

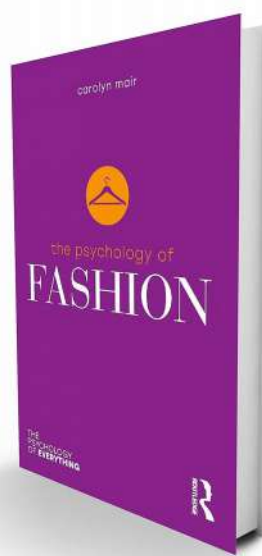
EXPERTA EN MODA Y PSICOLOGÍA:

# Carolyn Mair

“LAS MARCAS VAN A TENER QUE ESCUCHAR MÁS”

*Autora del libro “The Psychology of Fashion” y creadora del primer máster que une moda y psicología, esta inglesa analiza una industria que, asegura, ha dado pasos positivos, pero que aún está al debe en inclusividad y sustentabilidad.*

Por SOFÍA BEUCHAT. Ilustración: FRANCISCO JAVIER OLEA.



En *The Psychology of Fashion*, Carolyn Mair, aborda la relación entre la ropa y la salud mental.

**F**undada en 1836, la editorial inglesa Routledge es un referente internacional en la publicación de revistas científicas y libros enfocados en las ciencias sociales. Pero su línea más popular, por lejos, fuera de los circuitos académicos, es “*The Psychology of Everything*” (“La psicología de todo”), una serie de volúmenes en los que diferentes expertos en la mente humana derriban mitos y desglosan toda la información disponible —siempre con la seriedad como filtro— sobre una gran variedad de temas, desde la política y la búsqueda de felicidad, hasta el ajedrez o el significado de tener un perro.

La moda no podía quedar fuera de este registro: es una industria enorme, íntimamente ligada con la identidad de las personas, con los cuerpos ideales y reales, con la historia, con los estereotipos de género, con las conductas de consumo. Por eso, a mediados de 2018, la editorial lanzó “*The Psychology of Fashion*”, donde su autora, Carolyn Mair, aborda la relación

