



DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

TRABAJO TERMINAL PARA OBTENER EL GRADO DE

LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

**“VISTIENDO POSTURAS: LA MODA MASCULINA COMO
HERRAMIENTA DE EXPRESIÓN DE IDENTIDAD POLITICA”**

ALUMNA: NATALI FERNANDA HERNÁNDEZ ALVARADO

MATRICULA: 2212022950

ASESOR: ROGELIO MARTINEZ FLORES

Resumen

El presente trabajo de investigación, titulado “Vistiendo Posturas: la moda masculina como herramienta de expresión de identidad política”, analiza cómo los hombres jóvenes universitarios utilizan la moda como medio de construcción simbólica, expresión ideológica y posicionamiento político dentro del espacio académico. A partir de un enfoque sociológico cualitativo, se examina la moda no solo como fenómeno estético o de consumo, sino como un lenguaje social y performativo que refleja las tensiones, aspiraciones y resistencias de las nuevas masculinidades.

El estudio se estructura en tres capítulos. El primero, “Estilo como declaración: la política del vestirse”, desarrolla el marco teórico que articula los conceptos de moda e identidad política, situando al vestir como una práctica atravesada por relaciones de poder, clase y género. El segundo, “La evolución histórica de la moda masculina”, realiza un recorrido histórico que demuestra cómo los procesos políticos, sociales y culturales han configurado la forma en que los hombres han representado su identidad a través de la indumentaria, desde la sobriedad burguesa hasta las estéticas contemporáneas digitales. Finalmente, el tercer capítulo, “Juventud, identidad política y moda”, presenta los resultados del trabajo de campo realizado en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, mediante observación participante y la aplicación de cuestionarios a estudiantes de entre 18 y 24 años de las licenciaturas en Comunicación Social, Sociología y Política y Gestión Social.

Los hallazgos evidencian que, si bien muchos jóvenes muestran desconfianza hacia la política institucional, construyen formas alternativas de expresión política a través de la moda. La vestimenta se convierte en un canal simbólico de resistencia, pertenencia y distinción que permite comunicar valores, creencias y posturas frente a las desigualdades sociales, de género y clase.

Agradecimientos.

A mi madre, quien, con esfuerzo, constancia y un amor inquebrantable me ha brindado todas las herramientas necesarias para llegar hasta aquí. Su presencia es mi mayor inspiración, una fuente constante de alegría y esperanza que me recuerda que soy capaz de mucho más de lo que imagino.

A mi abuela, la mejor compañera de vida que pude tener, le agradezco cada año, cada gesto y cada acto de amor dedicado a mi bienestar. Porque sin su sabiduría no sería la persona que soy hoy. Sin ella, habría un vacío imposible de llenar.

A mis tíos y primos, porque, aunque estemos lejos, siempre nos acompañamos cuando más importa. Gracias por su cariño, su apoyo y su forma de estar, incluso en la distancia.

A Rogelio, mi profesor favorito y asesor de tesis, quien supo despertar en mí un cariño aún más profundo por la carrera. Gracias por sus conocimientos, su guía generosa y por sembrar en mí la certeza de que pensar también puede ser una forma de resistencia.

Y a mis amigos, quienes no solo celebraron conmigo los momentos de felicidad, sino que también me ofrecieron calma, escucha y contención cuando más lo necesitaba.

ÍNDICE

Introducción	4
1 ESTILO COMO DECLARACIÓN: LA POLÍTICA DEL VESTIRSE.....	7
1.1 Vestirse De Ideas: La Construcción De La Identidad Política	7
1.3 Cuando La Moda Se Vuelve Política.	10
2 LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA MODA MASCULINA.....	12
2.1 Túnicas Y Jerarquías: La Moda En La Era Feudal.....	13
2.2 Elegancia Renacentista: Un Retorno A Los Ideales Clásicos	14
2.3 El Traje Como Símbolo De Poder En La Modernidad	16
2.4 Uniformidad Y Género: El Nacimiento Del Traje Moderno.....	18
2.4.1 El Dandismo Como Manifestación De La Modernidad.....	19
2.5 Del Dandismo Al Denim: Un Siglo De Rupturas	21
2.5.1 El Uniforme Como Herramienta De Propaganda	22
2.5.2 Revoluciones De Estilo	23
2.8 Moda Masculina En El Siglo XXI: Entre Lo Digital Y Lo Ideológico	25
3 JUVENTUD, IDENTIDAD POLÍTICA Y MODA	28
3.1 Identidad Política Y Desencanto Generacional: Los Jóvenes Frente A La Política Institucional	29
3.1.1 Entre La Crítica Y El Compromiso: Los Universitarios Y Sus Posturas Políticas	31
3.2 Vestirse Con Intención: La Moda Como Declaración Silenciosa	32
3.3 Balzac Camina Entre Nosotros: Cuerpo, Estilo Y Distinción Social	33
3.3.1: La Estética Del Yo: Moda Masculina Y Modernidad Como Proyecto Social	33
3.4 Del Guardarropa Al Capital Simbólico: Qué Dicen Los Estudios Actuales.....	34
3.4.1 ¿Cómo viste la UAM Xochimilco?	37
3.5 Moda como Expresión de la Identidad política: UAM Xochimilco.	43
3.5.1 La Relación Entre Vestimenta E Ideología Como Algo Visible	45
3.6 La Influencia De Los Medios De Comunicación Y Las Redes Sociales En La Moda Política.	48
CONCLUSIONES	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	53
ANEXOS	56

Introducción

Vestirse nunca ha sido una acción inocente. Desde tiempos remotos, la manera en que los hombres eligen sus prendas ha estado determinada por códigos sociales, mandatos de poder y expectativas culturales que, aunque a menudo se presentan como simples elecciones estéticas, en realidad operan como un lenguaje silencioso que comunica quién se es, a qué se pertenece y qué lugar se ocupa en el entramado social. Este trabajo nace de la necesidad de mirar con mayor detenimiento ese espacio cotidiano y aparentemente banal que es la vestimenta masculina, pero que, en contextos universitarios, se ha convertido en un terreno fértil para la expresión simbólica de posturas políticas, ideológicas y afectivas.

A partir de esa inquietud, se planteó una pregunta que guió todo el proceso: ¿cómo utilizan los hombres jóvenes universitarios la moda como una herramienta para manifestar sus identidades políticas? Para responderla, fue necesario no solo recorrer la historia de la moda masculina, identificando cómo ha funcionado como marcador de poder, masculinidad hegemónica y diferenciación social, sino también detenerse en los modos en que, en la actualidad, los jóvenes reconfiguran esos códigos a partir de nuevas estéticas, narrativas visuales y posicionamientos ideológicos que encuentran en el vestir una herramienta para tomar postura, resistir o integrarse.

Lo verdaderamente valioso de esta investigación fue tener la oportunidad de convivir, escuchar y dialogar con estudiantes de entre 18 y 24 años de las licenciaturas en Comunicación Social, Sociología, Economía y Política Y Gestión Social de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, quienes desde su cotidianidad, sus prácticas vestimentarias y sus relatos personales permitieron descubrir que en cada elección estética se esconden no solo preferencias individuales, sino también influencias familiares, expectativas sociales, tensiones de clase y búsquedas de pertenencia que van mucho más allá de lo visible. En ese ejercicio de encuentro, los testimonios revelaron la importancia de pensar la ropa como un vehículo para comunicar valores, aspiraciones y, sobre todo, posturas frente a un mundo que los interpela constantemente desde lo político, lo social y lo cultural.

A lo largo de este trabajo se desarrolló un recorrido teórico e histórico que permitió situar la moda masculina como un fenómeno social profundamente vinculado con las estructuras de

poder, los procesos de modernización, la conformación de identidades de género y las disputas simbólicas que han atravesado los distintos momentos históricos. Se abordaron fenómenos como la sobriedad del atuendo burgués, el dandismo como resistencia estética, el uniforme como herramienta de control político y las revoluciones culturales de los años sesenta y setenta, para desembocar en las tendencias actuales.

El trabajo de campo permitió no solo recabar datos, sino construir vínculos, conocer de cerca las motivaciones y contradicciones de quienes día a día negocian con su imagen, sus convicciones y las expectativas del entorno. Escuchar sus historias y observar la manera en que combinan sus prendas para habitar espacios como la universidad, el transporte público, las calles y las redes sociales, evidenció que la moda, lejos de ser un accesorio superficial, se ha convertido en un lenguaje político que permite hablar de feminismo, equidad de género, desigualdad social, clasismo, discriminación y resistencia cultural sin necesidad de pronunciar palabra.

Este trabajo tiene como objetivo principal describir cómo los hombres jóvenes universitarios de la UAM Xochimilco hacen uso de la vestimenta para expresar su identidad política e ideológica, y se plantea como objetivos específicos explorar si reconocen a la moda como un medio efectivo para comunicar sus creencias, examinar cómo sus elecciones de vestimenta se relacionan con su posición en la estructura social y su pertenencia a grupos específicos, e identificar las influencias culturales, familiares, digitales y sociales que configuran sus decisiones al momento de vestirse.

La elección de este tema responde a la certeza de que los jóvenes universitarios han ocupado un papel central en la reconfiguración de los discursos sociales y culturales en los últimos años, y que las aulas, los espacios comunes y las redes sociales se han convertido en escenarios donde se negocian cotidianamente las identidades políticas, se desdibujan las etiquetas tradicionales y se construyen nuevas formas de pertenecer y diferenciarse. En este sentido, la UAM Xochimilco, por su tradición crítica y plural, resulta ser un escenario privilegiado para observar cómo la ropa funciona como marca identitaria, como forma de resistencia o como signo de integración a determinadas lógicas culturales y políticas.

Más allá de los datos obtenidos, este trabajo deja como aprendizaje la certeza de que escuchar a los jóvenes y mirar sus elecciones cotidianas desde una perspectiva sociológica permite comprender mucho mejor las tensiones, deseos y luchas simbólicas que atraviesan a quienes habitan los márgenes y los centros de lo social, porque en cada prenda se condensan historias, conflictos, deseos de pertenencia y rechazos a lo impuesto, y porque como alguna vez mencionó uno de los entrevistados, “lo que te pones habla incluso cuando tú decides quedarte callado”.

El presente trabajo se estructura en tres capítulos, además de una introducción, conclusiones, referencias bibliográficas y anexos. El primer capítulo, titulado “Estilo como declaración: la política del vestirse”, tiene como propósito examinar los conceptos fundamentales que sustentan la investigación, particularmente los de moda e identidad política, con el fin de establecer un marco teórico que permita comprender la relación existente entre ambos fenómenos. El segundo capítulo, denominado “La evolución histórica de la moda masculina”, desarrolla un análisis histórico que evidencia cómo los procesos sociales y políticos se han manifestado en la indumentaria masculina a lo largo del tiempo, configurando distintas formas de expresión y representación identitaria. Por último, el tercer capítulo, titulado “Juventud, identidad política y moda”, presenta el contexto contemporáneo de los jóvenes, así como los estilos y prácticas de vestimenta empleados por los hombres como medio de construcción simbólica y política de su identidad. En este apartado se incluyen, además, los instrumentos aplicados, los resultados obtenidos y el análisis correspondiente sobre la percepción de la política, la moda y las influencias que inciden en los hombres jóvenes.

1 ESTILO COMO DECLARACIÓN: LA POLÍTICA DEL VESTIRSE

La moda es política: esta frase más que una simple incitación, promueve una discusión y cierto nivel de análisis respecto a la conexión entre la estética, la cultura e incluso la ideología. Con este capítulo, se pretende realizar un acercamiento a la manera en que la moda (vista no únicamente como un fenómeno estético o de consumo, sino como un lenguaje simbólico y performativo) se entrelaza con los procesos de formación de identidad política y las dinámicas de poder en las sociedades actuales.

La identidad política, como eje principal de este estudio, representa la forma en que las personas y grupos negocian su posición en el contexto social y cultural, esta negociación no es inmutable ni unilateral; en realidad, es un proceso en permanente cambio, está en constante cambio.

Ahora bien, desde un punto de vista sociológico, la moda se manifiesta como un espacio de convergencia entre lo personal y lo grupal, *la decisión de cómo vestirnos va más allá de lo individual*; y por muy básico que pudiese parecernos, realmente es una acción intensamente política, repleta de significados que transmiten valores, ideologías y ¿por qué no? Anhelos. Habiendo dicho esto, la moda no solo manifiesta las estructuras sociales, sino que también las reta, ajustándose y reinterpretándose en función de los contextos históricos y culturales.

Se pretende, además, examinar la manera en que la moda funciona como un medio de diferenciación y resistencia, estableciendo jerarquías sociales y transmitiendo valores políticos, pues al igual que la identidad política, la moda es un proceso performativo y dinámico que transmite, coloca en sospecha y transforma.

1.1 Vestirse De Ideas: La Construcción De La Identidad Política

Cuando nos referimos al concepto de identidad política, este tiene una relevancia esencial en el estudio de las dinámicas sociales y políticas actualmente, ya que facilita la comprensión de cómo los individuos y sociedades moldean subjetividades que se traducen en sus conexiones con el ámbito social, político y cultural. Si consideramos a Sandoval y Sarián (2020), resultaría correcto pensar que la identidad política no se limita a una afiliación a un

partido o ideología, sino que se establece como un proceso constante de interacción y reconfiguración, a partir de discursos, antagonismos y la relación con "el otro".

En su esencia, la identidad política se moldea a partir de la interacción dialéctica entre lo específico y lo global, en la que el reconocimiento del "otro" es esencial para su formación. Siguiendo esta línea y haciendo empleo de términos hegelianos, el auto-reconocimiento solo puede realizarse a través de la presencia de otras conciencias, cuya diferencia y resistencia permiten a las personas distinguirse y definir. Mouffe (2003) añade a esta visión al destacar que el pluralismo y el antagonismo son elementos constitutivos de lo político, ya que garantizan la coexistencia de diversas identidades y demandas en el marco de democracias heterogéneas.

La formación de identidades políticas no es un proceso inmutable o homogéneo, sino que se rige por dinámicas sociales y culturales particulares que fluctúan en función del contexto histórico. Movimientos tales como el feminismo, el ecologismo o comunidad LGBTQ+ evidencian cómo se forman las identidades políticas a través de relaciones de resistencia y solidaridad; por ejemplo, el feminismo al expresar las necesidades de mujeres cisgénero, individuos trans y mujeres racializadas, no solo reta las estructuras patriarcales, sino que también transforma las narrativas predominantes para incorporar una mayor variedad de voces y vivencias. Este procedimiento representa lo que Laclau y Mouffe (2004) denominan "cadena de equivalencias", en la que las demandas diversas se unen en un marco común sin sacrificar su singularidad.

Sin embargo, desde un enfoque posestructuralista, se comprende que las identidades políticas se estructuran alrededor de discursos que representan solicitudes y contraposiciones, permitiendo a los individuos definir su posición en el ámbito político, por su parte Butler (2006) expande esta perspectiva al introducir la noción de performatividad, de acuerdo con la cual las identidades no son entidades inalterables, sino acciones repetidas que logran significado mediante su aceptación social.

1.2 Más Allá De Las Apariencias: La Moda Como Lente Sociológica

Desde una perspectiva sociológica, la moda puede ser comprendida como un fenómeno complejo que trasciende su habitual asociación con lo meramente estético o con prácticas de consumo superficial. En este sentido, la moda se configura como un espacio de intersección en el que confluyen diversas dinámicas sociales, culturales, económicas e incluso identitarias, funcionando como un reflejo y a la vez como una herramienta de construcción de significados en la vida colectiva. Joanne Entwistle (2002), en su trabajo titulado “El cuerpo y la moda: Una perspectiva sociológica” la describe como una práctica fuertemente conectada a las estructuras sociales y materiales, en la que el cuerpo abarca un desempeño esencial, como medio y soporte de significación, esta idea nos permite tratar la moda no únicamente como un sistema de producción y consumo, sino como un instrumento cultural que vincula a las personas con las reglas y cambios de su ambiente social.

Al hacer referencia a Leopold (1992), Entwistle logra resaltar la importancia de identificar las diferencias entre los sistemas de alta costura y la producción a gran escala, puesto que ambos, a pesar de funcionar bajo lógicas diferentes, interactúan para cubrir necesidades específicas, reflejando las estructuras sociales y económicas que establecen el consumo, también introduce el término de "práctica corporal contextualizada", señalando cómo la moda no solo se transforma en ropa, sino que convierte al cuerpo en un medio de expresión

El vínculo entre la moda y el cuerpo también ha atravesado cambios a lo largo del tiempo, en épocas anteriores, se establecían mecanismos externos de control —como las vestimentas que moldeaban físicamente el cuerpo— en cambio, en la actualidad prevalece una lógica más delicada y autoimposada, por ejemplo: las rutinas de actividad física o las dietas rigurosas ya no se ven como obligaciones, sino como decisiones individuales, a pesar de que en esencia se alineen con ideales sociales claramente establecidos.

Vestirse no es simplemente un hábito cotidiano y hasta cierto punto “obligatorio”, sino un recurso de comunicación silente que vincula el ámbito privado con la mirada ajena, mediante la selección de prendas de vestir, los individuos representan su posición ante las normas sociales: tienen la alternativa de acatarlas, desafiarlas o mantenerse en una posición intermedia. En acontecimientos donde prevalece una etiqueta, por ejemplo, la vestimenta

deja de ser una opción libre y se transforma en una respuesta medida a expectativas culturales que establecen lo apropiado, lo serio o lo respetuoso.

La vestimenta continúa siendo un escenario donde se ponen en marcha dinámicas de poder, clase y sexo, los estándares de vestimenta en lugares laborales, por ejemplo, no son imparciales: a menudo fortalecen estereotipos, otorgando a las mujeres un papel visual que balancea presencia y feminidad, mientras que a los hombres se les solicita ejercer autoridad a través de un estilo discreto. Estas normas, más que simples normas estéticas, establecen estructuras sociales que definen la manera en que cada cuerpo debe ser exhibido en relación con el puesto que tiene.

1.3 Cuando La Moda Se Vuelve Política.

Una vez hecho el acercamiento a las nociones de los conceptos de la identidad política y la moda, podemos preguntarnos entonces ¿qué sucede si entrelazamos a ambas? Pues resulta que a pesar de que podrían parecer distantes, podemos darnos cuenta de que existe una profunda relación: *la vestimenta, como componente de la cultura material, no solo posee un valor estético, sino que también funciona como un vehículo de comunicación simbólica y político.*

En el estudio académico “Política y moda como un binomio indivisible: una breve aproximación al caso colombiano”, Gil Peña y Perassi (2021) analizan cómo es que la moda posee una capacidad singular que permite establecer jerarquías y diferencias sociales, de acuerdo con ellos, quienes citan a Bourdieu (1998), “la moda actúa como un componente de diferenciación en los ámbitos de producción cultural, facilitando la distinción entre las fracciones sociales y las clases” (p. 62), por tanto, la ropa no solo transmite valores, sino que también establece roles dentro del entramado social y esta fuerza simbólica de la moda se manifiesta de manera evidente en el contexto político, donde las decisiones estilísticas de los líderes funcionan como prolongaciones de su mensaje ideológico y como estrategias para crear empatía o legitimidad.

Haciendo uso de un ejemplo clarísimo utilizados por Gil Peña y Perassi (2021) está la utilización de la *ruana* por los políticos en eventos públicos, esto a pesar de que históricamente esta prenda se relaciona con los agricultores y su uso práctico, su uso en eventos políticos no es casual, como indican los autores, “el vestuario de los políticos se basa

en el contexto y en el mensaje que estos quieran comunicar" (Gil Peña & Perassi, 2021, p. 66). En esta situación, la ruana no solo fortalece un sentimiento de humildad e identidad, sino que también intenta establecer una conexión emocional con comunidades rurales, fortaleciendo valores de proximidad y dedicación social.

Deberíamos detenernos a pensar en el hecho de que dentro de la política la imagen del hombre suele estar tan normalizada que pocas veces se cuestiona ¿a qué voy con esto? El clásico traje oscuro, la camisa blanca y la corbata se han convertido en una especie de uniforme tácito que comunica seriedad, estabilidad y poder. De alguna manera es como si no se esperara innovación ni riesgo en su forma de vestir de los hombres, y justamente por eso, cualquier desviación mínima del estándar llama la atención, lo curioso es que este código, aunque rígido, ofrece seguridad: basta con seguirlo para cumplir con lo que se espera de una figura masculina.

Esa estética casi inmutable refuerza la idea de que lo importante está en el discurso o en la gestión, no en la apariencia, sin embargo, esa misma neutralidad puede volverse una limitación, hay muy poco margen para la individualidad o para expresar un estilo propio sin poner en juego la percepción de autoridad, vestir diferente implica exponerse, y no todos están dispuestos a correr ese riesgo en un entorno donde cualquier detalle visual puede convertirse en símbolo. Al final, el traje no solo viste, también protege, es una fórmula segura, validada por décadas, que permite encajar sin esfuerzo en un molde ya aceptado, pero esa seguridad también viene con una carga: la de mantenerse dentro de los límites, sin espacio real para mostrarse de forma distinta.

2 LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA MODA MASCULINA

Hablar de moda es hablar de historia, de cuerpos que atraviesan épocas, de materiales que mutan y de símbolos que se reconfiguran. No existe prenda que no haya sido influenciada por una estructura social, un contexto político o una necesidad cultural, mucho menos en el caso de la moda masculina, que a lo largo del tiempo ha operado como una forma de control, distinción, resistencia o afirmación del poder. Lejos de ser un fenómeno puramente estético, la moda ha servido como una herramienta simbólica que condensa valores, jerarquías y transformaciones. Este capítulo se propone recorrer el devenir histórico de la vestimenta masculina, no con la intención de trazar una línea de evolución lineal ni de imponer un relato único, sino para evidenciar cómo cada prenda, cada corte, cada color o silueta ha dialogado íntimamente con los cambios sociales, las tensiones de clase y las ideas de masculinidad dominantes en cada periodo.

Desde las túnicas medievales que distinguían a nobles de campesinos, pasando por los excesos ornamentales del Barroco o la sobriedad burguesa del siglo XIX, hasta llegar a las estéticas digitales y urbanas del presente, la historia de la moda masculina es también la historia de las formas en que los hombres han sido obligados o habilitados a mostrarse en público. Las prendas no fueron nunca solo tela: funcionaron como signos de obediencia, como recursos de seducción, como escudos de autoridad o como declaraciones de rebeldía. En cada transformación estética se condensan múltiples factores, desde el acceso económico a ciertos materiales hasta los discursos morales que dictaban qué debía cubrirse, ajustarse o exhibirse.

Este capítulo busca situar la moda en el centro de los procesos históricos que definieron y redefinieron lo masculino. No es casual que las grandes rupturas sociales —revoluciones, guerras, procesos de industrialización o democratización— hayan dejado huellas tan profundas en la manera en que los hombres se visten.

2.1 Túnicas Y Jerarquías: La Moda En La Era Feudal

Desde la época medieval inicial, el vestuario masculino reflejaba la estratificación social: la nobleza llevaba túnicas largas y sueltas elaboradas con tejidos costosos, mientras que los agricultores y artesanos empleaban materiales más sencillos y diseños prácticos. García Marsilla (2017) sugiere que esta distinción se alinea con la teoría de la clase ociosa de Veblen (2008), que sostiene que las élites utilizaban la ropa para demostrar su distanciamiento de las actividades físicas y su estatus privilegiado.

Alrededor del siglo XIII, los trajes para hombres empezaron a adquirir un estilo más organizado y refinado. La presencia de las nesgas y las mangas desmontables permitió un mayor ajuste y diversidad en los vestuarios (Bernis Madrazo, 1955, citado por García Marsilla, 2017). Simultáneamente, el impacto de las Cruzadas impulsó la incorporación de tejidos y tonalidades orientales, como la grana y el añil, que modificaron la gama cromática del atuendo europeo (Abulafia, 1994, citado por García Marsilla, 2017). Explica Abulafia (1994), "el comercio con el mundo islámico facilitó la importación de exquisitos textiles que reconfiguraron el concepto de estatus en la vestimenta medieval" (p. 8), por lo tanto, la vestimenta no solo se define por el acceso a determinados materiales, sino también por la habilidad para ajustarse a las influencias foráneas y a las normativas establecidas por las autoridades.

Una de las transformaciones más drásticas en la moda masculina medieval tuvo lugar en el siglo XIV, con la introducción del traje corto, antes de ese periodo, los hombres llevaban sayas por debajo de la rodilla. Sin embargo, con la introducción del jubón y las zapatillas ajustadas, el cuerpo empezó a exhibirse de forma más nítida (Piponnier, 1989, citado por García Marsilla, 2017). Inicialmente, este cambio fue promovido por los jóvenes aristócratas, que aspiraban a distinguirse de las generaciones previas y proyectar una imagen de elegancia y modernidad (Muzzarelli, 1996, citado por García Marsilla, 2017), la modificación de la vestimenta no solo se debió a una evolución estética, sino también a una reinterpretación del papel del hombre en la sociedad medieval, en la que la apariencia comenzó a ser vista como un reflejo de la virilidad y la distinción.

La nueva vestimenta provocó una fuerte discusión moral, dado que algunos periodistas de aquel tiempo la veían como indecorosa y un reflejo de la vanidad de la juventud, conforme a Eiximenis (1983, citado por García Marsilla, 2017), "la obsesión por la apariencia ha ocasionado que los jóvenes revelen sus ancas y partes vergonzosas, mostrando las piernas y las bragas a todos" (p. 158), no solo los moralistas criticaron la transformación, sino también las autoridades, que a través de leyes suntuarias buscaron controlar los excesos en la utilización de ciertos materiales y diseños

Las cortes de la época medieval jugaron un rol crucial en la promoción y propagación de las tendencias de aquel periodo. Los monarcas y la alta nobleza no solo eran consumidores de moda, sino también generadores de moda. Por ejemplo, Enrique VI de Inglaterra experimentó el desprestigio político al mostrar en 1471 su falta de cuidado en su atuendo a la población de Londres (Fabyan, 1938, citado por García Marsilla, 2017). En este escenario, Fabyan (1938) sostiene que "el monarca, al nunca cambiarse de atuendo, mostró su decadencia ante la población, perdiendo de esta manera su legitimidad como líder" (p. 215), lo que implica que el atuendo de los soberanos y la aristocracia no solo representaba su riqueza, sino que también funcionaba como un instrumento para fortalecer su prestigio y liderazgo.

La rivalidad entre las cortes europeas impulsó la generación de tendencias y la consolidación de un mercado de lujo, considerando a Muzzarelli (1999, citado por García Marsilla, 2017), "las cortes de la alta nobleza funcionaban como factorías de moda, en las que los sastres, zapateros y peleteros laboraban sin descanso para cumplir con las exigencias de una clientela cada vez más refinada" (p. 102), esto evidencia que el consumo de moda en la Edad Media no solo se limitaba a satisfacer necesidades estéticas o funcionales, sino también a estrategias políticas y económicas.

2.2 Elegancia Renacentista: Un Retorno A Los Ideales Clásicos

Desde el siglo XV, la ropa masculina experimentó una evolución, estableciendo una diferenciación entre las prendas de longitud larga y corta, mientras que las túnicas de longitud larga se reservaron para académicos, abogados y el clero, la ropa de longitud corta adquirió preponderancia en las ciudades del Renacimiento gracias a la movilidad que proporcionaba (Leonardi & Roussos, 2017).

Una de las piezas más relevantes era el jubón, una chaqueta ajustada al cuerpo que a menudo llegaba hasta las rodillas y que a menudo se rellenaba para expandir el pecho y resaltar el braguero como emblema de virilidad (Leonardi & Roussos, 2017), este conjunto se complementaba con calzones cortos y medios blancos de seda, que se convirtieron en un elemento distintivo de la indumentaria masculina de la época. Los hombres empezaron a usar el jubón, un atuendo ajustado al cuerpo que destacaba la silueta masculina, mientras que las gorgueras largas y rígidas se transformaron en un emblema de distinción y elegancia, por otro lado, las mujeres empezaron a usar faldas con estructuras de verdes, creando una imagen de majestuosidad y sofisticación.

El color también jugó un papel crucial, ya que la disponibilidad de tintes particulares estaba controlada por leyes suntuarias que limitaban ciertos tonos a la nobleza y la realeza (Reinach, 2013), mientras que los materiales empleados en la elaboración de la vestimenta reflejaban el estatus social de quien la llevaba. En este periodo de tiempo la industria textil experimentó un crecimiento, con Italia liderando la fabricación de tejidos de lujo como la seda, el lino y el lino. Boucher (1965) sostiene que "la industria textil se transformó en la más relevante del siglo, tanto en términos de volumen como de diversidad de productos" (p. 72). Estos materiales no solo eran empleados en las vestimentas principales, sino también en ornamentos como bordados, pieles y brocados, que señalaban la posición de los nobles y burgueses: "La moda del Renacimiento no solo se basaba en la estética, sino en un lenguaje codificado que determinaba las diferencias entre clases y fortalecía las estructuras de poder" (Reinach, 2013, p. 156).

En relación con los calzados masculinos, también sufrieron transformaciones durante este periodo pues a finales del siglo XV, las puntas largas y estrechas se sustituyeron por calzado de punta cuadrada, denominado "pico de pato". Este diseño, además de ser tendencia, satisfacía la comodidad y funcionalidad que los hombres necesitaban en las ciudades del Renacimiento (Leonardi & Roussos, 2017). Una vez más los materiales utilizados en la producción de calzado dependían del estatus del usuario; mientras que los más ricos empleaban cuero de primera calidad con adornos en oro y plata, las clases menos privilegiadas empleaban materiales más básicos como el cuero sin procesar.

Los retratos históricos no solo documentaban con exactitud el estilo de vestimenta, sino que también edificaban una representación calculada del poder. La riqueza de los tejidos, los pormenores en los bordados y la constante presencia de joyas no eran casuales: cada componente reflejaba una intención evidente de exhibir control, prosperidad y legitimidad.

2.3 El Traje Como Símbolo De Poder En La Modernidad

Desde finales del siglo XV, la ropa empezó a adoptar una nueva dimensión simbólica, dejando atrás la utilidad austera de la Edad Media para transformarse en una expresión de poder y estatus, dicho esto, la ropa para hombres no solo diferenciaba a las clases privilegiadas de las populares, sino que también servía como un lenguaje visual que transmitía jerarquías y valores.

Durante esta época, prendas de lujo como el terciopelo, la seda y el brocado no solo representaban una señal de riqueza, sino también un instrumento para consolidar el control de la nobleza sobre la tendencia. Aparte de las vestimentas, los complementos ganaron relevancia: los sombreros de plumas, los zapatos con punta cuadrada y las capas de piel se transformaron en emblemas distintivos de aquellos que poseían un puesto privilegiado en la esfera social (González, Rodríguez y Ochoa, 2024)

Conforme avanzaba el siglo XVII, el espíritu del Barroco se incorporó en la moda masculina, evolucionándola en una nueva dimensión de exceso y dramatismo: si en el Renacimiento se aspiraba a equilibrio y proporción, en esta etapa prevalecía la extravagancia. Los bordados en oro y plata adornaban casacas y chalecos, mientras que las mangas alargadas, los encajes en puños y los cuellos largos –como la emblemática lechuguilla– se convirtieron en símbolos de distinción.

No solo la vestimenta reflejaba el estatus de un hombre, sino también su atuendo: las pelucas emplumadas, pesadas y meticulosamente rizadas, se convirtieron en casi indispensables en la corte, particularmente durante el reinado de Luis XIV, donde el atuendo actuaba como un mecanismo de control y rango social. Sin embargo, tras esta apariencia de majestuosidad, el vestuario masculino ocultaba un nivel elevado de rigidez, ya que vestir conforme a los

patrones de la época conllevaba una serie de rituales y restricciones que ponían de manifiesto la carga de la etiqueta (Lasmariás, 2021, citado en González et al., 2024).

No obstante, alrededor del siglo XVIII, el aire de la Ilustración empezó a romper las estructuras establecidas, y junto a él, la moda masculina comenzó a seguir una ruta de refinamiento y simplificación. Gradualmente, la ornamentación excesiva del Barroco se transformó en líneas más discretas, tonalidades menos llamativas y tejidos que, a pesar de ser lujosos, evitaban el exceso de bordados y adornos. La casaca continuaba siendo una prenda esencial, pero ahora se mezclaba con chalecos más simples y pantalones que preservaban su elegancia sin llegar a la exageración, igualmente la peluca, que en siglos previos representaba el poder, empezó a disminuir su tamaño y, en numerosas situaciones, sustituyó el cabello natural, atado con una tenue cinta de seda en la parte posterior.

A modo de paréntesis ¿no resulta esto algo interesante? Lo que en su momento fue un símbolo de prestigio masculino comenzó a ser visto de manera diferente en los siglos siguientes, aquellos elementos de refinamiento que representaban poder y distinción, como la peluca o los trajes ornamentados, terminaron siendo asociados con lo femenino o, en algunos casos, con la fragilidad.

Siguiendo la tendencia en la época moderna, la auténtica revolución en el atuendo masculino se produjo con los vientos de la Revolución Francesa. Si durante siglos la moda había sido un medio para distinguir a la nobleza del resto de la población, el surgimiento del conflicto implicó una ruptura radical con las reglas previas. Las personas conocidas como sans-culottes, que eran las que rechazaban los pantalones cortos de la aristocracia y preferían los pantalones largos más prácticos, transformaron su ropa en un emblema político. Con esta transformación, el vestuario dejó de ser simplemente un asunto estético para transformarse en un emblema de ideología, un recordatorio de que la moda no es ajena a los procesos de transformación social, sino que los refleja y, en ocasiones, los impulsa (Molina, 2004, citado en González et al., 2024).

La finalización del siglo XVIII distinguió el comienzo de una nueva transición en la moda masculina, en la que la ostentación empezó a renunciar a una ropa más modesta y práctica, ya que, con la influencia de la Ilustración, unida a la inestabilidad política de aquel periodo,

provocó que el hombre de finales de este siglo adoptara una vestimenta más discreta, en la que el negro y los colores oscuros empezaron a predominar en el vestuario diario, y conforme se aproximaba el siglo XIX, la vestimenta abandonaba su función de exhibición para transformarse en un medio de expresión más discreto, pero igual de relevante.

2.4 Uniformidad Y Género: El Nacimiento Del Traje Moderno

En contraste con los siglos previos, donde el atuendo masculino fluctuaba entre la ostentación y la sobriedad, dependiendo de la clase social y las tendencias predominantes, en el siglo XIX se estableció un estilo más uniforme y organizado, donde la sobriedad y la funcionalidad se desplazaron por encima de los excesos decorativos del siglo anterior: el negro y los tonos oscuros empezaron a predominar en el vestuario diario, instaurando un nuevo código de elegancia que priorizaba la discreción sobre la ostentación. El cambio del calzón hacia el pantalón representó un punto crucial en la democratización de la ropa, ya que hacia finales del siglo todas las clases sociales habían incorporado esta prenda como un componente fundamental de su ropa (Museo del Romanticismo, 2024; González, Rodríguez y Ochoa, 2024).

La levita se estableció como la prenda esencial para el vestir diariamente, mientras que el chaqué y el frac se reservaban para eventos de carácter formal, lo que no presentaba variaciones en su forma lo compensaba con una sofisticación en su confección: los sastres, siguiendo las tendencias de París y Londres por medio de publicaciones especializadas como *Petit Courrier des Dames* y *Journal des Tailleurs*, perfeccionaron el arte del patronaje y el corte, elevando la sastrería a un sin precedentes.

Pese a que el atuendo masculino parecía constante en su estructura, los pormenores evidenciaban las distinciones entre las clases sociales, manifestadas en la calidad de los tejidos y en los accesorios, tales como ornamentos, leontinas para el reloj de viaje, alfileres de corbata o botones de lujo (Museo del Romanticismo, 2024; González et al., 2024). Conforme transcurría la centuria, la vestimenta masculina se normalizó en un conjunto de tres elementos: chaqueta, chaleco y pantalón. La silueta se estableció en líneas más recta y precisas, suprimiendo cualquier indicio de excentricidad, aunque el chaleco permitía cierta libertad creativa con patrones o tejidos más impactantes, la estética predominante promovía la uniformidad y la discreción. De forma parecida, el corbatín y la corbata se establecieron

como complementos esenciales, cambiando su estilo dependiendo del evento y la personalidad del portador, la utilización del frac se limitó a eventos nocturnos y situaciones de alta etiqueta, mientras que el chaqué, con su característico pantalón gris con raya diplomática, se transformó en la vestimenta seleccionada para eventos formales de noche (Museo del Romanticismo, 2024).

El crecimiento de la burguesía industrial y el aumento de la fabricación en serie de textiles cambiaron la forma en que los hombres se acostumbraban a la moda, si en siglos previos la ropa distinguía de manera evidente entre la aristocracia y las clases bajas, en el siglo XIX, la industrialización facilitó que hombres de diferentes estratos sociales se arreglaran de forma parecida, aunque con variaciones en calidad y confección. Aunque los caballeros más ricos empleaban lana fina, algodón o incluso tejidos foráneos, la clase obrera contaba con versiones más asequibles y duraderas, este fenómeno de uniformización del vestuario se ajustaba a los valores burgueses de aquel periodo, en el que el aspecto debía transmitir responsabilidad, éxito y control, más allá de los lujos superficiales (González et al., 2024).

El abrigo y la capa adquirieron una función tanto práctica como simbólica, por otro lado, el gabán (una prenda de abrigo parecida al chaquetón) se mostró en variados largos y tejidos dependiendo de la estación del año, resulta interesante que aunque su diseño era principalmente funcional, su elaboración meticulosa lo transformó en un elemento esencial del vestuario masculino, al mismo tiempo, la capa se conservó como un emblema de solemnidad, convirtiéndolo en una opción En el sector de los zapatos, las botas de alto tamaño, muy populares en la primera mitad del siglo, pasaron a zapatos más bajos y sofisticados, ajustados al ritmo de la vida en la ciudad y al incremento de la movilidad de la burguesía industrial (Museo del Romanticismo, 2024).

2.4.1 El Dandismo Como Manifestación De La Modernidad

En un contexto marcado por la creciente uniformidad en el vestir, emergió un colectivo que transformó la moda en una expresión estética profundamente significativa: los dandis. Su aparición no solo representó una respuesta a la homogeneidad del atuendo, sino que también introdujo una forma de habitar el presente desde una perspectiva artística y reflexiva. Este fenómeno se vincula estrechamente con el pensamiento de Charles Baudelaire, según lo

plantea José G. Birlanga Trigueros en su texto *Baudelaire y la moda. Notas sobre la gravedad de lo frívolo* (2007), quien muestra cómo el poeta concebía la moda como una manifestación del ethos de su tiempo, un espacio donde convergen lo efímero y lo eterno. En este sentido, Baudelaire entendía la modernidad como una dualidad entre lo transitorio y lo inmutable, planteando que “la modernidad representa lo efímero, lo circunstancial, la mitad del arte, cuya otra mitad es lo inalterable” (Baudelaire, 1995, citado en Birlanga Trigueros, 2007, p. 15).

Esta visión es ampliada por Birlanga Trigueros, quien afirma que, para Baudelaire, la moda no era únicamente un reflejo de la sociedad, sino también una herramienta para dotar de significado al presente. Es en este punto donde la noción de dandismo adquiere una importancia crucial en el estudio de la moda para hombres, de acuerdo con Birlanga Trigueros, el dandi "no solo necesita de la moda para oficializar su defensa frente al medio, sino también para impulsarse hacia una originalidad creativa" (Birlanga Trigueros, 2007, p. 17). Los dandis, más que simplemente seguidores de tendencias, se convierten en creadores de estilo, empleando la moda como un canal de expresión artística y como una manifestación de resistencia ante la mediocridad de la sociedad burguesa, además, no sólo representaban las tendencias de la época; ellos transformaron la vestimenta en un arte. Cada detalle de su aspecto era cuidado con minuciosidad, su vestimenta estaba en perfectas condiciones, su maquillaje y barba perfectamente arreglados, y su comportamiento reflejaba una combinación de distinción y despreocupación calculada. Como Baudelaire describió, el dandi debía "ser sublime sin interrupción", intentando proyectar una representación de perfección inalterable, independientemente de las normas sociales.

Por ende, el dandi es un personaje fundamental en la evolución de la moda moderna, un personaje que no se acata a lo que la sociedad establece, sino que emplea la moda como un instrumento para desafiar las reglas y convertir lo cotidiano en algo artístico y digno de recuerdo. El dandi, al convertir la vestimenta en un gesto de resistencia, nos hace recordar que la moda siempre ha sido y continúa siendo un escenario de batalla por la autenticidad y la expresión individual ante las fuerzas uniformizadoras de la sociedad.

2.5 Del Dandismo Al Denim: Un Siglo De Rupturas

Durante el siglo XX, la moda masculina no se limitó a ser una evolución estilística, sino que representó las transformaciones sociopolíticas, económicas y culturales que caracterizaron cada década. En comparación con el siglo XIX, en el que la ropa para hombres se estableció bajo un esquema homogéneo y funcionalista, el siglo XX presentó una variedad de estilos que desafiaron la rigidez previa y posibilitaron nuevas formas de expresión, por ejemplo; el traje de tres piezas, pese a mantenerse como un estándar, sufrió cambios en su diseño, materialidad y función, mientras que la aparición de movimientos juveniles, la influencia de la música y el cine, y la progresiva deconstrucción de las normas de género marcaron hitos fundamentales en la historia del vestir masculino (González, Rodríguez y Ochoa, 2024; Soto, 2022).

En los comienzos del siglo, la moda para hombres estaba fuertemente marcada por el legado del siglo XIX, los atuendos oscuros de corte ordenado y la marcada distinción entre lo formal y lo informal dominaban el armario masculino; sin embargo, el chaqué y el frac seguían siendo esenciales para los eventos de gala, mientras que la americana y el traje cotidiano se establecían como alternativas más adaptables. El atuendo masculino todavía se ajustaba a la ideología de la "gran renuncia" al ornamento, que había disminuido la ornamentación en beneficio de la sobriedad y la uniformidad (Soto, 2022). No obstante, la Primera Guerra Mundial modificó radicalmente la relación entre los hombres y su atuendo, la demanda de funcionalidad y confort condujo a la simplificación de los atuendos y a la supresión de accesorios superfluos.

A lo largo de los años 1920, la moda para hombres representó el optimismo y la modernidad de la posguerra, la influencia del Art Decó introdujo atuendos de cortes más sueltos, pantalones de cuello ancho y sombreros como el fedora, que se transformaron en símbolos del hombre urbano. La representación del dandi fue reemplazada por una masculinidad más relajada y refinada, influenciada por la industria cinematográfica y personajes emblemáticos como Clark Gable y Humphrey Bogart, sin embargo, esta estética de lujo y sofisticación experimentó una metamorfosis en la década de 1930 con la Gran Depresión, que estableció un regreso a la sobriedad y a los colores más sombríos, aunque sin renunciar al refinamiento de los cortes alargados y las rayas diplom

El inicio de la Segunda Guerra Mundial en 1939 volvió a modificar la moda masculina, estableciendo limitaciones en los textiles que simplificaron aún más la vestimenta: las chaquetas disminuyeron en volumen, los pantalones se volvieron más estrechos y los atuendos se elaboraron con materiales más duraderos y prácticos, tras concluir la guerra, la austeridad comenzó a disminuir y, en la década de 1950, el traje clásico volvió con renovada fuerza. La estabilidad financiera posibilitó la vuelta de la elegancia en el atuendo, aunque simultáneamente surgió una estética juvenil rebelde, propulsada por el rock & roll y personajes como James Dean y Marlon Brando. La chaqueta de cuero, los vaqueros y las camisetas blancas se transformaron en emblemas de una masculinidad rebelde, marcando el inicio de la fragmentación del vestuario masculino en diferentes estilos y subculturas (Soto, 2022).

2.5.1 El Uniforme Como Herramienta De Propaganda

A pesar de que la moda nazi pueda parecer un asunto muy distante de nuestras conversaciones diarias, en realidad ocupa un papel crucial en cómo Hitler consiguió construir una percepción de poder absoluto y unidad entre su población; los uniformes de las SS, creados por marcas como Hugo Boss, superaban la mera vestimenta; constituían una suerte de "mensaje visual" que contribuía a moldear la ideología del régimen, pero de una forma que muchos no ponían en duda.

Primordialmente: los tonos y la estructura de estos uniformes no eran accesibles (todo se diseñó para proyectar una imagen de autoridad, control y, principalmente, de fuerza), como es sabido, el negro y el gris son colores que, además de ser discretos, evocan seriedad, disciplina e incluso intimidación. Es similar a cuando en la cultura popular, observamos a una persona ataviada en negro en una celebración y, inmediatamente, lo vinculamos con una figura poderosa, seria o incluso enigmática. En el caso de los uniformes nazis, ese mismo principio se implementaba, pero con un propósito mucho más sombrío: demostrar que los individuos que los portaban formaban parte de una maquinaria imparable, disciplinada, que no debía ser cuestionada.

Más allá de la apariencia visual, el uniforme poseía una función social muy evidente: el régimen nazi se inclinaba por la colectividad, por suprimir las distinciones individuales y promover una "conciencia colectiva", como lo expresaría Émile Durkheim. El concepto

consistía en que, al uniformar a todos los militares o partidarios del régimen de la misma forma, se suprimía la idea de que cada individuo pudiera ser singular o poseer su propio pensamiento. El uniforme no solo generaba la impresión de que las personas se asemejaban a sí mismas desde el exterior, sino que también promovía la percepción de que todos trabajaban para alcanzar un objetivo común. Era como si, al vestir ese traje, te transformaras automáticamente en miembro de una comunidad, una comunidad que no podía permitir desviarse de las reglas establecidas.

Este tipo de uniformidad no solo se relacionaba con el dominio que tenían sobre el cuerpo humano, sino también con la creación de un "nosotros" uniforme, que se oponía totalmente a cualquier concepto de diversidad o diferencia. Era como un tipo de "tribu" fundamentado en una identidad racial purificada, donde la única alternativa era ajustarse. Este pensamiento no solo se limitaba al contexto militar; también se propagaba a la sociedad civil, donde el régimen intentaba establecer una "estética" que se alineara con su percepción de la pureza racial y el orden.

De algún modo, la moda nazi empleaba el mismo poder de influencia, pero de manera mucho más manipuladora, con el propósito de construir una sociedad en la que todos se percibieran, pensarán y se comportaran de manera similar. El uniforme era un recordatorio constante de que la individualidad debía ser sacrificada por el beneficio colectivo, lo más grave de todo es que, aunque actualmente retrocedamos y nos horroricemos de ese nivel de control social, la moda continúa siendo un instrumento potente para fortalecer todas las ideologías, algunas más nítidas que otras.

2.5.2 Revoluciones De Estilo

Los años 60 marcaron una auténtica revolución en la moda para hombres, elementos como la contracultura, la emancipación sexual y el crecimiento de la juventud como impulsora de la transformación social desafiaron las reglas convencionales de la vestimenta. Los colores vivos, los patrones psicodélicos y los materiales artificiales tomaron relevancia, mientras que Londres se transformó en el núcleo de una nueva estética juvenil marcada por la música y el cine.

La "Revolución del Pavo Real" desafió la austeridad del pasado e incorporó la ornamentación en el vestuario masculino: camisas con estampados impactantes, pantalones de campana y

chaquetas de terciopelo o brocado reconfiguraron la masculinidad de forma innovadora (González et al., 2024). Esta tendencia persistió en la década de 1970 con el fortalecimiento del glam rock, encabezado por personalidades como David Bowie y Freddie Mercury, quienes quebraron las fronteras entre lo masculino y lo femenino mediante la vestimenta. Al mismo tiempo, la cultura disco estableció atuendos ajustados, tejidos brillantes y zapatos de tacón, mientras que los movimientos contraculturales, como el punk, respondieron al sistema con ropa rasgada, cuero y accesorios de estética agresiva. La moda para hombres pasó de ser un espejo único de las reglas sociales a transformarse en un canal de expresión individual y de resistencia cultural (Soto, 2022).

Los años 80 introdujeron una nueva estética marcada por la cultura del éxito y el consumismo, la figura del yuppie -el joven profesional de la ciudad- se estableció con atuendos de hombros alargados, colores vivos y cortes estructurados que transmitían poder y ambición; sin embargo, en la segunda mitad de la década, el impacto del deporte y la cultura urbana impulsó una nueva tendencia de vestir más desenfadada, esta dicotomía entre el traje formal de trabajo y el estilo deportivo sería la esencia de la moda masculina en las décadas subsiguientes (González et al., 2024).

Por su parte, el inicio de la década de los 90 significó una mayor división en la moda masculina, dado que mientras que la alta costura se inclinaba por una elegancia minimalista, con diseñadores como Giorgio Armani y Calvin Klein fomentando la sobriedad y la sencillez, la cultura urbana y el grunge dieron lugar a una estética más descuidada y distinta. Los pantalones sueltos, las camisas de franela y las zapatillas deportivas se transformaron en componentes emblemáticos de la década, evidenciando una postura de repudio hacia la formalidad y el consumo desmedido. Simultáneamente, el crecimiento del hip-hop estableció un estilo propio fundamentado en ropa de gran tamaño, cadenas doradas y ropa deportiva de diseñadores como FUBU y Tommy Hilfiger (Soto, 2022).

Al final del siglo XX, la moda para hombres ya no se ajustaba a un único paradigma, sino que se expandió en diversos estilos que convivían al mismo tiempo, la globalización y el crecimiento de la cultura pop impulsaron la propagación de tendencias, mientras que la industria de la moda empezó a desafiar las fronteras convencionales entre lo masculino y lo femenino. Esta inauguración estableció los cimientos para el siglo XXI, en el que la moda

para hombres iniciaría una nueva fase de indagación y descomposición de las reglas de género (Soto, 2022).

2.8 Moda Masculina En El Siglo XXI: Entre Lo Digital Y Lo Ideológico

En el siglo XXI, la moda ha dejado de ser un territorio exclusivo de ciertas élites para convertirse en un espacio mucho más abierto, plural y dinámico. Los avances tecnológicos y la globalización cultural han redefinido completamente la manera en que se concibe, produce y experimenta el vestir. Hoy, lo local y lo global se fusionan de manera constante, y las fronteras entre lo público y lo privado se vuelven cada vez más difusas. Este fenómeno ha sido facilitado por el auge de las plataformas digitales, que han permitido la democratización del acceso a la moda, haciendo que se vuelva más accesible y participativa (Bad Hombre Magazine, 2023). La moda ya no se percibe como un simple acto de consumo, sino como un fenómeno cultural en el que se producen significados complejos y se expresa la identidad de los individuos (Infonegocios, 2023).

Este giro ha sido especialmente visible en la moda masculina, donde se ha producido una expansión notable del discurso visual y simbólico. La aparición de plataformas como Instagram, TikTok y YouTube ha democratizado el acceso a la moda, permitiendo que una mayor diversidad de voces participe en su construcción. Ya no se trata únicamente de seguir tendencias impuestas, sino de apropiarse de ellas, reinterpretarlas y utilizarlas como vehículos para contar historias personales. Esta transformación es evidente en las comunidades de jóvenes que utilizan estas plataformas para compartir sus estilos de vida y expresar sus identidades, muchas veces en un contexto de alta competitividad y búsqueda de diferenciación (Bad Hombre Magazine, 2023). La moda se ha convertido en una narrativa visual, donde el consumo de prendas ya no se limita a una transacción, sino que se entrelaza con la construcción de significados y valores (Infonegocios, 2023).

Cabe señalar que en estas redes no solo se expresa una variedad de estilos y formas de vestir, sino también una amplia gama de posturas políticas, valores y perspectivas ideológicas provenientes de diferentes partes del mundo. Las redes sociales han permitido que la moda se cruce con debates contemporáneos sobre género, raza, ecología, justicia social e identidades disidentes, abriendo paso a una conversación global en la que lo estético y lo político coexisten (Infonegocios, 2023). Las imágenes compartidas en plataformas digitales

funcionan como un medio para subrayar las identidades individuales, pero también las colectivas, permitiendo a los usuarios posicionarse dentro de un escenario global complejo y multifacético (Washington Post, 2022).

Un fenómeno particularmente interesante en las tendencias de moda actuales es la manera en que estas se vinculan cada vez más con estilos de vida, posturas ideológicas y marcos de valores específicos. Ya no se trata únicamente de una elección estética basada en lo visual o en la funcionalidad de las prendas, sino de una forma de comunicar quién se es y cómo se quiere ser percibido en el mundo. Ciertas tendencias pueden asociarse, por ejemplo, a ideales de sostenibilidad, a discursos de género no binario, a posturas anticapitalistas o incluso a visiones espirituales o minimalistas. Este vínculo entre moda e ideología genera comunidades simbólicas en torno a formas de vestir que funcionan como marcadores culturales y políticos (Bad Hombre Magazine, 2023). La moda, por tanto, se convierte en una herramienta poderosa para la visibilidad de discursos marginalizados, permitiendo que los individuos se alineen o desmarquen de ciertos discursos sociales (Infonegocios, 2023).

Así, elegir un estilo determinado no es solo una cuestión de gusto, sino una forma de alinearse —o desmarcarse— de ciertos discursos sociales, convirtiendo la vestimenta en una narrativa coherente con la forma de vivir, pensar y actuar. En este sentido, el fenómeno de la moda contemporánea, con sus múltiples influencias globales y locales, refleja un proceso de reconfiguración de las identidades colectivas e individuales que es inseparable de los procesos sociales, tecnológicos y políticos actuales (Washington Post, 2022). En un contexto de constante interconexión digital, las prácticas de consumo de moda se han vuelto formas de activismo cultural que atraviesan las esferas de lo estético y lo político (Infonegocios, 2023).

Hablemos del conocido como *Old Money*, un estilo que se distingue por una estética elegante y sobria que rememora los principios de las clases altas tradicionales. Blazers, camisas Oxford, mocasines, tonalidades neutras y materiales de primera calidad como el cashmere o la lana son características de este estilo, que valora la discreción por encima de la ostentación de la riqueza. A pesar de que numerosos jóvenes que adoptan este estilo no provienen necesariamente de sectores privilegiados, buscan proyectar una imagen de sofisticación, cultura y éxito asociada a la herencia simbólica de los aristócratas. Este estilo, desde una

perspectiva ideológica, se vincula estrechamente con valores conservadores, como la educación formal, la disciplina y la estabilidad social, elementos que refuerzan la importancia de una estructura social estable (Bad Hombre Magazine, 2023; Washington Post, 2022).

Otra tendencia que ha cobrado relevancia es el *Look Clean*, un estilo que pone énfasis en el minimalismo, la funcionalidad y una estética cuidadosamente preservada. Este tipo de moda, que aboga por cortes sencillos, ropa monocromática y la ausencia de adornos llamativos, se ha popularizado entre jóvenes que buscan reflejar eficiencia, orden y productividad, especialmente en contextos como el emprendimiento y el trabajo a distancia (Infonegocios, 2023). Su vinculación con la clase media-alta refleja el deseo de este grupo por proyectar una imagen de éxito laboral, donde la apariencia personal se convierte en un reflejo de su rendimiento en el ámbito profesional (Bad Hombre Magazine, 2023).

El *Starboy Style*, inspirado en figuras como The Weeknd, fusiona lujo, sensualidad y cultura urbana. Este estilo se caracteriza por el uso de ropa de cuero, lentes oscuros, camisetas de gran tamaño y joyería ostentosa, lo que transmite una imagen de poder, carisma y rebeldía. Es un enfoque estético que enfatiza la autoafirmación y el deseo de sobresalir, adoptado principalmente por jóvenes que buscan destacar en contextos sociales competitivos (Washington Post, 2022). En este caso, la moda no solo refleja una estética, sino también una aspiración social vinculada al capital simbólico y material asociado con el éxito individual (Bad Hombre Magazine, 2023).

Finalmente, el *Y2K Style*, que revive las tendencias de moda de principios de los 2000, introduce una ruptura con el minimalismo predominante. Caracterizado por colores vibrantes, prendas metálicas, gafas retro y cortes llamativos, el estilo Y2K celebra la autoexpresión, la diversión y la exploración visual sin las limitaciones del "buen gusto" clásico. Esta estética es especialmente popular entre jóvenes vinculados a la cultura digital, quienes celebran la libertad creativa y las identidades diversas dentro de las plataformas digitales (Infonegocios, 2023).

3 JUVENTUD, IDENTIDAD POLÍTICA Y MODA

Para comprender de manera cercana y significativa la forma en que los hombres jóvenes universitarios utilizan la vestimenta como herramienta de expresión ideológica y política, fue necesario acercarse directamente a su entorno cotidiano, convivir con ellos, observar sus dinámicas y escuchar de viva voz cómo experimentan, piensan y resignifican su manera de vestir dentro de un espacio tan particular como la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco. Este capítulo da cuenta de esa experiencia de campo, donde la investigación dejó de ser únicamente una revisión teórica para convertirse en una práctica social compartida, en la que las palabras, los gestos, las miradas y las elecciones estéticas diarias de los estudiantes permitieron acceder a un universo simbólico complejo y lleno de matices. Durante la observación participante realizada en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, se constató que la vestimenta de los estudiantes varía significativamente entre licenciaturas, espacios y horarios. Desde las primeras aproximaciones, fue evidente que la moda estudiantil se configura como un mosaico de estéticas en el que coexisten estilos casuales, reivindicativos y formales, cada uno cargado de significados políticos, sociales y afectivos.

La metodología utilizada para este estudio combinó dos herramientas fundamentales: por un lado, la observación participante, que permitió integrarse a la vida universitaria de los sujetos de estudio, compartir con ellos en sus espacios comunes como pasillos, explanadas, cafeterías y salones, observando de manera atenta pero respetuosa las formas en que se visten, los estilos que predominan, las combinaciones que emplean y las reacciones que generan en su entorno. Esta observación no se limitó a registrar prendas o colores, sino que buscó entender cómo se articulan los códigos estéticos en función de los grupos de pertenencia, los intereses personales y las estrategias de posicionamiento social y político que, de manera consciente o inconsciente, se reflejan en su imagen (véase Anexo No, 1).

Por otro lado, se aplicó un cuestionario diseñado específicamente para esta investigación (véase Anexo No, 2), el cual permitió recabar información más puntual sobre las percepciones, motivaciones y significados que los jóvenes otorgan a su forma de vestir. Este instrumento fue aplicado a estudiantes hombres de entre 18 y 24 años pertenecientes a las licenciaturas

en Comunicación Social, Sociología y Política, seleccionados por su proximidad a los temas sociales y políticos, y por encontrarse en una etapa de construcción identitaria en la que la imagen personal adquiere un valor simbólico importante dentro y fuera del espacio académico (véase Anexo No, 3).

A través de este cuestionario se pudieron conocer no solo las preferencias estéticas de los estudiantes, sino también las razones detrás de sus elecciones, las influencias que reconocen sobre su manera de vestir, sus posturas frente a las normas sociales que regulan la apariencia masculina y su percepción sobre si la moda puede o no considerarse una herramienta de expresión política. La oportunidad de convivir con ellos, compartir charlas informales, escuchar sus experiencias y observar sus interacciones cotidianas permitió complementar la información cuantitativa del cuestionario con matices cualitativos que enriquecieron de forma significativa la comprensión de este fenómeno.

Este capítulo reúne los resultados obtenidos a partir de estas dos estrategias metodológicas, presentando no solo las cifras obtenidas, sino también las particularidades, los matices y las voces que surgieron durante el proceso, porque más allá de los datos, lo que este trabajo encontró en los jóvenes fue una serie de relatos, preocupaciones y resistencias que se manifiestan a través de la ropa y que dan cuenta de las tensiones que atraviesan las nuevas masculinidades universitarias en un contexto social cada vez más exigente y vigilante. Lo que aquí se presenta es entonces una fotografía social de la vida cotidiana universitaria, leída a partir de sus vestimentas, de sus silencios y de las pequeñas estrategias con las que día a día negocian su lugar dentro de una comunidad académica diversa, plural y también contradictoria.

3.1 Identidad Política Y Desencanto Generacional: Los Jóvenes Frente A La Política Institucional

Diversos estudios han documentado cómo en América Latina, y particularmente en Chile, las juventudes universitarias han manifestado un alejamiento progresivo de las estructuras políticas tradicionales. Bajo esta línea, González et al. (2005) advierten que *“la identificación política de los jóvenes no se canaliza mayoritariamente por la vía de las adscripciones tradicionales a partidos o ideologías políticas”* (p. 66).

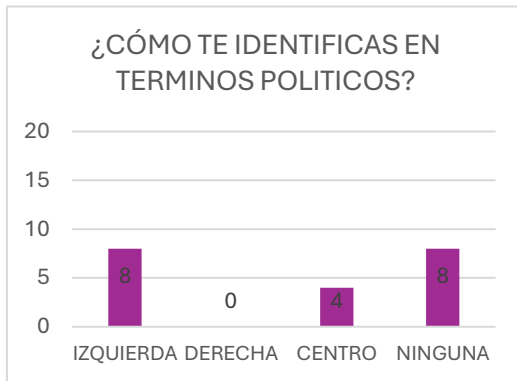
Basándose en un sondeo realizado a alumnos universitarios de diversas instituciones, los escritores reconocieron tres colectivos: jóvenes de izquierda, de derecha y sin afiliación política. Este último, el más prevalente, manifiesta posturas caracterizadas por el descontento y la desconfianza hacia la política institucionalizada. Como señalan, *“el segmento de jóvenes sin identificación política representa una proporción considerable y se caracteriza por una actitud crítica frente al sistema político, manifestando altos niveles de desconfianza y percepción de corrupción”* (González et al., 2005, p. 75).

Lejos de significar apatía absoluta, este desencanto expresa una forma particular de posicionamiento político. Los autores sostienen que *“la desvinculación de los jóvenes no necesariamente implica indiferencia hacia los asuntos públicos, sino más bien una crítica a la política formal y sus representantes”* (González et al., 2005, p. 77).

Este hallazgo resulta relevante para entender que la identidad política en los jóvenes no se configura como una adscripción rígida a partidos o ideologías, sino como una construcción flexible, situada y en constante negociación. De esta manera, el desencanto y la crítica al sistema político se constituyen también en una forma de participación simbólica y cultural que excede los marcos institucionalizados.

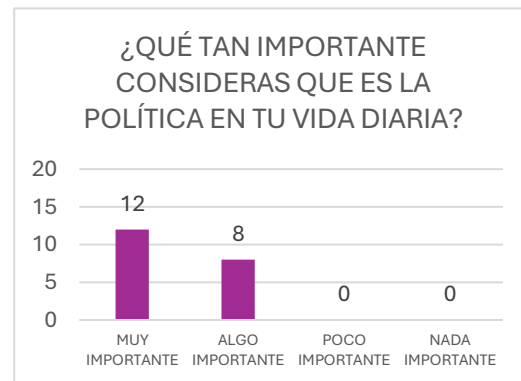
Hablar de identidad política en las juventudes universitarias implica necesariamente referirse al desencanto y la toma de distancia con los mecanismos tradicionales de representación. Como bien señalan González et al. (2005), *“la desvinculación de los jóvenes no implica indiferencia hacia lo público, sino más bien una crítica a la política formal y sus representantes”* (p. 77). En otras palabras, no se trata de apatía sino de un rechazo consciente al sistema institucionalizado, lo que lleva a las y los jóvenes a construir nuevas formas de significar su posición política.

3.1.1 Entre La Crítica Y El Compromiso: Los Universitarios Y Sus Posturas Políticas

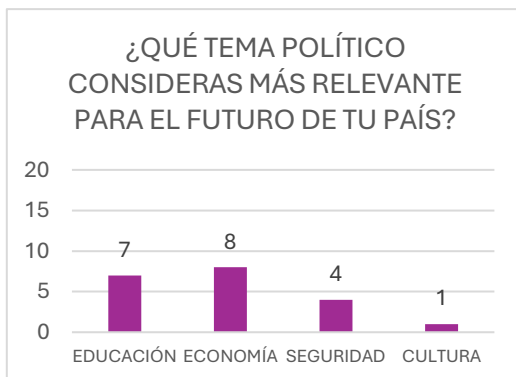


Los datos obtenidos en esta sección muestran que los participantes tienden a identificarse políticamente con posturas de izquierda o bien a no afiliarse con ninguna corriente ideológica tradicional. De los encuestados, ocho se identifican con la izquierda, mientras que otros ocho afirmaron no identificarse con ninguna ideología política. Solo cuatro se ubican en el centro, y ninguno se identificó con la derecha. Este resultado sugiere una clara inclinación hacia posturas progresistas o una actitud crítica frente a los marcos ideológicos establecidos, especialmente hacia la derecha política.

En cuanto a la importancia que le atribuyen a la política en su vida cotidiana, doce personas señalaron que la consideran "muy importante", y ocho la calificaron como "algo importante". Ninguno de los encuestados manifestó desinterés por la política, lo que indica un alto nivel de involucramiento y conciencia política dentro del grupo.



Al ser consultados sobre los temas políticos que consideran más relevantes, las respuestas se concentraron principalmente en la economía (8 respuestas) y la educación (7 respuestas), seguidas por la seguridad (4) y, en menor medida, la cultura (1). Esto evidencia una preocupación marcada por aspectos estructurales como el bienestar económico y el acceso a una educación de calidad, temas que probablemente afectan de manera directa su experiencia cotidiana como jóvenes universitarios. (véase Anexo No. 3)



Estos resultados reflejan a un grupo de jóvenes con un alto nivel de conciencia política, orientado hacia posturas críticas o progresistas, y con intereses enfocados en temas sociales y económicos fundamentales.

3.2 Vestirse Con Intención: La Moda Como Declaración Silenciosa

Ahora bien, la postura de Roberto Gonzalez (2005) no se queda en el terreno de las ideas abstractas o los discursos explícitos; se desplaza al ámbito de lo cotidiano y, especialmente, a la manera en que los cuerpos se visten, se muestran y se habitan. Teresa Sádaba y Gabriela Ambás (2023) lo resumen de forma precisa al sostener que *“la ropa se convierte en un elemento de identificación, persuasión y construcción del discurso político”* (p. 7). Así, la moda deja de ser vista como un accesorio superficial y se convierte en un canal de expresión ideológica, aunque muchas veces de manera sutil o indirecta.

Lo interesante es que, como han documentado Gómez de Travesedo y Gil Ramírez (2019), esta dimensión estética no se limita a las campañas electorales ni a los contextos institucionales. Al contrario, funciona como un lenguaje social cargado de significado que permite, por ejemplo, *“trasladar mensajes simbólicos sobre cercanía, transparencia o pertenencia territorial a través de la elección de colores, tejidos o accesorios”* (p. 99). Dicho de otro modo, lo político se filtra en la estética cotidiana.

Además, las fronteras entre ideologías y vestimentas, antes claramente marcadas, se han ido desdibujando. Centeno (2012) advierte que *“los clichés estilísticos de izquierda y derecha se han diluido, dando paso a un mimetismo estético que pretende acercar a los políticos al ciudadano común”* (p. 37). Este fenómeno no solo afecta a los representantes institucionales, sino también a las juventudes que, frente al desgaste de las etiquetas políticas tradicionales, optan por articular su identidad mediante signos culturales que, aunque aparentemente neutros, contienen posicionamientos y valores.

En este escenario, la moda se transforma en una suerte de código visual —a veces más elocuente que un discurso—, que permite a las y los jóvenes tomar postura sin necesidad de declararla abiertamente. Como apunta Morejón (2010), *“la imagen es la vía más directa de seducción entre el político y el votante”* (s/p), pero también entre los sujetos que, al margen de las estructuras institucionales, construyen comunidad y afinidad a partir de la estética.

Lo que emerge entonces es una política de lo visual, donde cada elección estética, por mínima que parezca, es capaz de vehicular significados identitarios y posturas críticas. Y es precisamente en esa dimensión performativa de la moda —entendida como acción simbólica— donde este trabajo propone situar la mirada.

3.3 Balzac Camina Entre Nosotros: Cuerpo, Estilo Y Distinción Social

Honoré de Balzac, contemporáneo de Baudelaire, amplía este análisis al explorar la relación entre la moda, el movimiento y la identidad social, en "La teoría del andar", Balzac argumenta que el cuerpo y su manera de desplazarse reflejan no solo el estatus social de un individuo, sino también su carácter y educación, y retomando esta idea, María Cuesta Salvador nos dice que "el cuerpo y el movimiento son fundamentales en la relación con los demás" (Cuesta Salvador, 2003, p. 165), además refuerza la idea de que la moda masculina es un sistema complejo que combina estética, movimiento y comunicación social. La distinción no reside únicamente en las prendas, sino en cómo estas son portadas, lo que incluye la postura y el ritmo del andar. "La gracia requiere formas redondeadas" (Cuesta Salvador, 2003, p. 171), afirma Balzac, destacando que los gestos suaves y fluidos reflejan refinamiento y estatus elevado, de forma que la moda masculina se convierte en un medio para proyectar poder y autoridad, mientras que los movimientos torpes o apresurados tienden a revelar un origen social más humilde.

3.3.1: La Estética Del Yo: Moda Masculina Y Modernidad Como Proyecto Social

La obra de Baudelaire y Balzac converge en la idea de que la moda masculina, más allá de ser una manifestación estética, es un campo donde se cruzan cuestiones de identidad, poder y modernidad. Por su parte Baudelaire resalta el papel heroico de la moda en la afirmación del presente, mientras que Balzac enfatiza su capacidad para articular jerarquías sociales a través de la combinación de vestimenta y movimiento, sin embargo, ambos autores subrayan la importancia de la moda como una herramienta de diferenciación y de construcción de identidad en contextos marcados por la tensión entre lo colectivo y lo individual.

En este sentido, el análisis de la moda masculina desde el dandismo hasta el streetwear contemporáneo muestra cómo las elecciones estéticas y los comportamientos corporales se han convertido en herramientas para negociar el lugar del individuo en la sociedad, tal como

concluye Birlanga Trigueros, "la moda es la metáfora visual de la transfiguración de lo común en lo estético" (Birlanga Trigueros, 2007, p. 18).

Desde la comunicación, Marshall McLuhan en *Understanding Media* (1964) argumenta que "el medio es el mensaje", y la vestimenta en estos regímenes funcionó como un medio central de propaganda, los uniformes no solo eran indumentaria, sino extensiones de un discurso político visual que pretendía inculcar obediencia y alinear emocionalmente a las masas con el proyecto ideológico. La repetición visual de estos códigos estéticos en desfiles, mítines y medios de comunicación fortalecía su impacto en la conciencia colectiva, creando lo que Pierre Bourdieu llamaría un "hábitus", un sistema de disposiciones culturales internalizadas que reflejan las estructuras del poder dominante.

3.4 Del Guardarropa Al Capital Simbólico: Qué Dicen Los Estudios Actuales

La moda, tradicionalmente considerada un fenómeno superficial o meramente estético, ha sido revalorizada por la sociología contemporánea como una práctica social compleja y significativa. Desde esta perspectiva, se analiza cómo las formas de vestir configuran subjetividades, comunican diferencias sociales y funcionan como tecnologías del yo, especialmente en contextos atravesados por el consumo, la globalización y la producción simbólica.

Autores como Gilles Lipovetsky (1987) han propuesto marcos interpretativos que sitúan a la moda en el centro de la modernidad occidental, para el autor, la moda no es solo efímera, sino que responde a una lógica de seducción, renovación constante y diferenciación, profundamente vinculada a la construcción de identidades individuales y colectivas. En su visión, la moda refleja la transición de una sociedad jerárquica hacia una sociedad marcada por el individualismo, en la que la apariencia y la novedad adquieren un papel central.

En una línea similar, Joanne Entwistle (2002) plantea que la moda debe entenderse como una práctica situada social y culturalmente, en la que se articulan cuerpo, vestimenta y subjetividad: la indumentaria, lejos de ser únicamente funcional, se convierte en un medio de expresión simbólica y comunicación dentro del entramado social.

Un aporte clave al análisis contemporáneo es el estudio del fenómeno de la *artificación* dentro de la industria de la moda. Este concepto, desarrollado por Jean-Noël Kapferer (2014),

se refiere a la integración deliberada de elementos artísticos en los productos y estrategias de las marcas, especialmente en el ámbito del lujo. Según el autor, esta tendencia busca conferir un valor simbólico superior, posicionando a las marcas como entidades culturales más que simplemente comerciales. Colaboraciones con artistas, estatización de espacios de venta, teatralidad en desfiles y curaduría visual son algunas de las estrategias utilizadas para fortalecer esta asociación entre moda y arte, consolidando su legitimidad cultural.

En América Latina, uno de los trabajos más representativos sobre esta temática es el de Facundo Nadur (2022), quien analiza cómo el concepto de artificación se materializa en el caso de la marca argentina de diseño de autor *Kostüme*, mediante una investigación cualitativa basada en entrevistas y análisis de medios digitales, el autor muestra cómo esta marca articula referencias del arte contemporáneo —como el cubismo, el arte conceptual y el cine de vanguardia— para construir una identidad marcaria distintiva. Lejos de ser una mera estrategia estética, esta articulación constituye un recurso simbólico que permite a la marca diferenciarse dentro del mercado nacional y posicionarse como referente del diseño de autor en Argentina.

La propuesta de Nadur (2022) también permite complejizar la mirada sobre el rol de las marcas en la construcción de identidades sociales, el autor destaca que, en contextos post-crisis como el argentino, el diseño de autor emerge como una alternativa al modelo de moda industrial globalizado, ofreciendo productos con alto contenido simbólico, producción artesanal y narrativas creativas propias. Así, la artificación no solo opera como una estrategia de marketing, sino también como un gesto de resistencia simbólica y afirmación de autonomía creativa en mercados periféricos (Nadur, 2022), esto resulta relevante para comprender cómo, en el campo de la moda, se reconfiguran hoy las fronteras entre el arte, el diseño, el consumo y la política.

Tomando la moda como sistema cultural, ha sido tradicionalmente entendida como un fenómeno estructurado por reglas internas, ciclos de consumo y jerarquías estéticas, sin embargo, los cambios sociales, tecnológicos y simbólicos de las últimas décadas han comenzado a reconfigurar profundamente su funcionamiento. Ya no es posible pensar la moda únicamente desde su estructura industrial tradicional, sino como una práctica compleja,

en transición, que dialoga con el colapso del modelo moderno y con la emergencia de nuevas formas de habitar el cuerpo, el deseo y la identidad.

En este escenario de cambio, una de las autoras más influyentes en el pensamiento latinoamericano de la moda es Susana Saulquin (2010), quien plantea que el sistema organizado de la moda —tal como lo conocimos durante la sociedad industrial— está atravesando un proceso de desarticulación. Esta transformación no implica la desaparición de la moda, sino más bien su evolución hacia un nuevo orden vestimentario que rompe con las lógicas de imposición vertical, de serie y de homogeneidad que dominaron durante la modernidad. De acuerdo con Saulquin (2010), la vestimenta del futuro será resultado de una mayor autonomía individual, influida por los avances tecnológicos, la conciencia ambiental y una espiritualidad emergente que busca restablecer el vínculo entre el cuerpo y su entorno.

Las categorías de género, edad, clase social o geografía ya no serán los ejes que regulen la forma de vestir, sino que la moda responderá a nuevas subjetividades y estilos de vida que se expresan desde la diversidad, la personalización y la funcionalidad. Este proceso implica un doble movimiento: por un lado, una apertura hacia lo diverso, hacia culturas antes marginadas y hacia lenguajes simbólicos más plurales; por otro, una recuperación de lo ritual, de lo emocional y lo sensorial como dimensiones centrales del vestir. Así, se produce una resignificación de las prendas como formas de habitar el mundo más allá de las imposiciones mercantiles, el vestido, más que seguir tendencias dictadas por un centro de poder (como la alta costura), se convierte en una extensión del yo, una herramienta de expresión íntima, y al mismo tiempo, de resistencia. La autora propone que esta transformación se traduce también en una crítica a los mecanismos de consumo compulsivo que caracterizaron al sistema de la moda industrial, frente a la obsolescencia programada y los dictados estacionales, emergen prácticas conscientes, textiles inteligentes, diseños ecoeficientes y narrativas que valoran la durabilidad, el entorno y la identidad.

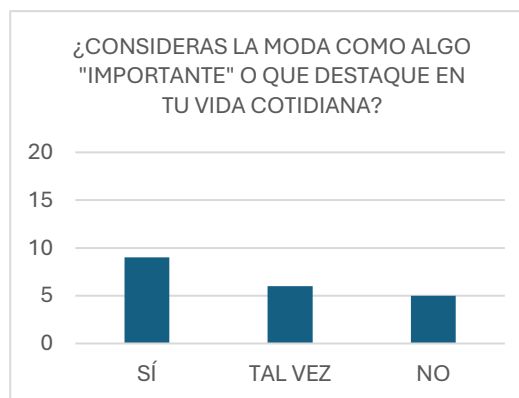
En este tránsito, la tecnología no es una amenaza, sino una aliada: la digitalización, la inteligencia textil y la realidad virtual permiten que la moda sea, cada vez más, una plataforma de experimentación individual, conectada con necesidades reales y no con mandatos impersonales, el futuro de la moda, entonces, se dibuja como un espacio donde convergen la técnica, la emoción y la subjetividad. Como sostiene Saulquin (2010), lo que

está en juego no es la desaparición de la moda, sino su transformación en un nuevo lenguaje de las apariencias, más libre, más inclusivo, y profundamente vinculado con el cuerpo, la ecología y la expresión personal.

Estudios recientes, como el de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en España, revelan que mientras una parte significativa de los hombres continúa siendo indiferente ante la moda, un porcentaje creciente la considera una herramienta de expresión personal, diferenciación e identidad. De acuerdo con los resultados, el 42 % de los hombres encuestados se mostró indiferente hacia la moda, pero un 35.6 % la consideró importante como medio de comunicación individual (Bolaños & Maquilón, 2017, p. 22).

3.4.1 ¿Cómo viste la UAM Xochimilco?

Abordando a los alumnos dentro de la UAM Xochimilco, el segundo segmento de preguntas del instrumento aplicado tuvo como objetivo explorar la percepción general de los encuestados sobre la moda y sus implicaciones cotidianas. A la pregunta “¿Consideras la moda como algo importante o que aporta algo?”, la mayoría de los

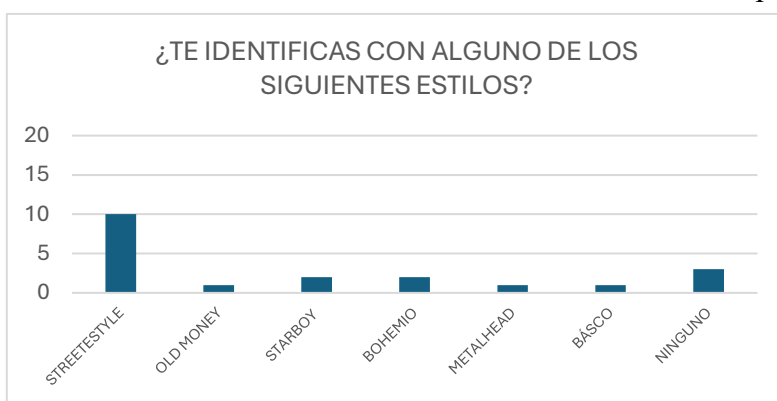


participantes (47%) respondió afirmativamente, lo que sugiere una valoración positiva de la moda como fenómeno relevante. Un 32% respondió “tal vez”, evidenciando cierta ambivalencia, mientras que un 21% indicó que no considera importante la moda. Este panorama permite observar que, si bien existe una minoría que desestima su valor, la mayoría reconoce algún grado de impacto o utilidad en ella.

Este contraste se traduce también en las prioridades de compra: los hombres tienden a valorar más la calidad y la marca, mientras que las mujeres priorizan el precio y la tendencia, sin embargo, el acceso a nuevas tecnologías ha democratizado el conocimiento sobre la moda, internet ha modificado radicalmente el comportamiento del consumidor, permitiéndole estar actualizado sobre tendencias y facilitando nuevas formas de compra, como el e-commerce (Bolaños & Maquilón, 2017, p. 23).

En el contexto colombiano, la Universidad EAFIT realizó un estudio de mercado que identifica atributos clave en la elección de vestimenta por parte de los hombres: calidad, diseño, color, comodidad, precio y marca, este estudio también destaca que la edad y el nivel socioeconómico influyen en la sensibilidad hacia la moda, siendo los hombres más jóvenes y de estratos altos quienes muestran mayor disposición a experimentar con estilos y marcas (Bolaños & Maquilón, 2017, p. 23).

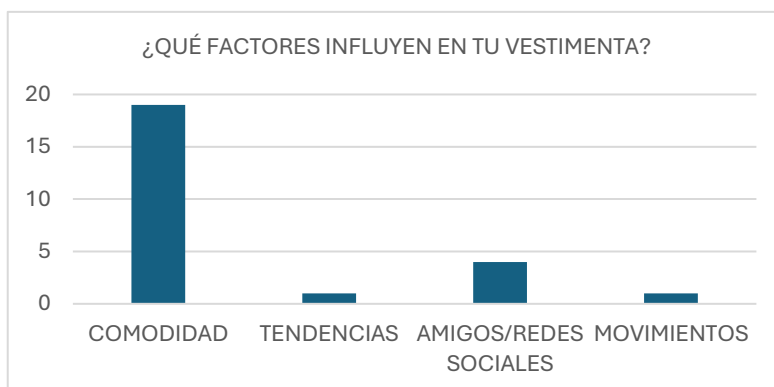
Ahora, refiriéndonos al caso de la UAM Xochimilco en cuanto a los estilos con los que los participantes se identifican, destaca con claridad el predominio del *streetstyle*, con diez menciones. Este estilo, comúnmente vinculado a expresiones urbanas y culturales



contemporáneas, supera ampliamente a otras opciones como *bohemio*, *starboy* y *old money*, que registraron una frecuencia baja (dos, dos y una mención respectivamente). La preferencia mayoritaria por

el *streetstyle* puede interpretarse como una búsqueda de autenticidad y comodidad, así como una manera de posicionarse frente a las normas tradicionales de la moda.

En relación con los factores que influyen en la elección de vestimenta, el criterio más destacado fue la comodidad, mencionada por 19 personas: Esto indica una tendencia contemporánea en la cual la moda deja de ser una



imposición externa para convertirse en una herramienta de bienestar, funcionalidad y empoderamiento. En tiempos donde la autoimagen y el autocuidado son conceptos clave, la moda cómoda representa una reapropiación del cuerpo, especialmente en oposición a

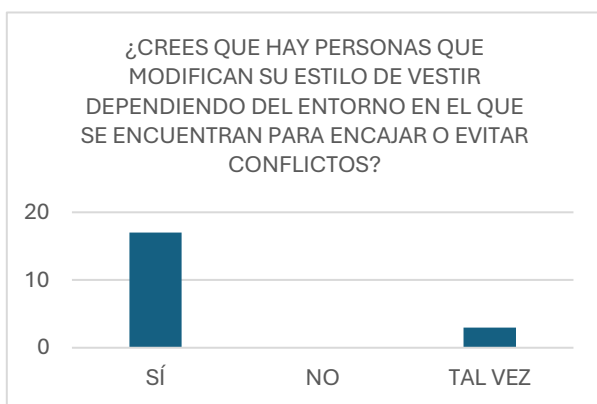
estándares rígidos, normativos o tradicionales. Muy por detrás se encuentran influencias como las redes sociales o el entorno cercano (4 menciones), mientras que las tendencias y los movimientos sociales apenas fueron seleccionados.

Por otro lado, las respuestas obtenidas sobre los cambios en la forma de vestir a lo largo de la vida de los estudiantes revelan una conciencia generalizada de que el estilo personal no es estático, sino que responde a factores sociales, culturales y estructurales.

Una de las respuestas más representativas señala: *“Factores sociales como los amigos, compañeros, padres e incluso gente conocedora o crítica a los estilos de vestimenta y lo que expresan.”* (entrevistado 6, 10/04/2025), Otra intervención crítica profundiza esta idea desde una lectura estructural: *“La influencia que tengo sobre el fast fashion, el capitalismo te hace seguir nuevas tendencias a diario. Por otro lado, busco sentirme cómodo conforme a mi personalidad.”* (entrevistado 3, 08/04/2025/), Aquí se reconoce el papel del sistema capitalista en los hábitos de consumo y en la construcción del estilo, así como la intención por encontrar autenticidad dentro de un entorno que promueve la estandarización. Este tipo de reflexión se relaciona con los planteamientos de Lipovetsky sobre la moda y la lógica del consumo contemporáneo.

Respecto a la relación entre vestimenta y masculinidad, una respuesta afirma: *“Sí, ya que, aunque no debería de ser así, en la sociedad donde vivimos como te ven te tratan.”* (entrevistado 8, 12/04/2025). Otra postura matizada expresa: *“No que tengan, pero es una realidad que un cierto tipo de vestimenta es la que define qué tan masculino es alguien. No se tiene que realizar, pero sucede.”* (entrevistado 9, 12/04/2025/). Y otra intervención señala: *“Sí, porque la mayoría de los hombres no usarían ropa considerada ‘de mujer’, a menos que quieran demostrar algo.”* (entrevistado 13, 14/04/2025/), Estas respuestas muestran que, aunque no haya imposiciones explícitas, existen normas culturales que operan como mecanismos de control simbólico, donde los desvíos respecto a los códigos tradicionales de género pueden implicar sanciones sociales.

Por otro lado, se reconoce que las tendencias en la moda masculina no son homogéneas, sino que estas varían según el tipo de ocasión, el horario del día, la estación del año, el tipo de cuerpo y la búsqueda de comodidad personal, estas variables configuran estilos como el formal, el casual, el deportivo, el de playa o el de gala creativa, que los hombres adoptan con distintas intensidades según sus contextos (Bolaños & Maquilón, 2017, pp. 24–26). Además, se analizan las ventajas y desventajas de las principales categorías de moda masculina, por ejemplo, la ropa formal comunica seguridad y eficiencia, pero no siempre es cómoda ni accesible; la ropa casual promueve la comodidad, aunque puede ser percibida como poco seria; y la ropa deportiva combina funcionalidad y estilo, pero suele tener un costo elevado si se buscan marcas reconocidas (Bolaños & Maquilón, 2017, pp. 27–28).



Un tema recurrente en las respuestas es la influencia del entorno social en la manera de vestir. Muchas personas reconocen que adaptan su estilo para evitar conflictos o sentirse parte del grupo. Por ejemplo: “Definitivamente, el ambiente determina el tipo de vestimenta en muchas personas.” (entrevistado 14, 14/04/2025)

“Eso es muy común de ver en grupos de amigos, que por querer permanecer o no sentirse excluido deben cambiar su tipo de vestimenta y es muy común de verlo en jóvenes universitarios.” (Entrevistado 2, 08/04/2025)

Estas respuestas aluden al fenómeno de la conformidad social, donde los individuos modifican su comportamiento para alinearse con las normas del grupo, especialmente entre jóvenes universitarios. En este sentido, la moda opera como herramienta de integración y adaptación dentro de las dinámicas sociales cotidianas.

Una reflexión más profunda menciona: “Creo que todas las personas siempre están atadas a cumplir con las expectativas de otras personas y buscar su reconocimiento... entre ellas evidentemente interviene la vestimenta.”

Aquí se subraya la noción de autopresentación, en la que la apariencia —incluida la vestimenta— se ajusta para alcanzar aceptación y reconocimiento social.

Otro testimonio aporta una dimensión estructural: “Por ejemplo, las personas que están becadas en escuelas privadas... no encajan en esos círculos.” (entrevistado 13, 14/04/2025), Este comentario revela un mecanismo de exclusión social que impone barreras estéticas vinculadas a la clase y el estatus económico. En estos casos, la moda se convierte en marcador de pertenencia o diferencia, reforzando procesos de alienación.

De alguna manera, esto puede llevarnos a preguntar ¿los hombres se llegan a sentir juzgados por lo que visten? Aunque poco más de la mitad de ellos nos dice que no, aquí recopiló algunas respuestas de aquellos que respondieron afirmativamente:

“Hay quienes me han dicho que mi forma de vestir refleja rebeldía.” (entrevistado 5, 10/04/2025).

Este testimonio revela cómo el vestir puede ser leído como acto subversivo o transgresor, aunque no necesariamente sea intencionado. Aquí el juicio no se limita a lo estético, sino que se asocia a una interpretación moral o actitudinal del sujeto, una idea que remite a la noción de “estigma” (Goffman), donde la apariencia física se convierte en portadora de significados sociales negativos.

Una respuesta particularmente significativa dice: *“Mi estilo y el círculo social que tengo a veces genera en las personas que no me conocen opiniones equivocadas de mi persona.”* (entrevistado 10, 13/04/2025).

Este fragmento introduce una dimensión interseccional entre estética personal y pertenencia social. Se reconoce que el juicio no proviene solo de la ropa, sino también de la percepción sobre los grupos sociales asociados al estilo. Esto abre la discusión hacia cómo la moda funciona como marcador de clase, raza, orientación sexual o grupo urbano, y cómo puede llevar a prejuicios o exclusiones incluso sin interacción directa.

Otras respuestas pone en evidencia la criminalización del cuerpo por su estética, fenómeno profundamente arraigado en contextos donde el vestir se asocia a la delincuencia o la

marginalidad. Aquí entran en juego estereotipos raciales, de clase y de género. Esta experiencia remite a la violencia simbólica que sufren ciertos cuerpos que, por su forma de vestir, son automáticamente clasificados como peligrosos, agresivos o fuera del orden social.

Una respuesta más cruda y directa señala: *“Por que se ve malandro o peligroso mi outfit.”* (entrevistado 9, 12/04/2025).

Otra respuesta, desde un punto de vista más cotidiano, expresa: *“Pues a veces sí me llego a pasar de fodongo, pero quienes más critican son mi familia.”* (entrevistado 8, 12/04/2024/).

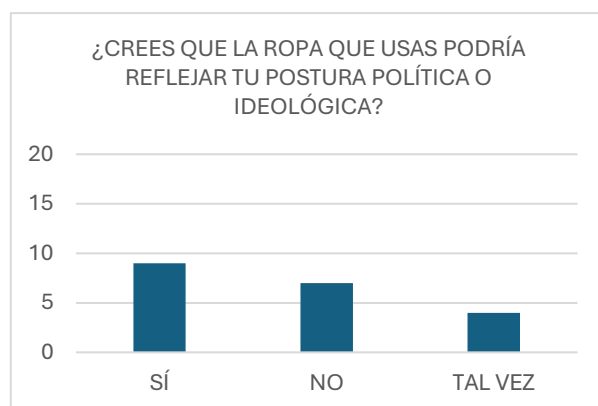
Aquí el juicio proviene del entorno íntimo, lo que demuestra que el control social sobre el vestir no es solo externo (instituciones, medios, sociedad en general), sino también intrafamiliar, y puede estar vinculado a ideales de presentación, éxito o respeto. Este tipo de control, aunque afectivo, puede ser profundamente normativo, generando conflictos internos entre autenticidad y aprobación.

Finalmente, una respuesta que cierra la idea: *“No soy alguien que se preocupe tanto por lo que porta, pero eso ha llegado a comentarios que dan a entender que no pongo esfuerzo a arreglarme para la sociedad.”* (entrevistado 11, 13/ 04/2025).

Este comentario ilustra la tensión entre la autoexpresión y la expectativa social, donde incluso quienes no se sienten obligados por la moda deben enfrentar las consecuencias del no conformismo estético. Aquí se evidencia cómo la sociedad interpreta el no seguir ciertas normas como una falta de respeto o esfuerzo, reflejando cómo la ropa funciona como un lenguaje tácito de integración o rechazo social.

Estas experiencias demuestran cómo el acto de vestir es profundamente político, ya que al elegir o evitar ciertas prendas, el individuo se sitúa —voluntaria o involuntariamente— dentro o fuera de lo normativo.

3.5 Moda como Expresión de la Identidad política: UAM Xochimilco.



En la tercera parte del cuestionario se indagó sobre la posible relación entre moda e identidad política. A la pregunta “¿Crees que la ropa que usas podría reflejar tu identidad política?”, el 43% de los participantes respondió afirmativamente, lo que da cuenta de una conciencia sobre el carácter simbólico que puede adquirir la

vestimenta. Un 33% expresó que no lo cree así, y un 19% mantuvo una postura ambigua al responder “tal vez”. Estos datos reflejan una división de opiniones, aunque con una tendencia leve hacia el reconocimiento del carácter político de la apariencia.

Una de las respuestas más sólidas y reflexivas (cuando se pidió una explicación de su respuesta) declara: *“No suelo usar ropa a la moda o preocuparme mucho por cómo luzco porque no me agrada la industria que hay detrás de ella. Y considero eso una expresión política en sí misma. Además también puedo usar cierto tipo de ropa en ambientes específicos para reflejar ciertas posturas.”* (entrevistado 17, 15/04/2025),

Aquí, la moda deja de ser vista como un simple producto estético para convertirse en una herramienta de resistencia al sistema capitalista y a la industria de la moda globalizada, lo cual se alinea con la noción de “moda política” defendida por estudios contemporáneos en sostenibilidad y ética del vestir (como Kate Fletcher o Naomi Klein). La elección de no consumir, o de hacerlo con conciencia crítica, se reconoce como un acto ideológico en sí mismo.

En contraste, varias respuestas minimizan la dimensión política del vestir:

“Mi vestimenta es por comodidad sin la intención de aparentar o apoyar una postura política, no considero que esté relacionado lo uno con lo otro.” (entrevistado 12, 14/04/2024)
“Porque en ella no traigo mis ideales o convicciones.” (entrevistado 1, 08/04/2025),

Estas respuestas expresan una separación tajante entre lo personal y lo político, típica de discursos liberales o funcionales, en los que la ropa cumple un papel práctico más que

simbólico. Sin embargo, desde una mirada sociológica, esta aparente neutralidad puede ser interpretada como parte del discurso dominante, que invisibiliza las implicaciones políticas del consumo cotidiano.

Una respuesta particularmente interesante y matizada señala: *“Pienso que tal vez si quisiera hacer expresa cierta ideología o postura (por ejemplo, de izquierda) podría tal vez usar playeras con diseños de Marx, comunismo, etc. para que sea explícito a la sociedad. Sin embargo, creo que es más político el uso que le des a la ropa y el consumo que le des a las tiendas que la propia prenda en específico.”* (entrevistado 4, 10/04/2025),

Esta declaración articula una dualidad semiótica y estructural: por un lado, la moda puede contener signos explícitos de una ideología (como el uso de imágenes o frases en prendas); por otro, la acción política no radica solamente en lo que se muestra, sino también en cómo y desde dónde se produce o consume la prenda. Esta idea vincula la política de la representación con la política del consumo, ampliando el concepto de “moda política” más allá de lo visual.

Varias respuestas destacan el uso de estampados o símbolos como manifestaciones de ideología: *“Los estampados que uso contienen mensajes políticos y espirituales.”* *“Por ejemplo usar playeras afines a un partido político.”* (entrevistado 9, 12/04/2025) *“Mediante estampados especiales puede reflejarse.”* (entrevistado 13, 14/04/2025),

Estos comentarios se alinean con el enfoque semiótico de la moda, propuesto por Roland Barthes, donde la prenda se convierte en un sistema de signos capaz de comunicar valores, ideologías o afiliaciones. Aquí, el cuerpo funciona como un espacio de discurso visual, donde la identidad política puede hacerse explícita o sugerida a través de símbolos, frases o colores.

También se encuentran respuestas que critican los prejuicios o sesgos que surgen al asociar vestimenta con ideología: *“Siento que puede llegar a ser considerado un cliché... creo que va más allá el criterio y posicionamiento de la persona para que solo se piense que por la vestimenta se va a definir tu postura política.”* (entrevistado 3, 08/04/2025), *“Siento que es un sesgo sobre cómo una prenda influye tan siquiera en una postura política cuando se puede ser completamente independientes.”* (entrevistado 7, 10/04/2025/),

Estas posturas denuncian el reduccionismo simbólico, es decir, la tendencia a leer automáticamente la ropa como signo absoluto de las ideas de una persona. Aunque esta crítica es válida, también puede abrir un espacio para debatir hasta qué punto somos lectores sociales automáticos, entrenados para identificar símbolos y asociarlos con posturas ideológicas, incluso inconscientemente.

Otra respuesta que refleja una observación sociocultural afirma: *“A los comunistas les gusta lucir propaganda en sus prendas y por otro lado los punks y/o skinheads tienden a una ideología política en particular en la que se puede inferir a partir de su vestimenta.”* (entrevistado 5, /10/2025),

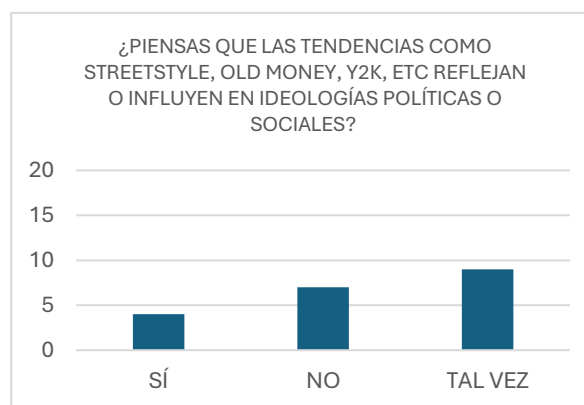
Este comentario muestra cómo ciertas subculturas estéticas han sido históricamente vinculadas con ideologías específicas, haciendo de la moda un marcador identitario. Esto se alinea con estudios sobre las tribus urbanas, los estilos contestatarios y los movimientos sociales, donde el vestir funciona como una forma de resistencia, afirmación o militancia estética-política. Igualmente, fue recurrente observar el uso de camisetas con mensajes marxistas, prendas oversize con consignas anticapitalistas o accesorios relacionados con movimientos LGBTQ+. También se identificó una preferencia por marcas locales y de segunda mano, en oposición simbólica al consumo de moda industrializada, estas elecciones estéticas no son meramente decorativas, sino que funcionan como una extensión visual de sus posturas políticas.

3.5.1 La Relación Entre Vestimenta E

Ideología Como Algo Visible

Existe una diversidad de opiniones respecto a las diferentes tendencias de moda asociadas a ideales políticos, los estudiantes de la UAM Xochimilco sugieren que, en ciertos casos, la vestimenta sí puede reflejar ideologías políticas específicas. Por ejemplo, una persona comenta:

“No se puede generalizar, pero es muy notorio que se pueden apreciar variaciones en el tipo de vestimenta, por ejemplo, de alguien de derecha (asociado a la derecha política), que la de alguien de Área 4 (asociado a la izquierda).” (entrevistado 20, 16/04/2025/),



Este comentario remite a una interpretación culturalmente codificada de los signos visuales, donde la moda no solo cumple una función estética, sino también una función ideológica. Desde esta perspectiva, ciertos estilos de vestir, prendas o colores pueden ser asociados a determinados movimientos o posiciones políticas. Por ejemplo, en la cultura popular y la iconografía política, colores como el rojo pueden asociarse con ideologías de izquierda (socialismo, comunismo), mientras que colores como el azul o el blanco suelen ser vinculados con ideologías conservadoras o de derecha. Este fenómeno es similar a lo que se entiende en la semiótica (teoría de los signos), donde los símbolos, incluidas las prendas de vestir, tienen una carga significativa que se interpreta culturalmente.

Sin embargo, hay respuestas que cuestionan la validez de esta interpretación, sugiriendo que la ropa no tiene una correspondencia directa con las creencias políticas o sociales:

“Es algo que no he investigado y desconozco si eso está científicamente comprobable.”
(entrevistado 6, 10, 04/2025)

“Mi postura ante el sustento que dan los objetos a las ideas o subjetividades es nula, no encuentro que se correspondan siempre.” (entrevistado 2, 08/04/2025),

Estas respuestas subrayan una postura escéptica, que cuestiona la relación directa entre moda e ideología. Desde esta perspectiva, se señala que la vestimenta, aunque cargada de símbolos, no necesariamente refleja la profundidad de las creencias de una persona. Este punto de vista está más alineado con una perspectiva que prioriza la autonomía personal frente a las imposiciones externas (como las expectativas sociales de vestimenta).

Por su parte, algunas respuestas argumentan que la ropa puede ser una forma de comunicación ideológica, sobre todo cuando los individuos emplean símbolos explícitos:

“Regularmente se puede deducir.” (entrevistado 7, 12/04/2025),

“Algunas tribus urbanas tienen una identidad política definida y la vestimenta que los define como parte de esta tribu urbana puede ser una demostración pública de un ideal político.”
(entrevistado 9, 12/04/2025),

Varias respuestas también abordan cómo la moda genera estereotipos y, a veces, puede resultar en percepciones erróneas sobre las creencias de una persona. Por ejemplo:

“De repente me ha pasado que asumen que soy de izquierda por el tipo de prendas que uso.”
(entrevistado 12, 14/04/2024),

“Me parece que en la historia la forma de vestir conforme a las normas establecidas por el sistema siempre ha 'permitido' que la expresión de ideales y posiciones se represente en la forma que te vistes, otra cosa es cómo gracias a ello unos sean reconocidos y otros reprendidos, excluidos, discriminados y por ende marginados.” (entrevistado 18, 16/04/2025),

Estos comentarios ilustran cómo los juicios sociales sobre la vestimenta pueden llevar a malinterpretaciones ideológicas. Si bien es cierto que ciertas prendas o estilos pueden ser símbolos de movimientos o ideas, la moda también está llena de ambigüedad y no siempre ofrece una representación fiel de las creencias o la personalidad del individuo. De este modo, el juicio visual puede contribuir a procesos de discriminación o marginación, especialmente cuando se asume que la forma de vestir de alguien define inequívocamente sus ideas políticas.

Finalmente, algunas respuestas exploran cómo la percepción externa puede ser contradictoria frente a las creencias internas de los individuos:

“Personas que tienen estilo ‘old money’ quieren ser percibidas como de derecha o conservadoras terminan siendo percibidas de una manera contraria. (o no les creen).”
(entrevistado 10, 13/04/2025),

Este punto revela cómo la percepción social de la vestimenta puede no coincidir con las intenciones del portador, lo que pone de manifiesto la tensión entre significado y apariencia en la moda. Esta contradicción es una de las claves para entender que no todo juicio sobre la vestimenta es acertado. En muchos casos, el contexto cultural y social influye tanto en la interpretación de las prendas como en las identidades que las personas intentan proyectar.

3.6 La Influencia De Los Medios De Comunicación Y Las Redes Sociales En La Moda Política

Un dato particularmente revelador se obtuvo al preguntar si las personas creen que algunas personas modifican su estilo para encajar políticamente. El 85% respondió que sí, mientras que el 15% respondió “tal vez”; nadie negó esta posibilidad. Esta respuesta mayoritaria refuerza la noción de que la moda puede funcionar como un mecanismo de adaptación, integración o posicionamiento dentro de ciertos entornos políticos o ideológicos.



Finalmente, ante la pregunta sobre si los medios de comunicación y las redes sociales influyen en la relación entre política y moda, la totalidad de los encuestados respondió afirmativamente.

Una de las respuestas destaca cómo los estereotipos visuales se han intensificado con el auge de las redes sociales y cómo ciertos estilos de ropa se asocian con movimientos políticos específicos: *“Por los estereotipos que se tienen de que ciertas prendas de ropa son utilizadas o características de grupos en específico.”* (entrevistado 3, 08/04/2025).

Los usuarios se ven constantemente bombardeados con imágenes que vinculan determinados estilos de ropa con ideologías políticas. Por ejemplo, la vestimenta de un político en un medio de comunicación puede tener un impacto significativo en la percepción pública sobre su credibilidad o profesionalismo. Como se menciona: *“Hoy en día todo lo que pasa en nuestras vidas o en este planeta, ya es fácil saberlo con las redes sociales, tienen un gran impacto que han llegado a afectar la forma de vestir en las personas...”* (entrevistado 14, 14/04/2025).

Las respuestas también indican cómo los influencers desempeñan un papel clave en la promoción de tendencias de moda que, en muchos casos, tienen una carga ideológica. Un participante explica: *“Si, por medio de influencers se crean distintas modas.”* (entrevistado 2, 08/04/2025).

En muchas de las respuestas, se señala cómo las redes sociales han transformado la moda en una forma de expresión ideológica. Un participante resalta:

“Las redes sociales actuales mediante la imagen fomentan, una ideología basada en la estética, lo cual antes estaba disimulado, ahora es claro, la forma en que vistes denota tu subjetividad...” (entrevistado 5, 10/04/2025).

Este comentario destaca cómo las plataformas de redes sociales, como Instagram, TikTok y Pinterest, han convertido la estética en una herramienta explícita para expresar no solo gustos personales, sino también convicciones políticas. La moda ya no es simplemente una cuestión de estilo personal, sino que ha pasado a ser una declaración pública de los valores y creencias de un individuo. Además, la curaduría de contenido en estas plataformas refuerza estereotipos ideológicos al permitir que los usuarios interactúen con grupos y personas que comparten valores y estilos de vida similares.

Otro aspecto crucial que se señala es la relación entre moda y consumismo. Un comentario señala: *“Las redes sociales focalizan mucho los gustos y temas que te gustan o con los que interactúas mostrando más y conectando con personas con los mismos gustos o intereses.”* (entrevistado 18, 16/04/2025),

Las plataformas sociales no solo fomentan la comunicación de ideas, sino que también dirigen el consumo hacia productos que están alineados con ideologías populares. Las marcas de moda, conscientes de este poder, utilizan las redes para vender más que solo ropa: venden identidades. Así, al adoptar un determinado estilo de ropa o seguir una tendencia de moda, los usuarios se identifican con ciertos valores sociales y políticos promovidos por las marcas y los influencers. Esto se convierte en una forma de consumo ideológico, donde la ropa no solo representa estilo, sino también pertenencia a un movimiento político o social

CONCLUSIONES

Al recorrer esta investigación y, sobre todo, al escuchar las voces de los estudiantes universitarios que participaron en ella, queda claro que la ropa nunca ha sido un acto inocente ni un simple accesorio estético, sino un espacio de significados, un escenario en el que se manifiestan preocupaciones, tensiones, deseos de pertenecer y resistencias silenciosas que atraviesan la vida cotidiana de los hombres jóvenes, quienes aunque no siempre reconozcan de manera explícita la dimensión política de su forma de vestir, sí construyen a través de ella un lenguaje propio que funciona como una forma de comunicarse con su entorno sin necesidad de pronunciar palabra, permitiéndose ser leídos, cuestionados, aceptados o rechazados a partir de los signos que llevan puestos sobre el cuerpo.

Durante el trabajo de campo, resultó evidente que, aunque la mayoría de los entrevistados afirmó no identificarse políticamente bajo etiquetas tradicionales o corrientes ideológicas definidas, todos reconocieron preocuparse, en mayor o menor medida, por asuntos que los atraviesan socialmente como la desigualdad, la violencia, la precariedad o las tensiones de género, y en esa preocupación cotidiana la ropa se convierte en un medio para tomar postura o evitar conflictos, para distinguirse dentro de su entorno inmediato o pasar desapercibidos, para construir comunidad o marcar diferencias, y aunque a simple vista muchas de sus decisiones estéticas podrían parecer guiadas solo por la comodidad o la tendencia, en el fondo responden a una serie de códigos compartidos, a veces inconscientes, que definen qué es aceptable, qué es provocador y qué resulta desafiante en determinados espacios como la universidad.

Lo más significativo de estas conversaciones no fue únicamente constatar qué estilos predominan o qué marcas prefieren, sino descubrir cómo cada joven, desde su experiencia personal, fue reconociendo que sus elecciones de vestimenta han cambiado a lo largo de su paso por la universidad, no siempre por moda o por gusto, sino por la influencia de amistades, por el deseo de integrarse a ciertos círculos, por evitar críticas familiares o por la simple necesidad de adaptarse a lo que exige cada espacio social, revelando con ello que la indumentaria opera como una herramienta de negociación constante que permite encajar o romper con las expectativas de otros sin tener que explicar las razones detrás de cada elección.

Resultó especialmente revelador que, pese a identificarse como críticos de las normas sociales o de los discursos impuestos, muchos de los entrevistados confesaron sentirse limitados por las ideas tradicionales de masculinidad, reconociendo que ciertas prendas, colores o combinaciones aún son evitadas por temor a ser juzgados, señalados o encasillados, lo que evidencia que aunque el discurso de la diversidad estética y de género ha ganado espacios en ciertos entornos universitarios, sigue habiendo resistencias, prejuicios y estereotipos que condicionan la libertad de expresión desde el cuerpo vestido, y que incluso en contextos que se piensan abiertos y tolerantes como el de la UAM Xochimilco, las reglas no escritas sobre cómo debe lucir un hombre se reproducen, aunque de manera más sutil, bajo la forma de comentarios, miradas o exclusiones simbólicas.

Dentro de las particularidades que más llamaron la atención se encuentran las experiencias de quienes decidieron apropiarse de estilos como el streetwear no sólo por comodidad, sino porque les permite establecer un código común con su entorno, marcar territorio y diferenciarse de aquellos a quienes identifican como ajenos a su círculo social, pero también se hallaron testimonios de estudiantes que reconocieron vestir de cierta forma para evitar ser vistos como peligrosos o delincuentes en espacios públicos, reflejando así que la ropa no sólo comunica identidad, sino que se convierte en un mecanismo de protección social ante prejuicios que persisten, y que quienes se alejan de los códigos aceptados enfrentan una serie de interpretaciones automáticas que los sitúan en desventaja.

Es igualmente significativo que varios jóvenes señalaran que aunque buscan vestirse de acuerdo a su personalidad, no pueden dejar de considerar la mirada de sus compañeros, de sus padres o incluso de desconocidos, lo cual demuestra que la vestimenta es uno de los escenarios más vigilados de la vida social y que, aunque las decisiones estéticas se piensen como actos individuales, en realidad están permanentemente atravesadas por las expectativas colectivas, por las modas impuestas en redes sociales y por la necesidad de ser reconocidos o respetados dentro de sus grupos de referencia.

A partir de estas particularidades, es posible concluir que la moda masculina en los espacios universitarios funciona como una herramienta simbólica cargada de sentidos contradictorios, porque a la vez que permite comunicar afinidades, diferencias y posturas frente a temas sociales, también refuerza normas, produce exclusiones y marca fronteras invisibles entre lo

aceptado y lo problemático, dejando en claro que, aunque se ha avanzado en la flexibilización de los códigos estéticos, sigue habiendo límites que condicionan las elecciones de los hombres, límites que no siempre se nombran pero que se perciben en las miradas, en los comentarios o en la incomodidad que generan ciertas formas de vestir.

Así, esta investigación demuestra que la moda en los hombres jóvenes universitarios de la UAM Xochimilco no es un acto superficial ni carente de sentido, sino una práctica social que refleja sus posiciones ideológicas, sus conflictos internos y su relación con un contexto que los observa, los regula y, a veces, les permite desafiar las normas, pero que en otros momentos les exige adaptarse para evitar ser excluidos, discriminados o etiquetados, confirmando que los cuerpos vestidos siguen siendo territorios de disputa política y cultural, aunque esas batallas se libran en los detalles cotidianos, en los pequeños gestos, en la elección de una camiseta, en el rechazo a una corbata, en el uso de una gorra o en la decisión de permanecer dentro de la norma para pasar desapercibido.

La experiencia de haber convivido y dialogado con estos jóvenes permitió no solo identificar tendencias o preferencias, sino comprender cómo la ropa se ha convertido para ellos en una forma de lenguaje alternativo, en un espacio de resistencia discreta y en una posibilidad de decir sin tener que explicar, de pertenecer sin renunciar a su incomodidad con el sistema, de afirmar su identidad sin necesidad de pronunciar discursos elaborados, porque en su ropa, en sus combinaciones y en sus silencios también habita su manera de entender el mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Avilés Ortiz, I. A. (2016).** Reflexiones en torno a la moda: Tensiones, paradojas y frivolidades. Apuntes sobre Georg Simmel y Gabriel de Tarde. *Bajo Palabra*, (12), 265–273. Recuperado el 9 de diciembre de 2024 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5737776.pdf>
- Birlanga Trigueros, J. G. (2007).** Baudelaire y la moda. Notas sobre la gravedad de lo frívolo. *Bajo Palabra*, (II), 13–21. Recuperado el 15 de enero de 2025 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2932364.pdf>
- Bolaños, R., & Maquilón, M. (2017).** La moda masculina en el mundo y su impacto en Colombia. Universidad de La Sabana. Recuperado el 21 de febrero de 2025 de <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/31851>
- Bustos Gorozpe, F. (2022, 19 de agosto).** El estilo 'old money' es una reafirmación del clasismo y blanquitud del pasado. *The Washington Post*. Recuperado el 13 de abril de 2025 de <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2022/08/19/old-money-aesthetic-outfits-estilo-racismo-clasismo/>
- Cuesta Salvador, M. (2003).** Honoré de Balzac: La teoría del andar. *Ágora para la EF y el Deporte*, (2–3), 165–174. Recuperado el 3 de marzo de 2025 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2257497.pdf>
- Entwistle, J. (2002).** *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.
- García Marsilla, J. V. (2007).** Vestir el poder. Indumentaria e imagen en las cortes de Alfonso el Magnánimo y María de Castilla. *Res Publica*, 18, 353–373. Recuperado el 17 de enero de 2025 de <https://www.vinculosdehistoria.com/index.php/vinculos/article/view/vdh.v0i6.273/pdf>
- Gil Peña, C. A., & Perassi, M. P. (2021).** Política y moda como un binomio indivisible: Un breve acercamiento al caso colombiano. *Revista Diálogos Interdisciplinarios en Red*. Recuperado el 28 de febrero de 2025 de <https://revistaseidec.com/index.php/Rediir/article/download/104/224>
- Gómez de Travesedo Rojas, R., & Gil Ramírez, M. (2019).** Vestir la política: la indumentaria como estrategia en comunicación electoral. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9(18), 95–118. <https://doi.org/10.5783/RIRP-18-2019-06-95-118>

- González, I., Rodríguez, J., & Ochoa, M. (2024).** Caracterización del vestuario y su evolución a través del tiempo. *Cuaderno 214, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Recuperado el 7 de diciembre de 2024 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9435237.pdf>
- González, R., Manzi, J., Cortés, F., Torres, D., De Tezanos, P., Aldunate, N., Aravena, M. T., & Saíz, J. L. (2005).** Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: El desencanto de los que no se identifican políticamente. *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 25(2), 65–90. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2005000200003>
- Hernández, J. R. (2022, 7 de agosto).** Old money, Y2K y todos los aesthetics más populares entre los chicos. *BADHOMBRE Magazine*. Recuperado el 13 de abril de 2025 de <https://badhombremagazine.com/old-money-y2k-y-todos-los-aesthetics-mas-populares-entre-los-chicos/>
- Kapferer, J.-N. (2014).** The artification of luxury: From artisans to artists. *Journal of Marketing and Brand Research*.
- Leonardi, R., & Roussos, D. (2017).** Arte, cultura e indumentaria en el Renacimiento. Buenos Aires: FADU-UBA. Recuperado el 12 de marzo de 2025 de <https://catedraleonardi.com.ar/v2/wp-content/uploads/2017/07/Arte-Cultura-Indumentaria.pdf>
- Lipovetsky, G. (1987).** *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama.
- Monneyron, F. (2006).** *La sociología de la moda*. Buenos Aires: Cátedra.
- Museo del Romanticismo. (2024).** La moda masculina durante el siglo XIX. Ministerio de Cultura y Deporte de España. Recuperado el 5 de febrero de 2025 de <https://hispanapro.cultura.gob.es/wp-content/uploads/2024/11/Museo-del-Romanticismo.-hojadesala-modamasculina.pdf>
- Nadur, F. (2022).** La artificación del diseño de autor: Estudio de caso de la marca Kostüme. Universidad de Buenos Aires.
- Reinach, S. S. (2013).** Renacimiento y naturalización del gusto. Una paradoja de la moda italiana. *Cuaderno 44, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 149–157. Recuperado el 29 de enero de 2025 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5234491.pdf>

Sádaba, T., & Ambás, G. (2023). Vestir para ganar: moda y campañas electorales en América Latina. *Revista Panamericana de Comunicación*, 5(1), 1–26.
<https://doi.org/10.21555/rpc.v5i1.2858>

Sandoval, C., & Sarián, V. (2020). Una aproximación al concepto de identidad política. *Documento de Trabajo ICSO N° 62*. Universidad Diego Portales. Recuperado el 19 de diciembre de 2024 de https://icso.udp.cl/cms/wp-content/uploads/2020/08/ICSO_DT62_Sandoval-Sarian.pdf

Saulquin, S. (2010). *La moda después de la moda*. Buenos Aires: Paidós.

Soto, H. M. (2022). Nuevas encrucijadas en la moda masculina: Mirar el pasado para entender el presente. *Cuaderno 127, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Recuperado el 14 de marzo de 2025 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8344579.pdf>

Y2K vs. Old Money (dos estilos opuestos que toman relevancia en la industria de la moda actual). (s.f.). *InfoNegocios*. Recuperado el 13 de abril de 2025 de <https://infonegocios.biz/infostyle/y2k-vs-old-money-dos-estilos-opuestos-que-toman-relevancia-en-la-industria-de-la-moda-actual>

ANEXOS

ANEXO NO.1 “Notas de Campo”

Periodo observado: Noviembre 2024 – Marzo 2025

Ubicación: Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Xochimilco (CDMX)

Investigadora: Natali Fernanda Hernández Alvarado

1 **Noviembre 2024**

Semana	1	–	Patio	Zapata
--------	---	---	-------	--------

En un ambiente relajado entre clases, tres estudiantes hombres lucen delineado negro, piercings, uñas pintadas y accesorios metálicos. Hablan con confianza de cómo estos elementos los hacen sentir "más ellos", pero también "más hombres". Aquí, la estética no se vive como una feminización, sino como una reafirmación de su identidad masculina a través de otros códigos. Un trabajador mayor que observa desde cerca comenta que todo eso "ya lo vivieron" en su juventud, cuando se vestían así para ir a conciertos de rock o punk, aunque en ese entonces eran vistos como "rebeldes, no estéticos". Este contraste generacional permite pensar cómo lo disruptivo de una época puede ser resignificado como tendencia en otra.

Semana	2	—	Picnic
---------------	----------	----------	---------------

Estudiantes se reúnen en el área de Picnic con ropa visiblemente “descuidada”: jeans rotos, suéteres viejos, parches y colores apagados. Sin embargo, en conversación surge una conciencia muy clara de que ese “descuidado” es parte de una estética pensada. “Me visto como si no me importara, pero claro que me importa”, dice uno, entre risas. A menudo se interpreta este estilo como parte de una resistencia pasiva, una negativa a embellecerse según parámetros normativos.

Semana	3	–	Edificio	K
---------------	----------	----------	-----------------	----------

El edificio K es un punto de tránsito clave para estudiantes de diseño y comunicación. En los pasillos, las prendas son más experimentales: mezclas de texturas, capas, prendas intervenidas con plumones, pines o parches con mensajes. Uno lleva una camiseta con la frase “todo es performativo”, y comenta que su ropa refleja lo que siente, lo que lee y lo que

cree. Hay una percepción del cuerpo como superficie política, como cartel, como zona de conflicto.

Semana	4	–	Canchas
---------------	----------	----------	----------------

Durante una jornada de convivencia informal, se observa a estudiantes que usualmente visten con ropa deportiva o estilo “grunge relajado”, usando chamarras grandes, gorras y accesorios de fantasía. Uno comenta que si tuviera que hacer un trámite en control escolar o acudir a una oficina del gobierno, cambiaría por completo su estilo: “camisa blanca, sin aretes, sin chamarra rota”. Aquí aparece con fuerza el “vestirse para sobrevivir”, un acto de camuflaje frente a instituciones que aún leen el cuerpo desde la norma.

❶ Dicembre 2024

Semana	1	–	Patio	Edén
--------	---	---	-------	------

Durante una lectura de poesía organizada por colectivos feministas y queer, los asistentes, en su mayoría hombres y mujeres no heteronormados, presentan una estética que mezcla elementos góticos, andróginos y reciclados. Un hombre mayor (posiblemente docente o invitado externo) observa con curiosidad. Al conversar, reflexiona: “yo usaba delineador negro y botas en los 90, pero en mi tiempo era símbolo de rareza, no de tendencia”. Su comentario sugiere que lo que hoy se celebra como diversidad estética, antes fue vivido como estigma.

Semana	2	–	Canchas
---------------	----------	----------	----------------

Convivencia informal con música. Los estudiantes comparten que, aunque sus prendas parezcan desordenadas, muchas veces las eligen cuidadosamente para generar una imagen específica. “Hay que parecer desinteresado, pero con estilo”, dice uno. La estética “del descuido” opera aquí como una forma de control sutil de la imagen: se simula desapego, pero se cuida el mensaje visual.

Semana	3	–	Patio	Zapata
---------------	----------	----------	--------------	---------------

Conversación espontánea sobre el estilo “old money”. Se le asocia con gustos musicales como Luis Miguel, rock clásico, boleros o jazz. Aunque algunos estudiantes se visten de manera “formal” o “pulcra”, revelan en privado que sus gustos musicales y posturas políticas

son completamente distintas: “me gusta el techno duro, pero me he visto como niño rico porque me acomoda”.

Semana	4	–	Edificio	K
---------------	----------	----------	-----------------	----------

Se observa un juego interesante entre comodidad y estética: prendas oversized, deportivas, pero con detalles calculados. Una estudiante dice: “los vatos que más parecen facheros, son los que más se deconstruyen”. La ropa no solo comunica gusto, sino una postura ética, incluso una militancia blanda.

1 Enero 2025

Semana	1	—	Patio	Zapata
--------	---	---	-------	--------

El regreso a clases trae consigo una fuerte presencia de estilos “rave-casuales”: pantalones amplios, gafas de colores, cadenas, tops sin mangas. Se habla de la ropa como libertad, como forma de escape de la norma familiar y social. Un estudiante menciona que en eventos de música electrónica puede “ser él”, sin temor a ser observado.

Semana	2	—	Picnic
---------------	----------	----------	---------------

Conversación sobre las barreras de género en la moda. Varias chicas comentan que compran ropa en la sección de hombres, que les gusta más por diseño y precio. Los chicos, en cambio, admiten que aunque les gustaría usar falda o blusas sueltas, les cuesta por el juicio ajeno. Una chica comenta: “nosotras ya cruzamos esa línea, a ellos todavía les da miedo”.

Semana	3	–	Edificio	K
---------------	----------	----------	-----------------	----------

Durante los preparativos de un evento cultural, se nota que los hombres con estilos más disruptivos (ropa intervenida, uñas pintadas, delineado) están más implicados en actividades políticas. Una docente menciona: “los que se visten raro, también piensan raro. Y eso está bien”.

Semana	4	—	Expianada
---------------	----------	----------	------------------

Durante una serie de exposiciones, muchos estudiantes que usualmente visten de forma alternativa, adoptan códigos más “profesionales”: camisas, zapatos cerrados, cabello recogido. Hay incomodidad. “No soy yo así, pero si quiero que me escuchen, tengo que

disfrazarme tantito”, dice uno. La presentación visual como requisito para ser validado académicamente.

📅 Febrero 2025

Semana 1 – Patio Edén

Se realiza una jornada gráfica con pegado de carteles. Hombres con delineado rojo, labios pintados y pantalones rotos participan activamente. Un estudiante afirma: “esto que llevo no me hace menos hombre, me hace más presente”. La ropa se vuelve aquí una extensión del discurso político.

Semana 2 – Canchas

En una actividad deportiva, hay gran variedad de estilos. Un estudiante que generalmente usa ropa extravagante comenta que para su servicio social cambió radicalmente su imagen: “en la oficina no se puede llegar con aretes y pantalón de cuero. Allá me los quito”.

Semana 3 – Edificio K

Conversación abierta sobre estética y clase. Se critica el “old money” como estética aspiracional. Aunque algunos lo adoptan por comodidad o gusto, se reconoce que también es leído como elitismo, como una forma de separar.

Semana 4 – Patio Zapata

Se reafirma la idea del “descuidado estratégico”. Un estudiante dice: “parece que no me bañé, pero sí. Esto es una decisión”. Lo “natural” también se construye.

📅 Marzo 2025

Semana 1 – Explanada (evento tipo rave)

Luces, música electrónica, cuerpos pintados, ropa transparente, maquillaje de colores. El espacio funciona como una zona de liberación corporal y emocional. “Aquí nadie juzga. Aquí no somos hombres ni mujeres, somos energía”, dice un participante.

Semana

2

–

Picnic

Conversaciones sobre el paso entre la universidad y el “mundo real”. Uno comenta que su estilo “se queda guardado en

ANEXO NO.2 “Cuestionario aplicado”

Datos Generales

- 1. Edad (en años cumplidos):** _____
 - 2. Carrera que cursa:**
 - ☐ Sociología
 - ☐ Comunicación
 - ☐ Política y Gestión Social
 - ☐ Economía
 - 3. Trimestre actual que cursa:** _____
-

Sección 1. Identidad Política

- 1. ¿Cómo te identificarías en términos políticos?**
 - ☐ Izquierda
 - ☐ Derecha
 - ☐ Centro
 - ☐ No tengo una identidad política definida
- 2. ¿Qué tan importante consideras la política en tu vida cotidiana?**
 - ☐ Muy importante
 - ☐ Algo importante
 - ☐ Poco importante
 - ☐ Nada importante
- 3. ¿Qué tema político consideras más relevante para el futuro de tu país?**
 - ☐ Educación
 - ☐ Economía
 - ☐ Derechos humanos

☐ Temas de seguridad

☐ Otros: _____

Sección 2. Percepción de la Moda

1. **¿Consideras la moda como algo importante o que destaque en tu vida cotidiana?**

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

2. **¿Te identificas con alguno de los siguientes estilos? (puedes seleccionar más de uno)**

☐ Streetstyle

☐ Y2K

☐ Old Money

☐ Starboy

☐ Bohemio

☐ Otro: _____

3. **¿Consideras que la moda es una forma de expresión personal?**

☐ Sí

☐ No (pasa a la pregunta 7)

☐ Tal vez

4. **Explica tu respuesta:**

5. **En una escala del 1 al 5 (donde 1 es "casi nada" y 5 es "mucho"), ¿qué tanto consideras que influye la ropa que usas en tu identidad?**

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

6. **¿Qué factores influyen en tu vestimenta? (puedes seleccionar más de uno)**

- ☐ Comodidad
- ☐ Tendencias de moda
- ☐ Influencia de amigos o redes sociales
- ☐ Otros: _____

7. **¿Has cambiado tu forma de vestir a lo largo de los años?**

- ☐ Sí
- ☐ No (pasa a la pregunta 9)
- ☐ Tal vez

8. **¿Qué factores influyeron en estos cambios?**

9. **¿Consideras que los hombres tienen que "cumplir" con algunos estereotipos de masculinidad a través de la manera en que se visten?**

Sección 3. Percepción de la Moda en la Identidad Política

1. **¿Crees que la ropa que usas podría reflejar tu postura política o ideológica?**

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

2. **¿Alguna vez te has sentido juzgado por la manera en la que vistes?**

- ☐ Sí
- ☐ No (pasa a la pregunta 4)
- ☐ Algunas veces

3. **Explica tu respuesta:**

4. **¿Crees que se pueden deducir las ideas políticas o sociales de una persona con base en su vestimenta?**

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

5. Explica tu respuesta:

6. ¿Piensas que las tendencias como streetstyle, old money, Y2K, etc., reflejan o influyen en ideologías políticas o sociales?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

7. Explica tu respuesta:

8. ¿Qué opinas sobre la idea de que algunas tendencias, como *old money* y *clean look*, pueden reforzar ciertos estereotipos de clase social o estatus económico?

9. ¿Crees que hay personas que modifican su estilo de vestir dependiendo del entorno en el que se encuentran para encajar o evitar conflictos?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

10. Explica tu respuesta:

11. ¿Consideras que los medios de comunicación y las redes sociales han reforzado la idea de que ciertos estilos de ropa representan ideologías o movimientos políticos?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

12. Explica tu respuesta:

VISTIENDO POSTURAS: La moda masculina como herramienta de expresión política.

El cuestionario presentado tiene como objetivo analizar la percepción y el uso de la moda como herramienta de expresión de identidad política por parte de la comunidad masculina universitaria. Los datos recopilados serán completamente anónimos y tienen fines académicos, por lo que serán utilizados exclusivamente con fines de investigación.

¿Cuál es tu edad? (en años cumplidos)

24

¿A qué carrera perteneces? *

- ☐ Sociología
- ☒ Comunicación social
- ☐ Política y gestión social
- ☐ Economía

¿Qué trimestre cursas actualmente?

12avo

Identidad política

1. ¿Cómo te identificarías en términos políticos? *

- ☐ Izquierda
- ☒ Centro
- ☐ Derecha
- ☐ No tengo una identidad política definida

2. ¿Qué tan importante consideras que es la política en tu vida diaria? *

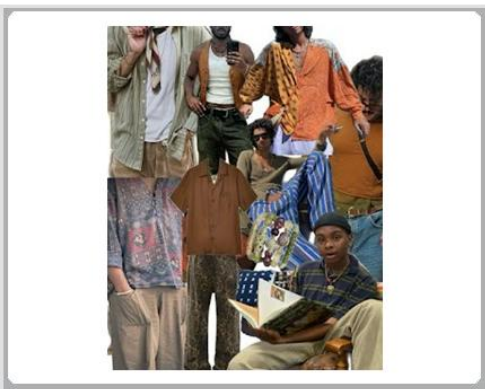
- ☐ Muy importante
- ☒ Algo importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Nada importante

3. ¿Qué tema político consideras más relevante para el futuro de tu país? *

- ☒ Educación
- ☐ Economía
- ☐ Derechos humanos
- ☐ Temas de seguridad
- ☐ Otros:

¿Consideras la moda como algo "importante" o que destaque en tu vida cotidiana? *

- ☐ Sí
- ☒ No
- ☐ Tal vez



.....

5. ¿Consideras que la moda es una forma de expresión personal? *

- ☒ Sí
- ☐ No (pasar a la pregunta 7)
- ☐ Tal vez

6. Explica tu respuesta

Puedes reconocer a una persona y su estilo a partir

7. En una escala del 1 al 5 (donde 1 es "casi nada" y 5 es "mucho") ¿Qué tanto consideras que influye la ropa que usas con tu identidad? *

	1	2	3	4	5	
Casi nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucho

8. ¿Qué factores influyen en tu vestimenta? *

- ☒ Comodidad
- ☐ Tendencias de moda
- ☐ Influencia de amigos o redes sociales
- ☐ Otros: _____

9. ¿Has cambiado tu forma de vestir a lo largo de los años? *

- ☒ Sí
- ☐ No (pasar ala pregunta 10)
- ☐ Tal vez

10. ¿Qué factores influyeron en estos cambios?

Comodidad e identidad

¿Consideras que los hombres tienen que "cumplir" con algunos estereotipos de masculinidad a través de la manera en qué se visten? *

Definitivamente

11. ¿Crees que la ropa que usas podría reflejar tu postura política o ideológica? *

- ☒ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

12. Explica tu respuesta *

A los comunistas les gusta lucir propaganda en sus prendas y por otro lado los punks y/o skinheads tienden a una ideología política en particular en la que se puede inferir a partir de su vestimenta

13 . ¿Alguna vez te has sentido juzgado por la manera en la que vistes?

- ☐ Sí
- ☒ No (pasar a la pregunta 15)
- ☐ Algunas veces

15. ¿Crees que se pueden deducir las ideas políticas o sociales de una persona con base en su vestimenta? *

- ☒ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

16. Explica tu respuesta *

Cómo explico en la respuesta 12 algunas tribus urbanas tienen una identidad política definida y la vestimenta que los define como parte de esta tribu urbana puede ser una demostración pública de un ideal político

17. ¿Piensas que las tendencias como streetstyle, old money, Y2K, etc reflejan o influyen en ideologías políticas o sociales? *

- ☒ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

18. Explica tu respuesta *

Por poner un ejemplo el estilo old money es un wannabe de persona de dinero que al mismo tiempo es un sinónimo implícito de la antigua derecha mexicana, así, la gente pretende ser de un grupo socioeconómico y una postura política en pro de su aesthetic favorito, en este caso, el old money

19. ¿Qué opinas sobre la idea de que algunas tendencias, como *old money* y *clean look* pueden reforzar ciertos estereotipos de clase social o estatus económico? *

Lo explico arriba, estoy de acuerdo xd

20. ¿Crees que hay personas que modifican su estilo de vestir dependiendo del entorno en el que se encuentran para encajar o evitar conflictos? *

- ☒ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

21. Explica tu respuesta *

Hay ocasiones en las que el contexto social en el que estás si dicta en mayor o menor medida la vestimenta que es correcta para esa ocasión en específico

22. ¿Consideras que los medios de comunicación y las redes sociales han reforzado la idea de que ciertos estilos de ropa representan ideologías o movimientos políticos? *

- ☒ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

Explica tu respuesta *

Igual como lo explique anteriormente, los medios de comunicación terminan por perpetuar y reafirmar el estereotipo de tribu urbana al que se apegan cierto tipo de vestimenta que al mismo tiempo está identificada directamente con una postura política

El formulario se creó en Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.

Google Formulario

ANEXO NO. 3 Tablas de resultados

	¿CREES QUE LA ROPA QUE USAS PODRÍA REFLEJAR TU POSTURA POLÍTICA O IDEOLÓGICA?		¿ALGUNA VEZ TE HAS SENTIDO JUZGADO POR LA MANERA EN LA QUE VISTES?		¿CREES QUE SE PUEDEN DEDUCIR LAS IDEAS POLÍTICAS O SOCIALES DE UNA PERSONA CON BASE EN SU VESTIMENTA?
SÍ	9	SÍ	5	SÍ	10
NO	7	NO	12	NO	5
TAL VEZ	4	ALGUNAS VECES	3	TAL VEZ	5

	¿PIENSAS QUE LAS TENDENCIAS COMO STREETSTYLE, OLD MONEY, Y2K, ETC REFLEJAN O INFLUYEN EN IDEOLOGÍAS POLÍTICAS O SOCIALES?		¿CREES QUE HAY PERSONAS QUE MODIFICAN SU ESTILO DE VESTIR DEPENDIENDO DEL ENTORNO EN EL QUE SE ENCUENTRAN PARA ENCAJAR O EVITAR CONFLICTOS?		¿CONSIDERAS QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES HAN REFORZADO LA IDEA DE QUE CIERTOS ESTILOS DE ROPA REPRESENTAN IDEOLOGÍAS O MOVIMIENTOS POLÍTICOS?
SÍ	4	SÍ	17	SÍ	20
NO	7	NO	0	NO	0
TAL VEZ	9	TAL VEZ	3	TAL VEZ	0