



Sociología de la moda

Autor: Frédéric Godart

\$21.000



Sinopsis

Desde hace al menos medio siglo, la moda ocupa un lugar central en nuestras vidas. Define identidades sociales y crea o modifica patrones de comportamiento y consumo. Sin embargo, y pese a ser un fenómeno familiar, que nos afecta cada día, se nos presenta como inasible y misterioso. La industria de la moda permanece aún en sombras, y los habituales cambios de tendencia parecen ser el efecto de causas que no logramos dilucidar.

Este libro se propone descorrer ese velo, y develar los patrones que rigen una industria clave del modo de vida contemporáneo. Debido a la alta complejidad que presenta, es indispensable un abordaje multidisciplinario, que se basa en el enfoque sociológico, pero sin ignorar los aportes de la economía, de la geografía y de la historia. Así, Frédéric Godart analiza los mecanismos de influencia social que generan las tendencias propias de la moda, su creciente autonomía estética y creativa (que en ciertos aspectos la emparenta al arte), el culto a los modistos, entendidos como genios creadores, las pautas que establecen las grandes marcas, tanto por sus diseños como por la puesta en escena de los desfiles. Es decir, reconstruye el universo simbólico de la moda. Un universo que crea nuevos sentidos y que establece modelos de comportamiento y consumo, un “imperio” de creatividad e influencias que no cesa de agrandarse.

Sobre el Autor de Sociología de la moda

Frédéric Godart

Frédéric Godart es egresado de la Escuela Normal Superior de París y Doctor en Sociología por la Universidad de Columbia en Nueva York. Actualmente se desempeña como Investigador en Teoría de las organizaciones en el INSEAD, y sus investigaciones analizan las industrias de la creación y las redes sociales.