)

Traducción de: Beatriz Ruiz ; Lorenzo Arroyo.

ISBN 978-950-889-499-1

1. Moda. 2. Capitalismo. 3. Investigación Periodística. I. Levy, Lucía, prolog. II. Pejić, Andreja, prolog. III. Ruiz, Beatriz, trad. IV. Arroyo, Lorenzo, trad. V. Título.

CDD 306.342

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.

Índice

Prólogo a la presente edición	9
Por Lucía Levy	
Prólogo a la edición de 2022	13
Por Andreja Pejić	
Agradecimientos	19
Introducción	25
01. Poseerla	45
02. Los medios de comunicación de la moda	75
03. La ciencia de las compras	101
04. Coser la moda	129
05. Una cosecha amarga	157
06. Moda y talla	181
07. ¿Es racista la moda?	207
08. Resistirse a la moda	233
09. Reformar la moda	255
10. Revolucionar la moda	277
Sobre la ilustradora	307
Bibliografía	309

Prólogo a la presente edición

Por Lucía Levy

En primer plano se ve una montaña de frazadas desteñidas y sucias sobre un banco de una plaza céntrica de Buenos Aires, la ciudad más rica de Argentina. Aparecen tres hombres de unos 25 años, bien vestidos y abrigados. Cada uno sostiene dos bolsas negras con un logo que dice *Undefined*. Miran a cámara y mecánicamente dicen: “Si esta persona se despierta en menos de tres segundos, con nuestra marca de ropa nos comprometemos a cambiarle la vida”. Como si fuera un zombi que regresa de la muerte, un hombre que se llama Mariano se quita las frazadas y, con un movimiento ágil, se levanta. “Yo tengo una marca de ropa, la idea es agarrarte (sic), ponerte un look, cortarte un poco el pelo y ver cómo lo lucís”, le dice el dueño de la marca; él acepta. Ahora Mariano camina por las calles de una Buenos Aires helada escoltado por los hombres; uno lo abraza casi sin tocarlo. Antes levantó sus cartones del banco y enrolló sus frazadas en una bolsa de basura: todo está filmado. Finalmente llegan a las oficinas y a Mariano le aseguran que podrá agarrar toda la ropa que quiera, pero hay una trampa: le dan solo tres segundos. Tres, dos, uno. Mariano sostiene una caja de cartón desvencijada, corre hasta el estante y con desesperación mete algunos buzos. “Ya está, ya está, basta”, ordena el dueño. Con la mirada baja, Mariano dice a cámara que no puede creer lo buena que es esta gente. De fondo se escucha *Heart of glass* de Blondie, la voz de pajarito de Debbie Harry canta “adorable ilusión, me estás usando”.

Este video de tres minutos fue publicado en 2024 en el perfil de Instagram de *Undefined* y tuvo 16.000 likes. Sus clientes los felicitaban por ser tan solidarios. Más tarde llegaron las críticas negativas, fueron tantas que se prohibieron los comentarios y, cuando los insultos sobrepasaron los corazones, lo borraron. Hoy la marca viste a celebrities de la industria musical urbana, entre ellas, Bizarrap, Young Miko y Nicki Nicole. Aparentemente nadie recuerda este intento neoliberal de solidaridad espectacularizada; nadie

excepto yo, y con eso basta. En las primeras páginas de este libro indispensable para pensar la moda actual, Tansy Hoskins cita a la autora india Arundhati Roy, “no ver nada es un acto tan político como ver algo”. Esas personas que apoyaron la humillación pública de Mariano no vieron la deshumanización a la que lo exponían. Y, de alguna manera, no es su culpa: el consumo es un acto de anestesia programada y el sistema nos educa para no ver. Así como los peces no son conscientes del agua que los rodea por estar inmersos en ella desde que nacen, el capitalismo es tan exitoso en su ejecución que es casi imperceptible. Para notar los estragos, hay que tomar distancia, afinar la mirada, entrecerrar los ojos y hacer foco. Pero, ¿quién tiene tiempo hoy para eso?

La deshumanización es clave en el engranaje del funcionamiento capitalista. Y es, también, indispensable en el crecimiento bestial de la industria de la moda que, como dice Hoskins, es la hija preferida del capitalismo, la mejor jugadora del equipo, la más dócil. Esta obediencia se traduce en una eficiencia perversa, la de borrar la humanidad de quien produce para que el consumidor solo se relacione con el objeto. No hay rastros de quién hace la ropa ni bajo qué condiciones, aunque es sabido que las ganancias de las grandes marcas mundiales se consiguen a través de la explotación de mano de obra barata disponible a mansalva en el Sur Global. En este proceso, el fetiche de la mercancía logra su objetivo: que olvidemos que la moda es, ante todo, una forma de producción social. Y esto no es una falla del sistema, así es su diseño. Sin la oferta de mano de obra barata, la moda no existiría.

Lo que el capitalismo impone también, en palabras de Gilles Lipovetsky, es la lógica de la moda, la fiebre moderna de las novedades. En sus palabras, “la moda se halla al mando en nuestras sociedades; en menos de medio siglo, la seducción y lo efímero han llegado a convertirse en los principios organizativos de la vida colectiva moderna; vivimos en sociedades dominadas por la frivolidad, último eslabón de la aventura plurisecular capitalista-democrática-individualista”. La moda, para el filósofo francés, es el agente por excelencia de la espiral individualista y de las sociedades liberales. La frivolidad de la que habla Lipovetsky no siempre es inofensiva. En esta dinámica consumista, el individualismo es la contracara necesaria de la deshumanización de quien produce ese vestidito tan barato que encima se puede pagar en cuotas sin interés. Para seguir funcionando, el sistema necesita que amemos más al objeto que a las personas involucradas en el proceso productivo.

La perversión es sistémica, ya que para sostener su ritmo de crecimiento frenético, la industria global de la moda perfeccionó una cadena

de producción basada en la fragmentación de la identidad. En un extremo están los caros trucos de marketing que hiperestimulan el “yo” individualista del consumidor, esa fantasía inalcanzable de sobresalir en una multitud cada vez más homogénea. En el otro, los talleres sin regulaciones que anulan la condición humana de las trabajadoras. El uso del femenino está justificado: la industria textil es una industria fuertemente feminizada. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se estima que 8 de cada 10 trabajadores de la confección a nivel mundial son mujeres. La industria de la moda reproduce las desigualdades del sistema patriarcal porque capitalismo y patriarcado funcionan como una unidad simbiótica. Mientras que las mujeres hacen tareas pequeñas de costura y terminaciones en los grandes talleres, los puestos de supervisión y gerencia están ocupados por hombres. Además, ellas ganan menos que sus pares varones por realizar tareas de similar complejidad en la cadena de suministro, una dinámica que se sostiene en todas las industrias de productos y servicios. La precarización será feminizada o no será.

Las industrias de la moda y la belleza se sostienen sobre la base de las inseguridades que el mismo sistema capitalista inculca a las mujeres. Publicidades y campañas de marketing globales nos convencen de que somos feas, viejas y sin gracia; y que la solución se esconde en otro labial igual al anterior, en un perfume de jazmines sintéticos o la última cartera hecha con piel de cocodrilos criados cruelmente en cautiverio. Mientras tanto, los dueños del circo -desde Amancio Ortega con Zara hasta Bernard Arnault con Moët Hennessy Louis Vuitton- amasan fortunas escandalosas haciendo harina a cualquiera que esté en la base de la pirámide productiva. Este libro pone sobre la mesa las consecuencias de un sistema extractivista que nos aliena y adormece. Racismo, explotación laboral, violencia estética, basurales a cielo abierto, contaminación de ríos y suelos, promoción de la anorexia y bulimia, edadismo, consumismo exacerbado; ya nada parece enojarnos. La analista de tendencias Li Edelkoort vaticinó el fin de la moda en 2015 en su *Manifiesto antimoda*. Su tesis es que la moda se convirtió en un fenómeno aislado, desconectado de los deseos de la sociedad. En esta nueva dinámica, la moda pierde valor simbólico, ya que la lógica del *fast fashion* destruye su cultura y sus valores. Edelkoort nota que muchas prendas hoy cuestan menos que un sándwich y que se fomenta un consumo veloz de usar y tirar, “como un condón”. Pura lógica capitalista.

El escritor inglés Mark Fisher se preguntó si existía una alternativa al capitalismo en su libro *Realismo capitalista*, publicado en el Reino Unido en 2009. En el prólogo de la traducción al español, se retoman las palabras

del filósofo Slavoj Žižek, “parece que hoy nos resulta más fácil imaginar el total deterioro de la Tierra y de la naturaleza que el derrumbe del capitalismo”. Para Fisher, el realismo capitalista es la idea muy difundida de que el capitalismo no solo es el único sistema económico viable, sino que es imposible incluso imaginar una alternativa, “el capitalismo ocupa sin fisuras el horizonte de lo pensable”. Entonces, ¿es posible proyectar un sistema y una industria de la moda por fuera de esta dinámica? El motor de la moda es la novedad constante de ideas y propuestas, pero hoy parece que no hay nada nuevo en las pasarelas. Los pastiches y *revivals* dejaron de ser maneras de honrar las referencias históricas y pasaron a ser la regla. Todo ya se ha visto, todo recuerda a otra cosa. Y cuando algo realmente fresco se divisa en el horizonte de los márgenes, el capitalismo lo metaboliza y lo absorbe. Pasó con los punks y Vivienne Westwood, pasó con el *grunge* y Nirvana. “Tener éxito solo significa convertirse en la nueva presa que el sistema quiere devorar”, sentencia Fisher.

Si cada libro expresa el tiempo en el que fue escrito, este es el resultado de una necesidad urgente: demandar transformaciones reales y permanentes en la moda. El panorama no pinta bien, pero la esperanza es lo último que se pierde y Tansy E. Hoskins nos muestra una tenue luz al final del túnel. Para que algo realmente mejore, primero hay que leer este libro. Después, hay que recomendárselo a todas las personas que creen que un cambio es posible. Luego hay que entender que para reformar un sistema opresor, es necesario alterar las relaciones de poder que lo sostienen. También es fundamental cuestionarse todo aquello que creemos natural porque siempre existen mejores alternativas. Es urgente que construyamos un presente en el que la moda deje de ser el opio de los consumistas y vuelva a ser una fantasía estética que le facilite a las personas ser dueñas de la condición humana de expresión. Quizás le pedimos demasiado a la moda, sí. “La moda produce de forma inseparable lo mejor y lo peor; y vive de paradojas. Su inconsistencia favorece la conciencia, sus locuras el espíritu de tolerancia, su mimetismo el individualismo, su frivolidad el respeto por los derechos del hombre”, me aferro a las palabras de Lipovetsky como un náufrago a su brújula. Si la moda vive de paradojas, nuestra tarea es dejar de ser el lado pasivo de la contradicción. Este libro sirve no solo para entender la moda, sino también para desarmarla y volver a construirla. Juntas.

Prólogo a la edición de 2022

Por Andreja Pejić

Hace casi cien años, el revolucionario comunista León Trotski nos dejó estas poderosas palabras acerca del arte junto con una bonita visión del futuro:

El arte se hará entonces más abierto, más maduro, más fuerte; será la forma más alta de edificación progresiva de la vida en todos los terrenos, y no solo en el de lo “bello”, como algo accesorio sin relación con lo demás. Todas las esferas de la vida, como el cultivo de la tierra, la planificación de la vivienda, la construcción de teatros, los métodos pedagógicos, la solución de los problemas científicos, la creación de nuevos estilos, interesarán a todos y cada uno. La gente se dividirá en “partidos” sobre la cuestión de un nuevo canal gigantesco o de la distribución de oasis en el Sahara. [...] Tales divisiones no estarán envenenadas por ningún egoísmo de clase o casta. Todo el mundo estará interesado por igual en el éxito de la comunidad. La lucha tendrá un carácter puramente ideológico. En ella no habrá nada de persecución del propio interés, no habrá mezquindades, traiciones, sobornos ni ninguna de estas cosas que son esenciales a la “competencia” en la sociedad dividida en clases. No por eso será la lucha menos excitante, dramática y apasionada. [...] El hombre normal se elevará a las alturas de un Aristóteles, un Goethe o un Marx. Y por encima de estas alturas se elevarán nuevas cúspides.¹

Esta era la visión que Trotski tenía en 1924 sobre la sociedad socialista. Como ya sabemos todos, esta sociedad no se materializó. La Revolución rusa quedó aislada en el escenario mundial, se impuso la teoría de Stalin del “socialismo en un solo país” y el Estado se desintegró en una dictadura burocrática. Se le arrebató el poder a la clase obrera, se llevó a cabo un genocidio

1 León Trotski, *Literatura y revolución*, Ruedo Ibérico, 1969.

político y la mayoría de los líderes de la Revolución rusa acabaron ejecutados en la Gran Purga. El propio Trotski fue expulsado de Rusia y asesinado en México en 1940 por uno de los múltiples asesinos de Stalin.

Ese mismo siglo fue testigo del triunfante auge del fascismo en Alemania y de otra gran guerra mundial, que vino acompañada de unos niveles inauditos de muerte y destrucción, así como de un genocidio aún más horrible. Hubo numerosos movimientos por todo el mundo, desde África a Asia y América del Sur, que lucharon por un mundo mejor y fueron traicionados de una u otra forma. La Unión Soviética se disolvió en 1991, lo que significó que cualquier resto que pudiera quedar de lo logrado por la Revolución rusa fue entera y definitivamente traicionado.

El capitalismo ha sobrevivido hasta el día de hoy como principal sistema social del mundo no necesariamente por una falta de voluntad o movimientos revolucionarios, sino por una falta de liderazgo revolucionario dotado de principios genuinos. No hemos llegado al final de la historia. No vivimos en una nueva era perfecta, ni en un mundo cibernético hipermoderno, ni en una realidad alternativa edulcorada, ni en los albores espirituales de la tercera ola feminista. Hemos trasladado a nuestro siglo todas las tragedias del anterior, salvo —de momento— la guerra global, aunque tampoco eso se puede descartar. Nuestro medio ambiente está al borde del colapso ecológico. En este planeta, ocho multimillonarios poseen más riqueza que la mitad más pobre de la población mundial. La pobreza, el hambre, la ignorancia, la depresión, la enfermedad y las epidemias no han sido erradicadas. Nuestra tecnología ha mejorado incommensurablemente, pero en muchos aspectos hemos sufrido un declive cultural e intelectual. Mi generación ha crecido rodeada de regresión social, no de progreso social.

Es verdad que hoy en día hay más diversidad en las capas altas y más minorías representadas en los escalones superiores, pero eso no es un verdadero progreso. Actualmente confundimos el avance profesional personal con un avance social a gran escala, pero que a unos cuantos les toque la lotería, o incluso a cien o a mil personas de entornos, géneros y colores distintos, no es igual a que millones y millones de personas vean cómo su nivel de vida mejora de forma real y tangible. Lo que podría salvar vidas transgénero sería una distribución radical de la riqueza, y no un simple cambio en las palabras, en las actitudes o en el reparto de papeles en el cine o en las series de televisión, algo que las políticas identitarias suelen conseguir por medio de la intimidación y el ataque a la libertad artística.

Aun así, las palabras que he citado al principio me inspiran una gran esperanza en el arte, la moda y nuestro futuro colectivo. Tampoco podemos obviar el hecho de que si bien la Revolución rusa no nos legó la sociedad que anhelábamos, sí que alumbró principios extraordinarios y avances en planificación económica, ciencia, arte y cultura.

A menudo, los hombres con los que salgo, los periodistas o mis propios amigos se sorprenden de mi educación política. Para la mayoría de la gente, ser modelo es algo que se sitúa en las antípodas del marxismo, como si se tratara de dos factores que nunca deberían ir juntos. Tansy Hoskins ha hecho un buen trabajo al aplicar el marxismo a la moda. Trotski aplicaba el marxismo al arte de su época. Es posible que la moda se haya construido una imagen increíblemente elitista, perversa, excesivamente refinada e innecesariamente despiadada; tal vez sea, como cita Tansy, “la hija favorita del capitalismo” y una industria implacable e insaciable por sí misma, pero no deja de ser una forma de expresión artística. El diseñador sigue siendo un creador. Para mí la moda es comparable, sobre todo, a la arquitectura, porque el sentimiento queda en un segundo plano con respecto a la técnica, la construcción y la estética externa, mientras que, por supuesto, en la música, el teatro, el cine y la pintura el sentimiento es lo principal. Sin embargo, el sentimiento, la empatía por el mundo, la comprensión de la época, el conocimiento de la historia y el amor por la humanidad acostumbra a hacer que toda forma artística y toda persona acaben siendo mejores. La Bauhaus lo entendió así. Hoy en día, hay demasiada moda centrada en las prendas de ropa, y no lo suficiente en el hecho de vestir al ser humano. Como resultado de la decadencia cultural y la prevalencia del pensamiento capitalista, la mayoría de los ámbitos creativos adolecen actualmente de una falta de respeto hacia la humanidad, pero esto se acentúa especialmente en el mundo de la moda. En consecuencia, no hemos generado demasiado arte, ni grandes artistas ni pensadores. ¿Dónde está el Shakespeare de nuestra era? ¿Dónde está el Shakespeare de la moda?

Una amiga mía que es muy espiritual y *new-age* me dice que no soy una verdadera marxista porque compro en Walmart. Seguramente lo dice en broma, pero en cualquier caso refleja una forma de pensar muy característica de todo un sector de gente “radical” de clase media. Una forma de pensar que empieza y acaba en el consumismo progresista. El *Manual anticapitalista de la moda* demuestra claramente que el problema va más allá de una, dos, tres o una docena de empresas. El consumismo progresista está muy bien, siempre y cuando no nos dediquemos a sermonear o a juzgar a la

clase trabajadora o a los pobres con un poder adquisitivo muy inferior; pero no se podrá lograr un verdadero cambio estructural sin atacar de forma organizada y progresista al sistema en su conjunto. Ese ataque solo podrá culminarse con el poder de una clase trabajadora consciente e inspirada por los objetivos socialistas. La creatividad juega un papel no menor a la hora de exaltar y sensibilizar conciencias.

A causa de la pandemia de COVID-19, me trasladé a Nuevo México y me puse a trabajar de camarera a tiempo parcial. En Estados Unidos, mi puesto es el de servir mesas, ocupo el último escalón en la jerarquía del restaurante. A la mayoría le podrá parecer chocante, pero lo que no entienden es que vender ropa a millonarios no te hace necesariamente millonario. La gente se ha formado la imagen de que las modelos son la máxima expresión de la “élite”. Y no: el simple hecho de que los hombres ricos quieran acostarse con nosotras no nos convierte en parte de su clase. Bueno, podría pasar, pero para conseguirlo una chica debería realizar una cantidad importante de trabajo sucio y degradante, cosa que nunca me interesó realmente; en el peor de los casos, solo coqueteé con esa idea.

Sin embargo, hay muchas modelos que provienen de entornos difíciles y desfavorecidos, y es cierto que la industria nos saca de ese entorno. La oportunidad de trabajar de modelo puede ser un billete dorado para salir de la pobreza (aunque tal vez no sea el caso de Kendall Jenner). Pero muy a menudo te abre una vía hacia una existencia de clase media alta, y solo un porcentaje muy pequeño entra en la “élite”.

Yo misma estuve expuesta a una enorme atención por parte de los medios, pero nunca recibí mucho dinero, porque siempre me consideraron demasiado artística. Hay modelos que son más “editoriales” o de “alta costura”, y modelos que son más comerciales. Los clientes comerciales huían de la idea de una supermodelo transgénero como los cerdos de una bayoneta revolucionaria. Supongo que, de un modo u otro, siempre fui a contracorriente, siempre mordía la mano que me daba de comer, y eso nunca favoreció a mi cuenta corriente. Hasta que llegué yo, los famosos no eran precisamente dados a hacer público su cambio de sexo. Un tarado me envió una vez un mensaje por Instagram: “¡Lo has echado todo a perder, ahora ni siquiera voy a poder volver a mirar a una modelo de Victoria’s Secret sin pensar que podría ser un hombre!”. Puedes denunciarme, pero no vas a sacar mucho dinero. La carrera de una modelo es, además, extremadamente corta: resulta fácil convertirse en la cara nueva del momento, pero es difícilísimo mantenerse. Yo nunca fui la primera opción de la élite de la moda, pero tampoco

ellos fueron precisamente la mía. Creo que causé la suficiente impresión como para garantizarme la posibilidad de regresar algún día, pero tampoco es que lo esté deseando.

Anoche, mientras este rostro glamuroso estaba trabajando en la cocina y leía en el teléfono sobre la ómicron, el restaurante empezó a llenarse. Mi jefa pasó a mi lado y me gritó: “¡Deja ya ese teléfono, Andreja!”. Hice lo que me dijo, pero por dentro pensé: “¡Oye, tú, cruel amante de la propiedad, estamos aquí todos jugándonos el tipo para mantener abierto tu restaurante! Yo aquí me dejo la piel, ¿dónde queda el respeto?”. Seguramente no sepa que tengo cierta fama, y me trató como a cualquier otro trabajador. Así que me pregunto dónde queda el respeto para toda esa clase de personas que hacen que la sociedad funcione a diario. No tendríamos intelectuales, ni restaurantes, ni tecnología moderna, ni a Elon Musk si no fuera precisamente por esa clase. Por favor, dejen de tratar a las masas trabajadoras como a perros —o peor que a los perros— o incluso como a víctimas perpetuas y empielen a verlas como lo que son realmente: una poderosa fuerza revolucionaria. Hagan arte, desarrollen una estética y una moral que inspire a la gente a buscar algo más, a luchar para conseguir algo mejor para todos. Ilumínenlos e inspiren, o retírense. Para ser sincera, mi jefa no está tan mal, tiene sus ratos buenos y trabaja mucho más que el señor Musk.

Es importante para todos, pero sobre todo para las personas creativas, entender que el problema o la causa principal de todos los males sociales no es la gente: el problema es el sistema. Cuanto más odio el capitalismo, más me enamoro de la humanidad. En mi opinión, si podemos llevar a la gente a la luna, conectar el mundo entero mediante la infame internet y construir robots, también podemos encontrar el modo de vivir en un sistema socioeconómico mejor que el que tenemos actualmente. Podemos vivir en un mundo socialista liberado, altamente artístico e inmortal, en el que la moda bonita no sea solo para unos pocos. Donde a la moda le guste la humanidad y a la humanidad le guste la moda. Es el momento de plantear un desafío a los poderes establecidos, es el momento de dar la espalda al diablo que viste de Prada y a la idea de que todo el mundo está deseando ser tan oportunista como ella.

editora

Agradecimientos

Escribir un libro es un proceso social. Estoy en deuda con todas las personas que incluí en los agradecimientos del *Manual anticapitalista de la moda* en 2014, así como con los académicos, activistas, revolucionarios y todos los que han apoyado mi trabajo desde entonces. Aunque se ha mantenido la estructura de ese primer libro, las siguientes personas me han ayudado a que esta nueva versión gane músculo, nervio, carne y piel.

Me alegro muchísimo de poder dar las gracias a la luminosa revolucionaria Andreja Pejić por escribir el prólogo: desde el principio hubo un solo nombre para cubrir ese puesto. Por su amabilidad, su camaradería, su excepcional trabajo y su existencia inspiradora, me gustaría dar las gracias a Nandita Shivakumar, Mayisha Begum, Asad Rehman, Ruth Ogier, Jody Furlong, Kirsty Fife, Amneet Johal, Bryn Hoskins, Janet Cheng, Laura Harvey, Bel Jacobs, Alice Wilby, Tegan Papasergi, Florent Bidios, Richard Kaby, Juan Mayorga, Dil Afrose Jahan y Nidia Melissa Bautista. Un agradecimiento inmenso para Riley Kucheran, que trabajó conmigo en algunas secciones de este texto y me impulsó intelectualmente hasta la oscura e invernal línea de meta. Por todo lo que he perdido contigo, todo mi amor y afecto para Tom B. P. Sanderson; la palabra “gracias” nunca será suficiente.

En este tiempo también perdí a mi amigo, camarada y mentor Neil Faulkner, historiador, arqueólogo y escritor marxista. Neil fue quien me dio la determinación para escribir el *Manual anticapitalista de la moda* dedicando a ello todo mi esfuerzo y capacidad. Una vez me escribió: “Lo único que vale la pena hacer es luchar para derrocar el sistema, y la propia humanidad es fundamental para hacerlo”. Te echamos de menos, Neil.

Gracias a Pluto Press; a mi editor estrella y amigo David Castle, y a Emily Orford, Chris Browne, Kieran O'Connor, Robert Webb, Melanie Patrick, James Kelly, Sophie O'Reirdan y Patrick Hughes. Gracias a Babette Radclyffe-Thomas por las notas sobre China. Gracias otra vez a Jade Pilgrom

por las preciosas ilustraciones que aparecen en todo el libro. Gracias también a Andrew Gordon y a David Evans, así como a todo el equipo de David Higham. Además, debo un inmenso reconocimiento a todos los que siguen apoyando la edición radical independiente en todo el mundo.

Este libro se escribió durante la crisis de la pandemia de COVID-19, con una pausa de seis semanas cuando caí enferma. Aunque sé que no basta con un agradecimiento, le doy las gracias a todo el personal del Servicio Nacional de Salud británico y a los trabajadores de los servicios públicos sanitarios de todo el mundo.

Los trabajadores del sector textil siguen estando en el último escalón de la explotación capitalista, y por ello estuvieron entre los más azotados por la pandemia. Espero haber hecho una pequeña contribución a relatar las injusticias de la industria de la moda, la violencia que requiere mantenerla y la resistencia que sigue combatiéndola.

Tienes ante ti un desafío que eclipsa la pandemia. Todos y cada uno de nosotros debemos sumarnos a la resistencia y no permitir que nuestro medio ambiente se desmorone en nombre del capitalismo. John Berger me dio una vez un único consejo que ahora te transmito: valentía. Has de saber que el movimiento por el cambio te está esperando. Ven a nuestro encuentro.

No sé cuándo nació la palabra “moda”, pero fue un día aciago. A lo largo de milenios la gente se las arreglaba con una cosa que se llama “estilo”, y puede que, en otros mil años, volvamos a recuperarlo.

ELIZABETH HAWES, 1937

No ver nada es un acto tan político como ver algo.

ARUNDHATI ROY

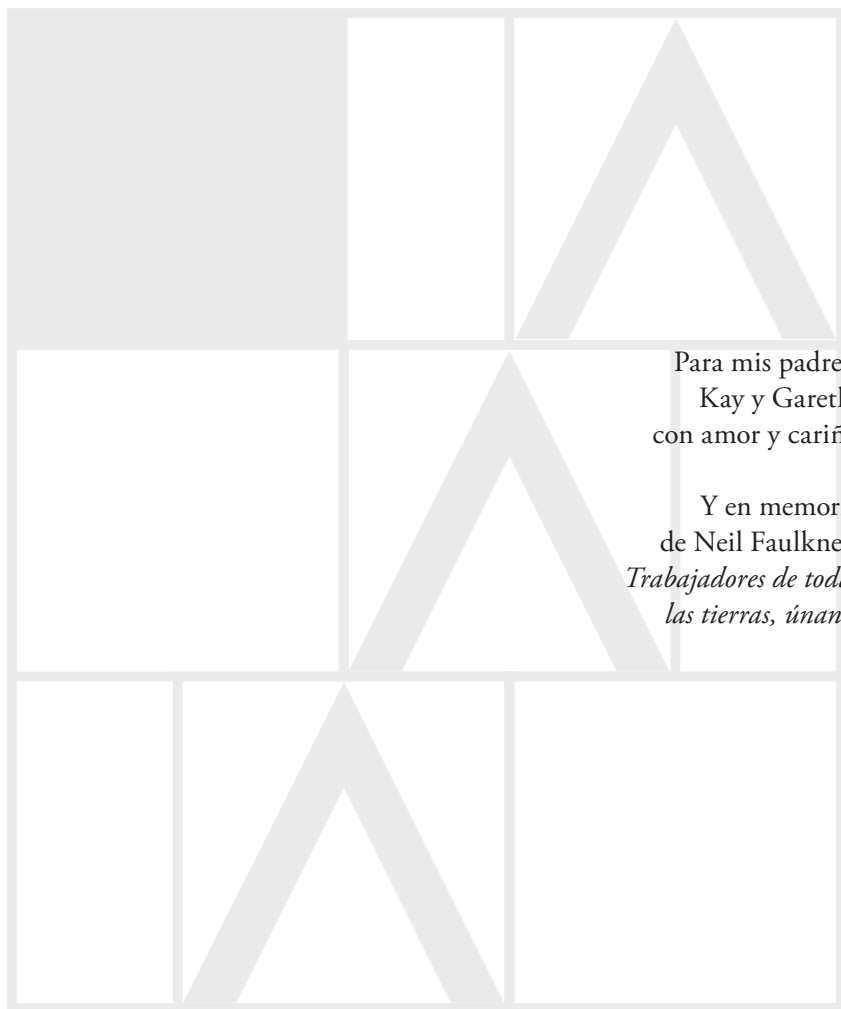
Estar oprimido a veces trae consigo algunas pequeñas ventajas adicionales, por eso estamos ocasionalmente dispuestos a aguantarlo. El opresor más eficiente es aquel que persuade a sus subordinados para que amen, deseen y se identifiquen con su poder; y cualquier práctica de emancipación política implica así la más difícil de todas las formas de liberación, liberarnos de nosotros mismos.

La otra versión de la historia, sin embargo, es igualmente importante. Puesto que si tal dominio fracasa en proporcionar a sus víctimas suficiente satisfacción durante un periodo de tiempo prolongado, entonces es seguro que finalmente se rebelarán contra él. Si es racional conformarse con una mezcla ambigua de infelicidad y placer marginal cuando las alternativas políticas parecen peligrosas y oscuras, es

igualmente racional rebelarse cuando los sufrimientos claramente pesan más que las satisfacciones, y cuando parece probable que hay más que ganar que perder por tal acción.

TERRY EAGLETON

la marca
editora



Para mis padres,
Kay y Gareth,
con amor y cariño

Y en memoria
de Neil Faulkner:
*Trabajadores de todas
las tierras, únanse*

la marca
editora



la marca
editoria

Historias de Savar

Moushumi no puede dormir por culpa de las pesadillas. Aun en los días más luminosos, la acosan los recuerdos. Joven y hermosa con su aro de oro en la nariz, Moushumi llevaba dos meses trabajando en la séptima planta, ganando dinero para ayudar a su familia. Ahora está sentada en su casa, con la espalda encorvada y la mirada sombría bajo el pliegue de un ceño ligeramente fruncido. Su hijo pequeño permanece cerca, sin entender por qué su madre ha dejado de sonreír. Cuatro plantas por debajo de Moushumi estaba Arisa, una experimentada maquinista de cuarenta y pocos años. Había migrado hacia el sur desde la ciudad de Rangpur para aliviar las dificultades económicas de su familia. Aún de luto por su muerte, sus tres hijos dicen que nunca trabajarán en una fábrica textil. Una mujer llamada Rekha habla de su sobrina, que también murió; una joven inteligente de dieciocho años de nombre Dulari, que entró a trabajar de forma temporal en el sector textil para pagarse una educación con la que poder conseguir trabajo en una oficina. Junto a Rekha está Shamim, de seis años, que no suelta la pernera del pantalón de su padre. Cuando su madre, Jaheda, murió en el derrumbe, su hermana de diez años se fue a vivir al pueblo con su abuela, pero Shamim está demasiado desconsolado como para alejarse de su padre, pues tiene miedo a quedarse también sin él.

Situado en Savar, un distrito industrial a las afueras de Daca, el complejo fabril del Rana Plaza es un edificio de ocho plantas que acoge cinco fábricas textiles. Este complejo, abarrotado de gente y construido con materiales de mala calidad, se convirtió en un símbolo de la desigualdad global al derrumbarse el 24 de abril de 2013; sus pilares internos se combaron y se agrietaron bajo el peso de demasiados pisos, demasiada maquinaria y balas de algodón, demasiados seres humanos apiñados en comprimidas hileras.

Considerado como el fallo estructural involuntario más mortífero de la era moderna, el Rana Plaza fue calificado por los sindicatos mundiales como un homicidio industrial masivo. Se calcula que murieron 1.138 personas. Otros miles quedaron atrapados entre los escombros, y algunos de ellos tuvieron que amputarse sus propios miembros antes de poder ser liberados. Más allá de Daca, cuando las pantallas de televisión del mundo se iluminaron, que murieran tantas personas y que miles resultaran heridas de gravedad sacó a relucir una verdad: el mundo se ha retorcido de tal modo que se valoran más los objetos que las vidas humanas y su dignidad.

Mientras los restos del desastre eran retirados por trabajadores que cargaban cubos de escombros sobre la cabeza, la catástrofe reveló la existencia de una industria totalmente descontrolada, en la que edificios construidos de forma ilegal se derrumban bajo el peso de la gente y la maquinaria mientras las marcas de moda ganan miles de millones en beneficios, y en la que millones de mujeres empobrecidas del mundo moderno trabajan como operadoras de maquinaria e inspectoras de calidad textil, imprimiendo camisetas y cortando hilos sueltos seis días a la semana mientras los multimillonarios compran superyates.

Se identificaron veintinueve marcas mundiales que tenían pedidos en curso o recientes con al menos una de las fábricas textiles del edificio Rana Plaza. Entre estas marcas estaban Primark, Matalan, Benetton, Mango, C&A, Walmart, The Children's Place y KiK. Más adelante, Primark reconoció que había llevado a cabo dos auditorías de seguridad en el Rana Plaza y había dado el visto bueno al estado del edificio. Que esta construcción era una trampa mortal era bien sabido entre los lugareños. El día antes del derrumbe habían aparecido grandes grietas y los trabajadores no querían acudir a su puesto por el peligro que entrañaba. Aquella mañana de abril, los empleados discutieron con sus encargados en el patio que había frente a la entrada del edificio, resistiéndose a la idea de poner ni tan siquiera un pie dentro. Su resistencia derivó en una discusión y, finalmente, en un ultimátum: entren y ponganse a trabajar o van a perder un mes de paga. Para un trabajador textil bangladesí, perder la paga de un mes equivale a hambre y desahucio, es una cruel imposibilidad. Ese momento en el patio no debería caer jamás en el olvido, puesto que contiene una verdad eterna: la industria de la moda otorga un mayor valor a la ropa que vende que a las vidas de las personas que la fabrican.

La del Rana Plaza es una catástrofe que pertenece a quienes murieron aquel día. A las madres que nunca encontraron los cuerpos de sus hijas,

a los niños pequeños que se pasaron los días siguientes sin separarse del progenitor que les quedaba. A los médicos, los conductores de *rickshaws* y los estudiantes que se apresuraron a ayudar a sacar a la gente de entre los escombros. A los trabajadores cuyas extremidades quedaron aplastadas y amputadas, y a aquellos cuyas cicatrices no son visibles hasta que los miras a los ojos. Sin embargo, independientemente de quién seas y de dónde vengas, hay dos cosas que todo el mundo puede entender y respecto a las cuales se puede hacer algo: lo sucedido en el Rana Plaza no fue un accidente y las condiciones que causaron la muerte de al menos 1.138 personas se siguen manteniendo hoy en día.

Escribí la mayor parte de la primera edición de este libro en 2012 y lo terminé antes del derrumbe de ese lugar. Pero ya entonces Bangladés era el segundo mayor productor textil del mundo, generando miles de millones de prendas de ropa cada año y atrayendo a las marcas internacionales con sus salarios superbajos, su falta de beneficios laborales y sus escasas condiciones de higiene y seguridad. Antes del Rana Plaza ya se había producido toda una cadena de desastres en la industria textil de Bangladés, que culminó, seis meses antes, con el incendio en la fábrica de Tazreen, que mató a ciento doce personas. Sin embargo, el negocio continuó como siempre.

Para los activistas y defensores de los derechos laborales en Bangladés, el horror del Rana Plaza llevaba tiempo en el horizonte. Por eso, a pesar de escribir el *Manual anticapitalista de la moda* (mi libro anterior, en el que este se basa) antes del derrumbe del Rana Plaza, este libro es, fue y siempre será, en cierto sentido, un intento de responder a la pregunta: ¿por qué se derrumbó? El libro aborda esta cuestión no solo desde la perspectiva de la seguridad de la construcción en Bangladés, ni como un problema que afecte únicamente a la moda rápida, ni como algo que tenga que ver con unas cuantas empresas maliciosas o con ciertos multimillonarios malvados. Por mucho que este libro trate sobre la industria de la moda, también es un libro sobre el capitalismo: un sistema económico desigual y salvaje cuya depravada crueldad engendra violencia y destrucción. La moda está tan íntimamente ligada al capitalismo que la industria de la moda no existiría sin la explotación capitalista del Sur global, de las mujeres y de la mano de obra migrante, así como tampoco sin las racistas prácticas comerciales coloniales. No se puede entender la moda hasta que se comprende el capitalismo.

De la misma forma que lo que pasó en el Rana Plaza no fue un accidente, tampoco es un hecho del pasado. Se suponía que iba a ser el punto de inflexión que cambiaría la industria de la moda para siempre, y sin embargo

la actitud de las marcas de moda hacia el Rana Plaza se ve reflejada en su forma de afrontar la pandemia de COVID-19. Como en el Rana Plaza, vemos la misma verdad en 2021: se valora más la ropa que la vida humana. A pesar de todos los bonitos folletos redactados por ejecutivos de “sostenibilidad” con sueldos inflados para lavar la imagen de las diferentes marcas, nada ha cambiado. Las multinacionales han respondido al COVID-19 poniendo de rodillas a miles de pequeñas fábricas a través de la cancelación o congelación de sus pagos. En toda la industria —en Guatemala, Honduras, la India, Indonesia, Camboya y Birmania—, los trabajadores textiles han enfermado y fallecido mientras cosían sudaderas, mallas, vaqueros, camisetas y sujetadores. No hace ni una semana, me trasladaron la pregunta de un empleado textil de la India: “¿Por qué tengo que morir fabricando ropa para extranjeros?”.

Ocho años después del Rana Plaza seguimos dando por hecho que el riesgo debe recaer en las personas más pobres del mundo, ya sea en la economía global o en una fábrica. Como en el Rana Plaza, las personas elegidas para ser sometidas a unas condiciones insoportables de inseguridad durante la pandemia de COVID-19 —aquellas cuyas vidas han sido sopesadas y consideradas menos valiosas que los beneficios— han sido en su inmensa mayoría mujeres de las áreas más pobres del Sur global. Como en el Rana Plaza, se han enfrentado al mismo ultimátum: morir en una trampa mortal o pasar hambre. Antes incluso de que se haya superado esta crisis, ya estamos presenciando el próximo gigante planetario del cambio climático, que, si no actuamos, repercutirá de la misma forma en miles de millones de personas de todo el Sur global que serán ofrecidas como sacrificios humanos. Debemos actuar de manera colectiva y rápida para reclamar nuestro planeta y poner fin categóricamente a este sistema fracasado, desigual e indigno de una vez por todas.

* * *

Existe una impureza conceptual en la palabra “moda”, y algunos podrían acusar a este libro de contribuir a esa impureza.¹ Este libro incluye discusiones sobre compañías que abarcan desde Chanel a Walmart, desde Louboutin a Tesco. No he escrito libros separados sobre la “alta” costura y la moda “de

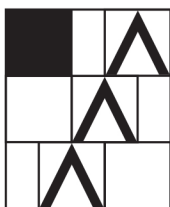
1 Ingrid Loscheck, *When Clothes Become Fashion: Design and Innovation Systems*, Berg, 2009, p. 135.

¿Disfrutaste el libro que comenzaste a leer?
Podés adquirirlo en www.lamarcaeditora.com y en cientos de
librerías.
Gracias por apoyar con tu lectura y recomendaciones este proyecto
editorial.

La marca editora es una editorial independiente argentina que desde hace más de 25 años publica libros vinculados a la cultura visual: ensayos sobre cine, fotografía, música; fotolibros; libros-álbum infantiles; proyectos innovadores; filosofía, estética, rock, poesía, flipbooks, libros de artista, libros de arte.

Detrás de nuestro catálogo hay muchos nombres. Una editorial independiente es el proyecto de un editor, pero la concreción de muchos otros: artistas, poetas, escritores, fotógrafos, traductores, diseñadores, ilustradores, correctores, imprenteros, maquinistas, encuadernadores, fotocromistas, administrativos, vendedores, cobradores, libreros, colegas, amigos.

Nuestro catálogo es el documento que referencia el recorrido que todos nosotros comenzamos hace 25 años. Porque editar no es una odisea, pero sí un viaje. Un catálogo es, entonces, además de una bitácora de la imaginación al servicio de lo que otros editores aún no han imaginado o un inventario de aquellos libros por los que no hubieron decidido su apuesta, un diploma al mérito que puede significar la subsistencia en tan grata actividad. Porque editar no es editar un libro, editar es seguir en este viaje.



la marca
e d i t o r a