BAJO EL VOLCÁN. REVISTA DEL POSGRADO DE SOCIOLOGÍA. BUAP
Año 7, Número 14, mayo - octubre de 2026.

Pensar la moda en clave juvenil: experiencias juveniles en la industria de la moda en la Ciudad de México

Thinking About Fashion Through a Youthful Lens: Youth Experiences in the Fashion Industry in Mexico City

Angela Rivera Martínez[2]
UAM-Xochimilco / ENAH, Ciudad de México, México
ORCID: https://orcid.org/0009-0000-3304-0808
angelariveramartinez@gmail.com

Recibido: 12/11/2025
Aceptado: 24/03/2026

Resumen

En los últimos años, la industria de la moda en México ha incorporado discursos que apelan a la diversidad corporal y a reconfiguración de una idea de belleza canónica. Promoviendo nuevas formas de representación dentro del campo, se apunta hacia desestabilizar normatividades referidas a dichos estándares en México. Este artículo analiza cómo estas transformaciones son experimentadas por jóvenes que participan en la industria de la moda

[2] Posdoctorante de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco. Doctora en Antropología social por la Escuela Nacional de Antropología e Historia.

CC BY NC SA

en la Ciudad de México. A partir de un trabajo etnográfico que incluyó entrevistas con modelos y otros actores vinculados a la industria, así como observación en distintos espacios de producción de moda, se examinan las problemáticas laborales, las expectativas corporales y las condiciones de trabajo que estructuran el ámbito subjetivo de las y los jóvenes. El análisis muestra que, si bien estos discursos amplían ciertas posibilidades de representación corporal, también coexisten con dinámicas persistentes de precariedad laboral y con exigencias estéticas específicas que configuran las experiencias y subjetividades juveniles dentro de la industria de la moda.
Palabras clave: Industria de la moda, juventudes, trabajo, experiencia juvenil, precariedad.

Abstract

In recent years, the fashion industry in Mexico has embraced discourses that advocate for body diversity and the redefinition of canonical beauty standards. By promoting new forms of representation within the field, the industry aims to challenge the norms associated with these standards in Mexico. This article analyzes how these transformations are experienced by young people involved in the fashion industry in Mexico City. Based on ethnographic research that included interviews with models and other industry professionals, as well as observation in various fashion production settings, the study examines the labor issues, body expectations, and working conditions that shape the subjective experiences of these young people. The analysis shows that, while these discourses expand certain possibilities for body representation, they also coexist with persistent dynamics of job precariousness and specific aesthetic demands that shape young people's experiences and subjectivities within the fashion industry.
Keywords: Fashion industry, youth, work, youth experience, precariousness.

Introducción. Pensar las juventudes y la moda más allá de las estéticas

En los últimos años, la industria de la moda en México ha incorporado discursos que integran la diversidad corporal en distintas

claves, promoviendo una aparente ampliación de las formas de representación dentro del campo de la moda y el modelaje. Sin embargo, estas transformaciones discursivas no necesariamente implican cambios equivalentes en las condiciones de trabajo ni en las jerarquías corporales que se establecen al interior de la industria y su adjunta proyección sociocultural. A partir de un trabajo etnográfico con jóvenes que participan en la industria de la moda en la Ciudad de México, en este artículo analizo cómo estos procesos son experimentados y significados por quienes buscan insertarse laboralmente en este campo. El argumento central es que, si bien la apertura hacia nuevos repertorios de representación amplía ciertas posibilidades de visibilidad, también convive con dinámicas persistentes de precariedad laboral que configuran las posibilidades de trabajo y las subjetividades juveniles.

¿Por qué estudiar moda y juventudes? Es una de las preguntas que, luego de algunos breves años trabajando sobre estos conceptos, puedo hacerme. Las transformaciones que pude rastrear desde el año 2016 en la industria de la moda en México, que apuestan por desarticular las representaciones tradicionales en torno a la belleza y a la blanquitud (Echeverria, 2010), han generado diversas experiencias y posiciones al respecto; mi interés ha estado centrado en comprender a las juventudes y su rol dentro de la industria de la moda, específicamente, desde la experiencia en el modelaje a la luz de las categorías de corporalidad, racialidad y precariedad.

La desarticulación de algunas nociones sobre normatividades corporales al interior de la industria de la moda en México me ha llevado a reflexionar sobre este fenómeno (que también tiene sus raíces en estrategias internacionales en la industria[3]) y sus relaciones entre el trabajo y el desplazamiento de ciertas representa-

[3] El fenómeno de la "diversidad" como tópico en la industria de la moda tiene una larga data, ha sido registrado bajo distintos nombres y explorado por autores clásicos en el campo como Lipovetsky (2013) hasta investigaciones contemporáneas que dan seguimientos a dicha estrategia de marketing (Maioli, 2006; Rivera, 2022)

ciones. Me ha parecido de suma relevancia intentar profundizar en las experiencias juveniles que encarnan dichos desplazamientos, en vidas que están insertas en la condición juvenil (Urteaga, 2011), entendida ésta como los diferentes condicionantes estructurales (género, etnicidad, ubicación geográfica, clase, entre otros) que se confrontan con la propia agencia de las juventudes.

Sin embargo, otras de las preguntas que aparecen es qué está pasando y cómo está movilizando dichos diferenciadores, mientras aumenta la representación mediática; en este sentido, es donde aparece la precarización como un proceso transversal que se experimenta a través del cuerpo, a través de la vida y a través de las diferentes experiencias que están atravesando las y los jóvenes que trabajan al interior de la industria de la moda, sin excepción ni distinción de otros segmentos juveniles.

A partir de este contexto, el artículo se pregunta cómo los jóvenes que participan en la industria de la moda en la Ciudad de México experimentan y significan las transformaciones recientes en torno a la representación corporal y las oportunidades laborales. El objetivo es analizar cómo estas dinámicas que se generan en la industria producen experiencias juveniles y formas específicas de subjetividad dentro del campo de la moda en México.

Este artículo se ordena presentando, en un primer momento, algunos antecedentes conceptuales que orientan el análisis, posteriormente un estado del arte producido por expertos y expertas en el campo de la moda, para continuar con algunos elementos a discutir expuestos a partir de los ejes de: trabajo y precariedad; representación y racialidad; además de cuerpo y subjetividades, para finalizar con algunas reflexiones de cierre.

1. Ejes conceptuales para situar la investigación

El campo de la moda como fenómeno de estudio, no ha sostenido una continuidad desde los estudios de la juventud, como también se

ha rastreado respecto de los que vinculan el cuerpo como categoría con las juventudes (Saa, 2014; Rey y Selva, 2012). En este caso, la articulación de ambos campos ha sido clave para ir colaborando en disminuir aquellos vacíos. Si bien la moda, en su dimensión estética, pudo tener una salida desde los estudios de las culturas juveniles y/o subculturas espectaculares (Hebdige, 2004), no ha sido atendida como fenómeno en sí mismo y tampoco desde los engranajes materiales que implica su funcionamiento y sus extensiones hacia las juventudes en su amplio significado y alcance

Los estudios de juventud desde una perspectiva sociocultural son la columna de esta investigación. En los diferentes momentos de trabajo de campo en la industria de la moda he podido corroborar que es una industria profundamente juvenilizada, además de contar con muchas y muchos trabajadores jóvenes. Aquello implica una serie de relaciones de poder, la circulación de diferentes mecanismos y estrategias, en clave "industria". Estos elementos requieren de un marco interpretativo que provea de las suficientes herramientas para entender a las juventudes y la condición juvenil desde la complejidad y no únicamente como una etapa vital, ni a un rango etario, ni a determinados condicionantes biológicos que remiten a que son personas que están "en proceso" o tránsito hacia ser adultos (Urteaga, 2011).

Articuladas a dicha perspectiva y construcción relacional de la juventud, la categoría de racialidad, en donde retomo perspectivas de Santana y Ramírez (2024) y Grosfoguel (2006) ha fungido como uno de los ejes claves para comprender cómo está operando estas transformaciones al interior de la industria de la moda. La racialidad es entendida como proceso de corporización que posibilita el ejercicio de ciertos mecanismos poder, es contextual y se adapta en cada sociedad y espacio social (Santana y Ramírez, 2024) y, por lo tanto, en la industria de la moda adquiere matices propios del contexto, que serán comentados en apartados posteriores.

Por otra parte, las perspectivas críticas sobre la moda como fenómeno han mostrado que este ámbito no puede comprenderse únicamente como un espacio de producción estética o de consumo

cultural, sino como un campo social donde se articulan relaciones económicas, simbólicas y corporales (Entwistle, 2002; Saulquin, 2015). Retomando estas perspectivas, la moda opera como un sistema que produce jerarquías estéticas y no es solo simbólico; involucra a una diversidad de actores que participan en la producción, circulación y valoración de estilos (Entwistle, 2002). De este modo, analizar la moda como campo social permite observar cómo determinados cuerpos, trayectorias y experiencias adquieren valor dentro de la industria, al mismo tiempo que otros quedan fuera de los márgenes.

Esta investigación también dialoga con trabajos que han analizado la relación entre juventudes y trabajo en contextos marcados por la flexibilización laboral y la expansión de economías culturales que surgen bajo ese modelo. Diversos autores han señalado que muchos sectores asociados a las industrias creativas ofrecen a los jóvenes oportunidades de visibilidad, reconocimiento y movilidad simbólica, pero también se caracterizan por condiciones laborales inestables, altamente competitivas y frecuentemente precarizadas (McRobbie, 2007; 2016). En este sentido, la inserción juvenil en campos como la moda suele implicar la negociación constante entre aspiraciones, capital corporal y trayectorias laborales inciertas, más aún en el contexto latinoamericano.

La precarización juvenil como un proceso estructural se aborda desde perspectivas que deslocalizan la idea de la precariedad del ámbito laboral y lo ubican en el ámbito de lo vital (Butler, 2009; Santos y Muñoz, 2017; Lorey, 2016). Lo particular de esta noción es pensar que no solamente nos encontramos precarizados en lo que remite a lo laboral, material y económico, sino que la precarización se presenta como un elemento que aborda todas nuestras capas de existencia, la manera en que articulamos nuestra vida, cómo distribuimos el tiempo y en la dificultad de construir nociones de futuro, dada la fuerza de las violencias estructurales.

Es así como para comprender cómo estas dinámicas son vividas y significadas por los actores involucrados, retomo perspectivas que ubican la atención en los procesos de producción de subjetividad. Desde este enfoque, las experiencias y las expectativas

corporales no se entienden únicamente como efectos de estructuras económicas o institucionales, sino también como procesos a través de los cuales los individuos interpretan, incorporan y negocian las normas y valores que organizan un determinado campo social (Foucault, 2008). En el caso de la industria de la moda, esto implica analizar cómo los jóvenes generan elaboraciones sobre su propio cuerpo, sus oportunidades en la industria y como ésta modela sus horizontes profesionales dentro de un entorno caracterizado por la visibilidad y el revés de la precariedad.

2. Metodología

La investigación se basa en un trabajo etnográfico realizado durante el año 2025 que incluyó ocho entrevistas semiestructuradas con jóvenes modelos, fotógrafos y agentes vinculados a la industria de la moda en la Ciudad de México. Las entrevistas se complementaron con observación en sesiones fotográficas y eventos relacionados con la industria de la moda, como talleres de modelaje y pasarelas.

La investigación está situada desde enfoque etnográfico y cualitativo el cual se ha planteado a partir de tres fases. La primera consistió en producción del estado del arte, apostando por construir un "estado del arte vivo" dada las particularidades de este campo de investigación que refieren, principalmente, a que muchos de los trabajos que tienen suficiente profundidad, rigor y/o estructura no están necesariamente publicados en "las vías tradicionales académicas", entendidas como tesis o artículos. De este modo, lo que se presenta es una reconstrucción narrativa del campo a partir de agentes consultados, expertos y expertas, en el área.

Como segunda fase, se presenta el trabajo de campo con los modelos en contextos laborales y también recreativos, en donde se están utilizando entrevistas semi estructuradas y etnografías conectivas (Hine, 2004) que refieren a una propuesta de trabajo que consiste en la articulación de los datos producidos tanto en espa-

cios presenciales como en plataformas digitales. Y, finalmente, en una lógica de simultaneidad de acuerdo al enfoque etnográfico de la presente investigación, se da el proceso de análisis y la sistematización, en donde el componente que se destaca en términos epistémicos es omitir generalidades y, más bien, pensar la investigación como un puente que colabora en construir y producir un contexto denso que, aún se encuentra poco explorado en México, campo que por diversas razones cuenta con poca continuidad, más que con una carencia de producción[4]. De este modo me propongo presentar una industria situada en la Ciudad de México para poder dar cuenta de experiencias y discursos particulares en clave juvenil.

3. Un trazado de la moda en México

Para la producción de un contexto denso, se ha decidido explorar una estrategia complementaria, comentada en el apartado metodológico de este artículo. Su fundamento, más allá de los elementos metodológicos y epistémicos, también refiere a una necesidad por profundizar, desde las voces críticas e implicadas con el quehacer de la moda y todos sus elementos, en narrativas actualizadas y situadas en el México contemporáneo. Por esta razón, se implementó este formato, en donde fue posible extender la investigación hasta historiadoras, periodistas y personas del mundo del arte y

[4] He tenido la posibilidad de acceder a datos producidos por Dennys Meza, tesista de la carrera de antropología en la UNAM, quien ha podido identificar que las producciones académicas relacionadas como "moda" sí existen en los repositorios universitarios, sin embargo, los trabajos ubicados desde la antropología y sociología son considerablemente menores respecto de investigaciones situadas desde las relaciones internacionales y la comunicación, marcando con ello enfoques más instrumentales acercándose a perspectivas de "negocios" y/o únicamente semióticos, perdiendo continuidad en el área de investigación social.

la gestión cultural. De esta forma, y con el objetivo de responder la pregunta: Estudios de moda en México ¿existen?, presento una aproximación a esta interrogante y su alcance hasta las juventudes como parte de los engranajes de la industria en México. Comento y abro con esta cita de uno de los entrevistados a quién le pregunto:

> [¿Hay estudios de moda en México?] No. Pienso que es un tema paradójicamente muy nuevo. Hay un personaje muy importante que ha tenido una lucha, que se ha ocupado de este tema, que es Anne Elena Mallet. Se le debe mucho el rescate de personajes, de colecciones mismas, de encontrar en el diseño y la moda un campo de estudio importantísimo. En México no hay muchas personas que se dediquen a estudiar la moda. Hay algunos que se han dedicado a estudiar la moda desde el punto de vista histórico.
> *Renato, Conservador y restaurador de vestuario y arte; 2025*

La respuesta del entrevistado da cuenta de una constante en estas indagaciones: hay una serie de tensiones, de vacíos y sobre todo de ausencias respecto al campo de la investigación en moda, en donde empiezan a aparecer personas "clave" que han sido y son relevantes a la par de ciertas iniciativas que se van conformando para dar respuesta poco a poco a esta pregunta.

Más allá de ubicar a ciertas figuras, otros relatos también sitúan la moda como un eje relevante para pensar en lo social a partir de la indumentaria, el consumo, las identidades culturales, entre otros temas que convocan a las ciencias sociales. La entrevistada me dice:

> Cuando todas empezamos una tesis que se vincula con la indumentaria y las modas, decimos "es un campo poco conocido" no es cierto. Es un campo que no se ha trabajado, no es cierto. Se ha trabajado un montón. Pero no está articulado, no está reconocido y tiene que ver con muchas dinámicas de cómo está valorado el conocimiento dentro de las instituciones de producción académica o de investigación que piensan que son temas frívolos […] Desde los inicios, sí se ve como

> un fenómeno importante pero no es algo que se trabaje de manera…no que no se trabaje, que se reconozca como un objeto de estudio legítimo. *Claudia, académica e investigadora; 2025*

De este modo, se logran cristalizar no solo ausencias sino, más bien, continuidades sobre todo en el territorio académico. Las respuestas que las y los entrevistados comparten ante tal escenario es referido a distintos aspectos de lo formativo y productivo, entre otros ejes en clave de industria. Lo que se logró identificar es que guarda relación, además, con cómo se están formando a las personas que estudian moda, entendida como Diseño de moda, quienes carecen de formación en campos que los aproximen a la investigación. Entonces, por esta parte, otro de los entrevistados expresa:

> Hay que considerar que las universidades dan un tipo de diseño de moda que está enfocado a la industria que tampoco es muy fuerte la parte y la carga histórica. Ahí podemos rescatar a un diseñador en activo que además es profesor en la Universidad Iberoamericana que es Guillermo de León que hace su tesis de maestría sobre industrias mexicanas en la Universidad Centro. Una tesis muy importante que, por supuesto tiene lagunas que requiere de actualizaciones, pero es un ejercicio también muy importante de...poner en el panorama a estos grandes diseñadores del siglo XX que dan pie a lo que hoy es México en la moda, ¿no? México, contemporáneo. Creo que falta interés, creo que falta... faltan acervos, creo que faltan archivos, creo que faltan... personas que puedan diversificar el estudio de la moda y mucho más de la moda contemporánea. *Renato; 2025*

Sin embargo, ante tales vacíos, también comienzan a aparecer algunas iniciativas en específico que han colaborado en acotar la brecha entre los territorios académicos, de producción situada y la moda. Más de uno de los especialistas consultados refiere a los aportes del seminario Caleidoscopio y, específicamente, a algunas investigado-

ras del Seminario de Estudios sobre Indumentarias y Modas del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM (SEIM), se señala:

> Creo que los aportes de Cinthia Gómez, de Naomi Zaragoza, de Claudia Tania Rivera, son fundamentales y realmente espero que tengan una salida con mayor público, porque son investigaciones importantes y muy bien planteadas. Y sí, o sea, hizo que muchos de estos trabajos salieran a la luz [El seminario Caleidoscopio]. A mí me obligó a escribir muchos de mis descubrimientos. Y también, el debate, la discusión me obligó a mejorar mis métodos de argumentación, la teoría que leía. A tomarme más en serio lo que es la academia, aprender a citar. O sea, para mí fue una iniciativa que transformó para bien los estudios en moda. […] No es poca cosa que se haya hecho. Y no es poca cosa que se le haya pagado a los ponentes. Porque yo recibí pago y fue un pago completo. Me parece una tristeza que haya acabado... *Carlos, periodista e investigador; 2025*

Resulta relevante el dato que señala al final el entrevistado respecto de los pagos. Su relevancia está dada porque es de conocimiento general entre quienes trabajan en la industria de la moda, que los pagos suelen ser escasos, o darse en periodos muy extensos, de este modo, rompe la continuidad de las iniciativas que se alojan en los mecanismos de circulación de los capitales económicos al interior de la industria. El seminario Caleidoscopio se mantuvo dentro de márgenes que, a la mayoría de sus participantes les parecían bastante éticos en términos de pago, considerando que es una industria que lleva por segundo nombre "*freelance*", es decir, un régimen de trabajos por proyectos, por honorarios o por períodos cortos y los pagos muchas veces se puede llegar a tardar alrededor de seis meses dependiendo de muchos factores, entre ellos, si quien contrata es un proveedor internacional o de "alto rango" en la industria para diferentes tipos de trabajo.

Por otro lado, aquellos tópicos que tiene relación con el desplazamiento de las representaciones, mencionado en aparatados

previos, es una idea que empieza a aparecer en los diferentes entrevistados y entrevistadas. Se identifica una propuesta discursiva sobre la identidad o identidades culturales, en donde el diálogo entre las lógicas de propiedad (y apropiación) y la circulación de dichos productos culturales invita a pensar en ámbitos económicos, así como también en cuáles son las lógicas detrás del pensamiento centro-periferia expuesto en diversos casos (Martínez, 2017). El entrevistado señala:

> Hay una tensión entre nosotros mismos, entre el cómo nos presentamos entre nosotros, cómo nos presentamos hacia los demás. Es un tema muy complejo. Pienso que la moda ha sido un buen derrotero donde se llevan todas estas ideas. Porque finalmente sal a la calle ¿quién va vestido de manera folclórica? Muy a pesar de varios académicos, México es un país occidental. […] cuando ves muchos de nuestros bordados típicos, son de Medio Oriente o son chinos o son austrohúngaros. O sea, mi anécdota favorita es que lo que Carla Fernández y Marta Turok llaman bordado de puntada alzada. Cuando le pregunté unas artesanas Chiapanecas [por la puntada] me dijeron, ah sí "el nudo francés". *Carlos, 2025.*

Este comentario, que más allá de lo anecdótico que comenta el entrevistado, da cuenta de las tensiones y de las diferentes disputas que hay al interior de la industria de la moda. Disputas por propiedad intelectual, por apropiación y todas las consecuencias económico-político-culturales que traen, no sólo para la industria, sino también para las comunidades que trabajan en conjunto o para determinadas diseñadoras y diseñadores. Al respecto Martínez (2017) reflexiona sobre la estructura del sistema de la moda y las implicaciones que eso tiene para lo que se produce en México:

> Uno de los argumentos que se ha usado en el marco teórico de la moda y que ha sido abordado a lo largo de este trabajo como una referencia y punto de partida, es la idea de que el sistema de la moda necesita un lugar particular dentro de culturas es-

> pecíficas, las cuales han pasado por cambios sociales e industriales, puesto que esto las hace más democráticas. Esta teoría es en muchos aspectos defectuosa, ya que ¨no toma en cuenta la circulación de los cambios de los códigos y los registros estilísticos en ¨países en desarrollo" (Craik, 1994, pág.4). Además, esta noción perpetúa la idea de que la moda como fenómeno social solo puede ser producto de los países desarrollados y su filosofía y cultura, reforzando de nuevo el discurso colonial de la diferenciación de lo civilizado y lo incivilizado. (p. 48)

Lo importante de señalar esta ruta de pensamiento para un tema tan bullado en los últimos tiempos, es reflexionar cuáles son los límites, no únicamente de la apropiación, sino del pensamiento racializado, encontrando una expresión material, en la producción de un neo-fetichismo respecto de las comunidades y sus expresiones culturales.[5]

¿Qué encontramos al pensar en estudios de moda en México?

La pregunta por los estudios de moda en México nos lleva a un panorama diverso y complejo, que se puede desglosar en diferentes ejes de producción tanto narrativa como académica. Encontramos un **primer eje** histórico que se relaciona con el periodismo de moda entre las décadas de 1980 y 2000. Este primer corpus, a menudo visto como algo secundario en comparación con la academia formal, es en realidad fundamental para entender cómo la moda empezó a ser abordada desde una perspectiva cultural y social en México. Luego, surge un segundo momento, posterior al año 2000, que algunos han llamado "periodismo crítico de moda". Este periodo se caracteriza no solo por una mayor producción y organización en la creación de contenidos, sino también por el esfuerzo de posicionar

[5] Si bien la apropiación y los temas que derivan de la misma no son el motivo de esta investigación ni de este artículo, la reiteración de este tópico entre las personas entrevistadas y los temas ocurridos en los últimos tiempos (como el caso del diseñador Willy Chavarría y la sandalia "Oaxaca Slip-on") hacían necesaria su mención. Espero poder desarrollar con mayor profundidad estos temas en posteriores trabajos.

la moda como un objeto de análisis cultural, estético y económico, en conexión con procesos sociales más amplios.

En un **segundo eje**, encontramos los espacios académicos propiamente dichos. Aquí destacan el ya citado SEIM de la UNAM y el Seminario Caleidoscopio, este último con cinco ediciones llevadas a cabo en el Museo Universitario del Chopo, museo que funciona como un polo cultural con un importante lugar en la conexión entre arte, cultura popular y moda, en este caso. La última edición del seminario Caleidoscopio, que tuvo lugar en 2023 y su continuidad es incierta, sin embargo, se espera que las ponencias y trabajos realizados para dicha instancia sean publicados, de acuerdo con lo expresado por el coordinador del Seminario, Omar Cruz García, entrevistado para esta investigación. A pesar de ser limitados en número, estos espacios han sido esenciales para consolidar un campo emergente y para dar visibilidad a la moda como un objeto legítimo de estudio dentro de las ciencias sociales y humanidades.

Un **tercer eje**, que está en sus primeras etapas, refiere a las iniciativas independientes y semi-escolarizadas que han surgido en los últimos años. Estas se organizan principalmente a través de plataformas digitales, especialmente Instagram, consisten en talleres, cursos y seminarios dirigidos por expertos y expertas en el campo. Ejemplos relevantes de ello, incluyen a las cuentas de *Historia y moda, Culturas de moda, Taller Fashion Development, Semanario de moda*, entre otros. Estos espacios no institucionalizados configuran un campo heterogéneo, con diferentes niveles de rigurosidad y profundidad, pero con una fuerte capacidad de circulación, de producción y convergencia de públicos interesados en la moda.

En síntesis, estos tres ejes ayudan a entender la diversidad de la producción sobre moda en México, que varía entre lo periodístico, lo académico y lo independiente. Sin embargo, lo que se mantiene ausente —y constituye una deuda teórica y metodológica— es la incorporación de las juventudes tanto como categoría analítica como en su condición de sujetos agentes dentro de la industria (más allá del fenómeno estético que han representado en determinadas épocas). Este vacío es particularmente significativo

si consideramos que la moda en México es un campo profundamente juvenilizado, como lo muestran tanto las dinámicas laborales como las trayectorias de las y los jóvenes que la habitan. En el siguiente apartado se revisará algunos de estos elementos.

4. Encarnar la moda en clave juvenil

Detenerse en este campo resulta relevante por varias razones. En el transcurso de la investigación, uno de los aspectos más evidentes ha sido constatar que la industria de la moda se configura como un espacio profundamente juvenilizado[6]. Este rasgo no se refiere únicamente a la edad de quienes participan en ella, sino también a un conjunto de valores, expectativas y disposiciones que organizan las formas de trabajo y las trayectorias dentro del campo. En este sentido, la juventud puede entenderse como una tecnología (Foucault, 2008) que modela determinadas subjetividades contemporáneas, promoviendo modos específicos de ser joven asociados a la creatividad, la productividad y la flexibilidad. Desde una perspectiva cercana a los estudios sobre gubernamentalidad, estos procesos operan como tecnologías que sitúan a la juventud como un principio ordenador en escalas corporales, subjetivas y sociales. Estas condiciones se vuelven particularmente visibles cuando nos detenemos a observar quiénes encarnan materialmente estas dinámicas dentro de la industria.

La gran mayoría de los modelos de moda (Soley-Beltran, 2015) son jóvenes que tienen, de base, quince o dieciséis años,

[6] La conceptualización de "tecnologías de la juventud" pude explorarla de forma más profunda en la investigación que desarrollé para la tesis doctoral en donde planteo que la juventud opera como una tecnología corporal siguiendo los planteamientos de Foucault y De Lauretis. Dicha investigación se encuentra en proceso editorial para ser publicada durante el año 2026.

siendo posible encontrar modelos de hasta veinticinco años aproximadamente. Si bien este indicador está pensado en este caso como un marcador, habla de donde se sitúan, en términos de experiencia generacional, las y los modelos en la industria. Este dato ha sido crucial para entender muchas de las dinámicas que se establecen en su trabajo, específicamente, las que refieren a particularidades en su quehacer, como las negociaciones a las que se llegan respecto de pagos, hasta vulnerabilidades que han motivado el establecimiento sobre ciertos estándares de protección internacional ante una labor desarrollada por personas jóvenes[7]. De este modo, en este apartado se profundizará en las experiencias de modelos a partir de tres ejes, comenzando por el trabajo y las precariedades, continuando con racialidad y representación, para finalizar con breves reflexiones sobre corporalidad y subjetividad.

5. Trabajo y precariedades

Uno de los pilares del trabajo de modelo, en términos económicos y funcionales a la industria, es el trabajo impago. Si bien este elemento puede tener algunas salvedades, en términos generales, existe un periodo que suele darse al inicio de sus carreras, en donde el trabajo se desarrolla por intercambio o, básicamente, como una forma de "agradecimiento" simbólico, por dar a conocer a un o a una modelo que su carrera apenas está despegando, aspectos documentados por McRobbie (2016) sobre el trabajo creativo. Luego de aquel periodo de exposición, los pagos son más visibles y los mecanismos de selección y casting presentan los presupuestos, en su mayoría, por

[7] Nota que comenta sobre la decisión de algunas marcas de relevancia internacional de no trabajar con modelos que tengan menos de 18 años. Consultar aquí: https://cnnespanol.cnn.com/2019/05/16/modelos-menores-de-18-anos-grandes-casas-de-moda-prohiben

lo tanto, para quienes progresivamente se integran en la industria, comprenden también estos mecanismos como parte del tránsito hacia consolidarse. Parte de estas prácticas han sido posible de identificar gracias a investigaciones previas (Rivera, 2022), sin embargo, lo particular de ello ha sido constatar que, a pesar del paso de los años, dichos mecanismos se siguen conservando en una industria que mueve grandes capitales económicos transformándose prácticamente en una paradoja ético-económica el hecho de la existencia de trabajos impagos o de poco capital económico.

Ahora bien, al pensar estos elementos en clave de precariedad, es posible identificar como la dimensión económica desborda los límites que puede tener para las y los jóvenes que ejercen este tipo de trabajo en los mercados creativos y/o "sector cultural" comprendidas como las actividades de diseño y servicios creativos (INEGI, 2023). Si bien los y las modelos no están propiamente en este segmento, no obstante, la moda sí, las exigencias que se les solicitan no distan demasiado del *ethos* precario que abraza a las juventudes (Santos y Muñoz, 2017); lo que sí se distancia es el deseo de pertenencia: no todo trabajo es tan deseado como aquellos que implican cierto grado de prestigio o glamour (McRobbie, 2016). Marcela, modelo perteneciente a la agencia "Güerxs", comenta lo siguiente:

> Para empezar en la moda… siento que si tú estás en la industria y haces moda constantemente y te posiciones a través de la moda es porque tienes recursos, porque la moda realmente no te paga, la moda no es algo redituable ni donde tú puedas hacerte de recursos o crecer económicamente, pienso que la moda sí es un lujo. Si tú estás en la industria y te mantienes a través de la moda es porque eres alguien que tiene los recursos para poder solo percibir porque realmente a veces ni te pagan, ¿no? Justo yo ese día conocí a J.F (modelo que estaba iniciando) … En ese momento la conocí y ella era más pequeña que yo y recuerdo que estaba muy emocionada de entrar a la pasarela y a ella no le pagaron me acuerdo perfecto que me preguntó "¿te van a pagar por

> esto?" y yo "sí" y ella como de que "a mí no me van a pagar" pero a ella no le importaba eso porque era un sueño. *Marcela, Modelo agenciada; 2025*

Como el modelar está revestido de un fuerte deseo de pertenencia, quienes se insertan en este campo suelen interpretar la visibilidad y la experiencia acumulada como parte de la recompensa simbólica del trabajo. La dimensión económica del trabajo de los modelos está en una zona gris, carente de regulaciones a pesar de estar categorizado en el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO) y, tal como comenta Marcela, muchas personas que trabajan en la industria de la moda, que no solo se dedican al modelaje sino también al diseño, a la fotografía, le es posible porque están provistos de ciertos capitales que favorecen el poder sostener esta posición como modelo al interior de la industria o también, porque ciertas condiciones vitales vinculadas a una noción de "juventud" les permiten ser sostenidos, con grados relativos de autonomía (Brito, 1998), a las economías de algún tipo de estructura familiar[8].

Los "casos de éxito" en la industria son un porcentaje muy reducido, más bien la constante entre modelos es ceñirse a una tasa de recambio muy alta y por lo tanto es muy difícil que se puedan sostener del trabajo como modelos. Tal como señala Lorey (2016) es posible ver cómo los procesos de precarización son la regla, más que la excepción. La precariedad, como el efecto que deviene de la condición precaria, adquiere reveces que comienzan con la compleja dinámica de los pagos, hasta tocar dimensiones más profundas y subjetivas.

[8] En este artículo no será posible exponer más al respecto, pero los datos producidos en campo arrojan que muchos de las y los jóvenes que se desempeñan como modelos y/o que poseen trabajos en la industria, cuentan con apoyos familiares ya sea económicos, de vivienda o alimentación. Por otra parte, muchos de ellos y ellas complementan con otros trabajos al interior de la industria, como maquillistas, styling, entre otros.

Pensar en proyecciones dentro de la industria los invita a dirigir sus carreras hacia el ámbito de la actuación u otras labores dentro de la cadena productiva de acuerdo con sus habilidades, en un territorio cada vez más competitivo que invita a disgregarse, más que a ubicar puntos de encuentro (Lorey, 2016). Actualmente, uno de los "desafíos" más complejos es competir con *influencers* dado que las marcas privilegian la cantidad de seguidores en redes sociales por el impacto publicitario que pueden tener, por sobre el "perfil" y las habilidades que tiene y/o representa un determinado modelo. La invitación es cruda y es posible de ubicar en los relatos: vivir el día a día dispuestos a los imprevistos, y a tener conocimiento de lo descartable que puede ser tu labor, mientras, por otra parte, ver su rostro en promocionales, portadas de revista y comerciales.

6. Representación y racialidad

La racialidad como categoría, deviene en una pieza fundamental para la comprensión del fenómeno de la ampliación de los perfiles. Se entiende por racialidad un sistema de clasificación y, por lo tanto, de corporización y diferenciación, que permite identificar la reproducción de jerarquías, y relaciones de poder basada en los "resabios" coloniales situadas desde una idea de raza y blanquitud, siguiendo a Grosfoguel (2006) y Echeverria (2010), que produce diferencias y desigualdades, y que, por lo tanto, aborda todas las dimensiones que se articulan a una noción cultural del "ser moreno" en México.

De este modo, el *quid* de este asunto está situado en las experiencias de las y los modelos de piel morena. Desde esta propuesta que implica ampliar los marcos de representación, algunos de las y los modelos han emergido como una suerte de "portavoces" de una "nueva" idea de belleza; cargan una etiqueta que las y los mismos modelos con los que me encuentro trabajando han calificado como instrumental, dado que los tratos que reciben quienes se apegan a

estos nuevos perfiles, en algunos casos, son notoriamente diferenciados respecto de otros modelos. Esta diferenciación no es más que la expresión material del racismo en un contexto excluyente como la industria de la moda, tal como se observa en otros espacios documentados por Santana y Ramírez (2024).

En este sentido, la racialización, como un proceso de inscripción corporal del ya citado sistema de clasificación explicado por Grosfoguel (2006), no sólo produce determinadas representaciones, sino que también define (en cierta medida) las posibilidades materiales de sostener una carrera, en este caso de estudio, delimitando quién puede permanecer y quién es desechable en función de su rol dentro de una cadena productiva profundamente racializada, de acuerdo con las experiencias de las y los modelos. Comenta Marcela:

> Entonces, pues todo bien hasta que en una pasarela -mi primera y última pasarela con Fashion Week-, desde que llegué me empezaron a tratar muy mal... yo soy muy bajita, pero en ese entonces yo era más bajita, o sea yo crecí, obviamente, como a mis 17 años. Ah claro porque era muy joven. Sí, yo era más chiquita, medía 1.58, pero en ese entonces yo creo que me veía mucho menos y era obviamente...si ahorita me percibo muy jovial, yo pienso que en ese entonces me veía muy bebé y muy pequeña y así, o sea me veía como alguien realmente muy joven. Yo creo que no tendría ni la mayoría de edad en ese momento. Me empezaron a tratar justo con muchas diferencias. Llegué, dejaron pasar a varias personas sin preguntarles nada. Y cuando yo iba pasar fue como ¿a qué vienes? ¿cómo te llamas? Y yo decía, es que vengo a modelar. Y el guardia fue ¿cómo? ¿modelar tú? Y yo me quedé como ¿sí? Y le hablé a María [agente], María bajó por mí. *Marcela, 2025.*

Este relato ilustra cómo la entrada a la industria de las y los modelos de piel morena, como se reconocen y autodenominan, se articula con una economía simbólica en la que la visibilidad y la

pertenencia pueden operar como formas de compensación frente a la ausencia de remuneración económica. En este marco, lo que se comienza a presentar, son imágenes que están dotadas de características que van modelando y construyendo una idea de "mexicanidad" anclada a una representación de la racialidad "unificada" como una extensión de lo que fue el proyecto del "mestizaje", que implicó una cortina de humo para el racismo (Iturriaga, 2020), que ellos mismos están corporizando. Estas transformaciones no se reflejan en las capas laborales de la industria, sino que más bien reproducen ciertas lógicas y formas de circulación del poder, tal como se señaló previamente. Desde la perspectiva de Marcela, esta categoría prolonga la idea de diversidad como un recurso estético, limitando su potencia transformadora a la extensión de una estrategia con un anclaje en el marketing, ella expresa:

> Yo pienso que el estándar que hay en la belleza mexicana debe de ampliarse mucho más. Sigue cayendo en la misma norma de belleza hegemónica, entonces pues no es una realidad, o sea, es otra vez una norma o si es como sí, sí veo a personas morenas y lo que tú quieras, pero no me encuentro ahí. No estoy culpando a las personas porque realmente existen, pero se sigue quedando en la norma, lo lindo, en lo que debería de ser, en lo agradable. No estoy diciendo que mi belleza sea rara o fea, porque algunas personas lo ven así, sino más bien que existen mil tipos de belleza y no pueden encajonar la belleza mexicana en eso porque eso no es la belleza mexicana. Es solamente un pequeño porcentaje de la real diversidad que existe. *Marcela; 2025*

Más que un episodio aislado, este tipo de experiencias revela cómo los procesos de racialización operan en niveles cotidianos dentro de la industria, delimitando quién es reconocido como modelo legítimo y quién es interpelado como una presencia fuera de lugar. De la mano de esta tendencia a la homogeneización viene la reproducción de las normativas corporales que ha sostenido la industria por muchos años tal como pudo observar Saa (2014) en su estudio

sobre el cuerpo juvenil en revistas. De tal modo que tanto los procesos de racialización, como los que están asociados a la precarización, operan en términos subjetivos y ontológicos, produciendo discursos que trazan el boceto de una industria (y por qué no una sociedad) inclusiva, que "está cambiando" bajo consignas que se limitan a tener efectos económicos y comerciales luego de utilizar el disfraz de la "transformación social".

7. Corporalidad y subjetividades

Los modos de ser (Foucault, 2007, 2008) y la producción de subjetividades juveniles en la contemporaneidad está modelada por diversos elementos, como condiciones estructurales, que se vuelven constitutivos de las experiencias de las y los jóvenes modelos. Estos condicionantes estructurales, por ejemplo, aquellos mencionados para definir la condición juvenil (Urteaga, 2011), se inscriben corporalmente, se materializan por medio de procesos relacionales de corporización. Tal como expone Butler (2012) el cuerpo, no es un cuerpo "a secas", tampoco es "el cuerpo aislado, difuso de la persona" como señala Le Breton (2024), sino una relación de lo humano con el mundo y lo social, siguiendo al mismo autor; una reiteración de normatividades y condicionantes sociales (Butler, 2012).

Bajo este entendimiento, estos conceptos son fundamentales para comprender ciertos procesos que se presentan en la industria de la moda y, en específico, en los modos de ser que va produciendo ésta. Aldo, modelo que ha trabajado en múltiples ámbitos, tanto de moda como publicidad, comenta una parte de sus experiencias en casting:

> Siempre va a haber una oportunidad para todos, no siempre te vas a quedar con el proyecto, que de mil que hagas uno va a ser para ti y hay que tener como esta madurez emocional de decir "es trabajo y ya". Pero es imposible que no te afec-

> te. Y por muy seguro que yo esté de mi físico y de mi talento y todo eso, ir a un casting siempre es degradar tu seguridad y reforzar tus inseguridades. *Aldo, Modelo agenciado; 2025*

Lo que comenta Aldo es una constante al trabajar con modelos: en este contexto, los castings operan como dispositivos de evaluación constante que no solo regulan el acceso al trabajo, sino también las formas en que los modelos perciben y gestionan su propio cuerpo. Las técnicas de autogobierno (Foucault, 2008) conducen una relación específica entre el espacio social y el sí mismo. Lorey (2016) expresará que individualmente, quien trabaja "se ve obligado a coproducirse a sí mismo a través de estas poderosas relaciones consigo mismo, al objeto de poder vender bien su fuerza de trabajo para poder vivir, para vivir cada vez mejor, es decir, para reducir la condición precaria." (p.41).

Contemplando la existencia y operación de estas técnicas, siguiendo la línea de Foucault retomada por Lorey, por otra parte, se encuentran formas de posicionarse ante ellas. Como pude rastrear en las investigaciones anteriores, no es que se desconozcan estos mecanismos y despliegues de poder, sino que, en el contexto del modelaje, se observan como una parte ineludible en donde se emplean diferentes tácticas para sobreponerse a ello. Aldo comenta:

> Yo simplemente trato de que no sea como una experiencia traumática y que no le pongas atención, es como ignorar, es como "sí, estoy yendo y estoy en un ambiente que es horrible pero no me va a afectar", ignorar lo que está pasando aquí y ya después sales y pues inevitablemente si te va bien dices como "ay que padre ¿no?, pero, aunque te vaya bien, yo he ido a miles que me va muy bien y no me contratan. *Aldo, 2025*

Este tipo de experiencias muestra cómo los procesos de evaluación corporal propios del campo de la moda no solo operan en términos laborales, sino también en la producción de inseguridades y tácticas que los propios modelos deben gestionar para sostener

su permanencia en la industria. Es posible ver cómo este trabajo, al igual que otros de orden más tradicional, alcanza otras capas de existencia que no solamente remiten a lo laboral, sino que además a esta noción de una precariedad que también atraviesa dimensiones de lo corporales, lo vital, como han señalado Butler (2009) y Lorey (2016), produciendo un tipo de subjetividad que se ancla en esas tácticas limitando las acciones, (por el temor a ser ubicado como "problemático") pero también dinamitando otras vías para construir diferentes nociones de futuro.

Sobre esta última línea me interesa detenerme para cerrar este apartado. Ante las diferentes imposibilidades que hoy se presentan para construir nociones de futuro desde las juventudes (Santos y Muñoz, 2017), se presentan con potencia algunas posiciones respecto del quehacer en torno a lo creativo y las posibilidades que ello puede tener para algunos segmentos. Las y los modelos se encuentran en un espacio con muchas restricciones laborales, su función está muy delimitada y no se espera que desborden las directrices que se les dan en este campo. Sin embargo, las narraciones exponen un poco más de las significaciones que tiene este tipo de labor. Marcela comenta:

> Con el paso de los años pues he creado muchas conexiones, me he mantenido también, creo que eso es algo muy importante que nunca he desistido de hacerlo. Darme cuenta de que es muy necesaria mi... no es como que yo sea necesaria en la industria, ¿no? Es muy necesaria mi presencia dentro de la industria porque causa mucha incomodidad y causa mucho conflicto y eso a mí me gusta porque pienso que, aunque sea por un momento, las personas se cuestionan muchas cosas más allá del común denominador que es "ay, pero ¿qué hace ella aquí?". *Marcela; 2025*

En diferentes narraciones y en ambientes que orbitan el quehacer de los y las modelos, la creatividad y el trabajo artístico surge como una vía alterna para sostenerse. Ha llamado mi

atención como se ha transitado de llamar "modelo" a llamar "talento" a quienes se desempeñan en esta labor, aspecto en el que repararé en próximos trabajos. Si bien la corporización de los discursos de turno implica la producción de ciertas subjetividades, es de relevancia no limitar a una lectura miope del simple etiquetaje o el cambio de una denominación, a los efectos que puede tener para elaborar otros discursos y formas de recomponer o disputar campos tan finamente diseñados, como la industria de la moda y su mercado.

8. Comentarios finales

El análisis desarrollado a lo largo de este artículo permite observar que la industria de la moda en la Ciudad de México se configura como un espacio donde convergen dos procesos estructurales que atraviesan de manera amplia las experiencias juveniles contemporáneas: la precarización del trabajo y la precarización de la vida. En el caso del modelaje, estas dinámicas adquieren formas particulares debido a que el trabajo se encuentra revestido por narrativas de glamour, visibilidad y reconocimiento que, en muchos casos, funcionan como formas de compensación frente a la inestabilidad que caracteriza al sector.

A partir del trabajo etnográfico que realicé fue posible identificar que la ampliación discursiva de los marcos de representación corporal, asociados a la diversidad y a la inclusión, conviven con la persistencia de jerarquías estéticas, raciales y laborales que estructuran el funcionamento cotidiano de la industria. En este sentido, los procesos de racialización no desaparecen con la diversificación de los perfiles, sino que se reconfiguran dentro de nuevas lógicas donde ciertas corporalidades adquieren valor como signos de "diversidad e inclusión" y, por lo tanto, de transformación, mientras paralelamente operan mecanismos diferenciadores y excluyentes que se siguen sosteniendo en el tiempo.

Estas tensiones se articulan con un régimen laboral caracterizado por altos niveles de incertidumbre, informalidad y competencia, donde la visibilidad, el reconocimiento suelen ser interpretados como parte de las recompensas del trabajo o como parte de "lo que se debe atravesar" para situarse como modelos consolidadas. Bajo estas condiciones, las y los modelos desarrollan diferentes "arreglos" o tácticas para poder sobrellevar las experiencias negativas que van acumulando en el paso por diversos segmentos de la industria, es decir, elaborando mecanismos de "gestión emocional" que les permitan continuar sin desgastarse o desistir en el camino.

En este contexto, la industria de la moda aparece como un "laboratorio", un espacio privilegiado para observar cómo se producen ciertas subjetividades juveniles contemporáneas. Las experiencias de las y los modelos dan cuenta de que los procesos de precarización no se limitan al ámbito económico o laboral tal como se revisó en el texto, sino que se extienden hacia dimensiones vitales y afectivas, influyendo en la manera en que las y los jóvenes imaginan y elaboran sus horizontes de futuro, no sólo respecto a la industria, sino a sus posibilidades laborales y creativas en general.

Al mismo tiempo, estas experiencias relevan y reafirman que las juventudes no son sujetos pasivos dentro de estos elaborados andamiajes. Es así como las prácticas creativas, que aquí no se han profundizado demasiado, sin embargo, resultan importantes destacar para situar en la discusión y en futuros trabajos. A partir de ese tipo prácticas, ellas y ellos logran disputar de cierto modo, los límites establecidos, ya sea por la industria o por una normatividad de belleza que proviene de la herencia colonial, generando incomodidades, cuestionamientos y, a fin de cuenta, nuevas posibilidades de representación y de expectativas.

De este modo, pensar la moda en clave juvenil invita a desplazar la mirada desde la dimensión puramente estética hacia los procesos sociales y subjetivos que atraviesan a un fragmento de las y los jóvenes que participan de esta indus-

tria. Mientras que gran parte de la literatura ha abordado la moda desde su dimensión estética, histórica o semiótica, o bien, como campos sumamente diferenciados entre sí, lo que se intenta proponer en este artículo es acercarse a una comprensión de la moda y la industria de moda, como campos de relaciones donde se articulan procesos de toda índole, como los revisados aquí, referidos a la precarización, racialización y a la producción de subjetividades juveniles en el contexto de la Ciudad de México, un punto nodal y central para la moda en el país y para el trabajo creativo.

Referencias bibliográficas

Brito, Roberto. (1998). Hacia una sociología de la juventud: Algunos elementos para la deconstrucción de un nuevo paradigma de la juventud. *Última Década*, *6*(9), 170–182.

Butler, Judith. (2012). *Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Buenos Aires: Paidós.

Butler, Judith. (2009). Performatividad, precariedad y políticas sexuales. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, Núm. 3, vol.4: 321-336.

Echeverría, Bolívar. (2010). *Modernidad y blanquitud*. México: Era.

Entwistle, Joanne (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós

Foucault, Michel. (2007). *El nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires, FCC.

Foucault, Michel. (2008). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Buenos Aires: Paidós.

Grosfoguel, Ramón. (2006). La descolonización de la economía política y los estudios postcoloniales: Transmodernidad, pensamiento fronterizo y colonialidad global. *Tabula Rasa*. No. 4: 17-48.

Hebdige, Dick. (2004). *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: Paidós.

Hine, Christine. (2004). *Etnografía Virtual*. Editorial UOC: Barcelona.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). *Cuenta Satélite de la Cultura de México, 2023*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSCM/CSCM2023.pdf

Iturriaga, E. (2020). Desencriptar el racismo mexicano: mestizaje y blanquitud. *Desacatos,* 64: 148-163.

Le Breton, David. (2024). *De cuerpo entero....* México: La Cifra.

Lipovetsky, Gilles. (2013). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. México: Editorial Anagrama.

Lorey, Isabell. (2016). *Estado de inseguridad. Gobernar la precariedad*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Maioli, Esteban. (2016). Moda, cuerpo e industria. Una revisión sobre la industria de la moda, el uso generalizado de TIC's y la Tercera Revolución Industrial Informacional. *Cuaderno 57, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. 77-98.

McRobbie, Angela. (2007). "La 'losangelización' de Londres. Tres breves olas de microeconomía juvenil de la cultura y la creatividad en Gran Bretaña". Disponible en: https://transversal.at/pdf/journal-text/1383/

McRobbie, Angela. (2016). *Be Creative. Making a Living in the New Culture Indistries*. Gran Bretaña: Polity Press.

Martínez, Martha. (2017). La Identidad Mexicana en relación con la moda. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, vol. 9, No. 14: 45-50.

Rey, Juan y Selva, David. (2012). El glamour de la moda y la pasarela. *Revista de Estudios de Juventud*, No. 96: 165-179.

Rivera, Angela. (2022). "Tecnologías de la juventud. Prácticas corporales, trabajo y género en la experiencia de modelos de la industria de la moda en la Ciudad de México." Tesis doctoral. ENAH. Ciudad de México.

Saa, Marcela. (2014). Jóvenes delgadas, bellas y blancas: la producción del cuerpo juvenil en la publicidad. El caso de revista margarita (1930-1940). *Última Década*, *22*(41): 71–87.

Santana, Gustavo y Ramírez, Alejandra. (2024). ¿América latina postracial? Multiculturalismo y racismo daltónico en México y Colombia. *Clivajes. Revista de Ciencias Sociales*. No. 20: 83-100.

Santos, Antonio y Muñoz, David (2017). Más allá de la precariedad laboral. Los nuevos rasgos de la precariedad juvenil. *Gaceta sindical: reflexión y debate*, N°. 29, pp. 235-252.

Saulquin, Susana (2015). *La muerte de la moda, el día después*. México: Paidós.

Soley-Beltran, Patricia (2015). *¡Divinas! Modelos, poder y mentiras*. Barcelona: Anagrama.

Urteaga Castro-Pozo, Maritza. (2011). *La construcción juvenil de la realidad. Jóvenes mexicanos contemporáneos.* México: Universidad Autónoma Metropolitana.