

**El impacto de la moda en la salud y el desarrollo de la sociedad**

*The impact of fashion on the health and development of society*

<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0324>

**Delia Narcisa Crespo Antepara**

<https://orcid.org/0000-0002-5287-5074>

[deliacrespo57@hotmail.com](mailto:deliacrespo57@hotmail.com)

**Recibido:** 18/07/2024

**Aceptado:** 18/10/2024

**RESUMEN**

El presente artículo de revisión de carácter ensayístico examina el impacto de la moda en la salud y su papel en el desarrollo social desde una perspectiva interdisciplinaria. A partir del análisis de fuentes bibliográficas especializadas en sociología, psicología, medicina y economía, se exploran los efectos que las tendencias de la moda pueden generar en el bienestar físico y mental de los individuos, así como su influencia en la construcción de la identidad y las dinámicas socioculturales. Se discuten los beneficios de la moda como medio de expresión personal y cultural, su impacto en la autoestima y su papel en la evolución de las normas sociales. Sin embargo, también se abordan los riesgos asociados a la imposición de estándares estéticos inalcanzables, el uso de prendas perjudiciales para la salud y la presión social que puede derivar en trastornos de la imagen corporal y problemas psicológicos. Además, se analiza la dimensión económica de la moda, destacando su influencia en la globalización, el consumismo y las condiciones laborales en la industria textil. A partir de esta revisión, se plantea la necesidad de promover un enfoque más consciente y sostenible en el consumo de moda, impulsando prácticas responsables en el diseño, producción y comercialización de indumentaria. Finalmente, se reflexiona sobre la importancia de una educación en moda que fomente el bienestar individual y colectivo, equilibrando la creatividad y la identidad personal con el cuidado de la salud y el impacto social.

**Palabras claves:** Moda, salud integral, sociedad, desarrollo social.

1. Universidad de Guayaquil (UG)- Ecuador

\* Autor de correspondencia: [deliacrespo57@hotmail.com](mailto:deliacrespo57@hotmail.com)

## ABSTRACT

This review article, written in an essay format, examines the impact of fashion on health and its role in social development from an interdisciplinary perspective. Through the analysis of specialized bibliographic sources in sociology, psychology, medicine, and economics, the study explores the effects that fashion trends may have on individuals' physical and mental well-being, as well as their influence on identity construction and sociocultural dynamics. The benefits of fashion as a means of personal and cultural expression, its impact on self-esteem, and its role in shaping social norms are discussed. However, the study also addresses the risks associated with the imposition of unattainable aesthetic standards, the use of garments harmful to health, and social pressure that may lead to body image disorders and psychological issues. Additionally, the economic dimension of fashion is analyzed, highlighting its influence on globalization, consumerism, and working conditions in the textile industry. Based on this review, the need to promote a more conscious and sustainable approach to fashion consumption is proposed, encouraging responsible practices in the design, production, and commercialization of clothing. Finally, the study reflects on the importance of fashion education that fosters both individual and collective well-being, balancing creativity and personal identity with health considerations and social impact.

**Keywords:** Fashion, holistic health, society, social development.

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, la humanidad ha buscado mejorar su calidad de vida mediante el conocimiento y el dominio del entorno, lo que ha impulsado el desarrollo de la ciencia y la tecnología (Bunge, 2002). En la actualidad, la interconexión entre la sociedad y la ciencia es innegable, ya que los avances tecnológicos no solo transforman las estructuras económicas y políticas, sino que también modifican profundamente las dinámicas culturales y las formas de interacción social (Giddens, 1999). Esta relación ha influido en la evolución de distintas esferas de la vida humana, entre ellas la moda, que ha pasado de ser una simple expresión estética a un fenómeno complejo con implicaciones económicas, psicológicas y socioculturales.

En las sociedades tradicionales, las funciones del individuo estaban bien definidas y existía un equilibrio relativo entre la naturaleza, la sociedad y el ser humano (Martínez, 2001). Desde una perspectiva civilizatoria, esta relación inicial fue de transformación mutua, con la naturaleza proporcionando los recursos para la supervivencia y el ser humano interviniendo en su entorno para garantizar su subsistencia (Latour, 1993).

Sin embargo, con la modernidad y la industrialización, este equilibrio se ha visto alterado, dando lugar a diversas problemáticas medioambientales, sociales y psicológicas que han generado amplios debates en los ámbitos político, académico y cotidiano (Beck, 1992).

En este contexto, la moda ha evolucionado desde una práctica tradicional y funcional hacia una expresión de identidad y estatus social, que a su vez está influenciada por las dinámicas del mercado y la globalización. La moda, más allá de ser un fenómeno estético y cultural, se ha convertido en un reflejo de las estructuras sociales contemporáneas. Lipovetsky (1990) argumenta que la moda no solo es una manifestación de tendencias pasajeras, sino también un mecanismo de individualización dentro de las sociedades modernas, facilitando la consolidación del liberalismo y el consumismo. A través de la moda, los individuos buscan proyectar su identidad y pertenecer a determinados grupos sociales, aunque esto implique una creciente dependencia de tendencias efímeras que refuerzan la superficialidad y la mercantilización del yo (Baudrillard, 1970). En este sentido, la moda opera como un sistema paradójico: mientras fomenta la autonomía individual y la autoexpresión, también genera inseguridad, insatisfacción y una constante búsqueda de validación externa (Simmel, 1904).

Esta dualidad de la moda como vehículo de empoderamiento y, a la vez, de alienación, se vincula estrechamente con la expansión del mercado global y la digitalización de la experiencia estética. En un mundo dominado por la imagen, la moda se convierte en un medio de comunicación inmediato que trasciende barreras culturales y lingüísticas, estableciendo códigos visuales que determinan el estatus, la pertenencia y la exclusión social (Entwistle, 2000). En este contexto, la moda no solo refleja las jerarquías existentes, sino que también actúa como un instrumento de regulación simbólica, donde la vestimenta y los accesorios se convierten en marcadores de poder y capital cultural (Bourdieu, 1984).

Además, la aceleración de las tendencias de moda ha sido potenciada por la proliferación de redes sociales y la cultura de la inmediatez. Plataformas como Instagram y TikTok han transformado la relación entre consumidores y creadores de moda, generando un ciclo de consumo cada vez más veloz y efímero. Esta dinámica no solo incentiva la producción masiva de ropa a bajo costo, sino que también refuerza la presión social por mantenerse actualizado con las últimas tendencias, lo que puede generar estrés, ansiedad y una percepción distorsionada de la autoimagen (Giddens, 1991). De esta manera, la moda contemporánea no solo dicta estilos de vestir, sino que impone narrativas de éxito y estatus que pueden ser inalcanzables para muchos individuos, fomentando sentimientos de exclusión y descontento.

Por otra parte, la moda también ha sido utilizada como herramienta de resistencia y transformación social. Movimientos como el feminismo, la diversidad de género y la sostenibilidad han encontrado en la moda un espacio de reivindicación y visibilización.

Diseñadores y marcas han comenzado a adoptar prácticas más inclusivas y responsables, promoviendo cuerpos diversos, materiales ecológicos y una producción más ética (Fletcher & Tham, 2019). Sin embargo, estas iniciativas aún enfrentan desafíos significativos debido a la estructura profundamente comercial de la industria de la moda, que continúa priorizando la rentabilidad sobre la sostenibilidad y la equidad.

En definitiva, la moda es un fenómeno multifacético que no solo define estéticas y estilos, sino que también configura relaciones sociales, económicas y culturales. Su capacidad de influir en la percepción del yo y en la construcción de identidades colectivas la convierte en un elemento clave para comprender las dinámicas de la sociedad contemporánea. No obstante, su evolución plantea preguntas fundamentales sobre la sostenibilidad, la autenticidad y el impacto psicológico del consumismo desenfrenado, cuestiones que requieren un análisis crítico y una reformulación de las prácticas de producción y consumo dentro de esta industria. Por otro lado, la influencia de la moda no se limita al ámbito simbólico, sino que tiene un impacto directo en la salud física y mental. Diversos estudios han señalado que la presión social por cumplir con estándares estéticos impuestos por la industria de la moda y los medios de comunicación puede derivar en trastornos de la imagen corporal, ansiedad y depresión, especialmente en poblaciones jóvenes y vulnerables (Grogan, 2016). Asimismo, el uso de prendas inadecuadas o la exposición a ciertos productos de la industria textil pueden tener repercusiones negativas en la salud, lo que pone en evidencia la necesidad de un enfoque más crítico y responsable en el consumo de moda (Black, 2012). La moda no solo es una cuestión de apariencia, sino que también implica decisiones que afectan el bienestar y la calidad de vida.

En este contexto, la ciencia juega un papel crucial en la comprensión de los efectos de la moda en la sociedad. Si nos detenemos a mirar desde una óptica retrospectiva y prospectiva, la ciencia es uno de los factores esenciales del desarrollo social y está adquiriendo un carácter cada vez más masivo. De ahí que toda innovación trae consigo una multiplicidad de cambios que pueden influir directa o indirectamente en la salud física y mental, alterando de esta forma la calidad de vida relacionada con la salud. La moda no es una excepción, ya que su evolución está marcada por avances tecnológicos en la producción textil, la globalización de las tendencias y la influencia de las redes sociales en la percepción del cuerpo y la identidad.

Desde una perspectiva hermenéutica y filosófica, el presente trabajo analiza el impacto de la moda en la salud y el desarrollo social, abordando sus implicaciones desde un enfoque interdisciplinario que integra aportes de la sociología, la psicología y la medicina. La metodología empleada en esta revisión se fundamenta en el análisis crítico de fuentes bibliográficas especializadas, priorizando estudios recientes y literatura académica de referencia. A partir de este marco teórico, se busca identificar los principales debates en torno a la moda como expresión cultural y como factor de riesgo para el bienestar individual y colectivo.

## DESARROLLO

La moda ha sido un fenómeno sociocultural que ha acompañado la evolución de la humanidad, reflejando los cambios ideológicos, económicos y políticos de cada época. Como lo argumenta Barthes (1983), la moda no solo es un sistema de vestimenta, sino un lenguaje simbólico que comunica significados sociales y culturales. A través de la pintura, la fotografía y otros medios visuales,



se pueden identificar las tendencias predominantes de diferentes períodos históricos.

Sin embargo, en la sociedad contemporánea, la moda ha adquirido un papel central en la estructura del consumo, influyendo en la publicidad, los medios de comunicación y las normas sociales.

El impacto de la moda en la sociedad actual va más allá del ámbito estético, ya que se ha convertido en un mecanismo de expresión individual y colectiva que refleja no solo el estilo de una época, sino también las dinámicas de poder y las desigualdades económicas y sociales (Lipovetsky, 1990). La moda no es un fenómeno estático; por el contrario, evoluciona constantemente en respuesta a las transformaciones tecnológicas, los movimientos sociopolíticos y las crisis económicas. En este sentido, se ha convertido en un espacio de negociación entre la tradición y la innovación, la exclusividad y la democratización del estilo, así como la sostenibilidad y el consumo masivo.

Además, la moda ha trascendido su función de vestir y embellecer para convertirse en un elemento clave de la identidad cultural. Las prendas y accesorios que una persona elige utilizar pueden ser interpretados como declaraciones de pertenencia a un grupo social, manifestaciones de ideologías políticas o incluso símbolos de resistencia y empoderamiento (Entwistle, 2000). En este contexto, la moda desempeña un papel fundamental en la construcción de identidades colectivas, funcionando como un reflejo de las transformaciones que experimenta la sociedad en distintos momentos históricos.

Con la llegada de la globalización y la digitalización, la moda ha experimentado un crecimiento exponencial en su capacidad de influir en las masas. Las redes sociales y las plataformas de comercio electrónico han transformado la forma en que las personas consumen moda, permitiendo una difusión casi instantánea de las tendencias y la posibilidad de acceder a productos de diferentes partes del mundo con facilidad (Giddens, 1999). Sin embargo, este fenómeno también ha generado nuevos desafíos, como el aumento del consumismo, la homogeneización de los estilos y el impacto ambiental de la industria textil, que se ha convertido en una de las más contaminantes del planeta (Fletcher & Tham, 2019).

Otro aspecto relevante es la manera en que la moda se entrelaza con la industria del entretenimiento y la cultura popular. El cine, la música y la televisión han sido históricamente grandes influyentes en la definición de las tendencias de moda. Desde las décadas pasadas, películas icónicas han dictado estilos que marcaron generaciones, como la elegancia clásica de Audrey Hepburn en *Breakfast at Tiffany's* (1961) o la irreverencia del grunge inspirada en el movimiento alternativo de los años 90. La música, por su parte, ha sido una plataforma fundamental para la expresión de la moda, con artistas que han convertido su estilo en una declaración de identidad, como David Bowie, Madonna o más recientemente Billie Eilish, quien desafía los estándares tradicionales de género y silueta con su vestimenta oversized.

Iconos culturales y celebridades han marcado pautas en el vestir, reforzando la idea de que la imagen y la apariencia juegan un papel crucial en la aceptación social y el éxito personal.

La moda, en este sentido, se ha convertido en una herramienta de construcción de marca personal, donde la vestimenta y los accesorios no solo reflejan un estilo, sino que también comunican valores, actitudes y afiliaciones socioculturales (Barnard, 2014). Las alfombras rojas, los premios de la industria del entretenimiento y los desfiles de moda han consolidado una sinergia en la que el espectáculo y la indumentaria forman parte de una narrativa que influye en el consumo global.

Al mismo tiempo, el auge de los influencers y creadores de contenido digital ha llevado la moda a un nivel de hiperexposición, donde la validación y el reconocimiento dependen en gran medida de la capacidad de seguir las tendencias más recientes (Rocamora, 2011). En plataformas como Instagram y TikTok, las tendencias cambian con una rapidez sin precedentes, estableciendo un nuevo paradigma en el que el estilo se renueva constantemente y la presión por la actualización es permanente. Este fenómeno ha dado lugar a la moda rápida (*fast fashion*), caracterizada por ciclos de producción acelerados y un alto impacto ambiental (Fletcher, 2019). Por otro lado, también han surgido movimientos en contra de esta aceleración, promoviendo la moda circular y el *slow fashion*, que buscan recuperar prácticas más sostenibles y éticamente responsables.

Además, la relación entre la moda y el entretenimiento no solo se limita a la industria comercial, sino que también ha sido utilizada como herramienta de resistencia y transformación cultural.

En distintos momentos históricos, los movimientos contraculturales han desafiado las normas establecidas a través de la moda, como el punk en los años 70, el hip-hop en los 80 y el afrofuturismo en el diseño contemporáneo. Estas expresiones han demostrado que la moda no es un fenómeno superficial, sino un espacio de disputa simbólica donde se negocian y redefinen identidades, valores y estructuras de poder (Kaiser, 2012).

En definitiva, la interconexión entre la moda, el entretenimiento y la cultura popular ha generado una dinámica en la que el vestuario y la estética no solo reflejan las tendencias del momento, sino que también influyen en la percepción de la identidad individual y colectiva. La omnipresencia de la moda en los medios y en la esfera digital ha transformado la manera en que las personas consumen, interpretan y experimentan la moda, estableciendo un circuito global en el que la imagen y la narrativa visual desempeñan un papel central en la construcción de significado social.

En este contexto, es importante reconocer que la moda también puede ser una herramienta de cambio social. En los últimos años, los movimientos de moda sostenible y ética han cobrado relevancia, promoviendo el uso de materiales ecológicos, condiciones laborales justas y modelos de producción responsables con el medio ambiente (Black, 2012). Asimismo, la moda ha sido utilizada como un medio de reivindicación de derechos y diversidad, con diseñadores y marcas que

apuestan por la inclusión de cuerpos diversos, la representación de identidades de género no normativas y la recuperación de tradiciones textiles de comunidades indígenas y marginadas.

Por lo tanto, la moda no solo debe ser entendida como una manifestación superficial, sino como un fenómeno con profundas implicaciones sociales, económicas y culturales. A medida que la industria continúa evolucionando, es fundamental adoptar una perspectiva crítica que permita identificar tanto sus beneficios como sus desafíos, con el fin de promover un consumo más consciente y una moda que contribuya al bienestar individual y colectivo en lugar de reforzar dinámicas de exclusión y explotación. Uno de los impactos más controvertidos de la moda es su influencia en la percepción del cuerpo y la salud mental, especialmente entre los jóvenes.

La industria de la moda ha sido señalada como un factor contribuyente en el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria, como la anorexia y la bulimia (Grogan, 2016). Esto se debe en gran medida a la promoción de estándares estéticos inalcanzables que privilegian la delgadez extrema como ideal de belleza. Sin embargo, como señalan Rodgers y DuBois (2019), la responsabilidad de estos trastornos es multifactorial y no puede ser atribuida exclusivamente a la industria de la moda, ya que también intervienen factores genéticos, psicológicos y socioculturales.

Además de los problemas relacionados con la imagen corporal, la moda puede tener efectos directos en la salud física. La literatura médica ha documentado los riesgos de ciertas prendas y accesorios que afectan el bienestar corporal. Por ejemplo, el uso prolongado de corsés, que se popularizó en la era victoriana, ha sido asociado con problemas respiratorios y deformaciones óseas (Steele, 2001). De igual forma, los jeans ajustados pueden comprometer la circulación sanguínea y aumentar la aparición de celulitis, mientras que los tacones altos están vinculados con el desarrollo de lumbalgias y malformaciones óseas como el hallux valgus (Yung et al., 2017). La ropa interior ajustada también puede generar problemas de fertilidad en los hombres y aumentar la predisposición a infecciones en las mujeres (Mayo Clinic, 2021).

La mercantilización del cuerpo a través de la moda también se relaciona con la creciente industria de la cirugía estética. La búsqueda de un ideal de belleza ha llevado al auge de procedimientos invasivos que, aunque pueden mejorar la autoestima de algunos individuos, también han fomentado una cultura de insatisfacción corporal y dependencia de modificaciones quirúrgicas (Sibilia, 2005). Además, como lo plantea Elliott (2019), la expansión de la cirugía estética está estrechamente ligada al consumismo y a la lógica neoliberal que promueve la autooptimización constante.

Otro aspecto relevante es la influencia de la globalización en la industria de la moda. A medida que las tendencias se homogenizan a nivel mundial, se generan nuevas dinámicas de exclusión social. Quienes no pueden acceder económicamente a los estándares de consumo impuestos por la moda pueden experimentar sentimientos de frustración y ansiedad (Bauman, 2007). Esto pone en evidencia cómo la moda no solo es una herramienta de autoexpresión, sino

también un mecanismo que refuerza desigualdades socioeconómicas. Desde una perspectiva de salud pública, es fundamental promover una visión más crítica y sostenible de la moda.

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020) ha advertido sobre los efectos negativos del consumismo desenfrenado en la salud mental y el bienestar social. Frente a ello, movimientos como la moda sostenible y el slow fashion han surgido como alternativas para reducir el impacto negativo de la industria textil en la salud y el medio ambiente (Fletcher & Tham, 2019). Estas iniciativas buscan fomentar el consumo consciente y ético, priorizando materiales ecológicos y condiciones laborales justas en la producción de indumentaria.

En conclusión, la moda es un fenómeno complejo que va más allá de la estética y el consumo. Su impacto en la salud física y mental, la estratificación social y la economía global la convierte en un campo de estudio interdisciplinario. Es crucial que tanto los diseñadores como los consumidores adopten una postura más reflexiva respecto a las implicaciones de la moda, promoviendo prácticas más inclusivas y sostenibles. Solo a través de un enfoque crítico se podrá mitigar su impacto negativo y potenciar su papel como una forma de expresión cultural sin consecuencias adversas para la salud y el bienestar social.

## CONCLUSIONES

El análisis desarrollado a lo largo de esta investigación ha permitido comprender la moda como un fenómeno complejo que va más allá de la estética, influyendo en la identidad, la salud, la economía y las estructuras sociales. A partir de este abordaje, se pueden extraer diversas conclusiones que reflejan las dinámicas contemporáneas del consumo y su impacto en la vida cotidiana de los individuos.

En primer lugar, hemos evidenciado que nuestra percepción del mundo está mediada por interpretaciones subjetivas, influenciadas por los valores, la cultura y las condiciones sociopolíticas de cada época (Bauman, 2007). Esto significa que la moda no solo se limita a ser un reflejo de la sociedad, sino que también actúa como un agente modelador de comportamientos y tendencias. La manera en que vestimos y consumimos moda responde a discursos dominantes que dictan lo que es aceptable, deseable y aspiracional en cada contexto histórico.

Asimismo, el desarrollo tecnológico ha generado una transformación acelerada en las relaciones sociales y culturales. Las nuevas tecnologías han modificado profundamente el trabajo, el entretenimiento, la educación y la interacción social, incorporando un ritmo vertiginoso que impone nuevas normas de consumo y autoexpresión (Giddens, 1999).

En este sentido, la globalización y la digitalización han convertido a la moda en una industria con un alcance sin precedentes, donde las redes sociales y los medios de comunicación desempeñan un papel central en la construcción de identidades y estándares estéticos.

Desde una perspectiva histórica, la moda ha sido considerada un signo de poder y distinción social. Sin embargo, su papel en la promoción del consumismo irreflexivo es innegable. La industria de la moda impulsa a los individuos a adquirir



productos basados en tendencias efímeras, sin considerar sus implicaciones para la salud y el medio ambiente (Lipovetsky, 1990).

Esta lógica de consumo refuerza la idea de que el valor personal está vinculado a la apariencia y al acceso a determinados bienes materiales, lo que puede generar exclusión social y afectaciones psicológicas. Otro hallazgo clave es la paradoja del acceso a la información. A pesar de que las personas tienen más conocimiento sobre los efectos negativos de ciertos productos y prácticas de consumo, se enfrentan a una mayor fragmentación ideológica y emocional. Se observa una sociedad más informada, pero también más inestable; más adulta en términos de decisiones de consumo, pero más dependiente de las modas y tendencias externas.

La belleza se ha convertido en un valor superior a la salud, el dinero prima sobre la ostentación, la sexualidad se prefiere al amor y la interacción virtual sustituye a la amistad genuina (Bauman, 2000). Vivimos en una era caracterizada por la velocidad, la inestabilidad y la inmediatez. La información es omnipresente, pero carece de profundidad; el entretenimiento se impone sobre el conocimiento crítico; la publicidad domina la percepción de la realidad, y el placer inmediato se antepone a la responsabilidad y la reflexión (Lipovetsky, 2017). La moda, como parte de este sistema, opera bajo la lógica de la obsolescencia programada, donde lo que hoy es tendencia mañana es descartable. Esta dinámica genera una sensación de insatisfacción permanente que alimenta el ciclo de consumo.

Además, la influencia de los medios de comunicación ha evolucionado hasta convertirse en una de las principales fuentes de socialización y transmisión de valores culturales. La información mediática ha desplazado, en muchos casos, el papel que antes desempeñaban la tradición, la religión y la moral en la configuración de la identidad y los valores personales. Nietzsche (1887) lo concebía como "la moralidad de las costumbres", una domesticación de los individuos a través de mecanismos de control social que, en la actualidad, se manifiestan en la mercantilización del cuerpo y la estética.

Finalmente, podemos concluir que la sociedad actual está marcada por la liquidez, la inconsistencia y la fugacidad. Siguiendo la teoría de Bauman (2007), la modernidad líquida se traduce en cambios constantes que impiden la consolidación de hábitos y costumbres estables. La moda es un reflejo de esta realidad: efímera, cambiante y, en muchos casos, carente de sentido trascendental. Sin embargo, este mismo fenómeno abre la puerta a la posibilidad de replantear nuestras prácticas de consumo y fomentar una relación más consciente y sostenible con la moda, priorizando el bienestar individual y colectivo sobre la presión social por seguir tendencias pasajeras.

## REFERENCIAS

- Barnard, M. (2014). *Fashion as communication*. Routledge.  
Barthes, R. (1983). *El sistema de la moda*. Siglo XXI Editores.  
Baudrillard, J. (1970). *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras*. Siglo XXI Editores.  
Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press.

- Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica.
- Beck, U. (1992). Risk society: Towards a new modernity. SAGE Publications.
- Black, S. (2012). The sustainable fashion handbook. Thames & Hudson.
- Bourdieu, P. (1984). Distinction: A social critique of the judgement of taste. Harvard University Press.
- Bunge, M. (2002). Ciencia, técnica y desarrollo. Editorial Sudamericana.
- Elliott, A. (2019). The Culture of AI: Everyday Life and the Digital Revolution. Routledge.
- Entwistle, J. (2000). The fashioned body: Fashion, dress and modern social theory. Polity Press.
- Fletcher, K. (2019). Sustainable fashion and textiles: Design journeys. Routledge.
- Fletcher, K., & Tham, M. (2019). Earth Logic: Fashion Action Research Plan. The J J Charitable Trust.
- Giddens, A. (1991). Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Stanford University Press
- Giddens, A. (1999). Runaway world: How globalization is reshaping our lives. Routledge.
- Grogan, S. (2016). Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children. Routledge.
- Kaiser, S. B. (2012). Fashion and cultural studies. Bloomsbury Publishing.
- Latour, B. (1993). We have never been modern. Harvard University Press.
- Lipovetsky, G. (1990). El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas. Editorial Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2017). De la ligereza: Hacia una civilización de lo ligero. Anagrama.
- Martínez, E. (2001). Historia y evolución de la relación sociedad-naturaleza. Editorial Universitaria.
- Mayo Clinic. (2021). Tight clothing and health concerns. Mayo Clinic Health Information.
- Nietzsche, F. (1887). Genealogía de la moral. Editorial Austral.
- OMS (2020). Mental Health and Wellbeing: Challenges of the 21st Century. World Health Organization.
- Rocamora, A. (2011). Fashioning the city: Paris, fashion and the media. Bloomsbury Publishing.
- Rodgers, R. F., & DuBois, R. H. (2019). Fashion, Appearance, and Eating Disorders. Cambridge University Press.
- Sibilia, P. (2005). El hombre postorgánico: Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales. Fondo de Cultura Económica.
- Simmel, G. (1904). Fashion. International Quarterly, 10, 130-155.
- Steele, V. (2001). The Corset: A Cultural History. Yale University Press.
- Yung, M. S., Fung, K. Y., & Li, W. K. (2017). High-Heeled Shoes and Their Effect on the Biomechanics and Neuromuscular Control of Human Movement: A Review. Journal of Biomechanics, 60, 217-226.