



SIGNIFICACIÓN DE LA MODA ANDRÓGINA EN LOS JÓVENES DE
MEDELLÍN

SALOMÉ TORO ARENAS
ISABELLA OCHOA GOMEZ
Trabajo de grado

Asesor
Johnny Javier Orejuela Gómez

UNIVERSIDAD EAFIT
Escuela de Artes y Humanidades
Psicología
Medellín
2024

SIGNIFICACIÓN DE LA MODA ANDRÓGINA EN UN GRUPO DE JÓVENES DE MEDELLÍN (COLOMBIA)

Por: Isabella Ochoa, Salomé Toro

Resumen

Objetivo. Identificar la significación de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de la ciudad de Medellín. **Método.** Estudio cualitativo y transversal, ya que busca comprender el fenómeno desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y la percepción subjetiva de su realidad, y se toma una única muestra con el tiempo, con un diseño fenomenológico, en el que los sujetos participantes serán jóvenes de 18 a 25 años, residentes de Medellín, donde la información se recolectará mediante entrevista semiestructurada y cuestionario. **Resultados.** En cuanto a la percepción de la moda andrógina se observó que los sujetos la perciben como una sensación de comodidad sin importar el género asignado a las prendas, continuando con los desafíos psicosociales, se encuentra que los principales que se identifican son las opiniones y críticas de un externo y el acoso que esta vestimenta les puede generar, frente a los efectos positivos del uso de esta moda, se destaca la expresión con más facilidad, aumento de la confianza y autoestima. Pasando a las motivaciones de uso, están las intrínsecas de las cuales refieren comodidad, expresión propia y amor por la moda, y las extrínsecas donde refieren contextos sociales, gusto estético e iconos famosos. **Conclusión.** La moda andrógina en jóvenes de Medellín se asocia con comodidad y expresión personal, enfrentando desafíos sociales como el acoso y las críticas. Sin embargo, promueve la confianza y la autoestima, impulsada tanto por motivaciones internas como por influencias externas.

Palabras clave: *Moda, androginia, moda andrógina, jóvenes, neopunk.*

La androginia se puede definir en el ámbito psicológico como “el equilibrio entre las que normalmente se consideran características psicológicas masculinas y femeninas”

(Sebastián, 1987). Un andrógino es un ser cuyas características físicas no permiten identificarlo a simple vista como perteneciente al género masculino o femenino, es decir, que se podría considerar como un híbrido entre ambos géneros (Sánchez, -Duarte & Velázquez, -Carrascal, 2019). Entendiendo esto, cuando se habla de androginia es fundamental traer a colisión la moda y sus antecedentes, al ser este su principal método de expresión, es así como Sanabria Lagar (2017) explica que estos colectivos vieron en la figura andrógina un movimiento de liberación y ruptura con los estereotipos del momento. Lo que supuso la libertad para muchas mujeres, homosexuales y transexuales, respecto a las barreras de género. El movimiento andrógino fue una forma de no sentirse excluidos de la sociedad sin necesidad de estar condicionados por la sexualidad o estereotipos de género.

Teniendo en cuenta lo anterior, y con la definición de androginia y su estrecha relación con la moda, se puede explicar el tema central del presente trabajo que es la moda andrógina, Según Calvo (2019), la moda usa a este tipo de modelos (andróginos) para formar parte del cambio social, y así demostrar al público, que hay compromiso con este. Los dos usos más destacados de los modelos de pasarela o fotografía andróginos son: primero la modificación o establecimiento de los valores en relación con la marca, sin dar protagonismo al producto. Segundo reafirmar a través de sus productos los valores sociales de la marca en relación a la androginia y por tanto a los estereotipos de género. Así podemos ubicar la moda andrógina en Medellín, una de las ciudades más importantes en la industria de la moda actualmente, según Inexmoda, “el 50% de la producción textil nacional se hace en Antioquia”, y el epicentro de toda esta producción es la ciudad de Medellín, lo que perfila a la ciudad como la capital textil del país, al tener esto en cuenta se entiende la moda y la experimentación textil como fundamentos de la ciudad y sus habitantes, esto permite que las personas y las empresas experimenten y busquen nuevos horizontes para crear o estar en tendencia. Como ejemplo, están, Colombiatex y Colombiamoda, las cuales, según (Arango, 2022) son las ferias de insumos textiles y de moda más importantes de América Latina, con lo anterior puede resaltarse que debido a que esta ciudad es un epicentro textil y de moda, se busca experimentar e innovar en estos ámbitos, crear nuevas tendencias o unirse a algunas, mejorándolas y dándole el toque único y urbano de la ciudad, y la moda andrógina no está por fuera de esto. Además de su importancia en la industria téxtil, Medellín es la cuna de diferentes artistas de talla internacional como lo son Karol G, J Balvin, Maluma y Feid, los culés son grandes

exponentes de moda a nivel mundial, colaborando con marcas de lujo reconocidas mundialmente, poniendo a la ciudad en el ojo público y caracterizándola por el gran estilo y creatividad al vestirse de sus habitantes.

Hay diferentes investigaciones previas que exponen la androginia como un fenómeno que está en auge en los últimos años, especialmente entre la población juvenil, desprendiéndose de los estereotipos de género y las construcciones sociales que hay respecto a la vestimenta, el género, la androginia y la expresión propia por medio de la moda.

Esta investigación es importante porque en diferentes artículos donde se ha hablado mucho sobre el origen y las diferentes formas en cómo se presenta la moda andrógina, pero muy poco de esta enfocada en diferentes poblaciones, incluyendo Colombia, al ser Medellín, una capital de la moda actualmente es muy necesario saber que influencia tiene este estilo andrógino en los jóvenes de la ciudad y su estilo de vida.

Es por esto que, entendiendo estos colectivos, sus necesidades y su forma de expresión, es que surge la pregunta de *¿cuál es la significación de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de la ciudad de Medellín?*

Objetivos

General:

- Describir la significación de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de la ciudad de Medellín.

Específicos:

- Identificar la percepción que tienen un grupo de jóvenes de la ciudad de Medellín sobre la moda andrógina.
- Describir las implicaciones y desafíos psicosociales de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de Medellín.

- Identificar los efectos del uso de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de Medellín.
- Identificar las consecuencias positivas y negativas de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de Medellín.

Marco de referencias conceptuales

Significación de la moda andrógina en los jóvenes de la ciudad de Medellín: una aproximación a su estado del arte

El objetivo de este trabajo es dar a conocer el estado actual de las investigaciones relacionadas con la moda andrógina. Para ello se hará el balance de los estudios encontrados relacionados con el tema a partir de estas categorías: propósito general de la investigación, referentes conceptuales, tipos de estudio, sujetos participantes, técnicas de recolección de la información, tipo de diseño de investigación y resultados o hallazgos principales.

En relación al propósito general de las investigaciones se evidencia una tendencia a la historicidad y la aplicación de la androginia en el mundo de la moda más que todo, ya sea fotografía, publicidad, entre otras y su gran influencia en la identidad de género, un ejemplo de estas variables puede ser el efecto que tiene la utilización publicitaria de estos modelos andróginos en los jóvenes (Calvo, M. 2019), la androginia que se ha construido en en la producción de fotografías de moda (Enders, G; Rosário, N; Rodrigues, Met al.,. 2017), la influencia de la fotografía publicitaria andrógina en la revolución sexual contemporánea (Santos, R; Pereira, A; Santos, B; Valença, E; Melo, E; Oliveira, G; Núñez, J; Batista, J; Santos, D.et al., 2015), analizar la evolución histórica de la falda en el contexto de la Primera Guerra Mundial, siendo esta reemplazada por el pantalón creando los primeros modelos andróginos. (Teixeira, D; Silva, S. 2018) llegando al tema de su historicidad y relación con el género muestra que las raíces del consumo de moda genderqueer pueden estar en parte en movimientos andróginos y unisex anteriores. (McKeage, et al., K; Crosby, E; McKeage, J. 2015), También encontrar elementos de

información respecto a la moda andrógina su origen y evolución. (Sánchez, L; Velásquez, B. 2019).

Las investigaciones mencionadas anteriormente, comparten entre si las variables moda, identidad de género y la androginia por supuesto, las cuales buscan el origen y el desarrollo de este fenómeno además de su aplicabilidad en diferentes áreas o poblaciones, la mayoría se centra en su historia y su aplicación en la moda, pero pudieron encontrarse muy pocos artículos con objetivos aplicados a poblaciones particulares por ejemplo la moda y el comportamiento relacionado al estilo GlamRock y su estética andrógina en Brasil en la década de los 70s y 80s (Marcondes de Barros, P., 2017) también ver cómo los hombres musulmanes están inmersos en un espacio andrógino ya que la moda ha sido muy feminizada (Al-Mutawa, F. 2016) un ejemplo más podría ser un estudio que desarrolló prendas para el perfil de joven andrógino masculino residente a las cercanías de Londrina y Apucarana (Brasil) que se adapten al movimiento glamour rock. (Marcondes, I. 2013) y por último un estudio sobre la imagen andrógina y explorarán como se fusionan la imagen masculina y femenina en Sri Lanka. (Ranathunga, G; Uralagamage, S. 2019) todo esto fue nombrado ya que son las principales variables encontradas en el propósito general u objetivos de estas investigaciones, puede verse desde diferentes aspectos, estas logran llegar a ser tanto teóricas como prácticas en el tema de la androginia.

Con relación al tipo de estudio y al tipo de diseño de las diferentes investigaciones encontramos que al haber pocos estudios sobre este tema, los estudios que se muestran son variados, los explicativos (Corvo, R; Vallín, G. 2019) se posicionan como los más vigentes, los descriptivos, (Sánchez, L; Velásquez, B. 2019) enfocados en exponer los elementos de información, evolución y origen, los investigativos, (Calvo, M. 2019), estudiando los efectos de la androginia, y los empíricos, (Johansson, k. 2017), abordando temas de género, androginia y contemporaneidad. El tipo de estudio más recurrente es el explicativo, (Corvo, R; Vallín, G. 2019) se realiza un acercamiento al tema, intentando, al mismo tiempo, buscar las causas de este fenómeno

Con relación a los sujetos participantes de las investigaciones se puede ver que en muy pocas investigaciones se utilizan sujetos participantes ya que la mayoría utilizan

como recurso la recopilación bibliográfica, pero en la mayoría de los que si se usaron los participantes eran personas jóvenes con un cierto estilo, apariencia o lugar determinado por ejemplo adolescentes de 13 a 18 años (Calvo, 2019) Hombres, mujeres y personas fuera del género binario en edad de 18 a 28 años. (Ponce, C; Peñalosa, I. 2022) Hombres con apariencia andrógina. (Marcondes, I. 2013) 100 hombres y mujeres jóvenes en Sri Lanka en el rango de edad de 16 a 30 años. (Ranathunga, G; Uralagamage, S. 2019).

Hombres musulmanes (Al-Mutawa, F. 2016) seis personas entre las edades de 20 a 31 años (Jhohansson, k. 2017) dentro de estas pocas investigaciones que incluyeron sujetos de investigación, pueden verse la variable más común que son personas jóvenes, ya que este estilo andrógino es más dirigido a la población joven.

En lo que se refiere a los instrumentos de recolección de información y análisis los más utilizados son la recopilación bibliográfica,(Santos, R; Pereira, A; Santos, B; Valença, E; Melo, E; Oliveira, G; Núñez, J; Batista, J; Santos, D.et al., 2015), que le permite a los autores tener una percepción amplia y actual de la temática, la entrevista y encuesta (Ponce, C; Peñalosa, I. 2022), en donde se puede intervenir directamente desde la opinión de la población estudiada y la pesquisa documental (Teixeira,D; Silva, S. 2018), que da herramientas de investigación completas e históricas, también se utilizó en varias ocasiones la entrevista y los cuestionarios por ejemplo en la investigación de Calvo, M. (2019); Ponce, C, Peñalosa, I. (2022); Marcondes, I. (2013); Ranathunga, G, Uralagamage, S. (2019) y Jhohansson, k. (2017). Esto para recolectar información de los sujetos investigados.

En referencia a las principales conclusiones y resultados de las investigaciones encontramos que la androginia no es tema muy tratado y común, el cual viene influenciándose desde hace mucho tiempo con diseñadoras como Coco Chanel la cual fue pionera de la moda al introducir bocetos donde cambia la figura femenina a la masculina a través de los cortes de sus diseños, convirtiéndose en tendencia actual e icono de la moda; dejando de lado los tabúes sexuales y suponiendo una liberación en relación a las barreras de género (Sánchez, L; Velásquez, B. 2019) además puede verse el carácter modernista de la literatura de Woolf y su visión del mundo tan anticonformista hizo de esta autora una precursora en estas cuestiones. Por lo que concierne al concepto de

androginia en sus obras, el mito de androginia o el andrógino se esfuerza por borrar las diferencias entre los sexos, por lo que se convierte, por tanto, en un sueño eternamente frustrado de la condición humana. (Corvo, R; Vallín, G. 2019), también por esta línea se encuentra que la falda, como elemento que aprisionó a la mujer durante muchos siglos, por las exigencias de la revolución del disfraz, se acorta, se estrecha, pasa a estar compuesta de un material más flexible y de fácil mantenimiento, con el fin de posibilitar la emancipación femenina y adaptación de las mujeres a la nueva realidad de la Primera Guerra Mundial. (Teixeira,D; Silva, S. 2018).

Una gran conclusión a la que se llega con estas investigaciones es como ha impactado el androginismo en el mundo de la moda por ejemplo como la androginia que se ha construido en la producción de fotografías de moda de la modelo Rain Dove, así como su configuración como modelo andrógina en esas mismas imágenes, comprendiendo las interrelaciones de significados entre moda, fotografía y androginia. (Enders, G; Rosário, N; Rodrigues, M.et al., 2017), así mismo la variedad de influencias da como resultado un amplio espectro creativo, con ideas innovadoras, permitiendo una vestimenta versátil, cómoda, inclusiva que puede ser utilizada por personas de distinto género según Ponce, C; Peñalosa, I. (2022) en su diseño de una colección de indumentaria andrógina fundamentada en discursos inclusivos del sistema de la moda; también se puede ver como el mercado ofrece modas sin género y no modeladas por individuos de un género claramente binario (p 198). Al igual que con tantos desarrollos sociales que comienzan como disruptivos e incluso subversivos, podemos ver que la moda ha cooptado al consumidor sin género tan claramente como lo hizo alguna vez con Urban, Grunge y Punk. (McKeage, K; Crosby, E; McKeage, J.et al., 2015) y por último hay un aporte en las imágenes digitales de moda las cuales tienen una sensación de presencia e inmersión. Esto es importante, así que lo dividimos en géneros en los que se puede contar historias y se requiere desarrollar target en el mercado de la moda sobre video de moda mediante el análisis de códigos culturales y de estilo de vida. (Sam, Kim, Y. 2015)

Es así como se entiende que conocer las carencias regionales de su público objetivo frente a la moda, es lo que permite la creación de una marca que atiende a un perfil de usuario específico, un perfil no antes relacionado, lo que en consecuencia genera una colección

teniendo en cuenta el cuerpo y el estilo de tus futuros clientes (Marcondes, I. 2013), y al abrir este espacio a diferentes poblaciones se permite que estos espacios construidos de consumo sean igualmente para un público masculino y femenino, por ejemplo, con los hombres musulmanes, tal y como, (Al-Mutawa, (F. 2016) expone. Siendo esto a grandes rasgos lo que ha permitido el desarrollo de una libre liberación sexual y de género, al no aportarle un sexo a una prenda, se entiende que la moda como una prenda, como ropa, pero también como identidad, una identidad que va más allá de un género asignado, que construye una historia en la persona, una forma de expresión, quien soy y como los demás me reconocen, abriendo paso a una distinción de la persona, no basada en el género, si no en una androginia que no se representa por un solo tipo de cuerpo, abriendo paso una inclusión más igualitaria de género (Johansson,, k. 2017) además de que el uso de estos modelos andróginos hace que los adolescentes vean de forma diferente este tipo de comunicación y muchos de ellos se lo tomen como un avance respecto a la ruptura de estereotipos en la sociedad y en concreto en el sector de la moda. (Calvo, M. 2019) y por último en el ámbito de la liberación sexual y de género muestra cómo la moda tiene el poder de reflejar un paralelo de lo que sucede en la sociedad, además el auge y popularización de este estilo muestran cuánto se fortaleció esta lucha y se lograron cambios muy significativos tanto para mujeres como para hombres. (Santos, R; Pereira, A; Santos, B; Valença, E; Melo, E; Oliveira, G; Núñez, J; Batista, J; Santos, Det al., 2015)

Como conclusión, se puede evidenciar en los estudios referenciados se pueden ver principalmente variables sobre el origen e historia de la moda andrógina, las diferentes formas cómo está se aplica en el mundo de la moda, sea fotografía, publicidad, modelos y diferentes bocetos, en algunos pudo verse la influencia de la moda andrógina en pequeñas poblaciones en hombres y mujeres y como es algo muy relacionado con la androginia, su conexión con la identidad de género, pero en ninguna se habla de las implicaciones psicológicas que tiene la moda andrógina en los jóvenes y mucho menos en un contexto como lo es Colombia o en su defecto Medellín, las presentes investigaciones, pueden darnos un gran aporte histórico y bibliográfico, además de darnos un punto de comparación de cómo se lleva la androginia en diferentes países y culturas como lo son los musulmanes, Sri Lanka, U.S.A y Brasil a diferencia de lo que significa llevar el estilo de vida andrógina en Medellín, ya que son diferencias grandes entre países,

acá puede encontrarse un punto de ruptura, ya que en Colombia es muy poca la investigación sobre la androginia, su significación e implicaciones. Así teniendo las buenas bases teóricas e históricas, puede darse una buena investigación sobre la significación de la moda andrógina en los jóvenes de la ciudad de Medellín.

La moda: una aproximación a su definición.

Para comprender de forma más amplia el tema de la moda andrógina, es necesario ampliar la visión sobre esta, y ver la definición y concepción de moda dada por diferentes autores, para Patricia Doria (2012) La moda es una forma especial de adornar y significar el cuerpo. Esta incide directamente en la identidad individual y colectiva. Se podría decir que es una manifestación de nuestro ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado. Estas pautas de identidad están íntimamente asociadas a la vestimenta que decidimos llevar, según el contexto, la cultura, y la sociedad a la cual pertenecemos. Son transmisoras de información social y personal, por las cuales logramos hacer juicios de valor a través del vestuario que utilizan. A su vez, la moda es explicada por Lipovetsky (1996) como un sistema de expresión jerárquico y colectivo. Este mismo explica que es colectiva, permite a los individuos tener el sentimiento de pertenencia a una comunidad a través de la imitación, representa los conceptos pertenencia y distinción, permite a los individuos sentirse integrados en un grupo y a su vez distinguirse de otros.

Volviendo a Doria, está expone que, en la moda, lo primordial es el placer, la individualidad y la máscara, esa máscara que da imagen de equívoco y ambiguo, facilitando el traspaso de una manera de ser a otra muy distinta. Definiendo arquetipos y estereotipos a través de un estilo, pasa a ser una forma de individualización; una forma de mostrarse distinto ante los demás y por ende, identificarse dentro de la masa como un ser único y especial. El estilo promete eternidad, y atemporalidad. Es considerado un recurso de autoconocimiento, una forma de identificación particular que genera en las personas una sensación de pertenecer a un mundo paralelo dentro del espectro de la moda, en donde ellos son los únicos protagonistas. De este modo, las personas se hacen portadoras de un estilo y esto marca la diferenciación.

Continuando, Victoria Naninni (2016) expresa que la moda es más que la ropa que se usa y la misma se articula como un dispositivo disciplinario en términos Foucaultianos ya que en ella se ejercen diferentes relaciones de poder presentes en todos los ámbitos de la sociedad, y así mismo Hollander (1978) expresa "Las prendas son objetos hechos de tela que transmiten mensajes cuyo poder va más allá que el mensaje que transmiten las prendas en sí mismas".

Finalmente, al tener en cuenta la parte sociológica, Piñuel Raigada (1992) expresa que la no aceptación de las innovaciones que propone la moda es considerada una señal de marginación, mientras que la participación en las mismas se premia con el reconocimiento social. Además, agrega que "el deseo de imitar las formas de vida de los estamentos de poder se convierte en la garantía de la eficacia para la implantación o seguimiento de cualquier moda". Entendiendo así que la moda fluiría desde la punta de la pirámide social hacia abajo, circulando en forma horizontal (entre un mismo grupo social) o transversal (entre grupos no vinculados). (Bur, 2013).

Ciclo de la moda

Para continuar, es fundamental entender que en la moda existen, como en cualquier fenómeno, ciclos, y siendo este un fenómeno social, ha cambiado drásticamente con el tiempo, cada civilización ha desarrollado sus elementos de vestimenta de acuerdo al clima, situación social, y geografía. Cada vez se han descubierto nuevos componentes que en su fin han llegado a ser globalizados. Es por eso que se ha acelerado el proceso de moda y tendencia por el estilo universal en que estamos inmersos. (Orbe, 2013)

La moda se considera un proceso dinámico que está en evolución. Sigue un ciclo en el que inicialmente aparece una novedad o cambio, posteriormente una parte de la sociedad la imita y finalmente se produce el declive, donde la moda desaparece. Actualmente este proceso se da cada vez en mayor velocidad y expansión debido a las redes sociales como Pinterest, Tik Tok o Instagram, estas han logrado que las personas de todo el mundo estén intercomunicadas todo el tiempo por medios audiovisuales, así las tendencias van expandiéndose y viralizándose de manera más rápida y masiva, haciendo que lleguen a su tope de popularidad en poco tiempo, pero de igual forma su declive es

muy rápido debido a la cantidad de información y nuevas tendencias que van apareciendo, volviendo así cada vez más efímero este proceso dinámico mencionado.

Las tendencias son imitación de un modelo dado y satisface la necesidad de apoyo social, pues conduce al individuo por el camino que todos transitan y crea un modelo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla, pero se puede decir que es también una nueva versión de algo que ya existía. Los grandes diseñadores se reinventan en sus nuevas colecciones haciendo referencia a tendencias pasadas. Artículos de modas pasadas pasan a ser artículos imprescindibles en el armario cuando diseñadores o grandes empresas textiles las publicitan y comercializan. (Crespo, 2022)

Otra característica de la moda es su fugacidad, es efímera. La innovación en la moda es constante, y es por lo que es tan cambiante. La pasión por lo nuevo hace que aparezcan con mayor rapidez transformaciones y cambios. En la sociedad actual, donde las modas son más breves, el ciclo de la moda se redujo en tiempo, aspecto que se abordará más adelante con la obsolescencia programada. Las novedades aparecen con mayor rapidez, pero también decaen en el mercado antes. La moda no siempre ha sido tan cambiante y fugaz como en la actualidad, en el pasado, la moda era únicamente asunto de la élite y de clases sociales altas, y existía una moda estática, no tan susceptible al cambio. En el siglo XX la moda se democratiza, se convierte en un fenómeno de masas y se produce una aceleración de los cambios, incrementando su fugacidad. (Crespo, 2022)

Otro concepto central para entender más a fondo el mundo de la moda es la tendencia, está se entiende según la RAE como una corriente o inclinación a ciertos objetos que se ladee hacia algún determinado rumbo. Pero cuando se habla de moda, es un mecanismo social, un estilo que se marca temporalmente, se trata de un fenómeno que delimita a las masas a pensar o establecer una sola ruta, siempre están en constante cambio por las razones de preferencia individual. Las tendencias son un conjunto de ideas en vigencia, que marcan una temporada, está estipulada con anterioridad, y las tendencias juegan en un ciclo rotativo. Basándose en temporadas o años anteriores. (Orbe, 2013). Aunque de manera general en la sociología se entiende como: “un comportamiento adoptado temporalmente por una parte sustancial de un grupo social que lo percibe como socialmente apropiado para la época y la situación” (Erner, 2010, p. p.14).

Moda y obsolescencia programada

Cuando se habla de moda en la actualidad, es necesario repensarla, no solo desde las implicaciones subjetivas, sino desde sus consecuencias en el mercado, por eso, se trae a colación el concepto de obsolescencia programada. Para comprenderla hay que comprender su función, “En la industria, el modelo capitalista de producción en masa logró introducir los mismos productos en millones de hogares, pero, una vez que esto se lograba en alguna rama de la producción, era necesario crear nuevas necesidades haciendo variantes del mismo producto para poder ampliar aún más el mercado. (...) La diversificación de los electrodomésticos es otro ejemplo. (...) Las modas se acortaron en el tiempo, los nuevos productos pasaron a convertir en obsoletos a los más antiguos con mayor rapidez, y la basura y contaminación comenzó a amontonarse también rápidamente” (Foladori, 2001, p. 162).

Entendiendo esto, la obsolescencia programada es la determinación del fin de la vida útil de un producto, de forma que, tras un período de tiempo, este se quede obsoleto o inservible. El objetivo de esta práctica no es crear productos de calidad, sino exclusivamente el lucro económico, no teniéndose en cuenta las necesidades de los consumidores, ni las repercusiones medioambientales en la producción y mucho menos las consecuencias que se generan desde el punto de vista de la acumulación de residuos y la contaminación que conllevan. Dentro de la moda el caso más llamativo es el del fast fashion donde se produce ropa en gigantescas cantidades y la calidad deja mucho que desear, haciendo que las prendas tengan poca durabilidad. (Checa, 2019, párrafo 4)

Se cambiaron los materiales naturales y de calidad por fibras cada vez más baratas, en su mayoría plásticas que se deshacen cada vez que se lavan. Hacen que el tejido se dañe y rompan las costuras, de la misma forma, cambiaron la forma de confeccionar. Había que confeccionar más y más barato porque las fornituras pasaron a ser de menor calidad, se hacen los patrones y los cortes más rápido y las costureras cosen a un ritmo de vértigo. Esto ha hecho que un abrigo hecho ahora no siente tan bien como sentaba un abrigo hecho hace 40 o 50 años. (Checa, 2019, párrafo 5)

Actualmente esto se ha convertido en una gran problemática, ya que la industria de la moda es una de las más contaminantes para el medio ambiente, así, el aumento de la obsolescencia programada y la velocidad de cambio en las tendencias hace que haya una producción masiva de ropa, que en poco tiempo será desechada, actualmente el hecho de usar varias veces una misma prenda es un acto “vergonzoso” ya que se ha impuesto que siempre debemos llevar ropa nueva, no repetir prendas, ni quedarse atrás en las tendencias. Como se mencionó anteriormente, las redes sociales y el marketing por medio de estas, han hecho que este ciclo de consumo capitalista se vuelva casi insostenible tanto como para la economía de las personas, como para el medio ambiente, por este motivo las personas acuden a plataformas como SHEIN, las cuales venden ropa en tendencia, de baja calidad y a un precio extra bajo, este es el llamado fast fashion mencionado anteriormente, las personas recurren a comprar prendas económicas y con baja calidad ya que saben que en poco tiempo cuando la tendencia pase dejarán de usarla, esto puede tener grandes implicaciones en el aspecto psicológico de las personas, ya que están dejando de lado su creatividad, criterio y gustos genuinos para poder estar “a la moda”, además de poder llegar a generar patologías como depresión y ansiedad, debido a que las redes sociales incrementan e incentivan la “cultura del yo” como lo menciona Foucault en su texto “La hermenéutica del sujeto” y así tener esa latente necesidad de querer encajar en las demandas de la sociedad (que se vuelven explícitas por medio de las redes sociales) a través de la ropa.

Esta problemática se puede enfrentar de diferentes maneras, mayormente dejando de lado el consumo del fast fashion y adentrándose más en la moda circular o más conocida como ropa de segunda, donde también se puede encontrar ropa de buena calidad, económica, que puede estar además en tendencia, aumentando con esto la creatividad y el criterio propio a la hora de vestirse, teniendo un estilo único y aportando tanto al medio ambiente como a bajar la velocidad de la obsolescencia programada. Otra estrategia para hacerle frente a esta problemática sería promover la normalización de repetir prendas, entender que no siempre se debe presentar en público con un atuendo diferente, la ropa puede repetirse y eso está bien. Por último y en línea con el presente trabajo, la abolición del género en la ropa hace que haya menos consumismo y rapidez en su obsolescencia, al encasillar la ropa en “hombre” y “mujer” aumenta la velocidad y cantidad de consumo, siendo la moda andrógina una gran alternativa para hacerle frente a esta problemática.

No se pretende entonces que las tendencias paren y la moda no siga circulando, esto es algo imposible, ya que la moda es un reflejo de la sociedad, sus aciertos y problemáticas, pero si es necesario reducir la velocidad de este ciclo, pudiendo así disfrutar más cada paso que de la moda, hacer de esta un proceso más consciente y no tan automático y superficial.

Androginia: una aproximación a su concepto.

Para entrar directamente al tema en cuestión, la andrógina, es de suma importancia entender cómo ha sido definida y comprendida desde sus inicios hasta el día de hoy. Como punto introductorio cabe presentar la composición de la propia palabra: “Androginia”, este término proviene de las raíces andro y gyne; que en orden respectivo significan masculino y femenino, por lo tanto, se entiende que el vocablo “Androginia” expresa una combinación de géneros, acorde a la definición de Clarissa Rodríguez (2010), Según la Real Academia Española (2019), la androginia se define como “atributo dado a una persona cuyos rasgos externos no se corresponden definitivamente con los propios de su sexo” (RAE, 2019).

Antes de definir la androginia en diferentes ámbitos es necesario hacer una distinción entre sexo y género. El sexo se refiere a las diferencias biológicas entre los cuerpos masculino y femenino, mientras que el género se refiere a las diferencias psicológicas, sociales y culturales entre hombres y mujeres. (Giddens, 2010), teniendo esto claro, se puede definir la androginia en el ámbito psicológico, como el equilibrio entre las que normalmente se consideran características psicológicas masculinas y femeninas (Sebastián, 1987). Un andrógino es un ser cuyas características físicas no permiten identificarlo a simple vista como perteneciente al género masculino o femenino, es decir, que se podría considerar como un híbrido entre ambos géneros (Sánchez, -Duarte & Velázquez-Carrascal, 2019). Cuestión que no debe confundirse con hermafrodita (el término médico utilizado es intersexual); en efecto, la intersexualidad se refiere a un sexo biológico, es decir, un individuo que ha nacido con genitales ambiguos o con genitales

tanto masculinos como femeninos, sin que sea posible definirlo como hombre o mujer (Ponce, 2016, p. 65). Una vez entendido lo expuesto, y como ya se ha introducido anteriormente, la androginia psíquica consistiría en: “individuos que presentan en una forma proporcional y equilibrada rasgos masculinos y femeninos en sus actitudes y comportamientos” (Rodríguez; 2010).

Figura 1.

David

Bowie.



Nota. Por revista The Pocket Magazine, <https://www.thepocketmagazine.com/modelos-androginos-las-caras-mas-conocidas/>

Desde el feminismo posestructuralista de Julia Kristeva, se ha pretendido superar las limitaciones de los feminismos anclados en el biologismo o el culturalismo, donde por medio de un análisis del lenguaje se concluye que las mujeres deberían abandonar la reivindicación de sí mismas para optar por un conjunto de conductas andróginas (Krauel, 1999). Así, el feminismo andrógino liberal puede presuponer la conservación de valores femeninos y la adopción de algunos de los masculinos, tarea que puede ser desarrollada por cualquiera de los géneros (Rodríguez, 2008). La revolución femenina, tuvo su auge en los años 70's en Estados Unidos, inició un cambio no solamente a nivel de los estereotipos femeninos, sino también en lo referente al uso de códigos estéticos de belleza

conocidos históricamente, donde la belleza de la mujer es “efímera y evanescente” (Salgado, 2005). En ese orden de ideas, la mujer está desgastada sobre el estereotipo femenino tradicional por el que se le vincula con roles específicos a cumplir en la sociedad (Gómez Martínez et al., 2020), razón por la que el androginismo toma ciertos estereotipos que permiten a mujeres con rasgos masculinos el poder acudir a otros estilos de vida, donde el arreglo exagerado y el maquillaje son cuestiones que se excluyen (Rivera Martínez, 2019). Desde una perspectiva sociológica, la androginia ha roto con los estereotipos admitidos tradicionalmente; en consecuencia, ha llevado a repensar los conceptos de belleza y a reconocer que en otras culturas han existido otros estereotipos a lo largo de la historia humana (Martín-Casares, 2006). En la década de 1970 se ahondó en la investigación de los nuevos roles sexuales en la sociedad y se inició un movimiento andrógino caracterizado por contar con un enfoque heterogéneo de tendencias. Así, la androginia conllevó a una integración de la masculinidad y la femineidad en una misma persona, en una perspectiva sociocultural (Cardona, 2003).

La importancia de lo estético dentro del campo andrógino radica en que los rasgos físicos tanto masculinos como femeninos marcados en el rostro y cuerpo de una persona pueden definir de manera contundente su androginia, de suerte tal que su belleza física puede posibilitar que un modelo andrógino sea o no escogido para una campaña publicitaria (De Diego, 2019). De la misma manera, a nivel del mercadeo y la publicidad, el fenómeno social de la androginia no ha sido desestimado y, por el contrario, se han utilizado figuras andróginas para promover productos y servicios, esto buscando captar la atención del público y presentarse, en muchos casos, como anunciantes incluyentes. Por esto mismo, las nuevas generaciones están desgastadas por el hecho de seguir los mismos estereotipos de belleza y códigos estéticos de sus padres, que les han sido impuestos en su crianza; por ello, encuentran en la androginia un espacio de representación y desarrollo de la personalidad que es diferente a lo convencional (Rosa, 2009).

Genderless: definiciones y generalidades

Para continuar, un tema importante al unir la androginia con el mundo de la moda es el fenómeno de la ropa genderless, Dorfles (1984) quien dice que, el fenómeno de la ropa y

el hecho de que esta estuviera en las dimensiones más profundas de nuestro carácter, humor y forma de estar en el mundo, tiene una importancia considerable, no sólo para sí mismo sino también para los demás. Este mismo autor también menciona que la moda no solo es un fenómeno insignificante y superficial, sino que es el espejo de los hábitos, el comportamiento psicológico del individuo, la profesión, la orientación política y el gusto. Por lo tanto, debe tenerse en cuenta su peso social, estético y cultural.

Pasando a la historia, Según Seeling (2000), todo comenzó con Paul Poiret (1879 - 1944) un diseñador que provocó un escándalo del que obtuvo una alta publicidad, con sus faldas- trousers. En 1900, Poiret vistió a Sarah Bernhardt, una reconocida actriz, con pantalones, para su primer papel masculino en L'Aiglon, siendo así la primera mujer en usarlos. En 1913, Gabrielle Chanel presentó sus primeros modelos deportivos en tela de jersey, que cuentan con un corte más amplio y relajado, asunto que permitió la libertad de movimiento para las mujeres. La Primera Guerra Mundial liberó a la mayoría de las mujeres de elegir qué ponerse; no había muchas opciones: ropa de trabajo, uniformes y traje de luto. En 1931, el alcalde de París exigió que Marlene Dietrich saliera de la ciudad por atreverse a salir a la calle con un traje de hombre. En 1966, el esmoquin femenino de Yves Saint Laurent provocó un nuevo escándalo, sin embargo, siempre permanecerá conectado con su nombre.

De esta manera, la "ropa invertida", dio paso a la ropa unisex y "genderless" en las tiendas de moda más sofisticadas, entendiendo que el cuerpo humano es más que una entidad biológica. Es un organismo cultural, incluso un artefacto cultural, y sus propias fronteras no están bien definidas. Siguiendo así, Según Pinto (2015) el desarrollo de la ropa sin género es un intento de negocio de la moda, una forma de llegar a diferentes audiencias, respondiendo a las necesidades de un nicho de mercado cada vez más fluido. El autor también mencionó que la androginia y el genderless están presentes en las principales tendencias actuales de la moda, confundiendo y rompiendo la tenue barrera entre lo masculino y lo femenino.

Neo punk

Siguiendo este mismo orden de ideas, el neo punk, nombre dado en Latinoamérica (principalmente en Colombia) a una tendencia musical que surgió en California, Estados Unidos, como revitalización del punk tradicional (inglés) al final de la década de los ochenta, bajo la influencia del hardcore punk, rock pop y pop, al cual se le conoce internacionalmente como Pop punk o en algunos casos como Punk Rock. El neo punk se plantea para hacer del punk un ritmo más amable y melódico (Medina, 2010) Este mismo propone que surge de la fusión del punk rock con la música pop en varios niveles, en inglés se utiliza mucho el término pop punk, abreviatura de "popular punk"; es decir, música punk que deja la esencia del punk y su actitud, este se populariza en un ámbito más abierto. El neo punk no posee la misma estética que el punk rock, ya que no sigue los ideales del movimiento punk y sus letras no hablan de política, sino de temas más ligados a la adolescencia, además de ser más limpio y melódico que el punk rock. El pop punk también es considerado icono de películas juveniles como el Soundtrack de películas de American Pie y series como Malcolm.

Medina (2010), explica que los seguidores del neopunk se caracterizan por la búsqueda de un bienestar común y la liberación de los estigmas sociales, partiendo de mensajes implícitos dentro de las letras de sus canciones, que hablan de los sentimientos y pensamientos de los jóvenes. Esta tribu se caracteriza por vestir rockera y punk a la vez ya que emplean accesorios de todas las índoles y que varían respecto al enfoque de la banda. Percibidos como rebeldes, agresivos y peligrosos, los punks originales de los años 70, surgidos en tierras inglesas, fueron incomprendidos para su época. Si bien, su imagen era bastante atípica y llamativa, el principal objetivo de los punks era crear una sociedad más igualitaria; fomentar el pensamiento propio y ver por los derechos de todos (inclusive de los animales).

Por otro lado, se expone que, en cuanto a la moda, el neopunk se muestra de una forma mucho más pop, viendo los tatuajes como un accesorio, los tonos pastel y los accesorios metálicos como unas de las nuevas tendencias de esta cultura urbana. Uno de los aspectos que se puede destacar en el neopunk radica en la variada paleta de color. En un origen el negro se convirtió en el estandarte de la subcultura, ahora, este tono sigue estando presente, pero también comparte protagonismo con colores brillantes y fluorescentes, como ejemplo está el caso Machine Gun Kelly, nuevo modelo para Dolce&Gabbana, que propone una estética punk con toques del clásico glam rock de los años 80; animal print, brillos y juego con los roles de género; dando pie a un nuevo estilo

punk inclusivo. Algo de suma importancia en este nuevo estilo punk es la relevancia en cada detalle, accesorios, teñidos de cabello e inclusive los tatuajes, se hacen parte de la moda. (Luna, 2022)

Se trae a colación este concepto, ya que se puede evidenciar como las personas usuarias de la moda andrógina hacen uso de diferentes elementos de la cultura pop, rock y punk, desapareciendo no solo las barreras de género en la ropa, sino también mostrando como se pueden unir diferentes estilos por medio de ropa, accesorios, maquillaje, peinados, tatuajes, entre otros, realzando su creatividad y pasión por la moda, este tipo de mezcla de estilos se puede encontrar ejemplificado en las personas que asisten a festivales y fiestas de música techno en la ciudad de Medellín, añadiendo también el estilo streetwear y urbano.

Moda andrógina

Historicidad

Continuando es de suma importancia comprender que, al hablar de la moda andrógina, se necesita entender y profundizar en uno de los movimientos sociales más grandes y relevantes durante los años 70 y la no identificación que muchos colectivos sentían con lo que la sociedad por muchos años había impuesto.

Sanabria Lagar (2017) explica que estos colectivos vieron en la figura andrógina un movimiento de liberación y ruptura con los estereotipos del momento. Lo que supuso la libertad para muchas mujeres, homosexuales y transexuales, respecto a las barreras de género. El movimiento andrógino fue una forma de no sentirse excluidos de la sociedad sin necesidad de estar condicionados por la sexualidad y las diferentes marcas se sirvieron de estos movimientos sociales.

Es por esto, que, en cuanto a la publicidad, se populariza el uso de modelos andróginos, y se aprovecha para de esta manera ofrecer un nuevo mensaje y atrapar más fácilmente a los consumidores que están en búsqueda de identificación de un novedoso

modelo social, entienden que el nuevo modelo andrógino es perfecto para llegar a un target mucho más amplio. (Calvo, 2019)

Suzy Menkes (2014) periodista de gran reputación en el mundo de la moda, acuñó el término “Generation Gender Neutral”, para referirse a la que seguramente sea la nueva generación de personas jóvenes más decididas a saltarse los cánones establecidos para hombres y mujeres.

Según Calvo (2019), fue Coco Chanel, quien con sus diseños fue capaz de desdoblar a la figura femenina en masculina a través de los cortes de los mismos, marcas y diseñadores comunican a través de la moda una estética más personal, Pero a pesar de esto, es cierto que hay otras que lo utilizan como instrumento complementario para reivindicar quejas sobre el sistema social y cultural.

Marcela Rubini (2014) demuestra cómo esta tendencia tiene un trasfondo biológico, psicológico y cultural. “Hay determinadas características físicas que funcionan mejor que otras para lograr un efectivo look andrógino”, Así mismo Marcela define este estilo como una manera de llamar la atención y/o reflejar un cambio social.

Según Marina Calvo (2019), la moda usa a estos modelos para formar parte del cambio social, para así demostrar al público, que hay compromiso con este, los dos usos más destacados de los modelos andróginos son:

Primero la modificación o establecimiento de los valores en relación con la marca, sin dar protagonismo al producto. Segundo reafirmar a través de sus productos los valores sociales de la marca en relación a la androginia y por tanto a los estereotipos de género.

¿Quién la usa?

En el “Estudio del uso de modelos andróginos en comunicación publicitaria dentro del sector de la moda y como ayuda a la ruptura de estereotipos de género entre el público adolescente de 13 a 18 años” Marina Calvo (2019), explica cómo Roedder (1999) partiendo de las teorías acerca del desarrollo cognitivo y del desarrollo social de Piaget, Selman (1980) y Barenboin (1981) y usando la noción de estadios, propone que: “la socialización del consumidor se ve como una serie de tres estadios diferenciados principalmente por edades y progresivos que describen los principales eventos por los

que atraviesa el niño desde preescolar hasta la adolescencia. Estos estadios son: perceptual, analítico y reflexivo.”

Para comprender entonces estas motivaciones, se debe pasar al último estadio, de los 13 a los 18 años, puesto que empató aquí donde los adolescentes tienen una comprensión de que significa el consumo y sus implicaciones en diferentes contextos sociales complejos, hay cambios en sus habilidades, perfeccionan lo que han conseguido en estadios previos. Es en ese momento donde los jóvenes comienzan a construir su identidad propia, y el consumo se muestra como uno de sus medios, porque se puede fortificar una identidad con productos, productos que compran tras ver modelos, marcas y productos con los que se identifican, es una compra con significado simbólico.

Figura 3.

Ruby Rose



Nota.: Por revista The Pocket Magazine,
[https://www.thepocketmagazine.com/modelos- androginos-las-caras-mas-conocidas/](https://www.thepocketmagazine.com/modelos-androginos-las-caras-mas-conocidas/)

De la misma manera, la identidad de género, a su vez, se entendieron como la pertenencia al sexo femenino o masculino. Según Sheriff (1982):

“La identidad de género hace referencia al hecho de percibir y vernos a nosotros mismos como mujer o como varón, dando como resultado el rol o papel de género que es la expresión de la masculinidad o feminidad teniendo en cuenta las normas establecidas por la sociedad.”

Entendiendo este como un componente del autoconcepto que se define en los inicios de la adolescencia por medio del autoconcepto y concepciones familiares y sociales.

Lugar de la moda en Medellín

Según Inexmoda “el 50% de la producción textil nacional se hace en Antioquia” y el epicentro de toda esta producción es la ciudad de Medellín, lo que perfila a la ciudad como la capital textil del país, al tener esto en cuenta se entiende la moda y la experimentación textil como fundamentos de la ciudad y sus habitantes, esto permite que las personas y las empresas experimenten y busquen nuevos horizontes para crear o estar en tendencia. Como ejemplo, están, Colombiatex y Colombiamoda, las cuales, según (Arango, 2022), son las ferias de insumos textiles y de moda más importantes de América Latina, y cuales cuentan con un espíritu propio que es muestra del desarrollo de nuevos talentos, de un producto de excelente calidad y de una ciudad que es referente en el turismo de compras; pero también de un clima tropical envolvente y un paisaje rodeado de montañas, de una amabilidad y hospitalidad propia de sus habitantes y de una vibra espontánea que inevitablemente hace que quien visita la ciudad por trabajo se quede algunos días más, la abandone con pesar o regrese de vacaciones.

También, al hablar de moda en Medellín, resulta fundamental entender la influencia que ha tenido el reggaetón en esta, grandes exponentes de este género son originarios de la ciudad e incursionan a gran escala en el mundo de la moda, no solo en el país, sino también de manera internacional, convirtiéndose así Medellín una capital de moda, en Latinoamérica y el mundo, como lo explica la periodista Francis Solá, quien muestra la sorprendente incursión de Maluma como modelo para la marca italiana Versace. Al momento, Donatella Versace compartió en redes sociales su primera impresión del cantante colombiano, quien también ejerció de su acompañante en la Gala MET de 2021:

"Cuando conocí a Maluma por primera vez, inmediatamente sentí su energía y su atractiva personalidad. Es un hombre que piensa en el futuro y nunca tiene miedo de desafiar a sí mismo (...) marca la diferencia y hace del mundo un lugar mejor. Esto le convierte en el perfecto hombre Versace". Su look, en el que predominan

los trajes bien entallados y los estampados maximalistas, se distancia de la cultura callejera para recordarnos a la cautivante figura del Casanova. No es coincidencia que las firmas lo soliciten como embajador comercial por encima de otros artistas del género: “Tiene un sello personal con atractivo de playboy que luce muchas marcas exclusivas. Es el estereotipo de galán latino adinerado y esto lo hace irresistible para el mercado”.

Así mismo, otro de los mayores y más reconocidos exponentes del streetwear de lujo de la ciudad es J Balvin, como lo explica la revista *Hola!* donde narran que en los dos desfiles de la temporada lo tuvieron en su front row. Este como embajador de Dior y Louis Vuitton, mantiene una relación de varios años con los directores creativos de estas icónicas marcas, Kim Jones y el fallecido Virgil Abloh, ambos pioneros en la difusión del streetwear de lujo. Aunque la labor del colombiano no se encuentra solamente frente a las cámaras: ha lanzado con buena recepción dos cápsulas de la mano de Guess (J Balvin x Guess), basadas en los conceptos de dos de sus discos, *Vibras* (2017) y *Colores* (2020); también, una edición limitada de zapatillas Jordan y una colección de moda propia en asociación con el reconocido artista Takashi Murakami. (Torres, 2022)

De la misma forma, la famosa cantante paisa Carolina Giraldo, más conocida como Karol G, es reconocida en la importante revista de moda *Vogue*, por su estilo que destaca, Meouchi (2022) explica que, en cuanto a estilo, la ganadora de los Premios Grammy tiene dominada la fórmula perfecta para destacar cada vez que se sube al escenario o camina por una alfombra roja. La cantante sabe llevar con seguridad desde vestidos con transparencias y aberturas en las piernas hasta pantalones a la cadera y jeans con aplicaciones. Definiéndose, así como un icono más de la ciudad en cuanto a moda y tendencias.

Los anteriores han sido los principales exponentes paisas en música y moda de forma internacional, pero también se encuentran otros artistas que han incurrido en este ámbito como Feid, Ryan Castro, entre otros. Todos estos artistas, han logrado inspirar y generar interés acerca de la moda en los jóvenes de la ciudad, animándolos a ser creativos, experimentar con su vestimenta y estilo. Así Medellín se ha vuelto reconocida, por la mención de dichos artistas en sus canciones, entrevistas y diferentes apariciones públicas, en las que explicitan lo orgullosos que están de ser originarios de la ciudad, además, por

la difusión de la cultura paisa en redes sociales, la espontaneidad de su gente y lo acogedora que es esta.

Método

Tipo de estudio

El presente estudio se caracterizará por utilizar el método cualitativo, debido a que se estudiará el fenómeno desde la perspectiva subjetiva de los sujetos, en su contexto natural. También se caracterizará porque el investigador se interesa por el significado de las experiencias, el punto de vista de las personas con vestimenta andrógina y el ambiente natural en el cual se presentó el fenómeno estudiado (Hernandez, Fernandez & Baptista et al., 2006). El tipo de investigación será descriptivo ya que se realizará un análisis del fenómeno androginia en los jóvenes de la ciudad de Medellín a partir de su naturaleza actual (Veiga; Fuente & Zimmerman, et al., 2008). Con relación al tiempo, se trata de un estudio transversal debido a que se tomará una única muestra de los datos en el tiempo.

El diseño de la investigación se presentará un estudio de caso, debido que se hará un análisis intensivo en el ambiente natural, en el que la recolección de información numerosa y detallada permitirá deducir las variables y las implicaciones que tiene la androginia en los jóvenes de la ciudad de Medellín, con miras a entender la totalidad de una situación. (D'Bruyne et al., 1974)

Participantes

Los sujetos que participarán de esta investigación serán un grupo de jóvenes entre las edades de 18 a 25 años con rasgos andróginos, residentes de la ciudad de Medellín, con un nivel educativo mínimo bachiller. La muestra será seleccionada de manera intencional a través de la estrategia bola de nieve que se define como “una técnica para encontrar al objeto de investigación. En la misma un sujeto le da al investigador el nombre

de otro, que, a su vez, proporciona el nombre de un tercero, y así sucesivamente” (Atkinson, & Flint, 2001, : p. 1) no se tendrá en cuenta el sexo, ni la clase social.

Instrumentos

La recolección de la información se realizará a través de entrevistas semiestructuradas, que se puede definir como “una conversación amistosa entre informante e investigador, convirtiéndose este último en un oidor, alguien que es chica con atención, no impone ni interpretaciones ni respuestas, guiando el curso de la entrevista hacia los temas que a él le interesan” (Díaz et al., 2013), y el cuestionario, que Parasuraman (1986) define como “un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para lograr los objetivos propuestos en un proyecto de investigación” como instrumentos, teniendo en cuenta las siguientes categorías de rastreo y posterior análisis: percepción de la moda andrógina, implicaciones y desafíos psicosociales, efectos del uso de la moda andrógina y efectos del uso de la moda andrógina.

Tabla 1: Relación entre objetivos específicos y categorías de rastreo de la información

Objetivos específicos	Categoría de rastreo de análisis/análisis de datos
Identificación de la percepción que tienen los jóvenes de la ciudad de Medellín sobre la moda andrógina.	Percepción de la moda andrógina.
Descripción de las implicaciones y desafíos psicosociales de la moda andrógina en los jóvenes de Medellín.	Implicaciones y desafíos psicosociales.
Identificación de los efectos del uso de la moda andrógina en los jóvenes de Medellín.	desafíos psicosociales/Efectos del uso de la moda andrógina.

Identificación de las consecuencias positivas y negativas de la moda andrógina en los jóvenes de Medellín.	Consecuencias positivas y negativas de la moda andrógina/Efectos del uso de la moda andrógina.
--	--

Nota: Elaboración propia

Procedimiento

La investigación se desarrollará en tres fases. La primera siendo en la contextualización teórica en la que se definió el estado del arte, por medio de una matriz donde se introdujeron las diferentes investigaciones sobre la moda andrógina, en la segunda fase se construyó el marco teórico. Luego, como tercera fase, la discriminación de los contenidos para lograr ubicarlos y agruparlos de acuerdo a las categorías preestablecidas. Finalmente, se analizarán categorialmente los datos y se tomarán algunos de los fragmentos de discurso más significativos como evidencia empírica de cada una de las categorías a analizar; y a partir de la cual se organizará la estructura narrativa de los resultados. Se cerrará con la discusión de los resultados y las conclusiones del estudio.

Resultados

El análisis en la elaboración de una investigación se muestra cómo una herramienta fundamental al momento de buscar resultados e investigar las diferentes variables que se tienen en la misma. En el caso de esta investigación, el análisis se presentó como una plataforma de gran utilidad que permitió, ver más allá de las variables presentadas, para así entender cómo estas se ven aplicadas directamente en la vida y las experiencias de los participantes.

Caracterización de los participantes

Los sujetos que hicieron parte de esta investigación fueron 7, todos entre las edades de 19 hasta 22 años. Los participantes vienen de Medellín y en promedio llevan dos años

dándole uso a la moda andrógina, en cuanto a la escolaridad todos tienen un título bachiller, y se encuentran cursando alguna carrera universitaria en el país. Se contó con 3 participantes del sexo femenino, 1 del sexo masculino, y 3 que en su identidad de género son no binarios. En cuanto a las respuestas dadas por los participantes, en general hubo una homogeneidad en las respuestas, todos tendieron a dar respuestas muy similares en cuanto a su percepción, experiencias, motivaciones, desafíos psicosociales frente a la moda andrógina, razón por la que se facilitó realizar una conclusión frente a los resultados.

Sujeto	Edad	sexo	escolaridad	tiempo de uso
Participante 1	22	masculino/no binario	bachiller	2 años y medio
Participante 2	20	femenino	bachiller	2 años
Participante 3	19	femenino	bachiller	2 años
Participante 4	20	femenino	bachiller	1 año y medio
Participante 5	21	masculino/no binario	bachiller	4 años
Participante 6	19	masculino/no binario	bachiller	3 años
Participante 7	22	masculino	bachiller	5 años

Percepción de la moda andrógina

En cuanto a la *percepción de la moda andrógina* que los participantes tienen, se hace una división en dos variables, comenzando está, *características generales de la moda andrógina*, que es definida por Arcila et al., (2018) cómo “Una mezcla unisex que significa que es apto tanto para hombres como para mujeres, donde el principal objetivo es abstraer el punto máximo de esta, haciendo que se renuncie a una categoría propia.” Frente a esto, los sujetos manifestaron un enfoque en la expresión corporal y comodidad sin importar el género asignado a las prendas, como lo manifiestan:

Participante 1:

“en mi opinión, lo que nos motiva creo que es el hecho de vestirse sin tener que pensar en los estereotipos de la gente de que algunas prendas son para chicas y otras para chicos, y ser lo que queramos ser, ósea ponernos la ropa porque es ropa y no es género, la ropa es lo que tú quieras usar y con lo que te sientas bien.”

Así mismo, el participante 2:

“Pues a ver, realmente yo más que me caracterice por la vestimenta andrógina, es como que es con lo que me siento cómoda, hay días en los que realmente me visto digámoslo, así como muy masculino, o hay días en los que me visto muy femeninas, pero igualmente siento que la ropa no tiene género.”

Igualmente, el participante 6:

“la moda andrógina se caracteriza por no llevar estereotipos, si te gusta, si lo sabes vestir, pónitelo, es eso, no llevar estereotipos por nada, no tener estereotipos, me luce, me gusta y me lo puse.”

De la misma manera, en cuanto al *uso de la moda andrógina*, la razón de su uso es definida a grandes rasgos como “aquello con lo que elijo vestirme me representa, expresa mi interior. De esto se trata la moda andrógina: ambigua, en la búsqueda de la no etiqueta,

libre.” (Zaremba, 2021). En las entrevistas se encuentra que lo que impulsa el uso de esta, es el ser, la identidad propia, esto es confirmado por los participantes:

Participante 1 dice:

“Yo creo que a las personas andróginas las impulsa ese ser quien quieras sin pensar en los estereotipos, personas que se sienten libres, que se visten como quieren, como pueden, porque yo siento que la ropa de cierta forma es poder y lo que uno se ponga debe potenciar esa fuerza que hay en uno y no importa el estereotipo de la gente de que la ropa es de niña o de niño, entonces ese gran impulso lo da ese ser quien uno quiera ser sin tener una etiqueta.”

Y el participante 4 que afirma:

“personas sin miedo al qué dirán, dispuestas a ser lo que son, a amarse, aunque digan q he está bien o no, es una expresión del ser más allá del qué dirán, lo más profundo de uno.”

Desafíos psicosociales

Pasando a los *desafíos psicosociales* que implica la moda andrógina, los participantes de manera unánime, expresaron que esta se enfoca en las opiniones críticas de un externo, y el acoso que la vestimenta puede generar, los participantes exponen:

Participante 6:

“Los desafíos son como las críticas, del que dirán en la calle, en mi caso no sería como por mi familia porque uno primero se tiene que aceptar como es y ya después la familia verá si lo acepta o no, uno es el primero que se acepta, y si ellos quieren apoyarte pues bueno equis, pero lo que uno si ve día a día es el acoso en la sociedad, que como que no se han acostumbrado a que eso no tiene genero literal, eso no tiene sexo, entonces el

acoso como por ejemplo, es muy evidente que yo sea homosexual, entonces son como los chiflidos, el acoso sobre ese lado también, tras de que me gustan los hombres, soy homosexual, soy muy afeminado, entonces también por ese lado, ese horrible acoso que uno vive día a día por usar esa moda también. Los chiflidos, que le dicen cosas horribles, por ejemplo, un día pasó un carro con varia gente dentro y todos son gritándole cosas a uno, pero no cómo insultándolo, si no como... como a una mujer... piropeando eso! Pero uno sabe que no es de piropo, sino que es también como por joderlo. no es fácil y también me gusta mucho porque yo ya tengo mi personalidad muy firme de lo que quiero, lo que me gusta, todo eso y también me gusta mucho ayudarle a la gente que se sienta segura por lo que se va a poner, como no pues si a usted le gusta y no te causa ninguna inseguridad lo que te estas poniendo, póngaselo lo mejor que pueda.”

Igualmente, el participante 3:

“el que uno a veces no se siente aceptado del todo, porque hay personas que lo tratan a uno diferente a los demás, así uno diga como yo soy mujer y estoy con mujeres, entonces me van a tratar como tal, y no pasa, y los hombres tampoco lo tratan a uno normal”

Efectos positivos y negativos del uso de la moda andrógina.

En relación con los *efectos positivos* que los participantes tienen se obtuvo que en su mayoría expresaron que la moda andrógina ha influido positivamente en ellos de forma que se pueden expresar con más facilidad, aumentar su confianza y autoestima, además de volverles personas más felices, así como lo expresan los siguientes sujetos:

Participante 4:

“sentirse bien consigo mismo, expresar lo que uno es y siente, lograr llegar a la gente de una manera distinta, con tan solo uno vestirse de una manera, uno es más abierto a hablar de cosas diferentes porque ven que uno es diferente, y si ven que uno es diferente se sienten bien siendo diferentes.”

Por su lado el participante 5:

“ser feliz, me expresé por fin, y no siento que estoy atrapado en una caja donde hago lo que los demás dicen para hacerme feliz”

Además, el participante 7:

“Pues, todo, mi autoestima, soy feliz. No me tengo que esconder para mostrar lo que soy, y puedo conocer personas que me aceptan así y que entienden lo que quiero expresar.”

También, en relación con los *efectos negativos* del uso de la moda andrógina, se obtuvo que los participantes en su mayoría encuentran que las miradas con desprecio, la crítica y el acoso son los principales efectos negativos del uso de esta, como lo expresan:

Participante 2:

“Negativos, hablando ya acá en Medellín, obviamente eso implica muchos comentarios de gente que todavía pueda ser muy cerrada al tema, cosa que no debería pasar”

Al igual que el participante 5:

“Igual la gente, me critican, miran de reojo, juzgan y lo llaman a uno cosas que uno no es, por eso a veces uno se cohibe de salir a ciertos lados.”

Motivaciones del uso de la moda andrógina

Siguiendo, se finaliza con *motivaciones del uso de la moda andrógina*, por un lado, se encuentran las *motivaciones intrínsecas o derivadas de su ser* las cuales son principalmente según los participantes, comodidad, expresión propia y amor por la moda, así lo dicen:

Sujeto 6:

“yo creo que sería primero porque me encanta la moda, como te dije yo quisiera ser diseñador de modas, estudiarlo, entonces me encanta todo lo que sea con la moda, me gusta mucho experimentar cosas nuevas con la ropa, digamos yo veo ropa en un vestidor o en un almacén y yo veo que se ve rara, pero vamos a darle la oportunidad de que yo la utilice, y ahí veo que me encanta entonces como, no hay límites, no hay que pensar en el qué dirán, eso.”

También, el sujeto 4 expresa:

“sentirme bien, cómoda, sentir que estoy expresando algo, que me parece que la moda es una herramienta demasiado útil para llegar a la gente de diferentes maneras, a veces emocionales, o que la gente se inspire, eso me inspira, ser feliz.”

Finalmente se encuentra la última subcategoría la cual son las *motivaciones extrínsecas o derivadas del contexto que impulsan el uso de la moda andrógina*, Según Inexmoda, "el 50% de la producción textil nacional se hace en Antioquia", y el epicentro de toda esta producción es la ciudad de Medellín, lo que perfila a la ciudad como la capital textil del país, al tener esto en cuenta se entiende la moda y la experimentación textil como fundamentos de la ciudad y sus habitantes, esto permite que las personas y las empresas experimenten y busquen nuevos horizontes para crear o estar en tendencia (Arango, 2022) además, al hablar de moda en Medellín, resulta fundamental entender la influencia que ha tenido el reggaetón en esta, grandes exponentes de este género son originarios de la ciudad e incursionan a gran escala en el mundo de la moda, no solo en el país, sino también de manera internacional, así los participaron que sus principales motivaciones extrínsecas son los espacios y contextos sociales, el gusto estético por este tipo de moda e iconos famosos, como lo expresa:

Participante 1:

“Yo creo que lo que más me impulsa son los espacios en los que estoy, en estos espacios, aunque tengamos estilos muy diferentes hay un sentimiento de todos, de que todo lo que tiene de referente son los amigos, entonces siento que para mí lo que más me impulsa es ese hecho de los contextos sociales en los que estoy y mis amigos.”

También, responde el participante 5:

“Mis amigos que también se visten así, iconos de moda, amo la moda y el maquillaje, entonces me inspiro en los artistas.”

Conclusión

Esta investigación surgió del interés de encontrar cuál es la significación del uso de la moda andrógina en los jóvenes de Medellín, esto debido a que en los últimos años se ha podido ver un aumento en el uso de la moda andrógina en espacios abiertos y contextos sociales en los jóvenes de la ciudad, el interés en esto surgió en la pregunta del porque lo están haciendo, que los motiva, además del interés estético de los investigadores, ayudando además a la lucha contra el binarismo extremo, demostrando con esto que la moda y la vestimenta son una manera de expresar un discurso y no algo dividido por género, para realizar esto, se hizo énfasis en 4 variables que engloban la percepción, los desafíos psicosociales, los efectos positivos y negativos, y las motivaciones del uso de la moda andrógina, para así, comprender profundamente cómo está impacta en el ser y qué implicaciones se identifican sobre este tema.

En relación con la percepción de la moda andrógina, se identifica una definición muy similar por parte de todos los participantes de la investigación, la nombran como ropa sin género, límites o estereotipos, estos se centran en la comodidad que les da el usar esta vestimenta, explicando que es un modo de expresar su personalidad y sus gustos, dejando de lado los estereotipos, usualmente de género, y las limitaciones en cómo se deben combinar la prendas. Se hace un énfasis en la distinción y la concepción del género, ya que se tiene un consenso en que, si trata de vestimenta, este pasa a un plano secundario, en el que las ideaciones que se suele tener como sociedad no son vistas. Así mismo, se tiene en cuenta la importancia de la libertad, que va ligada a la identidad personal, y que

se refleja en las elecciones de vestir.

Butler, J. (1990). "La performatividad del género demuestra que aquello que consideramos como 'identidad' es en realidad un acto, una serie de actos, en el tiempo y no un estado o condición fija y estática. La moda andrógina, al desdibujar las líneas entre lo que es tradicionalmente masculino y femenino, se convierte en un espacio en el que se puede cuestionar y redefinir las normas de género." (p. 33) A este entendimiento, se añade que la moda andrógina no solo facilita la autoexpresión individual, sino que también actúa como un catalizador para el diálogo social y cultural en torno a temas de género e identidad. Cuando se rompen las diferentes convenciones y normas sociales de cómo deben vestirse los hombres y mujeres basados en género, es cuando la moda andrógina ingresa a la conversación a cuestionar y expandir la comprensión colectiva de lo que significa la identidad de género en el contexto contemporáneo. Esto refleja un cambio cultural más amplio hacia la aceptación de la fluidez de género y la no conformidad de género como aspectos válidos y reconocidos de la experiencia humana.

Así mismo, la moda andrógina se ve como un reflejo de la evolución de las actitudes sociales hacia una mayor aceptación de la diversidad y la complejidad de las identidades de género, por medio de la moda, las elecciones de vestimenta, se desafían las expectativas tradicionales y fomentamos una sociedad más abierta y aceptante. En este sentido, la moda andrógina no solo es una declaración personal de estilo, sino también una postura política y social que defiende la igualdad y la inclusión.

Por último, cabe destacar que la moda andrógina también se inclina a la búsqueda de sostenibilidad y versatilidad en la moda, convirtiendo las prendas de un solo uso, a un contexto integral en el que son diseñadas para ser usadas por cualquier persona, independientemente de su género, y promueven una forma de consumo más consciente y menos sujeta a las tendencias de moda efímeras.

Dando paso a los desafíos psicosociales se encuentra que, todos se desenvuelven en la percepción externa, ya que incluye acoso y rechazo, lo que lleva al sujeto a desarrollar complejos por las críticas del otro. El acoso suele ser sexual, con palabras vulgares y

persecución, el rechazo se divide en dos esquemas, la familia que no acepta las decisiones de vestimenta, y los externos que excluyen a las personas apodándola de excéntrica y no respetando su identificación de género. Los participantes expresan que la mayor afición que esto tiene es a su autoestima, por lo que prefieren mantener su círculo cercano rodeado de personas que al igual que ellos, lleven un estilo de vida con moda andrógina.

"Butler, J. (1990) resalta que 'la performatividad de género no debe entenderse como la expresión dramática de un yo esencial; más bien, ese yo es performativamente constituido por la propia 'expresión' que se dice ser su resultado' (p. 25)." Los desafíos psicosociales asociados a la moda andrógina, tal como se refleja en las investigaciones y experiencias de los participantes, expresan la complejidad de navegar en una sociedad donde las normas de género todavía juegan un papel dominante. A pesar de los avances en la aceptación de diversas expresiones de género, quienes adoptan un estilo andrógino a menudo se encuentran en el punto de mira de comportamientos discriminatorios, que no solo se manifiestan en forma de acoso y rechazo, sino también a través de microagresiones cotidianas y la invalidación de su identidad. Este entorno puede generar un impacto significativo en la salud mental de los individuos, incluyendo la ansiedad, la depresión y una disminución en la autoestima, lo que destaca la necesidad imperiosa de estrategias de afrontamiento y redes de apoyo sólidas.

En relación con los efectos positivos del uso de la moda andrógina se encontró que los principales son la libre y propia expresión, tanto corporal, tanto discursiva propia, como social, también está la confianza, se mencionó en varias ocasiones el aumento del autoestima y la propia comodidad y lo más importante, la felicidad, según Aristóteles es este el fin último del ser humano nombrándolo como "eudaimonia", lo cual es muy interesante de ver como la ropa y el estilo propio de vestimenta pueden contribuir a la felicidad y mejoría psíquica de un humano, presentándose anteriormente solo como una forma de cubrirse del frío o de insectos, etc. y actualmente es un muestra de confianza, expresión y felicidad, lo cual muestra un avance en el ser humano.

Steele (2010), quien en su obra "The Berg Companion to Fashion" explora cómo la moda actúa como un vehículo de expresión personal y cultural. Steele argumenta que la moda

no solo refleja las tendencias culturales y sociales de una época, sino que también ofrece a los individuos una forma de comunicar su identidad única y sus valores personales a través de sus elecciones de vestimenta. Esto se alinea con la noción de que la moda andrógina, al trascender los límites de género tradicionales, permite una mayor libertad de expresión y contribuye al bienestar psicológico al promover la autenticidad y la comodidad personal. Siendo así, se visualiza como la moda andrógina, más allá de ser un mero estilo de vestimenta, se revela como un poderoso método para la autoexpresión y la afirmación de la identidad, tal como se refleja en las investigaciones. Esta forma de expresión no convencional permite a los individuos trascender las barreras tradicionales de género, ofreciendo una paleta más amplia para la representación personal y la comunicación no verbal de la identidad y las creencias personales. La elección de adoptar una moda andrógina no se trata simplemente de la estética, sino de una declaración más profunda sobre la fluidez de género y la resistencia contra las normativas restrictivas, lo cual puede tener un impacto significativo en la autoestima y la percepción del yo. Al desafiar y redefinir las expectativas sociales sobre el género a través de la moda, los individuos pueden experimentar un sentido renovado de libertad y autenticidad, lo cual es esencial para el bienestar psicológico.

La conexión entre la moda andrógina y la noción aristotélica de "eudaimonía" o felicidad como el fin último de la existencia humana es particularmente reveladora. Cuando se permite que las personas se expresen de manera auténtica y se sientan cómodas en su propia piel, se contribuye directamente a la realización personal y la felicidad. Esto como avance en la comprensión y el uso de la moda como una herramienta para el bienestar psíquico y emocional muestra un cambio cultural hacia la valoración de la diversidad y la individualidad. En este sentido, la moda andrógina no solo refleja un progreso en la industria de la moda, sino también un desarrollo evolutivo en la sociedad, donde se ve que la búsqueda de la felicidad y la autenticidad se convierte en un aspecto cada vez más valorado y reconocido en la experiencia humana.

También están los efectos negativos del uso de la moda andrógina, según lo analizado son las miradas, el acoso y las críticas, actualmente la lucha del género es algo compleja, ya que generaciones anteriores a las nuevas, tienen una mentalidad cerrada frente a la

abolición del género, lo cual es algo que se busca en cierta parte con el uso de la moda andrógina, además el machismo y la desinformación frente a esto son variables muy importantes para la perpetuación del acoso y rechazo por las personas “diferentes” o andróginas en este caso, esto hace que las personas cometan actos violentos contra quienes se atreven y muestran su valentía, vistiendo como su propio ser desea, sin importar el peligro y el rechazo, es inaceptable que cualquier persona sea violentada, que no se respeten sus derechos como ser humano, por el simple hecho de su vestimenta, es una lucha larga, pero que cada vez va avanzando y es gracias a estas personas que se atreven a hacerle frente, una forma de protesta por medio del vestir. "Todos ven lo que aparentas ser, pocos experimentan lo que realmente eres" (Maquiavelo, 1532).

Se identifica claramente que, si bien esta forma de expresión puede ser liberadora y empoderadora para muchos, también conlleva desafíos significativos en términos de percepción social y aceptación. Los efectos negativos asociados con la adopción de un estilo que desafía las normas de género tradicionales, como el acoso, las miradas críticas y las evaluaciones negativas, resaltan una fricción cultural entre las viejas concepciones de género y las nuevas formas de expresión personal. Esta resistencia se manifiesta a menudo en comportamientos discriminatorios y prejuicios arraigados que pueden provenir de generaciones con puntos de vista más tradicionales sobre los roles de género.

La moda andrógina, se convierte en un campo de batalla para la identidad y la aceptación, donde las personas que adoptan este estilo a menudo enfrentan la violencia y la exclusión como resultado de querer vivir auténticamente. Estos actos de violencia y discriminación, alimentados por el machismo y la desinformación, son inaceptables y subrayan la urgencia de un cambio cultural hacia la empatía y la inclusión. La persistencia de estos desafíos destaca la importancia de continuar la lucha por un mundo en el que la vestimenta andrógina y la fluidez de género sean reconocidas no como amenazas, sino como expresiones válidas de la diversidad humana. Es a través de la valentía de aquellos que desafían las normas y adoptan la moda andrógina como una forma de protesta, que se

puede esperar un progreso hacia una mayor aceptación y respeto por todas las formas de expresión de género.

Seguidamente se encuentran las motivaciones del uso de la moda andrógina, se encuentran las motivaciones intrínsecas o derivadas del propio ser, la cuales según lo analizado en este estudio son, la comodidad, la libre expresión y el amor por la moda, es un poco gratificante ver como estas son las variables que impulsan a las personas a usar este tipo de vestimenta, la libre expresión es algo de lo que gozamos los humanos al ser seres con razonamiento, lenguaje y emociones, y ver como la ropa pasa de ser algo simplemente utilitario para la supervivencia, a ser una forma de expresar un discurso sea propio o de una comunidad es algo muy importante para la evolución, además de la inclusión de los humanos tratados como “diferentes”, haciendo todo esto mediante la moda, expresarse y sentirse cómodo mediante la ropa es un gran avance para el humano como especie. "La moda trasciende las barreras convencionales de género, permitiendo a los individuos explorar y expresar su identidad de maneras únicas y personales" (Eicher & Roach-Higgins, 1992, p. 105).

Se destaca en este apartado la búsqueda de autenticidad y confort personal como impulsores clave para quienes optan por esta forma de expresión. La comodidad, no solo en el sentido físico sino también psicológico, surge como un factor fundamental, permitiendo a los individuos alinear su apariencia externa con su sentido interno de identidad. Esta alineación promueve un bienestar integral, al liberar a las personas de las restricciones impuestas por las normas de género tradicionales. Además, la libre expresión se señala como una motivación intrínseca poderosa, resaltando cómo la moda andrógina sirve como un medio a través del cual los individuos pueden comunicar sus valores, creencias y singularidades sin necesidad de palabras. Este acto de expresión personal a través de la moda refleja una evolución en la forma en que los seres humanos utilizan el vestir no solo para satisfacer necesidades básicas sino como una herramienta de narrativa personal y afirmación de la identidad.

Por otro lado, el amor por la moda en sí, como una forma de arte y autoexpresión, también se identifica como una motivación significativa para adoptar un estilo andrógino. Este aprecio por la estética y la innovación en el diseño de moda permite a las personas explorar

y experimentar con su apariencia de maneras que trascienden las expectativas convencionales de género. La moda andrógina se convierte así en un campo fértil para la creatividad y la experimentación, donde las normas de género se desdibujan y se redefinen, ofreciendo nuevas posibilidades para la autoexploración y la presentación. Este enfoque de la moda como una extensión del ser y un medio para la inclusión resalta cómo las elecciones de vestimenta pueden ser profundamente significativas, contribuyendo a la diversidad cultural y promoviendo una sociedad más abierta y aceptante de las diferencias individuales.

Por último se dan las motivaciones extrínsecas o derivadas de contexto, que según lo analizado son los contextos sociales (amigos y lugares) y gusto estético, de acá surge una conclusión, de alguna manera el contexto social en el que se mueven las personas influyen en su pensar y actuar, las personas que usan la moda andrógina, lo hacen mayormente por que se sienten aceptados en ciertos lugares o grupos sociales como tal, (esto apoya un poco la teoría de que el humano siempre busca pertenecer a un lugar), estos ayudan y potencian su seguridad y expresión mediante la vestimenta, ya que fue algo unánime en las respuestas de los participantes, sus contextos sociales eran un gran impulso en su actuar, además del gusto por la moda, es decir en este encontraron una forma útil e innovadora de expresarse, teniendo diferentes referentes. "La moda no solo refleja las preferencias individuales, sino que también es una respuesta a los contextos sociales y culturales en los que nos movemos, sirviendo como un puente entre la identidad personal y los valores colectivos" (Barnard, 2002, p. 143). Aquí se resalta la influencia significativa del entorno social en las decisiones de vestimenta de los individuos. Los círculos sociales, que a menudo funcionan como espacios de aceptación y afirmación, juegan un papel crucial en la manera en que las personas se sienten empoderadas para expresarse a través de su estilo. Esta necesidad de pertenencia y reconocimiento dentro de grupos afines refuerza la idea de que las elecciones de moda no solo son declaraciones personales, sino también respuestas a las dinámicas sociales y culturales. Los amigos y los ambientes en los que uno se desenvuelve actúan como espejos que reflejan y validan nuestras elecciones de estilo, incentivando la exploración de identidades a través de la moda andrógina como una forma de solidaridad y conexión con aquellos de ideologías similares.

Además, el gusto estético, influenciado por el contexto cultural y los referentes de moda, también se identifica como un motivador extrínseco clave. La apreciación por ciertas estéticas y la influencia de íconos de moda andrógina pueden inspirar a las personas a adoptar este estilo como una forma de alinearse con ciertas tendencias o movimientos culturales. La moda, en este sentido, trasciende su función utilitaria para convertirse en un medio de alienación cultural y social, donde los estilos andróginos pueden ser vistos como símbolos de modernidad, progresismo y un desafío a las convenciones tradicionales. En consecuencia, la elección de adoptar la moda andrógina se convierte en una intersección entre la expresión personal y la respuesta a los estímulos y valores del entorno, destacando cómo el contexto social y el gusto estético colectivo moldean nuestras identidades visuales y, por extensión, nuestra interacción con el mundo.

Siguiendo, frente a las limitaciones de la investigación, la principal que se encontró fue al acceder a los artículos y libros en el estado del arte, ya que hay muy pocos artículos e investigaciones acerca de la moda andrógina, y además de los pocos que habían eran en diferentes idiomas al español, la segunda limitación que se vio fue accediendo a los participantes, hay pocas personas que se ajustan al perfil necesario para la investigación y no todas estas están dispuestas a hacer una entrevista acerca de esto. "La moda no solo es una expresión de la identidad individual, sino que también refleja las complejidades y los desafíos inherentes a la investigación cultural y social, destacando las dificultades para acceder a fuentes y participantes en estudios específicos de nicho" (Entwistle, 2015, p. 89). Esto radica en la escasez de material bibliográfico y estudios dedicados específicamente a este tema. Esta carencia se ve agravada por la barrera del idioma, ya que muchos de los trabajos disponibles están en idiomas distintos al español, lo que restringe el acceso a la información y la comprensión completa de los estudios realizados en otras regiones del mundo. Esta limitación no solo dificulta la recopilación de datos y referencias teóricas robustas, sino que también impide una comprensión global de la moda andrógina y sus diversas manifestaciones culturales, lo cual es crucial para una investigación exhaustiva y holística en este campo.

La segunda limitación destacada en la investigación se relaciona con la dificultad para encontrar y acceder a participantes que se identifiquen con la moda andrógina y estén

dispuestos a compartir sus experiencias y percepciones. La naturaleza específica y, en algunos contextos, marginal de la moda andrógina puede hacer que las personas que la adoptan sean reticentes a participar en estudios académicos por temor a la exposición o al juicio. Esta resistencia a la participación puede conducir a una muestra limitada, lo que a su vez puede afectar la generalización de los hallazgos y la profundidad del análisis. La dificultad para acceder a participantes adecuados subraya la necesidad de desarrollar estrategias de investigación más inclusivas y sensibles que fomenten un entorno seguro y de confianza para los entrevistados.

Sobre las recomendaciones, para futuras investigaciones sería buscar otra herramienta de acceso a los participantes, ya que la “bola de nieve” no fue útil, ya que muchas personas consideraban el tema sensible, por lo que no se atrevían a asegurar que otra persona compartía su gusto y uso por la moda andrógina. Así mismo, un cambio de contexto de investigación podría ofrecer unas tres puestas más ricas y variadas, puesto que, en el contexto trabajado, se mostró que la muestra daba un general de respuestas muy similar. Finalmente, se debe tener cuidado al momento de crear las variables, ya que unas que muestran alta similitud hacen que las respuestas se vuelvan repetitivas.

"Explorar la moda desde una perspectiva intercultural y multidisciplinaria enriquece nuestra comprensión de su impacto social y su potencial como medio de expresión personal y colectiva" (Kaiser, 2012, p. 153). Además, se sugiere la expansión del contexto geográfico y cultural de la investigación para enriquecer el espectro de respuestas y percepciones sobre la moda andrógina. La concentración en un solo contexto puede llevar a una homogeneidad en las respuestas, limitando la comprensión de la diversidad y la riqueza de experiencias asociadas con la moda andrógina. Un enfoque más amplio, posiblemente a través de estudios comparativos entre diferentes culturas o regiones, podría revelar insights más profundos y variados, contribuyendo a una comprensión más matizada de cómo la moda andrógina se vive y se interpreta en distintos entornos sociales. Esta aproximación también ayudaría a identificar factores culturales, sociales y políticos que influyen en la adopción y la percepción de la moda andrógina, proporcionando una base más sólida para el desarrollo de teorías y prácticas inclusivas en el campo de la moda.

Finalmente, en cuanto a la utilidad del estudio, este radica en varias disciplinas en las que se puede ver reflejado, primero, en el contexto de la moda, este es sumamente relevante, ya que es un concepto que está en auge y se muestra cómo un acercamiento a la población y su opinión del uso de estas prendas, por lo que puede ser útil para la creación de una marca cuyos pilares se centren en la androginia y la expresión sin género. En cuanto a lo psicológico, está representada, al menos por lo visto en las investigaciones realizadas, un avance más profundo en lo que implica psicológicamente para un sujeto el tener una concepción propia desligada al género, y frente a la moda, que afectaciones psicológicas tienen estos desafíos (acoso, exclusión) en las personas.

Craik (1994) destaca cómo la ropa puede actuar como un medio para la autoexpresión y la conformación de la identidad, lo que resuena con la noción de que la moda andrógina no solo es una elección estética sino también una herramienta para la afirmación de la identidad y la resistencia contra las normas de género restrictivas. Desde una perspectiva psicológica, el estudio aporta una comprensión más profunda de las implicaciones que la moda andrógina tiene en el bienestar individual. Al explorar cómo la elección de vestimenta andrógina se relaciona con la autoexpresión, la autoestima y la aceptación social, se revela el papel crucial que la moda puede desempeñar en la conformación de la identidad personal y la salud mental. Este enfoque permite vislumbrar la moda no solo como una elección estética, sino como una herramienta potente para la afirmación de la identidad y la resistencia contra las normas de género opresivas. Además, al abordar los desafíos psicosociales como el acoso y la exclusión, el estudio destaca la necesidad de intervenciones dirigidas a fomentar entornos más inclusivos y respetuosos, tanto en el ámbito de la moda como en la sociedad en general.

En conjunto, el estudio sobre la moda andrógina se posiciona como un recurso valioso para múltiples campos, desde el diseño de moda hasta la psicología social. Proporciona una base de conocimiento para desarrollar estrategias para abordar las necesidades y desafíos de quienes eligen expresarse mediante la moda andrógina, y contribuye a la construcción de una sociedad más inclusiva y comprensiva. Al profundizar en las

experiencias y percepciones de los individuos que adoptan este estilo, el estudio ilumina el camino hacia una mayor aceptación de la diversidad de expresiones de género, marcando un paso adelante en el entendimiento y la celebración de la individualidad humana a través de la moda.

Referencias

Al-Mutawa, F. (2016). *Negotiating Muslim masculinity: Androgynous spaces within feminized fashion*.

Arango, B. (n.d.). *Medellín, la ciudad de la moda en Colombia*. Recuperado de Medellín.travel.

Barnard, M. (2002). *Fashion theory: An introduction*. Routledge.

Bur, A. (2013). *Aportes interdisciplinarios en diseño y comunicación es de el marketing, los negocios y la administración. Moda, estilo y ciclo de vida de los productos de la industria textil*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: [Editorial no especificada].

Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.

Calvo, M. (2019). *Estudio del uso de modelos andróginos en comunicación publicitaria dentro del sector de la moda y como ayuda a la ruptura de estereotipos de género entre el público adolescente de 13 a 18 años*. España, Castellón de la Plana: [Editorial no especificada].

Cardona, F. (2003). *Androgina: ¿Indicador de salud mental?* Revista Reflexiones, 82(1).

Chaves, N. (1986). *Imagen y moda: Seducción, convicción y mercado*. En *Moda y diseño: Seminario técnico sobre diseño, marketing y comunicación en la Industria de la Moda* (pp. 94-108). Madrid: Centro de Promoción de Diseño y Moda.

Checa, J. (2019). *Obsolescencia programada ¿También en moda?* Moda sostenible España.

Corvo, R., & Vallín, G. (2019). *Moda y androginia: El "Orlando" de Virginia Woolf*.

Craik, J. (1994). *The psychology of clothing: Meaning and appearance*. Batsford.

Crespo, C. (2022). *Tendencias en el consumo de moda textil*. Valladolid: [Editorial no especificada].

De Diego, E. (2019). *El andrógino sexuado: Eternos ideales, nuevas estrategias de género*. Boadilla del Monte - Madrid: Editorial Machado Libros.

Dorfles, G. (1984). *A moda da moda*. Lisboa: Edições 70.

- Doria, P. (2012). *Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias*. Centro de estudios en diseño y comunicación.
- Easey, M. (2009). *Fashion marketing* (3rd ed.). WILEY-BLACKWELL, A John Wiley & Sons, Ltd., Publication.
- Eicher, J. B., & Roach-Higgins, M. E. (1992). *Gender, dress, and fashion*. Praeger.
- Entwistle, J. (2015). *The fashioned body: Fashion, dress, and social theory*. Polity Press.
- Enders, G., Rosário, N., & Rodrigues, M. (2017). *A construção da androginia na fotografia de moda a partir do composite da modelo Rain Dove*.
- Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Foladori, G. (2001). *Controversias sobre Sustentabilidad. La coevolución sociedad-naturaleza*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas y Miguel Ángel Porrúa editor.
- Gómez Martínez, E., Botero Grisales, M., Galviz Cataño, D., Sánchez Medina, G., García Ramírez, J., & Mosquera Córdoba, Y. (2020). *Entre realidades, publicidades y economía*. Brazilian Journal of Development, 6(1), 2732-2748.
- Hollander, A. (1978). *Seeing through clothes*. New York: Viking Press.
- Johansson, K. (2017). *Undressing the androgynous body: Analysing gender equality in the representation of androgynous bodies within contemporary Swedish fashion*.
- Kaiser, S. B. (2012). *Fashion and cultural studies*. Routledge.
- Krauel, R. (1999). *Misticismo, androginia y homoerotismo en la narrativa de la Restauración: "La familia de León Roch" y "Marta y María"*. Rev

Anexo 1.

Cuadro síntesis propuesta de trabajo de investigación:

Título	Problema	Objetivos	Marco de referencias	Tipo de estudio	Sujetos	Instrumentos	Procedimiento
---------------	-----------------	------------------	-----------------------------	------------------------	----------------	---------------------	----------------------

<p>Significancia de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de la ciudad de Medellín</p>	<p>¿Cuál es la significancia de la moda andrógina en un grupo de joven</p>	<p>General:</p> <p>Identificar la significación de la moda andrógina en los jóvenes de la ciudad de Medellín.</p> <p>Específicos:</p> <p>-Identificar la percepción que tienen los jóvenes de la ciudad de Medellín sobre la moda andrógina.</p> <p>-Describir las implicaciones y desafíos psicosociales de la moda andrógina en los jóvenes de Medellín.</p> <p>-Identificar los efectos del uso de la moda andrógina en los jóvenes de Medellín.</p> <p>-Identificar las consecuencias positivas y negativas de la moda andrógina en</p>	<p>Moda: Aproximación a su definición.</p> <p>Ciclo de la moda.</p> <p>Obsolescencia programada.</p> <p>Androginia.</p> <p>Genderless.</p> <p>Cultura neopunk.</p> <p>Moda andrógina: historicidad.</p> <p>Lugar de la moda en Medellín.</p>	<p>Método cualitativo</p>	<p>Jóvenes de 18 a 25 años reside en la ciudad de Medellín</p>	<p>Entrevista semiestructurada y cuestionario.</p>	<p>Fase 1: contextualización. Fase 2: trabajo de campo. Fase 3: análisis y discusión de los resultados.</p>
---	--	---	--	---------------------------	--	--	--

		jóvenes de Medellín.					
--	--	-------------------------	--	--	--	--	--

Anexo

2

Propósito, estructura, y protocolo del instrumento.

Propósito

Qué: significación del uso de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de la ciudad de Medellín.

Cómo: A través de una entrevista semi estructurada desarrollada individualmente.

Para qué: Para caracterizar las percepciones, implicaciones psicosociales y efectos del uso de la moda andrógina en un grupo de jóvenes de la ciudad de Medellín.

En quiénes: En un grupo de jóvenes que usan la moda andrógina en la ciudad de Medellín.

Dónde: En la ciudad de Medellín.

Cuando: marzo, año 2023.

SIGNIFICACIÓN DE LA MODA ANDRÓGINA EN LOS JÓVENES DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS DE RASTREO /ANÁLISIS DE DATOS	SUBCATEGORÍAS	PREGUNTAS
Identificar la percepción que tienen los jóvenes de la ciudad de Medellín sobre la moda andrógina.	Percepción de la moda andrógina.	Características generales de la moda andrógina.	¿en su opinión, que es lo que caracteriza y hace distintiva la moda andrógina?
		Uso de la moda andrógina.	¿Cómo describiría a quien usa la moda andrógina? ¿Qué cree usted que es lo que impulsa al uso de la moda andrógina?
Describir las implicaciones y desafíos psicosociales de la moda	Implicaciones y desafíos psicosociales.	Implicaciones Desafíos	¿Cuáles cree usted son las implicaciones que tiene el uso de la moda andrógina? -----

andrógina en los jóvenes de la ciudad de Medellín.			¿Cuáles cree usted son los desafíos psicosociales derivados del uso de la moda andrógina?
Identificar los efectos positivos o negativos del uso de la moda andrógina en los jóvenes de la ciudad de Medellín.	Efectos positivos o negativos del uso de la moda andrógina.	positivos negativos	¿Cuáles cree usted que son los efectos positivos del uso de la moda andrógina? ¿Cuáles cree usted que son los efectos negativos del uso de la moda andrógina?
Identificar las motivaciones del uso de la moda andrógina en los jóvenes de la ciudad de Medellín.	Motivaciones del uso de la moda andrógina.	intrínsecas extrínsecas	¿Qué cosas o condiciones internas o derivadas de tu ser, te impulsan a usar moda andrógina? ¿Qué cosas externas o derivadas del contexto te han impulsado al uso de la moda andrógina?

PROTOCOLO DE ENTREVISTA SOBRE LA SIGNIFICACIÓN DE LA MODA ANDRÓGINA EN LOS JÓVENES DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nombre:

Edad:

Sexo:

Nivel educativo:

Tiempo de uso de la moda andrógina:

PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS JÓVENES DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN SOBRE LA MODA ANDRÓGINA.

- ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la moda andrógina?

- ¿Cómo describiría el uso que le da a la moda andrógina?

IMPLICACIONES Y DESAFÍOS PSICOSOCIALES QUE TIENEN LOS JÓVENES DE MEDELLÍN SOBRE LA MODA ANDRÓGINA.

- ¿Cuáles cree usted que son las implicaciones del uso de la moda andrógina?
- ¿Cuáles cree usted que son los desafíos del uso de la moda andrógina?

EFFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS QUE TIENEN LOS JÓVENES DE MEDELLÍN DEBIDO AL USO DE LA MODA ANDRÓGINA.

- ¿Cuáles cree usted que son los efectos positivos del uso de la moda andrógina?
- ¿Cuáles cree usted que son los efectos negativos del uso de la moda andrógina?

MOTIVACIONES QUE TIENEN LOS JÓVENES DE MEDELLÍN PARA DARLE USO A LA MODA ANDRÓGINA.

- ¿Cuál cree usted que es su mayor motivación para darle uso a la moda andrógina?

Universidad EAFIT

DECLARACIÓN DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes de esta investigación una explicación de la naturaleza de la misma, al igual que su rol como participantes.

Título del trabajo de investigación: Implicaciones y desafíos derivados del cambio asociado a la reestructuración organizacional percibidos por un grupo de líderes de una empresa industrial del suroccidente colombiano.

Investigador Principal: Ana María Muñoz Franco

Esta entrevista hace parte del proceso de recolección de datos para el trabajo de investigación que desarrollo en la Maestría en Desarrollo Organizacional de la Universidad EAFIT.

Algunas consideraciones:

- La participación en este estudio es estrictamente voluntaria.
- La información obtenida con la entrevista será de uso exclusivo para este trabajo de investigación.
- La intervención del entrevistado será anónima en la consolidación de la información.
- La información que se recoja será confidencial y no se usara para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.
- Al participar en este estudio, el entrevistado responderá con libertad y en sus términos las preguntas realizadas por el entrevistador. También podrá entregar información adicional que considere pertinente para el objeto de la investigación.
- Concedo que la entrevista sea grabada, lo cual se requiere para la labor de transcripción y análisis de la información.
- Este consentimiento es válido para todas las entrevistas relacionadas con el tema, pues en ocasiones se puede requerir más de una entrevista.

Nombre: _____

Firma: _____

CC: _____

¡Agradezco su sincera participación!

