

EL IMPACTO DE LA MODA EN LOS JÓVENES

Moraila Mayer Edith Gabriela (1); Dra. Menchaca Rodríguez Rocío (2)

1 [Bachillerato General, Escuela de Nivel Medio Superior de Guanajuato] | [gabriela.moraila.m@gmail.com]

2 [Escuela de Nivel Medio Superior de Guanajuato, Colegio de Nivel Medio Superior, Universidad de Guanajuato] | [r.menchaca@ugto.mx]

Resumen

La moda es un factor sociocultural que ha impactado a lo largo de la historia de la humanidad, se puede ver una foto o pintura de determinada época y saber las tendencias ideológicas, su economía y hasta la política del periodo; a través de la moda se puede expresar el carácter, pensamiento, estado de ánimo, estatus social, entre otros.

El joven se considera como potencial grupo de consumo y con ello llega a ser el principal afectado por los temas socioculturales en que ésta se inspira, transmitiendo desde incitaciones a una vida de excesos y materialismo hasta apoyo a temas como la equidad de género, diversidad, inclusión, ideales de belleza, etc. En cambio, la mayoría de las ocasiones el joven contemporáneo mal interpreta esta semántica llamándola frívola, ridícula e intrascendente. Sin darse cuenta que con ella, consciente o inconscientemente expresan su identidad, lo que lo diferencia de los demás y se conectan a un grupo haciéndolos miembros de clases y culturas concretas. El objetivo de la presente investigación radica en conocer cómo los jóvenes perciben la moda, se aplicó a manera de una encuesta a personas de edades entre 14 y 20 años, e investigando en fuentes como libros, artículos y ensayos.

Abstract

Fashion is a socio-cultural factor that has made an impression on humanity along its history, a picture or painting from a specific era can be seen and know the ideological trends, its economy and even politics. Clothes can express personality, thoughts, mood, social status and etcetera.

Teenagers are considered as potential consumption group and with that it's the foremost affected by socio-cultural themes, transmitting from incentives to a life of excesses and materialism to support for themes like equality of gender, diversity, inclusion, beauty standards and etcetera. On the other hand, in most occasions the contemporary teenage misunderstands this semantic calling it flighty, ridiculous and inconsequential. Without noticing that with it, consciously or unconsciously they express their identity, which differences them from the rest and connect them to a group making them members of social classes and concrete cultures. The objective of the present research is to know how young people perceive fashion, applied as a poll to people aged between 14 and 20 years, and researching in sources such as books, articles and essays.

Palabras clave

1; Identidad 2; Impacto sociocultural 3; Semántica 4; Expresión 5; Subcultura.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la moda manda mensajes acerca de la equidad de género, diversidad, ecología e ideal de belleza y el principal impacto es en los jóvenes, los cuales se expresan sobre muchos aspectos diariamente con su vestimenta.

En palabras de Umberto Eco, quien en psicología del vestir dice “el vestido es expresivo, es expresivo el hecho de que me presente con una corbata ordinaria a rayas; es expresivo de que la sustituya por una psicodélica o que asista sin corbata”. [2]. Por otra parte, Bűrderkdice que los objetos no hablan, salvo que usemos el término en sentido figurado, ya que la mirada social en la práctica cotidiana les otorga el significado, les otorga una semántica. [3]. Pero, toda esta simbología y semántica que le otorga la sociedad a la ropa ¿ha sido relevante para la historia de la humanidad? Y específicamente ¿ha sido relevante para la vida de los jóvenes? En la sociedad contemporánea es raro que se venda un producto como tal a través de la publicidad, se vende un estilo de vida haciendo creer que “con éste producto serás como él/ella” ¿y qué estilo de vida nos imponen como el mejor? El de la juventud, la vitalidad.

Antecedentes

A comparación de otras especies el hombre no nació arropado con un textil artificial, así que desde el inicio necesita de algún indumento para protegerse inmediatamente, cumpliendo con otras funciones sociales como la diferenciación de género. [3] Durante el periodo medieval, en Europa las sociedades estaban jerárquicamente ordenadas por estamentos; en la iglesia los monjes y clérigos se diferenciaban visualmente de los no consagrados con indumentos y accesorios corporativos, la nobleza también se apoyaba de colores y materiales en su vestimenta para identificar su nivel jerárquico, finalmente los trabajadores adquirirían diferentes prendas adecuadas para cumplir sus tareas manuales. [3] Un claro ejemplo son las pinturas de la nobleza

que presentan idealizaciones del vestir y representan su posición social y poder en aquellos tiempos, o los retratos de los campesinos que representan la vida rural asimilando a la literatura y pintura romántica expresando una imagen de holgazanería o perversión. [1]

Hasta 1950 la juventud no tenía una vestimenta que la identificara como tal; pasaba de la niñez a la madurez representada con el largo de sus pantalones. Pero en ésta década se reconoció la capacidad creativa del sector social, dando un espacio a sus necesidades, gustos y estilo de vida en la posguerra y en el desarrollo industrial identificándola como potencial grupo de consumo. [2]

MATERIALES Y MÉTODOS

Se aplicó un método de 4 pasos:

Paso I: Recopilación de información de acuerdo al tema. Para reunir información se adquirió en forma de distintos libros sobre la industria de la moda y su impactosociocultural en la biblioteca central de la Universidad de Guanajuato, así como información digital por medio de artículos de revistas, blogs, ensayos y videos.

Paso II: Aplicación de encuesta. Se aplicó una encuesta a personas entre 14 y 20 años en la que se planteaban preguntas cualitativas y cuantitativas sobre su visualización y opinión de la moda, del mismo modo el impacto que ésta genera en sus vidas y pensamiento.

Paso III: Interpretación de resultados de la encuesta. Sobre los resultados cuantitativos se realizaron gráficas e interpretación textual, para los cualitativos se clasificaron de acuerdo a la idea principal de la respuesta y se hizo una interpretación textual de ello.

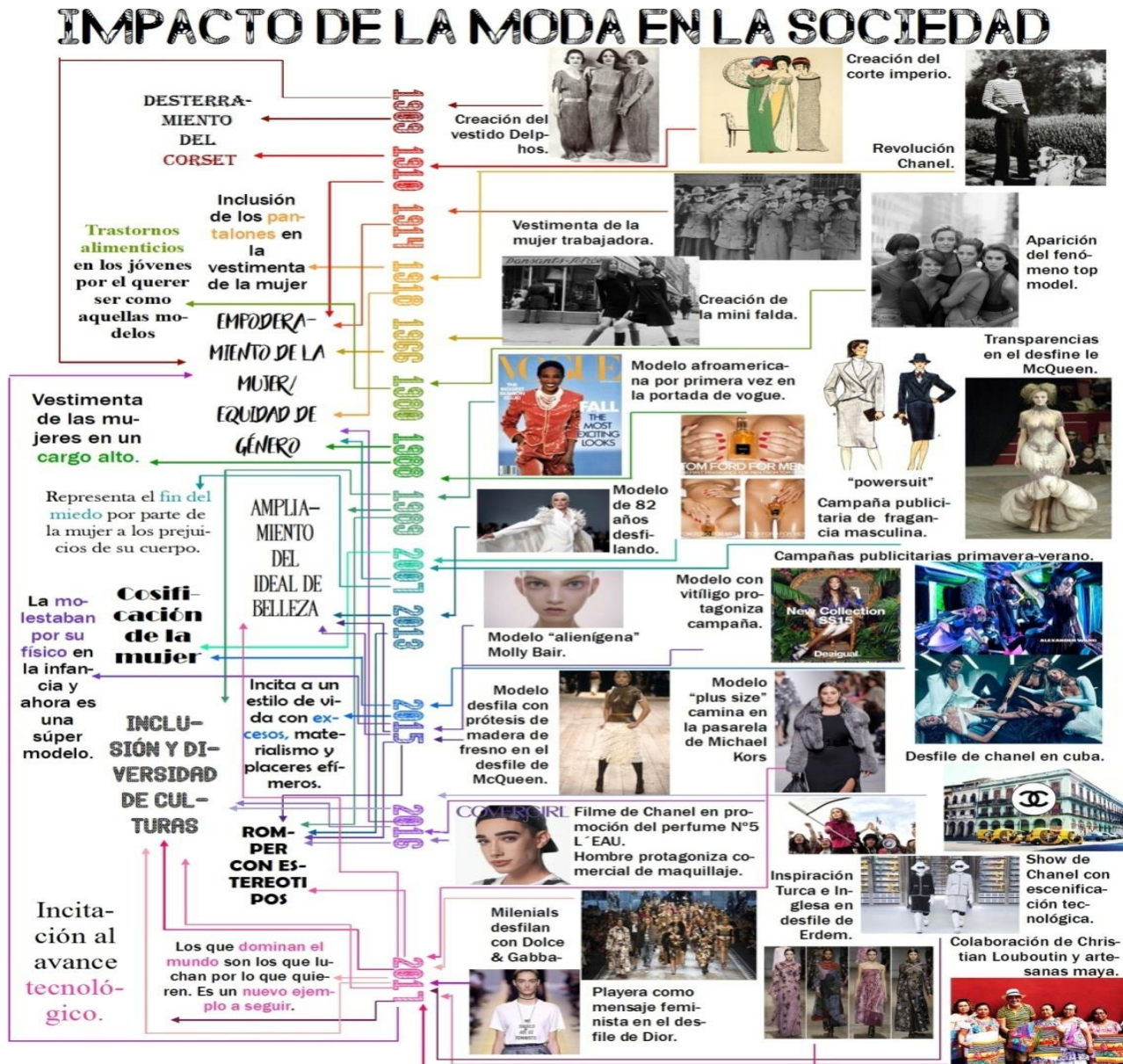
Paso IV: Comparación de investigación documental con investigación de campo. Analizar los resultados de la encuesta, de lo que piensa la juventud y compararlos con la información acerca de lo que es en realidad la industria de la moda.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se aplicó una encuesta a 129 personas con edades entre 14 y 20 años, en la cual a un 66.7% le gusta la moda, al resto no. Respecto a las personas que si les gusta la moda, la razón para un 21.96% es porque les gusta saber las tendencias y sentirse a la vanguardia ya que la encuentran divertida o llamativa, 29.66% toman un enfoque a la apariencia y ropa, así como la sensación positiva que experimentan al comprarla y portarla, para otro 29.66% es por considerarlo una forma de expresión y un a 18.7% no le

desagrada pero tampoco siente aprecio por el tema. Mientras que las personas que expresaron desagrado por ella es porque la consideran ridícula, extravagante e inusable, que genera estereotipos y demuestra una falta de personalidad.

Sigue el debate de que si la moda es un arte, existen claras ocasiones en las que si se pudo considerar como tal, como cuando el Museo Metropolitano de Nueva York, inició con sus



exposiciones de moda, así como la famosa gala en este museo para darle apertura a una exposición en homenaje a un diseñador [8]. Este año la temática fue Rei Kawakubo creadora de Comme des Garçons el cual lo identifican las prendas asimétricas, imperfectas, oversized, entre otros. La diseñadora explicó que intenta hacer prendas que nadie haya visto, que no existieran [11]. Por lo cual cuando ocurrió la gala muchos criticaron y se burlaron de vestimentas como las de Rihanna o Katy Perry, pero lo que ellos olvidan y/o desconocen es que ésta gala no es como las otras basadas en el glamour y la belleza, ésta es un homenaje a la expresión creativa y artística de la moda, así como a los diseñadores que han impactado en este ámbito a lo largo de la historia.

Blair Waldorf, personaje de la serie Gossipgirl dice: “La moda combina movimiento, diseño y arquitectura” “La moda es el arte más poderoso del mundo”.

La elección de tendencias va más allá de sólo elegir que se verá bien la siguiente temporada, puesto que la moda es cíclica: existen unas personas llamadas cool hunters y oficinas de tendencias que se encargan de investigar pequeñas pistas entre sociología, política, economía, etc. Determinando las consecuencias de ello, es decir, las tendencias, luego los diseñadores las utilizan dándole un significado semántico en su ropa, y las más aceptadas son agregadas a tiendas departamentales, hasta que todas las personas de las clases sociales utilizan aquella tendencia [6], cuando es que todos lo utilizan, es cuando acaba y posteriormente regresará, por eso es que a veces los padres utilizan la frase “yo usaba eso en mis tiempos”. Una clara explicación de todo este sistema aparece en la película el diablo viste a la moda en la famosa escena del suéter azul.

Posteriormente se descubrió que 32.5% de los jóvenes encuestados opina que la moda influye a ser una herramienta de la sociedad para aceptar o no a las personas, 26.7% dijo que impacta porque ésta puede destruir o marcar estereotipos, 19.8% opinó que no impacta porque es algo

extravagante, ridículo y superficial, 17.5% repite su perspectiva en que la moda expresa lo que es una persona y solamente el 3.5% resaltó su importancia en que la industria transmite mensajes inspirados en los fenómenos socioculturales. Posteriormente se indagó si su autoestima había sido afectada por las imágenes de publicidad que la industria de la moda, el 47.3% opina que en ningún sentido, el 10.9% negativamente, el 4.7% positivamente, y 37.2% dice que en ambos sentidos.

Afirmativamente, la moda impacta en el pensamiento de la sociedad, pero no solo es por lo que se utiliza día a día, la moda se inspira y adapta a sucesos socioculturales actuales para mandar mensaje de ello a través de la ropa. En la imagen 1 se puede apreciar los acontecimientos que han generado consecuencias negativas y positivas en la sociedad. Al haber analizado la semántica de la moda, es importante conocer el impacto en la vida diaria de los jóvenes.

Respecto a la importancia que le dan a la apariencia existen opiniones positivas y negativas; algunos dijeron que si es importante dado que la apariencia expresa muchas cosas de la persona, aparte de que es la carta de presentación ante la sociedad y se sienten bien al arreglarse, en cambio otros opinan que la sociedad no tiene que juzgar ya que a veces las personas no son lo que aparentan.

29.5% intenta expresar su personalidad con su vestimenta, 10.9% gustos, 3.1% estado de ánimo, 1.6% ideales, 47.3% quiere expresar todos los mencionados anteriormente y 7.8% no tiene la intención de expresar algo.

52.68% no quieren cambiar su vestimenta, 15.7% tiene la intención de experimentar o tener un estilo más atrevido pero no tienen la seguridad para hacerlo, 5.35% quieren aprender a combinar y a elegir el tipo de ropa que favorezca a su tipo de cuerpo, 12.5% desea vestir más formal y 14.3% desea tener una mayor cantidad de ropa o de mejor calidad pero su economía no les permiten.

La identidad se forma de manera interna y la mayoría la expresa con su vestimenta, pero también se puede confundir ocultándola con un “disfraz” [1]. Ya que en vez de utilizar este recurso como una forma de expresión, la sociedad ha impulsado a utilizarlo de un instrumento para juzgar y consciente o inconscientemente crear un mecanismo de defensa vistiendo con el propósito de ser aceptados.

Las subculturas generalmente inician y resaltan en la clase trabajadora, por lo que según Hebdige, este etilo expresaba el deseo de “escapar” a la monotonía de la vida, pero también de esta forma se puede saber si el otro es miembro del mismo grupo, al ser miembros de clases y culturas concretas, se utiliza el vestir para conectar a un grupo. [1]

CONCLUSIONES

El yo contemporáneo es cada vez más consiente de sí mismo, sobre lo que incluye la imagen, siendo capaz de invertir y actuar sobre ella diciendo desde el cómo es la persona hasta dar un punto de vista sobre un aspecto social, cultural, político y hasta económico que esté pasando. Sin descartar que el joven y las personas en general puedan querer destacar, pero también quieren encajar dentro de un grupo. Por otro lado, dados los resultados de la encuesta a veces la industria da mensajes a través de sus campañas publicitarias, desfiles y editoriales, los jóvenes que no están involucrados al tema, sólo captan lo superficial del tema, sin tomar en cuenta su significado, como se demuestran los distintos temas en la tabla1. Sin saber que tiene un mayor impacto en los jóvenes pues están en la etapa en busca de la identidad y se definen como personas en los ideales, criterio, carácter, etc.

Actividad/ propósito de la moda	Opinión/ impacto en el joven.
Enfoque creativo y artístico con significado sociocultural a través de shows y editoriales.	Extravagante e inusable con precios ridículos. Impacta a la sociedad por

	generar y destruir estereotipos. Poca atención al tema. “Es llamativa pero no tengo la confianza para usarla”
Inspiración en los jóvenes y culturas urbanas.	Concepto superficial sobre la moda. Deseo por adquirir más producto sin contar con los recursos económicos. Creencia en la institución de una jerarquía entre ellos al usar o no ciertos productos. Expresión y comunicación a través de la vestimenta.
Amplificación del ideal de belleza.	Impacto positivo y negativo en la autoestima.

Tabla 1

REFERENCIAS

Libro:

[1] Entwistle, J.. (2002). El cuerpo y la moda. Barcelona, España: Paidós.

[2] Saltzman, A.. (2004). El cuerpo diseñado. Buenos Aires: Paidós.

Artículo:

[3] Valdés de León, Gustavo A. (2012). Filosofía desde el placard: Modernidad, moda e ideología. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (42), 107-123. Recuperado en 12 de junio de 2017, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232012000400009&lng=es&tng=es.

[4] Favorito. (08.05.2009). La mejor Top Models de la historia. 12 de junio de 2017, de Listas 20 minutos Sitio web: <http://listas.20minutos.es/lista/la-mejor-top-models-de-la-historia-99901/>

[5] Del Amo, M.. (2016). Modelos diferentes. 12 de junio de 2017, de ELLE Sitio web: <http://www.elle.es/star-style/noticias/news/g685858/modelos-diferentes/?slide=11>

[6] Stylebooth(2015). Diferencia entre “moda”, “tendencia” y “estilo”. 13 de junio de 2017 de stylebooth Sitio web:

<http://www.stylebooth.mx/blogdemoda/8/diferencia-entre-moda-tendencia-y-estilo>

[7] López, P.. (2016). 19 momentos históricos en las que la moda ha impulsado el Feminismo. 12 de junio de 2017, de TENDENCIAS Sitio web: <https://www.tendencias.com/feminismo/19-momentos-historicos-en-las-que-la-moda-ha-impulsado-el-feminismo>

[8] Elias, L.. (2012). El arte en la moda y la moda en el arte. 12 de junio de 2017, de revista diners Sitio web: http://revistadiners.com.co/articulo/14_568_el-arte-en-la-moda-y-la-moda-en-el-arte

[9] CNNMoney. (2016). SE LLAMA JAMES CHARLES Y ES EL PRIMER HOMBRE EMBAJADOR DE COVERGIRL. 12 de junio de 2017, de expansion Sitio web: <http://expansion.mx/estilo/2016/10/14/se-llama-james-charles-y-es-el-primer-hombre-embajador-de-covergirl>

[10] NOTICIAS, SDP . (2017). Christian Louboutin trabaja con artesanas mayas para su nueva colección. 14 de junio de 2017, de SDP NOTICIAS Sitio web: <https://www.sdpsnoticias.com/estilo-de-vida/2017/05/08/christian-louboutin-trabaja-con-artesanas-mayas-para-su-nueva-coleccion>

[11] Dib, C.. (2016). ReiKawakubo/Comme des Garçons. Met 2017. 18 de junio de 2016, de katarimag Sitio web: <http://katarimag.com/rei-kawakubocomme-des-garcons-met-2017/>

[12] bollosapiens. (2013). La Cosificación Sexual: Representación de la Mujer en los Medios. 18 de junio de 2017, de orbitadiversa Sitio web: <https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/01/28/cosificacion-sexual/>

[13] vogue. (2017). pasarelas. 13 de junio de 2017, de vogue Sitio web: <http://www.vogue.mx/pasarelas>