

REVISIÓN

Clean look, dirty politics: visual neo-fascism and fashion as a weapon

Clean look, dirty politics: el neofascismo visual y la moda como arma

Elizabeth Sánchez Vázquez  

Universidad Autónoma Metropolitana - Unidad Iztapalapa, Doctorado en Ciencias Antropológicas. México.

Citar como: Sánchez Vázquez E. Clean look, dirty politics: visual neo-fascism and fashion as a weapon. Netnography. 2025; 3:182. <https://doi.org/10.62486/net2025182>

Enviado: 25-04-2025

Revisado: 29-07-2025

Aceptado: 22-10-2025

Publicado: 23-10-2025

Editor: PhD. Rubén González Vallejo 

Autor para la correspondencia: Elizabeth Sánchez Vázquez 

ABSTRACT

During the COVID-19 pandemic, three fashion trends served as a harbinger of the rise of neo-fascism in the US. These trends are considered to have systematically promoted racism, nepotism, social inequality, and patriarchy. These trends are: old money, Tradwife, and the clean look, trends that have become popular on social media and which were a silent cry foreshadowing a change of regime. This paper will expose the intrinsic relationship between fashion as a tool of power, the resurgence of neo-fascism, and seduction as invisible and desired coercion, where digital social media has constructed the appropriate stage for the aesthetic presentation of certain political communities, as the media is the privileged space for political mediation. This paper draws a historical parallel with Benito Mussolini's fascist Italy, where fashion was used in a similar way. At that time, clothing served to accentuate differences with "the other" and, at the same time, to forge a hegemonic aesthetic that reinforced the values of the regime, similar to what Trumpist neo-fascism has done with its MAGA sect. Thus, this analysis highlights how fashion, both in the past and in the present, can be a subtle but powerful vehicle for the dissemination of political ideologies.

Keywords: Aesthetics; Fascism; Feminism; Fashion; Racism.

RESUMEN

Durante la pandemia de COVID-19, tres tendencias de moda sirvieron como presagio de la ascensión del neofascismo en E.U.A. Se considera que estas tendencias han promovido sistemáticamente el racismo, el nepotismo, la desigualdad social y el patriarcado. Estas tendencias son: el *old money*, el *Tradwife* y el *clean look*, tendencias que se han ido popularizado en redes sociales y las cuales fueron un grito silencioso que presagiaba un cambio de régimen. La presente ponencia, expondrá la intrínseca relación que existe entre la moda como herramienta de poder, el resurgimiento del neofascismo y la seducción como coacción invisible y deseada, en donde las redes sociales digitales han construido el escenario adecuado para la presentación estética de determinadas comunidades políticas, pues los medios de comunicación son el espacio privilegiado de la mediación política. En este trabajo se establece un paralelismo histórico con la Italia fascista de Benito Mussolini, donde la moda fue utilizada de manera similar. En aquel entonces, la indumentaria sirvió para acentuar las diferencias con "el otro" y, al mismo tiempo, para forjar una estética hegemónica que reforzara los valores del régimen, algo similar a lo que ha hecho el neofascismo Trumpista con su secta MAGA. Así, el presente análisis subraya cómo la moda, tanto en el pasado como en el presente, puede ser un vehículo sutil pero potente para la difusión de ideologías políticas.

Palabras clave: Estética; Fascismo; Feminismo; Moda; Racismo.

INTRODUCCIÓN

Cuando pensamos en moda, solemos asociar este concepto a grandes pasarelas en París o New York, modelos de espectacular e imposible belleza y una industria multimillonaria que reporta grandes ganancias cada año, pero solemos olvidar que la moda es más que eso. La moda es un fenómeno social históricamente situado, la cual nos habla sobre los cambios en los gustos del sujeto, la apropiación y reinterpretación de materiales y conceptos estéticos, así como de la reivindicación de ciertos elementos que socialmente fueron marginados dentro de la sociedad, la moda nos da cuenta sobre el espíritu de una época, por lo cual esta se vuelve una herramienta política, ya sea de manera positiva o negativa.^(1,2)

En los últimos 3 años dentro de redes sociales como *Instagram* y *TikTok*, se popularizaron 3 tendencias estilísticas muy en concreto, por un lado, el llamado “old money”, tendencia de moda inspirada en la aristocracia y nobleza europea, por otra parte, la tendencia *Tradwife* o en español *esposa tradicional*, tendencia que hace alusión a mujeres que practican los roles de género y los matrimonios tradicionales, y por último, la tendencia conocida como “*Clean look*” o aspecto limpio en español, tendencia que se caracteriza por maquillajes minimalistas e invisibles, buscando dar la apariencia de rostros recién lavados y sobre todo jóvenes.

Estas tendencias comenzaron a popularizarse a mediados de la pandemia de COVID-19, Federico Bietti⁽³⁾ considera que las modas y tendencias no pueden surgir sino en la época de la pérdida de certezas, de la retirada de Dios, pues donde lo efímero es ley, la moda encuentra su ritmo, gobierna según su designio y extiende su lógica a todos los ámbitos de la existencia. Por su parte el especialista en historia de la moda Manuel Castillo (ManuStyling en *TikTok*) considera que el cambio a estas tendencias se debe al miedo y falta de seguridad que genero la pandemia, haciendo que los individuos se inclinaran hacia un estilo de vida nostálgico y económico, creando una ruptura con la tendencia del hipermaquillaje (pestañas y uñas postizas), los implantes corporales (implantes de senos, trasero, rellenos en los labios, etc.), y la hipersexualización en el vestir impulsado por la familia Kardashian desde el 2012. A este cambio en la moda se le debe sumar la incertidumbre económica generada por la pandemia, pues un estilo de vida como el que promovía la familia Kardashian era insostenible para el grueso de la población, haciendo que estilos de moda sobrios fueran una elección más asequible en ese momento.

Estas tendencias que germinaron en el seno de una crisis sanitaria y económica, eran al mismo tiempo un heraldo del movimiento político que estaba cobrando fuerza en varios países del norte global, estamos hablando del fascismo, y aunque en primera instancia podríamos pensar que moda y fascismo no tienen correlación, Walter Benjamín⁽⁴⁾ en su famoso ensayo “*La obra de arte en la época de su reproductividad técnica*” consideraba que el fascismo transforma la política en un espectáculo emocional y estético, en dónde el fascismo introduce la estetización de la vida política. En este sentido la moda no solo cubre un cuerpo, lo toma, lo moldea, lo simboliza y lo transforma en una pancarta viviente, la cual se expone dentro de los medios de comunicación, lo que le permite al individuo que lo observa, participar ficticiamente del poder, pues los medios de comunicación le permiten al sujeto pensarse como un ente que tiene el poder de tomar decisiones, pero son decisiones con base en opciones limitadas que le han brindado de antemano.

En el presente trabajo, proponemos analizar como estas tres tendencias de moda, fueron un heraldo de la ascensión del neofascismo en E.U.A., expondremos como cada una de estas tendencias promueve de manera sistemática, el racismo, el nepotismo, la desigualdad social y el patriarcado. Para este fin, pondremos como ejemplo los estilos seleccionados por la primera dama de Estados Unidos, Melania Trump y su hijastra Ivanka Trump, durante la toma de protesta de Donald Trump el pasado 20 de enero del 2025. Este trabajo busca exponer la relación que existe entre la moda como herramienta del poder y la llegada del neofascismo, pues en la Italia de Benito Mussolini, la moda, al igual que ahora, fue utilizada como un arma propagandística fundamental para marcar las diferencias con el otro, al tiempo que trataba de crear una estética hegemónica que promoviera los valores del régimen.

Ese trabajo se centra en el papel de la magia glamur como herramienta de empoderamiento en practicantes de religiones neopaganas en la Ciudad de México. Aunque en primera instancia podría parecer que no existe alguna conexión entre la magia glamur y la llegada del neofascismo, se ha identificado evidencia que apunta, a que la magia glamur es una contra respuesta al conservadurismo que ha empezado a instalarse en ciertos estratos de la sociedad.

DESARROLLO

El Fascismo en Tono Pastel: *Tradwives*, *Old Money* y *Clean Look*

El 20 de enero de 2017 el mundo se sacudía ante la llegada de Donald Trump a la casa blanca por primera vez, en este primer mandato el presidente de Estados Unidos tendría que enfrentarse a la pandemia de COVID-19 y a una crisis económica (tarea en la que fracasaría, dicho sea de paso), en este mismo periodo tendríamos a presidentes como Jair Bolsonaro en Brasil, o a Georgia Meloni en Italia. Parecía que de repente el mundo era invadido por hombres y mujeres blancos, privilegiados, que defendían la idea de familias tradicionales heterosexuales, que estaban en contra del feminismo, contra los derechos humanos en general, y con un fuerte

sentimiento de nostalgia hacia un pasado casi idílico en sus respectivas naciones.

Conforme los especialistas analizaban los discursos de estos personajes y la situación política que comenzaba a gestarse en diferentes países del norte global, una preocupación comenzaba a expandirse, pues estos discursos recordaban mucho a los predicados por un político y militar italiano en la década de los 30s, y que pese a su muerte hacía ya casi 100 años, parecía que sus ideas políticas estaban más vivas que nunca. El fascismo parecía regresar de entre los muertos para instaurar su régimen de terror en pleno siglo XXI.

El fascismo, fue un movimiento de masas y una ideología política que nació en Italia y dominó distintas partes de Europa en la primera mitad del siglo XX, siendo el causante del inicio de la Segunda Guerra Mundial. Este movimiento político promovía un estado totalitario, antidemocrático y militarista; sostenido en las nociones de patria y raza, se tradujo en la opresión y persecución de las minorías por parte del ejército.⁽²⁾ En el caso concreto de Italia, Benito Mussolini, buscaba mediante diversos mecanismos crear una hegemonía entre el pueblo que era considerado como deseable del que no lo era, entre los mecanismos utilizados por Mussolini estaba el de la moda. Aunque el vestir es algo que tenemos normalizado, la moda es un mecanismo poderoso de comunicación simbólica, Bietti⁽³⁾ considera que la moda muestra su potencialidad fascista, ya que más allá de un modelo prefabricado, la moda limita la distinción, pues, aunque el ser humano lucha constantemente por sentirse diferente al resto, al mismo tiempo es consumido por el miedo de verse demasiado distinto y no encajar dentro del grupo al que pertenece.

Mientras que en la Italia de Mussolini la violencia explícita era la forma usual de conseguir una hegemonía en la moda, en el neofascismo contemporáneo, la lógica que opera es una estética blanqueada, seductora y profundamente afectiva, la cual se apoya de las redes sociales digitales como *TikTok* o *Instagram* para generar tendencias con diferentes propósitos políticos, que se transforman en trends y por ende en aspiraciones para millones de personas en diversas partes del mundo. En este sentido los medios de comunicación crean un nuevo tipo de espacio público y político, qué se configura a partir de experiencias privadas.⁽⁴⁾ En el caso de las redes sociales, estas se han convertido en lugares de dramatización de las representaciones sociales, construyendo espacios políticos bellamente decorados (los cuales no parecen políticos), que generan en el observador una necesidad de obtener lo que se ve en estos espacios, ya sean artículos, experiencias o ideas políticas.

Un ejemplo de esto, son las 3 tendencias en la moda que se han popularizado en la red social TikTok desde la pandemia de COVID-19 a la actualidad (periodo que concuerda con el creciente número de partidos políticos con ideas neofascistas en países del norte global), estas tendencias son la moda *Tradwives*, el estilo *Old Money*, y el estilo *Clean look*. Poco a poco, los *Four You pages* en TikTok comenzaban a estar inundados por tutoriales, *storytimes*, *unboxings*, o blogs familiares, de diversas influencers y modelos, recreando alguno de estos tres estilos en su vida cotidiana. Con el paso de los meses, esta tendencia saltaría de las redes sociales digitales a las tiendas de ropa como Zara, Mango, Pull&Bear, entre muchas otras, creando con esto una hegemonización en el aspecto de muchas mujeres que consumían estos contenidos, aspiraban a tener estilos de vida similares, y además coincidían con la forma de pensar de las influencers que promovían estos estilos.

Lo anterior nos permite cuestionarnos: ¿Hasta qué punto la estética del poder puede cambiar la percepción de la legitimidad política? Y ¿cómo estos estilos de moda aparentemente inofensivos refuerzan el mensaje del neofascismo Trumpista?

Debemos recordar primero, que el vestido es un indicador de estatus económico y social, pudiendo incluso convertirse en un símbolo político, un indicador de condición mágica y religiosa, un refuerzo de creencia, de costumbre y valor, así como un símbolo sexual, según la clasificación de los antropólogos Cordwell et al.⁽⁶⁾ A esto tenemos que agregar, que el vestir nos indica quién manda, nos indica quién pertenece a un grupo y a quién debemos de expulsar. Esos elementos los podemos ver reflejados en los discursos dados por Donald Trump, en los cuales constantemente se habla de quiénes son, como lucen y cómo deben de actuar los buenos americanos, haciendo una distinción importante con aquellas personas que el régimen Trumpista considera cómo lo indeseable, es decir, minorías racializadas, feministas, miembros de la comunidad LGBT+, personas con discapacidad, y todo aquel que atente contra los valores tradicionales americanos. Pues cómo diría Anderson⁽⁶⁾ un “nosotros” blanco, armado, nacionalista, frente a un “ellos” racializado, urbano, disidente.

Y es justamente estos tres estilos de moda, los que encarnarían estos supuestos valores americanos, que constantemente replica Donald Trump en sus discursos, en la estética con la que se embisten los miembros de su gabinete y familia, y la estética que ha popularizado el sector conservador en E.U.A. Pues cada estilo se caracteriza de la siguiente manera:

- El Clean Look: se caracteriza por una apariencia de limpieza, minimalismo, pulcritud extrema, cuerpos delgados, jóvenes, “perfectos”, blancura implícita como ideal. Se deja de lado el maquillaje cargado con colores extravagantes, para tomar tonos nude que den una apariencia de no maquillaje.
- El Old Money: imita el estilo de las élites tradicionales burguesas, ropa discreta, pero de diseñadores exclusivos, elitista, asociada a la herencia, la segregación social y el nepotismo. Los colores por los que se opta en este estilo son tonos beige, blanco, gris y marfil.
- El estilo Tradwives: es un movimiento que glorifica el rol tradicional femenino: mujeres que se

presentan como esposas sumisas, cuidadoras del hogar, defensoras de los “valores tradicionales” y enemigas acérrimas del feminismo. Su estilo de moda se centra en siluetas de la década de los 50’s, es decir bustos discretos, cinturas pequeñas y caderas amplias escondidas dentro de vestidos hasta las pantorrillas. El cabello usualmente se tiñe de rubio.

En estas 3 estéticas podemos ver la romanización de épocas donde las diferencias de clase, raza y género eran estrictamente controladas, en este sentido se promueve una nostalgia hacia un pasado *puro* y con un *orden correcto*, en donde cada individuo sabía en qué parte de la estructura social pertenecía. Así mismo, estas tendencias de moda promueven cánones de belleza poco saludables, que ponen en riesgo la salud de las personas, enfermando y manteniendo débiles a los cuerpos femeninos, pues los 3 promueven la blancura, la infantilización del cuerpo femenino y la extrema delgadez. Estas 3 tendencias segregan a aquellas personas que no poseen un capital económico elevado, que no sean cisgénero y heteronormados.

Estas estéticas se presentan como elegantes, correctas, atemporales y sobre todo deseables, lo cual permite que se dé una naturalización de un orden social desigual, en donde se disciplinan los cuerpos sin necesidad de violencia explícita. Michel Foucault nos dice que el poder no solo reprime, también produce identidades y cuerpos a través de prácticas como la moda.⁽⁷⁾ En el caso de estas 3 estéticas vinculadas al neofascismo Trumpista, vemos que son una forma de producción de poder, pues disciplinan, normalizan, y excluyen todo aquello que no se ajusta a la agenda política del presidente norteamericano. El universo visual de las *tradwives*, el estilo refinado del *old money* y el culto al *clean look*, no constituyen meras tendencias culturales: son expresiones de un proyecto político que ha sabido estatizar el orden, la jerarquía y la disciplina en clave aspiracional y nostálgica.

Cómo se mencionó anteriormente, estas 3 tendencias de moda se han popularizado dentro de plataformas como TikTok e Instagram, estos medios de comunicación al viralizar estas tendencias, lo que hacen es crear una imagen de la sociedad que estructura la realidad, no en el ámbito de la realidad empírica, sino más bien en el campo de la representación.⁽⁴⁾ Es decir, el poder de las redes sociales actúa sobre la sociedad determinando en gran medida la representación que los sujetos tienen de ella, ya que en este sentido los medios de comunicación al ir de la mano con las tendencias estéticas se encargan de transmitir ciertas sensaciones a los individuos a través de la estética y lo visual, con respecto al contenido que consumen, moldeándolos no solamente por fuera, sino también por dentro.^(8,9,10,11)

Walter Benjamín⁽¹⁾ en su ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, advierte que el fascismo responde a las crisis del capitalismo no eliminando las tensiones sociales, sino ofreciendo a las masas la posibilidad de expresarse sin transformar la estructura, pues el fascismo estetiza la política convirtiéndola en un espectáculo al cual todos aspiran. Esta estetización puede tomar formas sutiles, y dulcificadas, que integran la domesticidad, la feminidad y el consumo como vehículos de control. En este sentido, el universo visual que promueven ciertos sectores de la derecha en redes sociales, que asocian lo bello con lo puro, lo blanco con lo moral y lo femenino con la obediencia, encarnan una forma de fascismo en el cual el poder no actúa desde el terror, sino desde la seducción. Y con la llegada de las redes sociales digitales, el poder mediático en el cual se ha apoyado en movimiento neofascista ha creado en aquellos que consumen este tipo de contenido, un sentido de pertenencia, de ser parte de un colectivo específico, ya que el poder mediático es un poder que muestra, recrea, dramatiza y encarna una puesta en escena, que busca apelar a los sentimientos de los espectadores, haciéndolos sentir parte de algo superior, mas grande y que los respalda.

El poder, escribe Foucault⁽⁷⁾, produce realidades. Cuando en TikTok vemos a creadoras de contenido encarnando un ideal de feminidad blanca, sumisión y heterosexualidad, no solo están promoviendo un tipo de contenido visual: están modelando subjetividades, normalizando formas de vida y reforzando relaciones de poder que parecen *naturales* porque son estéticamente placenteras. En este contexto, la estetización de lo político ya no necesita de grandes escenografías estatales, hoy en día se ha producido una política de lo cotidiano que produce obediencia sin violencia visible, mediante filtros, nostalgia y aspiraciones neoliberales encarnadas en cuerpos normativos.^(12,13,14) En donde se da una desindividualización del sujeto, el cual se funde en las formas estéticas normalizadas por el neofascismo, irónicamente, lo hace al mismo tiempo en qué piensa estar definiéndose así mismo a través de sus decisiones propias, cuando en realidad su consumo cultural en redes sociales está marcado por una agenda que seduce al individuo y lo hace encarnar el rol que le conviene al régimen, Belleza disciplinada.

Melania, Ivanka y la teatralidad del poder conservador

Como se mostró en el apartado anterior, la moda ha jugado un papel muy importante en la propagación del pensamiento conservador en Estados Unidos gracias a las influencers de moda, y estilo de vida, las cuales hacen blogs familiares mostrando vidas idílicas y conservadoras, estos videos popularizados principalmente en plataformas como TikTok, nos muestran como estas tres tendencias han sido replicadas múltiples millones de veces en todo el mundo, creando todo un movimiento, en este sentido, personajes como Melania e Ivanka

Trump se han unido a esta tendencia, usándolas como un elemento simbólico que demuestra la corriente de pensamiento a la que están alineadas.^(15,16,17,18)

Una estrategia que han seguido desde el primer mandato de Donald Trump, y que repitieron, pero con mayor cuidado en la embestidura del 20 de enero del 2025.⁽¹⁹⁾ Los atuendos que llevaban fueron parte de una puesta en escena que buscó producir una imagen del poder profundamente ligada a valores conservadores, nacionalistas, patriarcales y raciales. Susan Sontag, mencionaba que el fascismo no solo es una ideología, sino también una estética que se manifiesta en formas de control sobre el cuerpo, estetizando la obediencia, la jerarquía y la disciplina, creando en el sujeto que lo observa una idea de aspiración y anhelo vinculado a estos modelos estéticos.⁽²⁰⁾

En el caso de Melania, ella eligió para la ocasión un conjunto azul celeste, diseñado por Ralph Lauren. Este diseño evocaba directamente a Jackie Kennedy, figura histórica que encarna una feminidad domesticada, y respetuosa del rol de acompañante silenciosa del poder masculino. Melania se presentó como una primera dama que restituye la nostalgia de una época idealizada por la derecha estadounidense, es decir: blanca, ordenada, femenina y hegemoníicamente heterosexual. En palabras de Paul Preciado, el cuerpo femenino es una superficie política sobre la que se inscriben las estrategias del poder soberano.⁽²¹⁾ Melania no habló, pero su cuerpo habló por ella, comunicando estabilidad, control, respeto y obediencia ante el nuevo régimen.

Ivanka, por su parte, se presentó como una versión modernizada de la princesa republicana. Su vestido blanco marfil, diseñado por Óscar de la Renta, comunicaba pureza, feminidad y confianza. Como hija y asesora presidencial, su figura mezclaba lo privado y lo público, lo familiar y lo institucional. El blanco es un color cuyo simbolismo usualmente se asocia directamente a la paz, la pureza y la libertad, en este acto fue resignificado en clave conservadora, no como símbolo de libertad, sino de domesticación del poder sobre lo femenino. En la lógica simbólica del trumpismo, Ivanka funcionó como mediadora entre un patriarcado agresivo y una feminidad dócil pero ambiciosa. Como sugiere Angela McRobbie, en la era postfeminista, las mujeres pueden ser empoderadas sin dejar de encarnar los valores tradicionales que el patriarcado requiere para mantenerse vigente.⁽²²⁾ Elemento que podemos notar no solo en Ivanka, sino en todas las mujeres que trabajan directamente para Donal Trump, mujeres en puestos de poder, con salarios estratosféricos, pero que encarnan los llamados valores tradicionales, en donde sirven a su marido, a su país y ahora también a su presidente, de manera servil y sin comunicar ideas propias y que puedan ir en contra del régimen.

El discurso estético de ambas mujeres durante la investidura sirvió como vehículo de un fascismo suave, donde el autoritarismo no se impone a través del uniforme militar, sino mediante la estilización de la jerarquía y la restauración del orden simbólico a través del cuerpo femenino. El control estilístico y la evocación de modelos clásicos de feminidad blanca se volvieron parte de una política visual que no busca simplemente embellecer el poder, sino legitimarlo. Como afirma Enrica Picarelli, el fascismo contemporáneo se vale de la moda para representar una política de la apariencia, que normaliza lo reaccionario bajo el lenguaje de lo bello y lo familiar.⁽²³⁾ En este caso, ambas mujeres encarnaron, cada una a su manera, la dimensión estética del proyecto Trumpista. Y a su vez la imagen de estas mujeres es transmitida una y otra vez en diferentes medios de comunicación, creando con esto un discurso visual que invita a otras mujeres a sumarse a este proyecto político, seduciéndolas a través de la mirada y los sentimientos aspiracionales.

CONCLUSIÓN

El análisis del Trumpismo contemporáneo revela una estratégica instrumentalización de las estéticas del *Clean Look*, el *Old Money* y el movimiento *Tradwife*. Estas manifestaciones estilísticas trascienden la mera expresión de una identidad política para operar como mecanismos de seducción, normalización y embellecimiento de un orden social autoritario.

La encarnación de este fenómeno se observa en las elecciones indumentarias de figuras prominentes dentro del círculo Trumpista como lo son Melania e Ivanka Trump. Sus decisiones estilísticas han sido meticulosamente empleadas para comunicar un mensaje de corte fascista, presentándose bajo un halo de glamour. Este “neofascismo suave” se articula mediante la activación de una nostalgia por un pasado jerárquico y excluyente. A diferencia de las manifestaciones explícitamente violentas del fascismo histórico, esta aproximación lo muestran como deseable, incluso como una tendencia estética que confiere estatus y atractivo.

En consonancia con las aproximaciones teóricas de Walter Benjamin y Michel Foucault, se infiere que el Trumpismo no solo ejerce su influencia sobre las estructuras corporales e institucionales, sino que también permea los imaginarios estéticos. En este proceso el poder generado por las redes sociales se transforma también en un poder meramente simbólico, que usa la estética para modelar a los individuos, dándoles la falsa idea de comunidad, un atuendo a forma de uniforme, que moldea tanto su cuerpo como sus pensamientos, y todo a partir de las sensaciones y los sentimientos que estos discursos visuales generan en el individuo. Este proceso se traduce en una estetización de la política, donde la exclusión, el privilegio y la sumisión femenina (así como la de minorías racializadas y la comunidad LGBTQ+) son transformados en ideales aspiracionales. En este contexto, la lucha por el poder en Estados Unidos se extiende más allá del control de los marcos legales o

la coerción armada. Fundamentalmente, radica en la disputa por el control de los símbolos, las imágenes y los cuerpos visibles, elementos cruciales en la configuración y legitimación de ideologías políticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Benjamín W. La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Trad. I. Weikert. México: Ítaca; 2003. Obra original publicada en 1936.
2. Gayubas A. Fascismo. Enciclopedia Concepto. 2025 abr 16. Disponible en: <https://concepto.de/fascismo>
3. Federico B. La industria cultural del vestir: hacia una fenomenología de la moda. VII Jornadas de Sociología de la UNLP. La Plata: Departamento de Sociología, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación; 2012.
4. González X. La dimensión estética del poder mediático. Enl@ce Rev Venez Inf Tecnol Conoc. 2009;6(3):97-104.
5. Cordwell J, Schwarz R. The fabrics of culture: the anthropology of clothing and adornment. París / Nueva York: Mouton Publishers, The Hague; 1979.
6. Anderson B. Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. México: Fondo de Cultura Económica; 2006.
7. Foucault M. Historia de la sexualidad I: La voluntad de saber. México: Siglo XXI Editores; 1976.
8. Dennison S, Cánepa LL. Brazilian horror cinema in the twenty-first century: neo-fascism, disaffection, resistance. Woodbridge (UK): Boydell & Brewer; 2025.
9. Richards I. Political aesthetics as a lens for understanding far-right environmentalism. En: Richards I, ed. The aesthetic politics of far-right environmentalism. Cham: Springer Nature Switzerland; 2025. p. 1-20. https://doi.org/10.1007/978-3-031-98180-7_1
10. Maher H. Neoliberal fascism? Fascist trends in early neoliberal thought and echoes in the present. Contemp Polit Theory. 2024;23:392-410. <https://doi.org/10.1057/s41296-023-00657-x>
11. Newth G, Maccaferri M. From performative anti-fascism to post-fascism: the Lega (Nord)'s political discourse in historical context. J Polit Ideol. 2025;30:175-99. <https://doi.org/10.1080/13569317.2022.2138296>
12. Richards I. Fashwave, accelerationism, and the aestheticisation of destruction. En: Richards I, ed. The aesthetic politics of far-right environmentalism. Cham: Springer Nature Switzerland; 2025. p. 121-51. https://doi.org/10.1007/978-3-031-98180-7_5
13. Roche H, Jackson P. Whither fascism? Fascist studies in the digital age: editorial essay. Fascism. 2025;14:5-37. <https://doi.org/10.5117/FASC2025.1.002.ROC>
14. Galbo J. Giorgia Meloni and gray neo-fascism: a conservative party of the right in power. Alternate Routes J Crit Soc Res. 2024;34.
15. Gayozzo P. Fascism in Peru. 2024. <https://doi.org/10.1163/22116257-bja10080>
16. Bustingorry F. Moda y distinción social: reflexiones en torno a los sentidos atribuidos a la moda. Cuad Cent Estud Diseño Comun Ensayos. 2015;(53):47-57.
17. Carducci V. La moda bajo el fascismo: más allá de la camisa negra, de Eugenia Paulicelli. PopMatters. 2004 jun 15. Disponible en: <https://www.popmatters.com/fashionunderfascism-2496245317.html>
18. Lucyk-Berger C. Los fascistas de la moda: el diseño de Mussolini para la “nueva mujer italiana”. Inktreks. 2019 sep 21.
19. Willette J. Una contradicción en los términos: moda y fascismo (I parte). Art History Unstuffed. 2018 ene 5. Disponible en: <https://arthistoryunstuffed.com/acontradiction-in-terms-fashion-and-fascism-part-one>

20. Sontag S. Fascinating fascism. En: Under the sign of Saturn. New York: Farrar, Straus and Giroux; 1975.
21. Preciado PB. Un apartamento en Urano. Barcelona: Anagrama; 2018.
22. McRobbie A. The aftermath of feminism: gender, culture and social change. London: SAGE; 2009.
23. Picarelli E. Fashion and fascism in contemporary visual culture. London: Palgrave Macmillan; 2020.

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

Ninguno.

FINANCIACIÓN

Conceptualización: Elizabeth Sánchez Vázquez.

Investigación: Elizabeth Sánchez Vázquez.

Redacción - borrador inicial: Elizabeth Sánchez Vázquez.

Redacción - revisión y edición: Elizabeth Sánchez Vázquez.