

MONTOYA ZAVALA, E. C. (2025). LA INDUSTRIA DE LA MODA EN SINALOA. ELECCIÓN DE LA PROFESIÓN Y EL DESARROLLO DE NEGOCIOS ENMARCADOS EN RELACIONES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO. TIRAND LO BLANCH: MÉXICO. PÁGINAS 224.

Miriam Nava Zazueta
Universidad Autónoma de Sinaloa

Cristina Carrasco Bengoa, una de las primeras economistas feministas en el ámbito español, puso en el centro del análisis económico a la vida y al trabajo de cuidados por encima de los elementos de la economía tradicional, la convencional, la heterodoxa, la marxista, keynesiana, entre otras, que centran su enfoque fundamentalmente en la producción mercantil y el Producto Interno Bruto/Producto Nacional Bruto (PIB/PNB) y dejan de lado lo que sucede en el ámbito privado pero que inciden en el desempeño económico, como aspectos domésticos y de reproducción, responsabilidades que recaen primordialmente en las féminas. Carrasco argumenta que la economía convencional es ciega al género y ha invisibilizado históricamente el trabajo doméstico y de cuidados, ignorando que es esencial para progreso y desarrollo de la sociedad.

A partir de las aportaciones de la teoría feminista, la obra que desarrolla la Dra. Érika Montoya es un manuscrito claro que a través de siete capítulos desentraña una de las realidades más acuciantes y complejas de la industria de la moda: cómo ésta, a pesar de ser una industria dominada por mujeres, prácticamente se encuentra liderada por varones y las alternativas que las mujeres han diseñado para romper las barreras que limitan su progreso profesional. En esta magnífica obra, Montoya Zavala explica nítidamente elementos claves que enfatizan que, no obstante la preparación académica y empresarial de las mujeres, existen factores que obstaculizan o ralentizan su ascenso en la toma de decisiones o en la escalera hacia puestos directos; elementos que emanan de una estructura social enraizada en el androcentrismo que establece una división sexual del trabajo y una distribución social y cultural de las tareas productivas y reproductivas, hecho que ha ocasionado una intensa e

invisibilizada explotación del trabajo femenino en labores no remuneradas y que también dificulta o ralentiza el ascenso en labores remuneradas. Así, la obra que nos presenta Erika Montoya evidencia que esta división sexual del trabajo al crear ideológicamente actividades por género, también establece roles y estereotipos de género, elementos culturales que están presentes desde la infancia e influyen en la elección de una profesión. Como sugiere la autora, en el caso del diseño de modas el estereotipo que se ha generalizado es un hombre u homosexual dirigiendo las grandes casas de moda o marcas, mientras que el trabajo más artesanal y menos visible es hecho por mujeres. Veamos inclusive que la mayoría de las casas de moda de mayor prestigio tienden a tener nombre de hombres: Louis Vuitton; Christian Dior, Givenchy, Ralph Lauren, Calvin Klein, Michael Kors, entre otros; mientras que entre los nombres de mujeres los que más resaltan son Chanel, Carolina Herrera y Miu Miu / Prada. Incluso, en el caso de Chanel aunque la marca fue fundada y lleva el nombre de una dama, actualmente es dirigida por Matthieu Blazy. De esta manera, es evidente que el contexto internacional tiende a reproducirse en menores escalas. Un androcentrismo que permite que las marcas y directivos sean varones, mientras que las féminas asumen roles menores, como el de costura, u otras actividades que, aun cuando no necesariamente sean precarias, están supeditadas a la autoridad de un varón.

La obra de Montoya Zavala, explica que la segregación puede ser tanto vertical como horizontal, es decir, no sólo hace referencia a la dificultad de ascender a mejores puestos, sino que hay determinadas profesiones que en donde existe sobrerrepresentación de mujeres. Fundamentada en conceptos de vanguardia como *Techo de cristal*, *suelo pegajoso*, *pared de cristal* y *escalera de cristal*, el manuscrito explica las diferentes formas de obstáculos que las mujeres enfrentan para mejorar su posición en el ámbito laboral. En el caso específico del sector de confección de vestidos en Sinaloa, la autora argumenta la existencia de una segregación laboral significativa y la presencia del fenómeno denominado *escalera de cristal*, es decir, que los hombres acceden con más facilidad que las mujeres a puestos de alta dirección en sectores que tradicionalmente son considerados femeninos, siendo la industria de la moda uno de los de mayor preeminencia.

Al adentrarse en este libro de Erika Montoya, el lector encontrará una obra de vanguardia en el ámbito de los estudios de género que ponen en la mesa de discusión las situaciones que afrontan las mujeres en la industria de la moda sinaloense, fundamentada en la economía feminista que ayuda a comprender, analizar y deconstruir las realidades que enfrentan las mujeres en la vida pública y privada, y cómo una condiciona o incide en la otra.

Con un enfoque metodológico perspicaz, en la obra “La industria de la moda en Sinaloa”, la autora utiliza la perspectiva de la economía feminista, la segregación ocupacional y el concepto clave de escalera de cristal para explicar por qué un sector feminizado no significa automáticamente igualdad ni liderazgo femenino. A través del análisis cualitativo de entrevistas semiestructuradas a personas dedicadas al diseño de modas en Sinaloa, Montoya Zavala logra identificar que esta industria constituye un subsistema local de la economía global impulsado por diseñadoras y diseñadores que articulan tradición familiar, formación profesional, creatividad regional, redes digitales, consumo cultural y modelos de negocios diversos; la investigación deja claro que este ámbito económico está condicionado por la división sexual del trabajo, los roles de género, la carga de cuidados y segregación laboral que afectan de manera diferenciada y negativa a las mujeres; lo crucial no radica en identificar cuánto vende o se produce en la industria de la moda sinaloense, sino quién la sostiene como sistema económico, en qué condiciones, con qué costos físicos, emocionales, familiares, elementos que escapan de la visión tradicional de la economía y mercado.

Entre los elementos centrales de la obra destacan:

- 1) La moda como sistema económico y cultural integrado por el diseño, confección, comercialización, servicios, consumo, publicidad, pasarelas, redes sociales e identidad. Es un sistema donde se produce valor económico, prestigio, símbolos, pertenencia y diferencia social.

- 2) Sinaloa como periferia activa del sistema de la moda, un Estado alejado de grandes bondades de las ciudades centrales se incorpora al mundo de la moda a través de diseñador@s, marcas locales, trajes de carnaval, vestidos de noche, ropa de influencers y el uso intensivo de redes sociales como forma de publicidad y mercantilización.
- 3) La costura como memoria familiar femenina ya que algunas de las trayectorias profesionales nacen de recuerdos vinculados con madres, abuelas, tías, máquinas de coser, arreglos domésticos y talleres familiares; así la costura trasciende de ser una actividad doméstica a una actividad profesional, marca, negocio, empleo.
- 4) Profesionalización de una actividad históricamente feminizada, la presencia formación académica y cursos especializados indica una transición de la costura empírica a una actividad profesionalizada.
- 5) Persistencia de estereotipos de género y segregación ocupacional, ya que aun cuando la confección ha sido y es llevada a cabo primordialmente por mujeres, las áreas de mayor reconocimiento y toma de decisiones tienen a favorecer a los varones, pues a pesar de ser un ámbito muy enfocado en féminas, continúa una visión androcéntrica en cuanto a control y puestos de alta jerarquía.

Aunado al amplio y claro recorrido que la autora hace de elementos teóricos – conceptuales que permiten comprender las diferentes barreras que han enfrentado las mujeres en su progreso profesional; en la obra se evidencia de que una de las maneras para romper estas barreras se encuentra en la forma innovadora de hacer los negocios; por ejemplo, en los modelos de negocios que sobresalen en redes sociales y en la contratación para hacer los vestidos de carnaval continúan los modelos androcéntricos, son los varones quienes sobresalen; sin embargo, como sugieren los hallazgos de la autora, las mujeres están encontrando formas de hacerse un lugar y un nombre en esta complicada industria, sobresalen a través

de marcas propias en pasarelas, en el diseño de ropa de influencers y artistas, así como reinas de belleza. De igual manera, el manuscrito deja claro que una de las aristas más importantes y que no se puede soslayar al estudiar la industria de la moda en Sinaloa es el contexto cultural que se vive en la entidad, que es estar siempre a la vanguardia de la moda; vestidos glamurosos, tradición del carnaval, proliferación de cantantes, youtubers constituyen una demanda permanente de vestimenta glamurosa y diferenciada; diseños originales y personalizados marcan tendencia; de esta manera, los modelos de negocios también innovan y permiten a las mujeres ascender en la escalera de cristal, no dependiendo de alguien más, sino creando su propio negocio.