



Estudio de caso comparado: la moda como expresión de identidad en estudiantes universitarios.

Ana Gabriela Salazar Manjarres

Trabajo de grado presentado para optar al título de Socióloga

Asesor

Gilberto Díaz Aldana, Magíster (MSc) en Estética

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Sociología
Medellín, Antioquia, Colombia
2025

Cita	(Salazar Manjarres, 2025)
Referencia	Salazar Manjarres, A. G. (2025). <i>Estudio de caso comparado: la moda como expresión de identidad en estudiantes universitarios</i> [Trabajo de grado profesional].
Estilo APA 7 (2020)	Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



CRAI María Teresa Uribe (Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Este trabajo de grado está dedicado, en primer lugar, a Dios, fuente de fortaleza y luz, quien me ha sostenido en cada paso de este camino.

A mis amados padres, que, aunque ya no están físicamente conmigo, su amor, enseñanzas y valores siguen guiando mi vida. Cada logro es un homenaje a su memoria y al inmenso legado que dejaron en mí.

A mi querida tía Denis, por ser un apoyo incondicional, por sus palabras de aliento y por acompañarme con tanto cariño en este proceso.

A mis amigos, cuya compañía y respaldo hicieron que este camino fuera más llevadero, y cuyas risas y palabras de ánimo fueron un impulso invaluable.

A mi fiel compañero de vida, mi perrito Nicolás René, por su ternura, compañía y el amor incondicional que siempre me ha brindado, especialmente en los momentos de mayor cansancio y dificultad.

Finalmente, expreso mi más sincero agradecimiento a mi tutor, Gilberto Diaz Aldana, por su paciencia, dedicación y valiosos aportes durante el desarrollo de este trabajo. Su guía fue fundamental para lograr este resultado.

A todos ustedes, gracias por ser parte de mi historia y de este logro.

Tabla de contenido

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
1 Planteamiento del problema	10
1.1 Pregunta problema.....	12
1.2 Antecedentes	13
2 Justificación.....	19
3 Objetivos	21
3.1 Objetivo general	21
3.2 Objetivos específicos.....	21
4 Marco teórico	22
4.1 La moda, pertenencia e Identidad	22
4.2 La moda como lenguaje simbólico.....	25
5 Metodología	28
6 Resultados	30
6.1 Moda y expresión de identidad en sociología e ingeniería	31
6.2 Pertenencia y exclusión a través de la moda en el contexto universitario	33
6.3 Símbolos y factores que influyen en la elección de moda	36
6.4 Análisis visual	38
7 Conclusiones	48
Referencias	51

Lista de figuras

Figura 1 Estudiante de Ingeniería	39
Figura 2 Estudiante de Ingeniería	40
Figura 3 Estudiante de Ingeniería	41
Figura 4 Imaginario ingeniería.....	42
Figura 5 Estudiante de Sociología.....	43
Figura 6 Estudiante de Sociología.....	44
Figura 7 Estudiante de sociología	45
Figura 8 Imaginario de sociología.....	46

Resumen

El presente trabajo de grado es una investigación de corte cualitativo que explora la relación entre la moda, la identidad individual, y la pertenencia disciplinar en estudiantes de sociología e ingeniería de la Universidad de Antioquia (Ciudad Universitaria). A partir de encuestas aplicadas a 20 estudiantes (7 mujeres y 13 hombres) de quinto semestre en adelante, se indaga sobre la construcción y concepción de su identidad, los símbolos y factores que influyen en la elección de ropa y si esta les permite proyectar su identidad. Las encuestas finalmente permitieron conocer que, aunque la comodidad y la funcionalidad son determinantes en la elección de vestimenta, existen diferencias simbólicas e imaginarios colectivos entre ambas disciplinas. Donde se asocia a los estudiantes de Sociología con elementos estéticos que reflejan posturas críticas, políticas y culturales, mientras que los estudiantes de Ingeniería se asocian con una estética más formal y funcional, influenciada por su entorno profesional. Asimismo, se observó que ciertos elementos simbólicos como los colores, los accesorios y las marcas funcionan como indicadores de pertenencia o diferenciación dentro del contexto universitario para espacios determinados.

Palabras clave: moda, identidad, accesorios, lenguaje simbólico, imaginarios

Abstract

This thesis is a qualitative research study that explores the relationship between fashion, individual identity, and disciplinary belonging among Sociology and Engineering students at the University of Antioquia (University City). Through surveys conducted with 20 students (7 women and 13 men) from the fifth semester onward, the research delved into the construction and perception of their identity, the symbols, and factors influencing their clothing choices, and whether their clothing allows them to project their identity. The surveys ultimately revealed that, although comfort and functionality are key factors in clothing choices, there are symbolic differences and collective imaginaries between the two disciplines. Sociology students are associated with aesthetic elements that reflect critical, political, and cultural stances, while Engineering students are linked to a more formal and functional aesthetic, influenced by their professional environment. Additionally, it was observed that certain symbolic elements, such as colors, accessories, and brands, serve as indicators of belonging or differentiation within specific university contexts.

Keywords: fashion, identity, Accessories, Symbolic language, Imaginaries

Introducción

La moda ha trascendido su función meramente estética para convertirse en un fenómeno cultural que actúa como un lenguaje simbólico. En el contexto universitario, esta función simbólica se manifiesta con mayor intensidad, ya que permite a los estudiantes proyectar aspectos de su identidad individual y colectiva a través de sus elecciones de vestimenta. En este sentido, la moda no solo expresa los gustos y valores de los individuos, sino que también puede facilitar o limitar su pertenencia a determinados grupos sociales y académicos.

Este trabajo se centra en analizar cómo la moda influye en la expresión de la identidad individual y en la pertenencia disciplinar de los estudiantes de Sociología e Ingeniería de la Universidad de Antioquia durante el periodo 2024-2. Se plantea que, aunque la elección de la vestimenta está influenciada por factores personales como los gustos, la funcionalidad y las tendencias, también existen elementos simbólicos propios de cada disciplina que impactan en la manera en que los estudiantes construyen y proyectan su identidad. Esta relación se explora desde un enfoque cualitativo, mediante encuestas realizadas a 20 estudiantes (10 de cada facultad) que han cursado al menos la mitad de su carrera.

El análisis se apoya en teóricos como Georg Simmel, quien destaca la función de la moda como herramienta de imitación y diferenciación social; Erving Goffman, quien subraya el carácter performativo de la identidad; y Pierre Bourdieu, quien explica la influencia del "habitus" en las elecciones estéticas de los individuos. A través de este marco teórico, se busca comprender en qué medida la vestimenta refleja códigos simbólicos que refuerzan la identidad académica de los estudiantes y cómo estos elementos pueden facilitar la inclusión o exclusión social dentro del entorno universitario. Esta investigación es relevante porque permite evidenciar cómo la moda, lejos de ser un fenómeno superficial, es un factor que incide en las relaciones sociales, la construcción de la identidad y la reproducción de imaginarios colectivos en un espacio académico tan diverso como el de la Universidad de Antioquia.

Este trabajo se desarrolla a través de tres capítulos que permiten dar respuesta a los objetivos planteados. El primer capítulo presenta el planteamiento del problema, que incluye la pregunta problema y los antecedentes que sustentan la investigación. También se expone la justificación, donde se argumenta la importancia de esta investigación, y se presentan los objetivos, que se dividen en objetivo general y objetivos específicos. En el segundo capítulo se desarrolla el marco

teórico, abordando conceptos como la moda, la identidad, así como la moda como lenguaje simbólico. Asimismo, se describe la metodología utilizada para la recolección y análisis de la información, detallando los enfoques y técnicas utilizadas. En el tercer capítulo se presentan los resultados obtenidos, organizados en torno a la expresión de la identidad de los estudiantes de Sociología e ingeniería; la pertenencia y exclusión a través de la moda en el contexto universitario: los símbolos y factores que influyen en la elección de moda y un análisis visual de los atuendos que utilizan los estudiantes y del imaginario que existe sobre estos. Para finalizar, se exponen las conclusiones a las que se llegó tras el análisis de la información obtenida, en los cuales se pudo identificar que la moda se reconoce como un lenguaje simbólico que permite expresar aspectos importantes de la identidad.

1 Planteamiento del problema

La moda es un fenómeno cultural complejo que va más allá de seguir tendencias, la moda no es solo la ropa, también entran a jugar los accesorios que la acompañan. Desde el punto de vista sociológico la moda desempeña un papel fundamental en la comprensión de la identidad individual y colectiva. Debido a que esta puede actuar como un lenguaje simbólico a través del cual las personas pueden expresar su identidad, a la vez que permite a estas pertenecer o ser excluida de determinados grupos. En otras palabras, la forma en cómo nos vestimos es una carta de presentación en sociedad, por lo cual podemos decir que la moda tiene una influencia directa en nuestra participación dentro de ciertas comunidades, ya que a través de nuestro estilo podemos transmitir mensajes sobre nuestros gustos, hobbies, status social, valores y creencias.

En este sentido podemos decir que la moda no es solo una forma de expresión estética, sino una herramienta que nos permite dialogar y construir la identidad colectiva e individual. Además de esto podemos decir que al ser un fenómeno tan complejo la moda no solo es un reflejo de los valores, creencias y normas de una sociedad en un momento específico de la historia. Sino que al actuar como un lenguaje simbólico puede permitir a los individuos expresar resistencia o manifestar apoyo a movimientos sociales a colectivos o a distintos grupos. A través del uso de símbolos como colores, accesorios o estilos específicos. Un ejemplo de esto sería los pañuelos morados que representan el feminismo o el uso de banderas y estampados que permiten dar visibilidad a distintas luchas o colectivos de manera global, que se puede presentar como una invitación a la afinidad con personas de ideas similares, a la vez que puede llegar a generar reacciones en personas con opiniones diferentes. Otro ejemplo de esto sería el uniforme escolar o las vestimentas tradicionales de algunas comunidades, que tienen una función cohesionante permitiéndoles reafirmar su pertenencia al grupo. Sin embargo, la moda también puede permitir al individuo adoptar ciertos modos de vestir que representen la identidad que tiene o está construyendo de manera individual, mostrándose entonces como un elemento que permitirá reforzar la identidad personal.

Por esto nuestro problema de investigación busca evidenciar cómo la moda entendida como un lenguaje simbólico nos permite expresar nuestra identidad individual y colectiva. En este sentido se busca identificar cómo dentro del contexto educativo de la Universidad de Antioquia los estudiantes pueden expresar su identidad a través de las distintas prendas que llevan , teniendo en

cuenta que factores como la región de procedencia y residencia, las dinámicas familiares, la cultura, la religión, la orientación sexual, el estrato socio-económico, los ideales políticos, la etapa de la vida y el área de estudio, con sus normas y códigos implícitos influyen en la forma de vestir de los estudiantes. Para esto se propone hacer una comparación entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas y la Facultad de Ingeniería que permite observar cómo los factores anteriormente mencionados impactan en la elección de ropa de los estudiantes y como a su vez esto les permite ser reconocidos como pertenecientes a un grupo o disciplina específica.

La elección de estas dos facultades sociología e ingeniería se basa en la premisa de que la disciplina académica es un factor que influye en las preferencias de moda de los estudiantes. Esta elección responde a las diferencias significativas en las estructuras disciplinares, sus formas de pensamiento y los valores que promueven. A diferencia de otras disciplinas como Medicina, que también presenta diferencias estructurales significativas esta cuenta con códigos de vestimentas inherentes a la carrera, que suelen ser muy estrictos, por lo cual podría limitar la expresión de la identidad de los estudiantes a través de la moda. Por esta razón se optó por carreras como Sociología e Ingeniería que presentan contrastes particularmente marcados en cuanto a sus enfoques académicos y formativos, lo que permite explorar de manera más clara como estos aspectos pueden influir en la elección de vestimenta.

Mientras que en ingeniería predomina un enfoque técnico y funcional, con un pensamiento lógico-matemático que está orientado a la resolución de problemas, en sociología se impulsa una formación crítica y reflexiva, que se centra en la comprensión de fenómenos sociales. Estas diferencias disciplinares puede reflejarse en la elección de vestimenta, esto podría dar lugar a encontrar en Sociología estudiantes que opten por estilos alternativos que permiten expresar las posturas críticas y reflexivas de la carrera, mientras que en ingeniería la elección de ropa podría responder a criterios de funcionalidad.

De este modo, cada disciplina posee códigos y normas implícitas que fomentan la distinción respecto a otras áreas de estudio, lo que no solamente tiene una influencia en la elección de la ropa, sino en la construcción y expresión simbólica de la identidad de los estudiantes. A través de la vestimenta, los estudiantes reflejan tanto su singularidad personal como su pertenencia a un colectivo específico. En este sentido, la moda se convierte en un medio de diferenciación y, al mismo tiempo, en una herramienta de cohesión que facilita la integración en cierto grupo. Como hipótesis podríamos sugerir que los estudiantes de ciencias sociales pueden optar por atuendos que

representan sus posturas políticas, que sean más relajados, coloridos y que les den mayor libertad de movimiento. Por otro lado, los estudiantes de ingeniería pueden inclinarse por estilos más prácticos, formales y que les brinden seguridad. A la vez esta expresión de moda podrá permitir a los estudiantes generar vínculos dentro de sus distintas comunidades académicas.

La Universidad de Antioquia es un entorno ideal para llevar a cabo esta investigación debido a su diversidad cultural. Siendo una de las instituciones de educación superior más antigua y prestigiosa de Colombia, con una trayectoria de más de 200 años, ha ejercido un papel fundamental en el desarrollo profesional cultural, político y científico del país. Gracias a su amplia oferta académica que se distribuye en 25 facultades y su fácil acceso para estudiantes de distinta regiones, lenguas, culturas y estrato socio económico, la UDEA, se puede ver como una universidad inclusiva con una población altamente heterogénea, que nos permitirá explorar cómo la moda cumple una función dual de cohesión y distinción en la sociedad. A través de la cual los estudiantes pueden generar lazos de pertenencias a distintos grupos y facultades que se expresan a través de elementos simbólicos que están en sus prendas de vestir, a la vez que pueden expresar su identidad propia. Dentro de este entorno tan diverso se abre la posibilidad de dar respuesta a interrogantes como, ¿la moda realmente es un vehículo para expresar mis ideales, hábitos, creencias y gustos? ¿El uso de prendas simbólicas me permite generar unión a un colectivo? ¿La ropa que uso me permite reforzar mi identidad? ¿La ropa que uso me permite tener mayor aceptación en distintos contextos? ¿La ropa que uso permite que las personas me traten de maneras diferentes? ¿La moda permite expresar mis aspiraciones sociales? ¿Qué cosas nos representan? ¿Cómo nos vinculamos con los otros? ¿Cómo expresamos nuestras ideas a través de nuestra ropa? ¿Los estilos que uso me generan confort y seguridad? ¿La ropa ayuda a expresar mi personalidad? ¿La disciplina académica si influye en nuestra elección de moda? Todos estos cuestionamientos nos permitirán ver si la moda en el contexto universitario de la UDEA funciona como lenguaje para dar a conocer rasgos de nuestra historia.

1.1 Pregunta problema

¿De qué manera la moda, como lenguaje simbólico, influye en la pertenencia a la disciplina académica y en la expresión individual de la identidad de los estudiantes de sociología e ingeniería de la Universidad de Antioquia, durante el periodo 2024-2?

1.2 Antecedentes

La moda con el paso del tiempo ha trascendido su función práctica de cubrir el cuerpo para convertirse en un lenguaje simbólico que expresa identidad, pertenencia y diferencias sociales. Por esta razón, su análisis desde distintas disciplinas ha permitido comprender su papel en la configuración de la identidad individual y colectiva. A continuación, se revisan algunas de las investigaciones más relevantes sobre el tema, que sirven de base para el presente estudio.

Diversas investigaciones han abordado la relación entre moda e identidad. Un ejemplo de ello es la investigación de Castaño Bustos (2023), titulada *Análisis de la identidad social a través del vestuario en la generación Millennials entre los 25 y 30 años en la ciudad de Medellín*, que explora cómo la identidad, el vestuario y la pertenencia a un grupo social están interconectados. A partir de un enfoque cualitativo y una metodología inductiva, la autora utiliza una estrategia descriptiva basada en el análisis visual de fotografías. Sus hallazgos revelan que la vestimenta refleja rasgos de la personalidad construidos a partir de distintos factores, como el estilo de vida, el sentido de pertenencia y el estatus social. La investigación resalta cómo los elementos textiles, el diseño y los colores de la ropa pueden ser indicadores de identidad y diferenciación social. Como dice (Castaño Bustos, 2023, p. 64). “Existen rasgos puntuales de la identidad desde el estilo de vida, sentido de pertenencia, o estatus que solo pueden ser percibidos y representados desde las bases textiles, diseño, funcionalidad de las prendas o los colores de estas”.

Por otro lado, Riveros Cárdenas (2021) en la investigación titulada “*Las marcas del fast fashion y la construcción de identidad de los jóvenes colombiano*”, explora la influencia de las marcas de fast fashion como Zara, Mango y H&M, en la construcción de identidad de los jóvenes colombianos de la generación Z. Mediante una metodología mixta, la autora examina cómo este grupo, altamente influenciado por la tecnología, interactúa con la moda y las marcas.

Como resultado de esta investigación se puede decir que la idea de la moda en los jóvenes va cambiando según la etapa de su vida en la que se encuentren y que el contexto social influye significativamente en las decisiones de compra. Además, evidencia que la influencia no es unidireccional; las marcas impactan a los jóvenes, pero estos también transforman el significado y las tendencias de las marcas, demostrando con esto que las marcas permiten que los jóvenes construyan su yo individual a la vez que les da una forma de relacionamiento con los otros. Esta

Investigación resulta relevante para el presente estudio, ya que permite comprender cómo la moda no solo es una forma de expresión individual, sino también un medio de conexión social.

La investigación de Vergara Arrieta (2022) titulada *“El papel de la moda en la construcción y expresión de la identidad”* busca identificar cómo los jóvenes del municipio de Apartadó expresan su identidad a través de la moda. La autora propone que la personalidad se desarrolla principalmente en la socialización primaria que se da en el núcleo familiar, y que con el paso del tiempo las personas van siendo más conscientes de lo que su forma de vestir transmite. Aunque en este estudio los participantes no se ven muy interesados en las tendencias de la moda, si son conscientes que bajo distintos contextos deben seguir ciertas reglas de vestir. Lo que le permite concluir que muchas veces se siguen ciertos lineamientos a la hora de vestir de manera inconsciente, y que la moda se entiende como una fuente de información que permite expresar distintos aspectos de la vida personal y grupal de la persona y que tiene factores sociales externos que influyen en ella.

Por otro lado, la investigación de Patiño Calle (2020) *“La moda como discurso en la expresión de la identidad a partir de la marca “A la final”* busca analizar la moda como discurso semiótico de expresión de la identidad a través de las frases estampadas en los buzos de la marca "A la final". A través de entrevistas se pudo identificar que los sujetos que adquieren los buzos estampados de la marca se sienten identificados con las frases que ésta utiliza, permitiéndole con esto expresar su identidad y la pertenencia a una cultura juvenil colombiana a través del uso de las prendas y de las redes donde postean fotos con estas. Mostrando a los demás de que su personalidad es relajada e informal. La investigación destaca cómo el vestuario no solo comunica identidad, sino que también refuerza la pertenencia a determinados grupos.

En una perspectiva histórica y sociocultural, Silva Hermo (2023), en su investigación *“la facha y por el traje, se conoce al personaje”*. Un análisis de las funciones de la moda como expresión de la identidad. Donde se aborda la relación entre la vestimenta y la construcción de identidad a través de un análisis de la Movida madrileña. Silva aborda el fenómeno de las tribus urbanas que se define como una agrupación espontánea que genera estilos propios y diferenciados a través de la ropa. La moda en este contexto mantiene sus distintas funciones y sirve como elemento diferenciador en tres niveles diferentes: con los otros (mundo exterior), con otras tribus urbanas y dentro de su propia tribu. Aunque en la actualidad el impacto de la moda en la identidad ha disminuido en comparación con décadas anteriores, la autora concluye que sigue siendo un

medio relevante de expresión, aunque hoy en día con un énfasis mayor en la construcción de la autoestima. Esta investigación aporta un marco de referencia valioso para comprender cómo la moda permite la expresión identitaria a pesar de los cambios políticos, sociales y económicos.

Desde una perspectiva mediática, Toribio Lagarde (2020), en su estudio *“La influencia de la moda en la identidad cultural adolescente”*, examina el papel de los medios de comunicación en la construcción de la identidad a través de la moda. Para este proceso investigativo la autora opta por una metodología cualitativa, que implementó a través de una serie de experiencias prácticas donde utilizo herramientas como la observación participante, catálogo de fotos y elaboración de autorretratos, en adolescentes entre 15 y 18 años en España y República Checa. Lo cual le llevó a concluir que la moda es reconocida como un medio de expresión, que les permite vivir distintas experiencias que fomentan el desarrollo de su identidad, donde los medios de comunicación tienen un papel fundamental ya que permiten a los jóvenes encontrar referentes con los cuales se identifican, además de esto las prendas que utilizan les permiten sentirse cómodos y vincularse a distintos grupos, por lo cual no se identifican con un grupo cerrado o tribu a través de sus prendas, pero si buscan agradar a los otros con lo que usan generando una relación de familiaridad. Esta investigación me permite ver que en la actualidad la moda sigue teniendo un factor cohesionante y sigue reconociéndose como un medio para expresar la identidad y permite la vinculación con distintos grupos, aunque no de manera hermética como en las tribus que tienen formas de vestir predominantes.

Desde una perspectiva de género y diversidad, Méndez Rangel (2022), en su trabajo de grado *“La creación y expresión de identidad de las mujeres del sector LGBT en la localidad de Chapinero a través de la moda”*, investiga el papel de la moda en la identidad de tres mujeres de la comunidad LGBTIQ+. Mediante entrevistas semiestructuradas y revisión documental, concluye que la moda es una herramienta clave para la expresión de la identidad y las etapas de la vida de las personas. Sin embargo, su estudio también evidencia que, si bien la moda contribuye a la autoexpresión, no necesariamente se traduce en apropiación del territorio. Esta investigación es relevante para el presente estudio, ya que refuerza la idea de que la identidad expresada a través de la moda está influenciada por factores sociales, políticos y económicos.

El artículo de Sánchez-Contador Uría (2016) *“La identidad a través de la moda”*, publicado en la revista *Arti*, es una reflexión teórica documental que busca generar un modelo experimental que impacte en el proceso de creación de la identidad a través de la moda y permita a la vez

reconocer a la moda como una forma de ocio. Mostrándonos que la moda se configura como un fenómeno global que influye en lo cultural, social, económico y en la identidad personal y colectiva, pues la autora propone la moda como un elemento que permite relacionarnos e integrarnos con los otros, que presenta símbolos que permiten transmitir rasgos de nuestra vida además de servir como elementos cohesionantes que ayudan a la autoafirmación de la identidad y la expresión dentro de una tribu o grupo. Con esto la autora propone que la identidad de la persona se construye a través de un proceso complejo donde se relaciona el contexto personal que vive, la educación a la que tiene acceso y el proceso de imitación de modelos o tendencias. Concluyendo así que la moda es un factor importante para el desarrollo personal y social de las personas y que puede generar una influencia positiva a la hora de solucionar los problemas sociales que se han desarrollado dentro de esta industria por las malas prácticas que se llevan a cabo. Este trabajo es relevante para mi investigación ya que me permite conocer cómo diversos autores han trabajado el tema de la moda y la identidad y reconocen esta como un lenguaje de símbolos que permite al individuo explorar su identidad y generar lazos con distintos individuos.

El estudio de Tidele (2021) titulado *“Moda y feminismo: la vestimenta como símbolo de protesta”* explora la moda como un símbolo de protesta y empoderamiento dentro del feminismo. La autora analiza cómo la moda ha sido utilizada por movimientos feministas para desafiar estereotipos y como un medio de comunicación tanto individual como colectivo. Ejemplos históricos como las Flappers Girls demuestran cómo la vestimenta ha sido una herramienta de liberación y resistencia. Este artículo nos permite evidenciar cómo a través de los años la moda se ha considerado una forma de expresión colectiva e individual, que ha permitido a las personas manifestar sus creencias y desafiar las normas sociales.

Uribe Restrepo (2015) *“La identidad en la moda/vestido de las subculturas de Pereira”*, estudia la identidad en la moda de subculturas en Pereira a través de un enfoque etnográfico que incluye registro fotográfico, entrevistas y observación participante. La autora afirma que la moda permite expresar la realidad del contexto y que está a su vez permite al sujeto reconocerse como individuo y parte de un colectivo mostrándose como vehículo de expresión de la identidad. Si bien las subculturas en la actualidad ya no emplean la moda como una forma de lucha, actualmente la utilizan más como una herramienta de reconocimiento y diferenciación dentro de su contexto mostrando como las prendas tienen un valor y sentido simbólico que le ha permitido el desarrollo en la sociedad. Los Punks, metaleros, rastafaris e hip hoppers son las cuatro subculturas que pudo

identificar en Pereira que tienen elementos compartidos que les permiten reforzar su identidad y redefinir los significados globales que se les ha otorgado a la prenda en su contexto específico. Esta investigación permite conocer cómo en Colombia aparecen algunos subgrupos que buscan encontrar formas de expresarse y conectar con otros a través de la ropa y no solo utilizan los elementos simbólicos como forma de lucha si no de reconocimientos como individuos y pertenecientes a un colectivo.

Margulis, M., & Urresti, M. (1995) sostienen que la moda opera entre la legitimidad y la exclusión, mostrando con esto el poder decisivo en la vida social actual que esta tiene. Por lo cual se puede decir que la moda genera cambios en las lógicas de consumo y en la cultura de un mundo capitalista, en donde los jóvenes buscan ser reconocidos y distinguidos de los otros. La moda se presenta como un lenguaje que se entiende en contextos específicos, el cual funciona como una forma de legitimidad o de exclusión para distintas tribus, permitiendo a los otros y ellos mismo clasificarse, demostrar su condición de clase social y tribus o nichos a los que acceden a través de las prendas que se emplean como un lenguaje simbólico dentro de un contexto determinado.

Escudero, L. (2007) plantea que la identidad es una construcción sociocultural, que se relaciona con lo corpóreo y el lenguaje, y se puede expresar a través de la moda. Es considerada como un lenguaje de símbolos que se reconocen en culturas y contextos diferentes. Que permite expresar la dualidad de la identidad que se va reconfigurando con el paso del tiempo y según el contexto socio cultural del sujeto, además de que le permite a éste presentar una parte de sí y ocultar otra, dándole el poder de pertenecer a un grupo a la vez que mantiene su individualidad.

Asimismo, Beltrán Parra (2021), analiza la relación de la industria de la moda con la construcción de la identidad mediante una revisión documental y un proceso introspectivo de sus últimos 10 años. La autora diseñó 4 piezas de ropa en las cuales reflejo como en el transcurso de esos 10 años la influencia de la industria se refleja en sus elecciones de moda y en la construcción de su identidad, identificando que factores como la personalidad, el entorno social, las aspiraciones, los referentes culturales y el nivel económico están estrechamente ligados con las elecciones de vestuario.

El texto de Pérez Monroy (2012) explora cómo la moda no es solo una expresión estética, sino un fenómeno sociocultural que permite a los individuos comunicar su identidad y pertenencia a grupos determinados, la moda actúa como un lenguaje simbólico, que permiten reflejar la personalidad individual, el poder, el deseo, las distinciones sociales, dinámicas sociales y

culturales, a la vez que permite a las personas construir distintas identidades que se configuran según el contexto diario, la autora concluye que la elección de moda que se hace responde a las normas sociales de cada sociedad pero también se ven influenciadas por los gustos propios. Esta investigación permite comprender cómo el entorno académico puede influir en nuestra selección de ropa.

El autor Rodríguez Córdova (2022) plantea que en la actualidad el entorno digital tiene una gran influencia en las elecciones de moda, donde las redes resignifican las elecciones de moda y que se puede ver una tensión entre la individualidad y la pertenencia a un grupo social y la forma en como usan la moda para presentarse, ya que el consumismo masivo ha podido influir en sus elecciones de ropa, pero concluye que el ser humano es capaz de reflejar su individualidad a través de prendas que van acorde a él. Este antecedente es fundamental para la presente investigación, ya que permite entender cómo las elecciones de moda de los estudiantes universitarios no solo responden a dinámicas internas de la academia, sino también a influencias externas como las redes sociales y las tendencias globales.

Por último podemos decir que la investigación de Jiménez Gómez (2011), nos permite reflexionar sobre la libertad de los consumidores de moda y como la elección de esta se relaciona con el contexto cultural y grupal, y su función para analizar las tensiones entre la estructura y el individuo, y su influencia sobre los individuos, además de su capacidad para comunicar de manera objetiva y simbólica, el estatus, los sentimientos, las creencias y aspectos de su personalidad, permitiendo la construcción de identidad individual y colectiva en un mundo altamente cambiante.

Los estudios revisados evidencian que la moda es un canal fundamental para la expresión de la identidad en distintos contextos, generaciones y grupos sociales. A través de los distintos enfoques estas investigaciones coinciden en que la vestimenta es un medio simbólico que permite tanto la diferenciación como la integración social. Para el presente estudio, estos antecedentes facilitan la comprensión de cómo los estudiantes universitarios utilizan la moda para expresar su identidad y pertenencia en sus respectivos entornos académicos

2 Justificación

El presente trabajo investigativo surge de mi interés personal en la moda como un fenómeno estético y comunicativo que permite la expresión de la identidad tanto colectiva como individual. Más allá de su función utilitaria, la moda es un lenguaje simbólico que configura significados sociales y culturales, permitiendo establecer códigos de pertenencia y diferenciación dentro de distintos grupos Barthes (1978). A través de la vestimenta, los individuos comunican no solo sus preferencias personales, sino también su afiliación a ciertos colectivos, valores y posiciones dentro del entramado social, ya que su construcción está influenciada por factores sociales amplios. Como dice Entwistle, (2002. p.60). “Aunque la moda sea importante para definir los estilos en un momento dado, éstos siempre están mediatizados por otros factores sociales como la clase, el género, la etnia, la edad, la ocupación, los ingresos y la forma del cuerpo”.

Desde esta perspectiva, la investigación busca analizar cómo la moda entendiéndose como un lenguaje simbólico influye en la construcción de la identidad y la pertenencia grupal en estudiantes de sociología e ingeniería de la Universidad de Antioquia, específicamente en aquellos que han cursado más de la mitad de su carrera para el periodo 2024-2. La elección de esta población responde a la hipótesis de que los estudiantes en etapas avanzadas han tenido una mayor inmersión en su disciplina, lo que facilita la interiorización de valores, hábitos, ideas y códigos simbólicos propios de su campo del conocimiento. Según Bourdieu (2007, p,87), los habitus disciplinares moldean tanto las prácticas como las disposiciones de los individuos, por lo que es posible que las elecciones estéticas de los estudiantes reflejen su identidad académica y profesional en construcción. Asimismo, la decisión de centrar el análisis en estudiantes de Ingeniería y Sociología responde a la necesidad de contrastar cómo diferentes disciplinas, con enfoques epistemológicos y metodológicos distintos, pueden influir en la expresión de la identidad a través de la vestimenta. Mientras la Sociología está más orientada hacia reflexiones críticas sobre la sociedad, la cultura y las estructuras de poder, la Ingeniería tiene un enfoque más técnico y pragmático. Estas diferencias disciplinares pueden influir en la manera en que los estudiantes construyen su identidad y expresan su sentido de pertenencia a través de la moda. En este sentido, es posible que cada grupo desarrolle códigos estéticos propios que reflejen sus valores, intereses y la dinámica de su entorno académico. Analizar estas diferencias permitirá comprender cómo el contexto universitario moldea la identidad de los jóvenes en una etapa crucial de su formación, donde aún están consolidando su

autopercepción y lugar en la sociedad. Sin embargo, no se puede ignorar que la identidad y las elecciones de moda de los estudiantes está influenciada por otros factores como el origen socioeconómico, la región de procedencia, la familia, el género, la etnia y las dinámicas sociales también influyen en la manera en que los jóvenes construyen y proyectan su identidad (Goffman, 1959). Por ello, este estudio considera un enfoque integral que permita comprender cómo la moda actúa como un recurso simbólico en la configuración de la identidad dentro del contexto universitario.

La relevancia de esta investigación radica en la creciente importancia de la moda como medio de comunicación no verbal en la sociedad contemporánea. Analizar su papel en la identidad universitaria no solo contribuye a los estudios sobre moda y juventud, sino que también permite evidenciar cómo los jóvenes utilizan la vestimenta para posicionarse dentro de distintos círculos académicos y sociales. Al contrastar las experiencias de estudiantes de disciplinas con orientaciones distintas, se podrá aportar una visión más amplia sobre la relación entre la moda, el conocimiento y la identidad en el contexto universitario actual.

3 Objetivos

3.1 Objetivo general

Analizar cómo la moda, entendida como un lenguaje simbólico, influye en la construcción de la identidad individual y la pertenencia grupal en el contexto universitario.

3.2 Objetivos específicos

1. Identificar cuáles elementos simbólicos del contexto social, cultural, regional, político, académico de los estudiantes se expresan a través de la moda.

2. Analizar cómo las dinámicas de las distintas disciplinas influyen en las elecciones de moda de los estudiantes

3. Identificar cómo la moda contribuye a la pertenencia, exclusión y construcción de identidad de los estudiantes en sus facultades.

Como se ha evidenciado a lo largo de este primer capítulo, esta investigación surge de un interés por comprender la compleja relación entre la moda y la construcción identitaria en el contexto universitario. El planteamiento del problema sustentados por antecedentes relevantes en distintos contextos establece las bases para explorar cómo la moda funciona como un lenguaje de símbolos entre los estudiantes de la Universidad de Antioquia. La justificación desarrollada explica la importancia de estudiar la relación de la moda con la construcción de la identidad, mientras que la pregunta de investigación y los objetivos configuran la ruta para este estudio

4 Marco teórico

El estudio de la moda como lenguaje simbólico ha sido ampliamente abordado desde distintas perspectivas y teorías, destacándose entre ellas las corrientes sociológicas, antropológicas y culturales. Estas distintas perspectivas han demostrado que la moda, no es únicamente un fenómeno meramente estético, que responde a necesidades funcionales, como cubrir el cuerpo de las inclemencias del clima y brindar comodidad para desarrollar distintas actividades. Sino que la moda también tiene una función comunicadora, que le permite representar los cambios culturales y gustos de una sociedad, en un momento específico. Este factor comunicador, que se expresa a través de símbolos y signos permite marcar distinciones sociales, ideas, valores y permite al individuo presentar rasgos de su identidad individual o colectiva.

4.1 La moda, pertenencia e Identidad

Desde una perspectiva sociológica, Georg Simmel (2012) argumenta que la moda cumple una doble función de imitación y diferenciación. Según Simmel, las personas adoptan un estilo de vestir para expresar su pertenencia a un grupo social, que a su vez les permiten marcar una diferencia con los demás grupos e individuos. En este sentido la moda también es un mecanismo que refleja las dinámicas sociales y jerárquicas dentro de la sociedad, particularmente en cuanto se habla de distinciones de clases y estatus social. Simmel (2012) dice que

Tan pronto como las clases inferiores se la apropian y, traspasando las fronteras que la clase superior ha marcado, rompen la unidad de ésta que la moda simboliza, los círculos selectos la abandonan y buscan otra nueva que nuevamente los diferencie de las masas. (p. 40)

Esta constante renovación demuestra que la moda no solo establece distinciones, sino que se transforma a medida que ciertos elementos se democratizan y se vuelven accesibles a otros grupos sociales. En esa misma línea, autores como Lipovetsky definen la moda como un fenómeno social, estético y cultural, que permite el reflejo de los valores de una época y lugar determinado, que se manifiesta a través de la creación y adopción de estilos específicos que van cambiando con

el tiempo y que ha servido como un agente de distinción social, donde usar ciertas prendas puede indicar un mayor estatus económico-social.

Según Lipovetsky (1990)

Si la moda reina hasta ese punto sobre el aspecto externo es porque es un medio privilegiado de la expresión de la unicidad de las personas; además de un signo de condición, de clase y de país, la moda ha sido, ante todo, un instrumento de inscripción de la diferencia y la libertad individuales. (p. 47)

A partir de lo expuesto anteriormente, se puede decir que la moda permite también la presentación del ser individual, mostrando con esto que la moda tiene un papel dual que le permite al ser integrarse al grupo social, pero al mismo tiempo presentar un gusto particular.

La moda se vuelve un medio a través del cual las personas pueden explorar y expresar su identidad, permitiendo al individuo representar una parte de sí para que los demás lo vean, lo cual puede permitir suscitar en los otros, cierto reconocimiento de este. En esta misma línea, autores como Bourdieu relacionan la identidad con la posición social de los individuos y sus hábitos de consumo. mostrando con esto que los gustos y las elecciones de moda que realizan los individuos está estrechamente relacionada con los hábitos de vida y permiten a las personas expresar sus preferencias culturales, sus conocimientos, habilidades, su historia personal y las conexiones sociales con las que cuenta. “El habitus, es un sistema de patrones de comportamiento duraderas y transferibles, dispuesto a funcionar como principio organizador de prácticas de los individuos” Bourdieu (2007, p 87) mostrando así que las elecciones del individuo funcionan como un marcador de clases y culturas, que puede cambiar según las circunstancias sociales y culturales donde se desarrolle el individuo. Esta idea se puede relacionar por lo dicho por Bauman donde el individuo siente la necesidad de ser un producto o mercancía atractiva para el público, a través del trabajo en su auto imagen y en cómo lo perciben los demás, lo cual permite mantener su identidad en una constante construcción que se va moviendo a medida que el sujeto se enfrenta a nuevos retos y expectativas sociales. Bauman, Z. (2007), dice que en la sociedad contemporánea el individuo busca "venderse a sí mismos como productos, adaptando su imagen y personalidad a las expectativas del mercado y de la sociedad” (p. 151). Mostrando con esto que la identidad se reconoce más como un concepto dinámico que está influenciada por el contexto social, cultural,

económico, los valores, las creencias, las percepciones y las relaciones interpersonales, que definen como el individuo se percibe a sí mismo y como lo perciben los demás, y que puede ir cambiando a medida que el sujeto se enfrenta a nuevas situaciones o experiencias sociales, mostrando con esto que los grupos a los cuales pertenece el sujeto también influyen en la creación de su identidad colectiva e individual, que se relaciona estrechamente con la sociedad del consumo donde las elecciones que realizan se relacionan estrechamente con el mercado, quien ejerce una influencia directa en el individuo desde temprana edad, generando ciertas presiones en ellos para poder mantener la identidad que han creado. El texto de sociedad de consumo nos permite reconocer que las relaciones humanas están estrechamente ligadas al consumo, pero este no puede funcionar como un factor aislado y decisivo para generar una identidad o pertenencia a un grupo, sino que el sujeto debe adoptar los valores del entorno y algunos de sus comportamientos que puedan representar la identidad grupal y cómo se relacionan con su entorno, por tal razón Bauman lo presenta como un medio para expresar la identidad.

De igual manera, Goffman comparte la idea de que la identidad no hace parte de un conjunto fijo de cualidades, sino una construcción que se puede negociar en distintas situaciones sociales, donde las personas presentan máscaras que pueden estar alejadas de su yo real, que buscan mostrar su mejor cara y así poder controlar las expectativas e impresiones que tienen los demás de sí, a través del uso de diversas estrategias que permiten adaptar las máscaras a cada circunstancia

Según Goffman, E. (1959).

Muchas veces descubrimos que la fachada personal del actuante es utilizada, no tanto porque le permite presentarse como le gustaría aparecer, sino porque su apariencia y sus modales pueden servir, en cierta medida, para un escenario de proporciones, más vastas. (p 88).

Como plantea Goffman, la fachada personal, es decir, la imagen que proyectamos no siempre está diseñada únicamente para mostrar cómo queremos ser vistos, sino que en muchas ocasiones se adapta a las expectativas del entorno. Esto permite comprender que la moda no es solo una expresión estética banal, sino que cuenta con significados culturales y sociales, que pueden representar el estatus, la personalidad, los valores y afinidad con grupos específicos o movimientos sociales, que le pueden permitir al individuo la representación de su yo individual y la aceptación

en distintos grupos. Esto nos lleva a pensar que la moda puede permitirnos reconocer formas de comportarnos en ciertos entornos además de proyectar cierta influencia en las dinámicas de los distintos grupos sociales. Goffman muestra así que la identidad se puede reconocer como algo dinámico que puede representar distintos aspectos del individuo, y que se adapta según su entorno social, reforzando así la idea de que las personas tienden a moldear distintos aspectos de su personalidad para ajustarse a la necesidad de cada situación.

4.2 La moda como lenguaje simbólico.

La moda se puede reconocer también como un lenguaje simbólico donde la ropa y los accesorios hacen parte de un sistema de signos que dentro de un contexto particular contiene un significado que es reconocible por los espectadores. Esto lo podemos ver reflejado en lo dicho por Roland Barthes (1967), en “el sistema de la moda y otros escritos”, donde analiza la moda desde una perspectiva semiótica, donde la ropa y los accesorios se reconocen como un sistema de signos con significados codificados socialmente que permite a los sujetos comunicar un mensaje sobre su identidad, pertenencia y aspiraciones, que permite la movilidad social y se presenta como una forma de distinción social, y que a su vez le permite al hombre construir aquello que elige ser y que la sociedad le impone. Barthes (1967) “la personalidad hace a la moda; hace al vestido; y, viceversa, el vestido hace a la personalidad” (P. 419) con lo cual la moda se reconoce como un lenguaje de signos que es entendible por los distintos sectores sociales y que va configurando su actuar dentro de las distintas esferas que habitan y permiten. En esta misma línea de ideas vemos que Bourdieu, P. (2016) dice en su obra la “distinción” que

Como toda especie de gusto, une y separa; al ser el producto de unos condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia, une a todos los que son producto de condiciones semejantes, pero distinguiéndolos de todos los demás. (p. 55)

Esto se puede relacionar con la idea de que la moda al igual que el gusto puede actuar de manera simbólica al reflejar las preferencias sociales y el estatus social, de los individuos, reconociendo este como un capital simbólico que puede generar reconocimiento, además de que puede reflejar las tradiciones, las ideas, la cultura y los ideales de las personas, convirtiéndose así

en una forma de lenguaje que es cambiante, moldeable y que puede reproducir y legitimar las relaciones sociales. Al igual que el lenguaje la moda contiene signos característicos que diferencian al individuo y permite reforzar las jerarquías sociales, y que se evidencian en los estilos o las marcas que se asocian con estatus social, cultural o ideología.

Según Bourdieu, P. (1985):

En principio elección de los signos exteriores en que se expresa la posición social, como el vestido, pero también la hexis corporal o el lenguaje, acaban incitando a todos los agentes sociales a llevar signos diferenciadores, entre los cuales los signos de distinción son solo una subclase, apropiados para reunir y separar como una barrera. (pp.83-84)

Esto nos permite ver que la moda es reconocida como un medio de autoexpresión que se ve influenciada por las normas socioculturales y que permite reflejar su conformidad o resistencia a estas. mostrando que, lejos de ser un fenómeno superficial, permite reflejar las dinámicas de poder y de pertenencia que se establecen en los distintos contextos.

En síntesis, la moda se presenta y reconoce como un lenguaje simbólico que permite a los individuos expresar toda su construcción identitaria individual y colectiva, lo que le permite a su vez establecer vínculos sociales. Conceptos como la identidad, la moda, los símbolos y las dinámicas de pertenencia y exclusión resultan fundamentales para comprender cómo se construye la identidad en el entorno universitario.

A partir de este marco teórico, se analizará cómo, en un contexto universitario, la Universidad de Antioquia, la relación entre la moda y la identidad se complejiza, debido a la amplia gama de carreras y trayectoria académica que pueden llevar los estudiantes. En este ámbito los estudiantes que cuentan con una trayectoria de la mitad o más de la vida académica pueden desarrollar estilos propios que se relacionan con su identidad y su contexto educativo, que se va construyendo a través de la adaptación de las exigencias de la carrera a su vida. Donde la moda se convierte en una herramienta que permite manifestar la pertenencia a determinadas facultades académicas o grupos culturales, a través del uso de elementos estéticos, que les permitirá reforzar la sensación de pertenencia a la carrera o remarcar las diferencias entre los grupos a través de símbolos que se relacionan con los accesorios y marcas que utilizan, demostrando así que la moda

no solo presenta la identidad individual, sino que permite establecer y reconocer los vínculos sociales que se pueden dar dentro de la ciudad universitaria.

5 Metodología

El presente trabajo investigativo se realizará bajo un enfoque cualitativo, que me permitirá comprender las percepciones, significados, experiencias y emociones de los individuos respecto a la moda y su papel en la expresión de la identidad. La elección de un enfoque cualitativo responde a la necesidad de capturar la complejidad del fenómeno estudiado en su totalidad. Como nos dicen los autores Roberto Hernández, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2010):

Indican que el enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigara) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. (Hernández, Fernández y Baptista 2010, p. 364)

Además de esto se utilizará como método el estudio de enfoque comparado entre los estudiantes de Ingeniería y Sociología de la universidad de Antioquia durante el periodo 2024-2, lo cual permitirá analizar la influencia de la moda en la identidad y la pertenencia académica de los estudiantes de las distintas disciplinas, identificando similitudes, diferencias y patrones en las elecciones de moda de los estudiantes de cada disciplina. Para llevar a cabo esta metodología, principalmente realizaré una selección de la muestra poblacional. Para lo cual tomaré un aproximado de 20 estudiantes de manera aleatoria para garantizar una muestra heterogénea y equilibrada, 10 por ingeniería y 10 de sociología con más de cinco matrículas cursadas para el semestre 2024-2, ya que esto garantiza que tengan una trayectoria significativa en su respectivo programa y, por lo tanto, una relación más consolidada con su entorno académico y social.

La recolección de datos se realizará a través de un cuestionario virtual, diseñado en Google Forms, el cual será aplicado a toda la muestra poblacional. Este cuestionario incluirá preguntas orientadas a conocer las percepciones y experiencias de los estudiantes sobre la moda y su relación con la identidad y el sentido de pertenencia, que permitirá obtener narrativas detalladas de cómo los jóvenes entienden la moda, que entienden por identidad y qué factores ayudan a desarrollar su identidad individual y colectiva. Y cuál es la influencia de la moda a la hora de expresar su identidad. Además, se solicitará a los participantes que envíen fotografías de sus outfits habituales

en el contexto universitario. Estas imágenes permitirán analizar los elementos simbólicos presentes en su vestimenta y su posible relación con la construcción identitaria dentro de su disciplina académica.

Además de esto se realizará una revisión bibliográfica de estudios previos relacionados con la moda, la identidad y la expresión simbólica. La búsqueda se realizará a través de bases de datos académicas como Google Scholar, Ebsco y Scopus, Scribd, usando palabras claves como Moda, Expresión, Identidad y símbolo. Para realizar la sistematización de la información se seguirán dos estrategias principales, primeramente se hará un análisis de contenido cualitativo donde se realizará la transcripción y codificación de las respuestas obtenidas en la encuestas con el fin de poder realizar una triangulación entre las categorías de análisis (Moda, identidad, expresión simbólica), la teoría de Georg Simmel y de otros autores como Roland Barthes y Erving Goffman, con el fin de interpretar como la moda opera como un lenguaje simbólico en la construcción identitaria de los estudiantes de ingeniería y sociología de la Universidad de Antioquia.

Para facilitar el análisis de los datos cualitativos, se emplean herramientas digitales como Taguette, que es una plataforma en línea para realizar análisis cualitativo de textos, que permite identificar patrones, relaciones entre categorías y análisis de frecuencia con las respuestas obtenidas a través de las encuestas.

Como es evidente en este segundo capítulo se desarrolló el marco teórico necesario para profundizar en las nociones de moda e identidad, y particularmente en la comprensión de la moda como lenguaje simbólico que tienen significados dentro de contextos puntuales. Además, se presenta también detalladamente la metodología que se implementó para llevar a cabo esta investigación, describiendo los instrumentos y técnicas de recolección de datos que permiten garantizar la rigurosidad de la información. También me permito presentar el último capítulo de esta investigación que se desarrollara más adelante, donde se presentan los hallazgos organizados en ejes temáticos que responden a los objetivos planteados en el capítulo uno. En este se comprenden el análisis de la expresión de la identidad de los estudiantes de Ingeniería y Sociología, las dinámicas de pertenencia y exclusión en determinados contextos y el análisis visual de las fotos que se contrasta con el imaginario existente en cada disciplina.

6 Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas a una muestra que estuvo compuesta por veinte estudiantes de la Universidad de Antioquia: Diez pertenecientes a la carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas y diez a diferentes programas de Ingeniería de la Facultad de Ingeniería. Del total de participantes, 7 fueron mujeres y 13 hombres, distribuidos en los siguientes estratos socioeconómicos: 34% pertenecen a estrato medio, 30% a estrato medio bajo y 36% a estrato bajo.

Respecto al nivel académico, el 20% pertenecen al quinto semestre, el 30% a séptimo semestre, 10% a octavo semestre, 10% a noveno semestre y 30% a décimo semestre. En cuanto a la identificación étnica, el 63% no se identifica con ninguna etnia específica, el 31% se reconoce como mestizo y el 0,6% como indígena. El grupo encuestado tiene edades comprendidas entre los 18 y 32 años, distribuidos de la siguiente manera: 2 estudiantes de 18 años, 2 de 19 años, 1 de 20 años, 2 de 22 años, 3 de 24 años, 2 de 25 años, 4 de 26 años, 1 de 28 años, 2 de 29 años y 1 de 32 años.

La selección de estudiantes de etapas avanzadas de Sociología e Ingeniería responde a la hipótesis de que estos han tenido una mayor inmersión en su disciplina, lo que facilita la interiorización de valores, hábitos, ideas y códigos simbólicos propios de su campo del conocimiento. Esta hipótesis se puede analizar a través del concepto de habitus de Bourdieu (2007) que se refiere a los hábitos y formas de pensamiento que las personas desarrollan a lo largo de su vida, influenciados por su entorno social y experiencias. En el caso de la sociología, esto podría incluir una mayor conciencia crítica sobre las dinámicas de poder, temas políticos y temas socioculturales que se podría reflejar en sus elecciones de moda. Por el otro lado, para los estudiantes de Ingeniería esta inmersión en un campo disciplinar con un enfoque más pragmático se podrían reflejar tendencias que busquen la funcionalidad. Los resultados obtenidos permitieron explorar las percepciones, significados y experiencias de los participantes en relación con la moda como expresión de la identidad individual y colectiva, proporcionando respuestas a los objetivos e interrogantes planteados en esta investigación.

6.1 Moda y expresión de identidad en sociología e ingeniería

En el marco de esta investigación, se preguntó sobre cómo los estudiantes de sociología e ingeniería de la Universidad de Antioquia comprenden la identidad y qué papel desarrolla la moda en la expresión de esta. Si bien al revisar las respuestas de las encuestas, se puede decir que existe un consenso entre todos los encuestados sobre lo que se entiende como la identidad, esta noción coincide con lo planteado en el marco teórico, donde autores como Bauman (2007) y Goffman (1959) la definen como una construcción dinámica que está influenciada por factores sociales, culturales, económicos y personales que cambian con el tiempo, que conecta con la respuesta de los encuestados que afirman que la identidad es una construcción social que se forma a partir de la convergencia de distintos factores que son: las experiencias personales, los valores, el nivel económico, las creencias, el entorno socio cultural, académico y político. y que se reconoce como algo que va cambiando con el paso del tiempo y las vivencias personales.

Esta conceptualización se evidencia en lo dicho por algunos de los estudiantes de sociología, quienes definen la identidad como “El conjunto de representaciones simbólicas, estéticas, ideológicas de las cuales nos proveemos para construir nuestra individualidad.” (A, Loaiza, comunicación personal, 24 febrero 2025). En esta misma línea, otro estudiante la describe como “La identidad es el conjunto de características, valores, creencias, experiencias y pertenencias que definen a una persona, un grupo o una comunidad, y que les otorgan un sentido de unicidad y pertenencia.” (L, Benítez, comunicación personal, 25 febrero 2025). De manera similar, un estudiante de ingeniería expresa: “Para mí, la identidad es lo que nos hace únicos, una combinación de nuestras experiencias, valores y la forma en que vemos el mundo. También creo que es algo que evoluciona con el tiempo, a medida que aprendemos y crecemos.” (A. González, Comunicación personal, 1 de marzo de 2025). Esta concepción de identidad como construcción social coincide con los planteamientos teóricos de Goffman, quien sostiene que la identidad se desarrolla a través de un proceso complejo donde los individuos construyen una idea del “yo” mediante la interacción social, influenciada tanto por sus experiencias personales, sociales y educativas como por la percepción de los demás. De igual manera Lipovetsky (1990. p.195) afirma que la moda refleja la individualidad y permite a la persona reafirmar su autonomía, sin embargo esta autonomía está condicionada por factores como el acceso económico, el entorno familiar y los valores sociales, esto se vuelve más evidente al ver que los estudiantes que señalan pertenecer a

estrato bajo son los que relacionan principalmente su factor económico como una influencia directa en su forma de vestir, ya que a pesar de que quisieran adoptar otro estilo que se relacione más con su personalidad o gustos, los recursos con los que cuenta en el momento no le dan la posibilidad de acceder a estos nuevos estilos, llevándolos a priorizar la funcionalidad por encima del gusto, en cambio vemos que la mayoría de los estudiantes que pertenecen a un sector socio-económico mayor (medio) suelen elegir sus atuendos por gusto o elección propia. Esto se conecta con lo dicho por Bauman (2007 p.40 -60) quien expresa que en algunos casos la capacidad económica de la persona influye en sus elecciones de vestimenta, donde las personas con mayores recursos pueden acceder a mayores opciones de moda pudiendo llegar a acceder en consumo ostentoso con prendas de mejor calidad y que pueden reflejar su capacidad económica y estatus social, lo cual se refleja en su sentido de identidad.

Esto nos lleva a preguntarnos, ¿cómo los estudiantes pueden expresar su identidad? y es aquí en donde pensamos en la moda como un medio para expresarla. A este interrogante, los encuestados de ambas disciplinas reconocen la moda como un medio de comunicación que tiene la capacidad de reflejar aspectos de la identidad de cada uno de ellos, cómo son sus sentimientos, intereses y sus gustos. Un encuestado señala: “La moda es una forma de comunicación en la medida que la misma precede el mismo contacto entre personas. Deliberadamente o no, la moda y la forma de vestir exterioriza cierta identidad, cosas muy propias de la personalidad de los individuos, que en ocasiones buscan reforzar aquello que los identifica a través de su modo de vestir” (N. Sánchez, comunicación personal, 2 marzo de 2025). Otro participante completamente esta perspectiva afirmando: “Si, a través de la moda podemos expresar nuestra forma de ser y sentirnos, nos puede brindar seguridad y se ve influenciada por nuestra identidad.” (L. Coneo. Comunicación personal, 2 marzo de 2025).

Estos hallazgos permiten comprender la moda como un lenguaje simbólico que se encuentra en su día a día y que les permite expresar aspectos de su identidad, en ese sentido Rodríguez Córdova (2022) plantea que “El vestuario es uno de los primeros lenguajes que el ser humano utilizó para expresarse y, al ser un medio de comunicación no verbal ha podido adaptarse según las propias regulaciones morales, culturales y geográficas” (p.33). En este sentido, la moda se convierte en un lenguaje simbólico a través del cual las personas expresan rasgos de su identidad, sus gustos, afinidades, emociones y estados de ánimo, así como expresan aquello que sienten. Donde la moda se percibe como un proceso creativo de autodescubrimiento, que les permite jugar

con los colores, accesorios, texturas, y símbolos, que les permite expresar, afirmar y construir una identidad que se construye en interacción con los otros. Esto nos lleva a pensar en la idea de hábitos que plantea Bourdieu (2007) donde la identidad se ve afectada por los hábitos y formas de pensamiento que las personas desarrollan a lo largo de su vida, las cuales son influenciadas por su entorno social y experiencias. Es decir que la identidad se forma a partir de dos vías, que sería la percepción propia, que refleja cómo la persona se ve a sí misma y la percepción social que se encuentra influenciada por estándares culturales, económicos y antecedentes sociales. Esta dualidad en la construcción de la identidad a través de la moda permite a las personas tener esa sensación de ser únicas, pero al mismo tiempo conectadas con su entorno, mostrando que la identidad es una construcción colectiva.

Es importante destacar que, si bien la concepción general de identidad y el reconocimiento de la moda como forma de expresión son compartidos por estudiantes de ambas disciplinas, existen matices diferenciadores en cómo se apropia esta relación. Los estudiantes de sociología tienden a destacar la dimensión política de la moda, que les permite visibilizar luchas sociales y expresar afinidades con movimientos políticos y culturales específicos. Por su parte, los estudiantes de ingeniería enfatizan más la función de la moda como reflejo de la cultura y el aspecto formal de su disciplina.

6.2 Pertenencia y exclusión a través de la moda en el contexto universitario

Esto lleva a cuestionarnos sobre la relación de la moda con la pertenencia y exclusión de los estudiantes en el contexto universitario. Esto debido a que la moda, además de ser una forma de expresión individual, también puede convertirse en una herramienta que impone expectativas sociales y que puede reforzar ciertos estereotipos sociales, convirtiéndose en un mecanismo que puede facilitar o dificultar la pertenencia a determinados espacios sociales y académicos. A la vez, la moda puede ser utilizada para desafiar sistemas sociales rígidos y romper con las normas o códigos establecidos. Esto se alinea con lo dicho por teóricos como Simmel, Bauman y Lipovetsky, quienes coinciden en que la moda no solo permite presentar la individualidad, sino que también refuerza la identidad grupal. En este sentido es importante reconocer que la apariencia juega un papel importante en las relaciones interpersonales, influenciando la manera en que los demás perciben y tratan a una persona. Como señala uno de los participantes, el dicho “como te ven, te

tratan” ilustra cómo la apariencia puede proyectar información sobre nuestro estatus social, autenticidad y seguridad, afinidades, pertenencias grupales o incluso ciertas características personales, influyendo significativamente en las interacciones sociales.

En el contexto específico de la Universidad de Antioquia, estas dinámicas se hacen evidentes a través del imaginario que los estudiantes de Sociología e Ingeniería reconocen sobre sí mismos y sus compañeros. Aunque no existen códigos de vestimenta estrictos, sí hay una construcción simbólica que asocia ciertos estilos de vestir con cada facultad. Un estudiante de Sociología expresa: "Claro, como en todo círculo social hay unas estéticas que se posicionan como representativas. En las humanidades parece que se posiciona una moda contrahegemónica, mis compañeros suelen utilizar prendas con mensajes políticos de sectores subalternos, anarcos, revolucionarios, también lo veo en la presencia de estéticas indígenas, afro, o en el uso de ropa de segunda mano" (A. Loaiza, comunicación personal, 2025). En contraste, un estudiante de Ingeniería señala: "Sí, creo que entre los estudiantes de mi carrera predomina un estilo de moda bastante casual. La mayoría opta por ropa cómoda y funcional, como jeans, camisetas, sudaderas y tenis, priorizando la practicidad para el día a día en la universidad" (A. González, comunicación personal, 2025). La elección de estas prendas con símbolos políticos, la adopción de estilos alternativos, o colores vibrantes puede entenderse como un mensaje social consciente o inconsciente, que se relaciona con la teoría de Roland Barthes (1978. p. 28-88), donde la moda funciona como un sistema de signos donde cada prenda, accesorio, color o textura adquiere un significado que el resto de la sociedad interpreta.

Si bien, la mayoría de los encuestados reconoce diferencias marcadas en la forma de vestir entre estudiantes de ambas facultades, estas percepciones no son uniformes. Un estudiante señaló: "Sí, tengo la idea de que es más común ver en Ingeniería camisetas de fútbol, una menor cantidad de vestimentas politizadas y que allá son como de un aspecto más común, creo que los de humanidades son más disruptivos" (A. Loaiza, comunicación personal, 24 de febrero 2025). Siguiendo la misma línea, otro estudiante menciona que estas diferencias se reflejan en la formalidad de las prendas que suelen usar: "Uff! Se nota mucho en humanidades la forma de vestir es menos formal, en cambio en ingeniería es más formal. En ingeniería uno los distingue porque van con camisas tipo polo, botas, jeans." (L. Metaute, comunicación personal, 1 de marzo 2025). Esta percepción se relaciona con la idea de que la moda no solo comunica creencias individuales, sino que también funciona como un medio para construir y reafirmar la pertenencia a un grupo social o

académico. Así, las diferencias en la vestimenta que varios estudiantes identifican entre Sociología e Ingeniería pueden entenderse como una manifestación de ese sentido de identidad colectiva. En este contexto, ciertos atuendos reflejan ideas interiorizadas que permiten a los demás reconocer a qué grupo se pertenece. Como señala uno de los participantes: "Claro, puesto que al tener ideologías o pensamientos más o menos interiorizado cambiamos el exterior para dar un mensaje sobre dicho pensar" (S. Betancur, comunicación personal, 5 de marzo del 2025). No obstante, algunos estudiantes reconocen que estas diferencias se han ido reduciendo con el tiempo o que nunca han existido, Como afirmó uno de ellos: "Considero que en las últimas generaciones de estudiantes ha mermado la diferencia entre los estilos de ropa de los estudiantes de sociología e ingeniería" (J. Pérez, comunicación personal, 23 de febrero 2025). Este contraste en las percepciones revela que la relación entre moda y pertenencia no es estática ni uniforme, pero puede actuar como un símbolo colectivo que comunica valores, hábitos o ideologías compartidas dentro de un grupo académico.

Los estudiantes de ingeniería se asocian más con formas de vestir formales, que refuerzan una imagen de seguridad y profesionalismo, donde los atuendos suelen verse acompañados de elementos protectores. Por otro lado, los estudiantes de sociología se asocian más con estilos diversos, alternativos o informales que reflejan sus posturas críticas y flexibles frente a las normas sociales establecidas. Estas diferencias en la forma de vestir no solo permiten reconocer a qué facultad pertenece un estudiante, sino que también influyen en las dinámicas de integración o exclusión dentro de los grupos académicos. Esto es evidente en el contexto educativo donde aparecen frases como "se ve como un/una estudiante de humanas" o "parece de ingeniería" que, aunque no se trata de una discriminación en el sentido estricto, pueden generar un distanciamiento o exclusión social, que se resalta cuando la forma de vestir no se percibe como adecuada a las expectativas del entorno disciplinar. Como señala Simmel (p.36), "Es ella [la moda], como he dicho, un producto de la separación por clases... cuya doble función consiste en formar un círculo social cerrado y, a la vez, separarlo de los demás." Simultáneamente, la moda funciona como mecanismo de refuerzo identitario al interior de grupos específicos. Como afirma uno de los encuestados "A medida que se da un sentido de unidad se refuerza más la autopercepción de cada persona dentro de dichos grupos, por lo que se tienden a exteriorizar más claramente los rasgos estéticos propios de los colectivos en su forma de vestir" (N. Sánchez, comunicado personal, 2 marzo de 2025). En este sentido la moda se convierte en una herramienta que permite visibilizar

los valores y creencias compartidas dentro de un grupo académico, que funciona tanto como un elemento de pertenencia grupal para quienes adoptan las tendencias dominantes del grupo o de exclusión social para quienes no siguen los patrones, generando así una barrera simbólica entre los colectivos que será más notoria según el contexto.

6.3 Símbolos y factores que influyen en la elección de moda

El análisis de los datos revela que existen elementos simbólicos claramente reconocibles en la vestimenta de estudiantes de ambas facultades, que han configurado imaginarios estéticos diferenciados pero coherentes con sus identidades disciplinares.

Los participantes coinciden en identificar a los estudiantes de sociología y, por extensión, de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, con una estética que suele incluir botas de trekking, ropa y accesorios artesanales, mochilas tejidas y prendas holgadas que facilitan el movimiento, pañuelos, banderas, camisetas con imágenes de referentes revolucionarios, símbolos de bandas punks o mensajes feministas que representan posturas políticas, éticas, espirituales e ideológicas. La elección de estos símbolos en el vestir diario sirve como una forma consciente e inconsciente de los estudiantes posicionarse ideológicamente dentro del contexto universitario, como dice Simmel (1934 p.167) “deliberadamente suele crearse el individuo ciertas maneras, cierto estilo que, por el ritmo de su manifestación, por su modo de resaltar y acentuar, tiene el mismo carácter que la moda”. Este conjunto de símbolos estéticos configura el imaginario que los encuestados han denominado “Hippie” que se asocia principalmente a los sociólogos o estudiantes de ciencias sociales. Por otro lado, vemos que también se presentó un consenso en relación a los estudiantes de ingeniería que suelen llevar elementos de protección y su forma de vestir se relaciona mucho con el sector profesional, donde todos suelen vestir más formal. Su indumentaria suele incluir elementos de protección como gafas, batas, botas, cascos (según la especialidad), proyectando así una imagen de formalidad que se intensifica en los últimos semestres de formación, cuando los estudiantes se aproximan a la inserción laboral mediante prácticas profesionales.

Respecto a los factores que influyen en estas elecciones estéticas, los resultados de los estudiantes de ambas disciplinas identifican la comodidad, la funcionalidad y la adaptación al clima como variables primordiales en su elección. Otros factores que determinaron los encuestados son las tendencias, los gustos personales, el entorno social y los amigos, la familia, los recursos

económicos disponibles, las actividades que van a desarrollar y la autoimagen que quieren proyectar. Además de esto, la edad emerge también como un factor determinante en las elecciones de moda de los estudiantes. En el grupo de encuestados más jóvenes (18-22 años), se observa una mayor inclinación al uso de prendas influenciadas por tendencias y referentes contemporáneos. Este comportamiento se alinea con la idea de Bauman (2007 p.115 -117) que las generaciones más jóvenes que se relacionan más con los medios digitales y redes sociales suelen optar por tendencias que les permiten sentirse parte del “pelotón de la moda” que le genera una sensación de seguridad y aceptación social. En contraste, vemos que los estudiantes de mayor edad (24-32 años) priorizan la sencillez, la comodidad y la expresión individual. Algunos de los participantes reconocen tener unos referentes en la industria del entretenimiento que funcionan como modelos estéticos para sus elecciones de ropa y otros afirman no contar con un referente más allá de sus gustos y su propio contexto. Concuerdan con que determinadas marcas y accesorios que son parte de la indumentaria cuentan con un valor simbólico que se relaciona con el estatus económico, lo que tiene una influencia directa en las interacciones sociales. Las marcas de ropa también son un símbolo importante dentro de la comunidad ya que muchas se asocian con un estatus económico importante, y eso es algo que socialmente tiene mucho peso con respecto a cómo se relacionan las personas.

Los hallazgos destacan que las actividades cotidianas de cada estudiante constituyen uno de los principales determinantes de su vestimenta, evidenciando que la construcción identitaria está mediada por las prácticas habituales y los espacios que frecuentan. Por ejemplo, elementos como pañuelos morados o verdes funcionan como expresiones directas de apoyo a movimientos feministas o a favor del aborto legal, provocando reacciones diferenciadas según los contextos donde se exhiben. En este sentido, la moda se confirma como un elemento comunicativo cargado de símbolos y experiencias que facilita conocer aspectos del otro. Esto se relaciona con Barthes (1978 p. 22- 44) donde cada elemento tiene una connotación específica que está arraigada a la cultura que remite a tradiciones o valores se entiende como “un sistema de signos que actúa como un significante que se relaciona con un significado dentro de un contexto específico”. Este potencial comunicativo está influenciado no solo por vivencias personales y formación disciplinar, sino también por aspiraciones, cosmovisiones y proyecciones profesionales. Como señala Lipovetsky (1990. p.44), "Paradoja de la moda: la demostración pregonada de los emblemas de la jerarquía ha participado del movimiento de igualación de la apariencia. La proyección de la moda sólo ha sido en parte mimetismo mecánico, y de forma más profunda debe asimilarse a un

mimetismo selectivo y controlado", lo que demuestra que aunque muchas veces las personas siguen ciegamente las tendencias de la moda, estas se basan en su contexto social, aspiraciones e identidad personal para elegir, mostrando que aunque el individuo quiere representar su individualidad a través de la moda, su elección muchas veces está guiada inconscientemente o regulada por las tendencias del momento y el deseo de ser aceptado en el grupo social.

Este fenómeno se manifiesta en la adopción de símbolos específicos como serían pañuelos feministas, cascos de seguridad, banderas, pines, prendas con colores representativos de las comunidades Afros o Indígenas, que permiten exteriorizar la pertenencia o afinidad a distintos colectivos a la vez que refuerzan su identidad compartida. Sin embargo, como sugiere Lipovetsky (1990, p.170), "es sin duda aún más cierto decir que el individualismo indumentario ha progresado notoriamente: en nuestros días, vestimos más para nosotros mismos y más en función de nuestros propios gustos que en función de una norma imperativa y uniforme." En ciertos contextos académicos, particularmente en laboratorios de ingeniería, la vestimenta adquiere una dimensión funcional que trasciende lo meramente estético, convirtiéndose en un requisito para acceder a determinados espacios académicos y profesionales. Sin embargo, es importante matizar que esta aparente exclusión no constituye necesariamente un fenómeno deliberado o sistemático. Los datos sugieren que los estudiantes buscan formas de pertenecer a grupos sin perder su identidad individual, negociando constantemente entre la adaptación a expectativas colectivas y la expresión de unicidad. Así, el sentido de libertad que nos da la moda está regido por las estructuras sociales que influyen en lo que se considera aceptable.

6.4 Análisis visual

Como complemento a las encuestas realizadas, se solicitó a los participantes compartir fotografías representativas de su vestimenta habitual. Se recolectaron tres imágenes por cada grupo disciplinar (Sociología e Ingeniería), seleccionadas por los propios estudiantes como ejemplos de su indumentaria cotidiana. Estas fotografías fueron analizadas identificando elementos simbólicos, funcionales y estéticos que refuerzan o contrastan con los hallazgos obtenidos mediante las encuestas, así como explorar, cómo las elecciones estéticas reflejan tanto aspectos de identidad individual, como de pertenencia disciplinar.

Estudiantes de ingeniería

Figura 1

Estudiante de Ingeniería



Nota: Fuente: Imagen enviada por la entrevistada

La imagen muestra a una estudiante en un espacio abierto de la ciudad, vistiendo jeans tipo cargo, conocido por sus múltiples bolsillos y diseño práctico, que se relaciona con entornos dinámicos y la practicidad. También observamos que lleva una camiseta básica de color blanco, un buzo negro y como accesorios lleva unas pulseras negras simples y tenis blanco, que son prendas versátiles, cómodas y funcionales. Al comparar la imagen con la descripción dada por la estudiante en la encuesta, podemos evidenciar que si hay una mayor predominancia del factor comodidad y de la funcionalidad en su elección de vestimenta. Esta elección de prendas prácticas y sin elementos decorativos llamativos, se puede interpretar como una forma de mantener un estilo práctico, sencillo y eficiente. Si relacionamos estas elecciones de elementos que conforman su vestimenta con su formación disciplinar de ingeniería, podemos decir que se puede reflejar valores como la funcionalidad o la practicidad. Aunque, su vestimenta rompe con el imaginario de vestimenta formal que se relaciona con la disciplina, su ropa mantiene una lógica funcional que privilegia la comodidad y la adaptabilidad a distintos entornos, aspectos que son importantes dentro de su disciplina académica.

Figura 2*Estudiante de Ingeniería*

Nota: Fuente: Imagen enviada por la entrevistado

La imagen muestra a un estudiante con ropa deportiva dentro de las instalaciones del gym, zapatos deportivos, con accesorios como audífonos, reloj inteligente y sujetadores de pesas. Este atuendo representa la funcionalidad de la ropa y la búsqueda de la comodidad, esta imagen representa un notable contraste respecto al estereotipo de formalidad que se asocia a los estudiantes de ingeniería, pero se puede asociar a lo dicho por el estudiante en la encuesta, que buscan adecuar su ropa según las actividades que van a desarrollar en el día, en este caso este estudiante le gusta hacer deporte y su vestimenta común se basa en ropa ancha y camisetas representativas del equipo de su ciudad, ya que al ser foráneo esta le permite “es una forma de expresar lo que soy, ya que el escudo y todo lo del equipo tiene consigo la historia de mi región, de lo que crecí, de lo que me hizo ser quien soy.” (L.Franco, Comunicación personal. 3 marzo de 2025). Lo que muestra que esta elección responde principalmente a sus rutinas diarias, intereses personales como el gusto por la actividad física y a la funcionalidad más que por su formación académica.

Figura 3*Estudiante de Ingeniería*

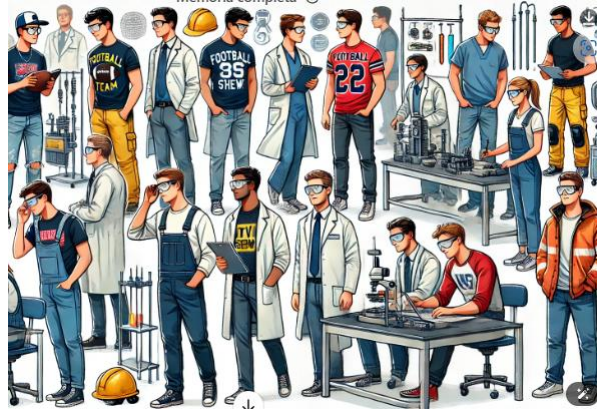
Nota: Fuente: Imagen enviada por la entrevistado

La imagen muestra al estudiante en un ascensor, vistiendo pantalones formales, camisa con estampados florales y zapatos deportivos. Este atuendo muestra una convergencia entre la formalidad y la comodidad, que refleja la adaptación a las dinámicas cotidianas del estudiante. Al comparar esta imagen con la información proporcionada a través de la encuesta, se observa que su elección de ropa más formal responde a su etapa académica. Al estar en último semestre de su carrera y estar próximo a ingresar al campo laboral, busca implementar elementos más presentables que se relacionen con los códigos de vestimenta de su campo, sin embargo, la elección de zapatos que tiene, reflejan esa búsqueda de comodidad y funcionalidad, que le permite proyectar una imagen profesional pero cómoda.

Imaginarios de los estudiantes de ingeniería

Figura 4

Imaginario ingeniería



Nota. Estudiantes de ingeniería con vestimenta asociada a imaginarios sociales

La imagen del imaginario sobre los estudiantes de Ingeniería refleja una serie de estereotipos asociados a esta disciplina. En ella se observa una diversidad de estilos que van desde atuendos semiformales, con jeans y camisetas tipo polo o con elementos distintivos de sus gustos personales, hasta vestimentas más específicas del entorno como el uso de gafas de protección, batas de laboratorio y botas de seguridad. Además, algunos estudiantes aparecen con atuendos más formales, incluyendo pantalón de vestir, corbata y camisa, lo que proyecta una imagen profesional y seria. Al comparar este imaginario con las imágenes y descripciones proporcionadas por los estudiantes de Ingeniería en esta investigación, se evidencia una ruptura con dicha representación, esto se debe a que en la realidad, durante su etapa formativa, los estudiantes optan por vestimentas más diversas y flexibles, que se adaptan mejor a sus rutinas diarias y a sus intereses, desafiando el imaginario tradicional donde se les reconoce por prendas más formales o de seguridad que se relacionan con la disciplina. Esto evidencia que su vestimenta responde a una combinación de factores prácticos, identitarios y contextuales, donde la disciplina sí influye, pero no es un factor exclusivamente determinante.

Estudiantes de sociología

Figura 5

Estudiante de Sociología



Nota: Fuente: Imagen enviada por la entrevistada

La imagen muestra a la estudiante en un espacio abierto con vista panorámica, vistiendo pantalones formales de color negro, un top de mangas en color beige y un peinado de trenzas africanas. Al relacionar esta imagen con la información proporcionada en la encuesta, donde menciona que suele usar “blusas cortas con mangas anchas y pantalones de tiro alto”, se evidencia una búsqueda de equilibrio entre comodidad y estética personal. Por otro lado, el uso de las trenzas africanas destaca como un símbolo de identidad cultural que cuestiona los estándares hegemónicos de belleza, una postura que se alinea con corrientes críticas dentro de la sociología. Esta combinación de elementos nos revela que, más allá de ajustarse al imaginario tradicional de los estudiantes de sociología, que se asocian a una estética “hippie”, la estudiante privilegia una expresión personal que refleja sus intereses individuales y posicionamientos culturales.

Figura 6*Estudiante de Sociología*

Nota: Fuente: Imagen enviada por la entrevistado

La vestimenta muestra al estudiante con una camiseta de un equipo de fútbol, pantalones jeans, tenis cómodos y como accesorios cinturón y un reloj inteligente. Esta indumentaria se relaciona con la información proporcionada por el estudiante en la encuesta, quien busca expresar con su ropa “Una mezcla entre lo clásico y lo moderno, la elegancia y lo fresco”, evidenciando una búsqueda de equilibrio, donde la camiseta de futbol aparece como símbolo de su gusto por el deporte y por ese equipo, que hace parte de su construcción identitaria y pertenencia, mientras el cinturón y el reloj le dan un toque de mayor sofisticación que nivela la informalidad del conjunto. Este conjunto de elementos los podemos interpretar como una manifestación de la flexibilidad que caracteriza a las ciencias sociales y humanas, especialmente a la sociología, quien se centra en la comprensión crítica de la sociedad, los fenómenos sociales y las dinámicas culturales, por lo que esta combinación híbrida de la moda se podría tomar como una forma de desafiar las normas rígidas, mostrando una apertura de pensamiento y en la identidad.

Figura 7*Estudiante de sociología*

Nota: Fuente: Imagen enviada por la entrevistada

La imagen muestra a la estudiante en uno de los baños de la universidad, vistiendo una camiseta manga larga de colores, rojo, negro y blanco, acompañada de una tula que tiene una pequeña bandera de Colombia al costado. Esta indumentaria muestra su búsqueda de comodidad y su simplicidad a la hora de vestir, lo cual se relaciona con la información proporcionada a través de la encuesta donde señala que no le gusta llevar muchas cosas ni accesorios, y busca siempre verse casual a menos que tenga algún evento muy específico. El detalle de la bandera de Colombia en su tula puede interpretarse como una expresión simbólica de su identidad cultural o de un vínculo con sus raíces. En este sentido, su vestimenta no solo responde a la búsqueda de comodidad, sino que también se conecta con el imaginario sociológico, que se caracteriza por una estética más relajada y libre, donde prima la búsqueda de la expresión individual.

Imaginario estudiantes de sociología

Figura 8

Imaginario de sociología



Nota: Estudiantes de sociología con vestimenta asociada a imaginarios sociales

La imagen muestra la representación del imaginario sobre los estudiantes de sociología. En su vestimenta predominan estilos urbanos y relajados, con prendas que reflejan tanto comodidad como expresiones simbólicas. Se observan camisetas con símbolos políticos, pañuelos morados asociados al feminismo, accesorios como sombreros y gorros que aportan un estilo informal, así como zapatos cómodos y prendas frescas que permiten el movimiento. Algunos estudiantes llevan mochilas de viaje y botas para trekking, elementos que pueden relacionarse con las salidas de campo. También se aprecian detalles que evocan identidades culturales o comunitarias, como símbolos indígenas, banderas LGTBIQ+, tejidos artesanales y elementos que sugieren una conexión con la Pachamama.

Al comparar este imaginario con las imágenes y descripciones proporcionadas por los estudiantes de sociología en esta investigación, se evidencia una matización de este imaginario. Si bien algunos estudiantes incorporan símbolos políticos o culturales en su vestimenta, estos suelen presentarse de forma más sutil y discreta. Es común que combinen prendas casuales con elementos simbólicos que representen sus posturas, pero sin llegar a la apariencia disruptiva o explícita que el imaginario proyecta. En lugar de una estética predominantemente "hippie", se observa una mezcla entre lo formal y lo cómodo, donde prima la búsqueda de practicidad en el día a día.

El análisis visual de las fotografías revela patrones significativos que desafían los imaginarios colectivos que se expresaron en la encuesta: Mientras que los resultados de la encuesta describen a los estudiantes de Sociología como individuos que se visten de forma marcadamente

informal, con prendas asociadas a posturas políticas, críticas sociales, pertenencia a colectivos y los estudiantes de Ingeniería con vestimentas más formales y funcionales para su entorno, en las imágenes se demuestra que esta representación es mucho más matizada en la cotidianidad. En las fotografías los estudiantes de ambas disciplinas priorizan la comodidad en su vestimenta cotidiana, con prendas básicas como jeans, pantalones, camisetas y calzado deportivo. Estos hallazgos evidencian que, si bien existen diferencias en los imaginarios sobre la vestimenta según la disciplina académica, la dicotomía entre “hippies” (sociología) y “formales” (ingeniería) se atenúa significativamente en la práctica cotidiana, donde la comodidad emerge como un valor compartido por ambas facultades. Esto sugiere que los imaginarios sobre la forma de vestir funcionan más como una construcción simbólica que como una descripción precisa de la realidad.

Sin embargo, estos imaginarios siguen influyendo en la percepción social y en la construcción de la identidad grupal de cada disciplina. Desde la perspectiva de Goffman, E. (1959), este fenómeno puede entenderse a través de su teoría sobre la “presentación del yo”, según la cual las personas gestionan su imagen pública adaptándola al contexto social. En este sentido, la vestimenta actúa como parte de la “fachada” que cada individuo proyecta ante los demás.

Así, los estudiantes no se apegan rígidamente a los estereotipos colectivos de sus disciplinas, sino que ajustan su atuendo de forma estratégica. En su cotidianidad, donde predominan las interacciones informales, la comodidad se convierte en la prioridad y los elementos simbólicos se expresan de forma más sutil. No obstante, en escenarios más formales o académicos, como presentaciones o salidas de campo, es posible que adapten sus prendas para proyectar una imagen más acorde con el rol que desempeñan en esos contextos.

7 Conclusiones

La presente investigación se propuso analizar la influencia de la moda como lenguaje simbólico en la pertenencia, exclusión y expresión de la identidad de los estudiantes de Sociología e Ingeniería de la Universidad de Antioquia. El estudio buscó comprender cómo las dinámicas de la relación entre moda, identidad y disciplina académica se desarrollan en el contexto universitario, partiendo de la hipótesis de que existe una influencia disciplinar en la construcción y expresión de la identidad a través de la moda. Este análisis cobra relevancia en el campo de los estudios socioculturales y la sociología de la moda, ya que contribuye a entender cómo los códigos vestimentarios operan como sistemas de comunicación no verbal en comunidades académicas específicas, y cómo estos pueden reflejar tanto adhesiones grupales como expresiones individuales.

Para abordar los objetivos propuestos, se implementó una metodología cualitativa que se desarrolló a través de instrumentos y técnicas como la encuesta virtual y el análisis visual. La investigación se desarrolló mediante la recolección de datos a través de Google Forms, seguido de un análisis visual detallado de las respuestas, las imágenes recibidas y la construcción del imaginario, lo que permitió obtener datos significativos para el análisis. Después del análisis visual y la revisión sistemática de las encuestas podemos decir que la investigación realizada demuestra la compleja relación entre moda, identidad y disciplina académica.

La hipótesis principal de esta investigación que plantea la existencia de una influencia disciplinar en la construcción y expresión de la identidad a través de la moda se refuta parcialmente; esto debido a que se reconoce que, si bien sí existe una influencia de la disciplina académica en la construcción de la identidad, esta no es determinante ni coercitiva, se evidencia que la vestimenta de los estudiantes se moldea más por factores sociales, culturales, climáticos, de funcionalidad dentro de un entorno específico (congresos, salidas de campo, laboratorios, prácticas laborales) que por la disciplina académica durante el periodo formativo. Por otro lado, si se confirma que la moda en el contexto universitario funciona como un medio por el cual los estudiantes expresan la multiplicidad de factores que conforman su identidad (historia personal, contexto sociocultural, valores, funcionalidad, gustos), y que sí existen símbolos e imaginarios que se relacionan con cada disciplina, pero en la realidad se ven de manera sutil y solo se manifiestan con mayor fuerza en situaciones específicas.

Con respecto a la pregunta de investigación, podemos decir que los hallazgos confirman que la moda opera como un sistema de comunicaciones no verbal, a través de un lenguaje de símbolos que permite a los otros reconocer parte de nuestra construcción identitaria, y dentro de la disciplina académica la moda nos ayuda a crear un sentimiento de pertenencia a través del uso de indumentaria que se adapta al contexto y códigos que se exigen, pero que en espacios más flexibles permite expresar la individualidad de cada ser. La moda juega ese doble papel de pertenencia y exclusión que es muy sutil, ya que al relacionarse con los constructos imaginarios sobre cómo se ve un estudiante de determinada disciplina, permite a nosotros y a los demás reconocernos como parte de ese grupo, pero sin dejar de presentar nuestra propia esencia.

Es importante reconocer que la presente investigación presentó limitaciones que afectaron la profundidad y amplitud de los resultados obtenidos, la extensión del instrumento de recolección de datos pudo haber provocado que algunos participantes respondieran de forma cerrada o superficial, limitando así la riqueza del análisis. Además de esto se observó una reducida cantidad de fotografías recibidas, posiblemente porque el medio virtual utilizado no generó la confianza suficiente para que los participantes compartiesen imágenes personales. Podemos decir que el instrumento, aunque útil para obtener información relevante, mostró la necesidad de complementarlo con otras técnicas de recolección que favorezcan a una mayor profundidad en las respuestas, como sería la entrevista y el grupo focal.

En conclusión, esta investigación demuestra que la moda en el contexto universitario opera como un lenguaje simbólico que contribuye a la construcción identitaria de los estudiantes a través de una relación bidireccional: permite presentar quién es o quién quiere ser el individuo, como una fachada adaptable al contexto y al papel que desea interpretar, que termina siendo parte integral de su construcción identitaria. La moda contribuye a la pertenencia a determinados grupos al relacionar símbolos estéticos con el imaginario colectivo, permitiendo que los estudiantes sean reconocidos como parte de un conjunto social cuando se adhieren a ciertos códigos vestimentarios, diferenciándolos así de otros grupos. No obstante, el imaginario sobre cómo se visten los estudiantes de cada facultad se ve matizado en la realidad por la diversidad en las formas de expresar la identidad individual en contextos donde no existen códigos rígidos.

La expresión identitaria a través de la moda representa la mezcla de distintos factores que influyen en proporciones variables según lo que cada estudiante quiere representar de sí mismo. Por esta razón, pueden observarse casos donde algunos estudiantes manifiestan una representación

más fuerte del imaginario de su carrera, mientras otros expresan con mayor énfasis sus gustos musicales o culturales a través de su vestimenta. En todos los casos, la identidad se representa a través del cúmulo de estos factores, nunca a través de uno solo.

Referencias

- Barthes, R. (1967). *Sistema de la moda y otros escritos*. Paidós.
- Barthes, R. (1978). *Sistema de la moda* (J. Viñoly I Sastre & M. Pendants, Trads.). Editorial Gustavo Gili.
- Bourdieu, P. (2016). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Castaño Bustos, E. V. (2023). *Análisis de la identidad social a través del vestuario en la generación Millennial entre los 25 y 30 años en la ciudad de Medellín* [Trabajo de grado, Institución Universitaria Pascual Bravo]. Repositorio Institucional IUPB.
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica* (A. Sánchez Mollet, Trad.). Paidós.
- Escudero, L. (2007). Identidad e identidades. *Inventio*, 3(5), 67–72. <https://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/view/771>
- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Jiménez Gómez, J. (2011). La fascinación por la moda como expresión de libertad. *RES*, (16), 91-113.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Editorial Anagrama.
- Margulis, M., & Urresti, M. (1995). Moda y juventud. *Estudios Sociológicos*, 13(37), 109–120. <http://www.jstor.org/stable/40420319>
- Méndez Rangel, S. C. (2022). *La creación y expresión de identidad de las mujeres del sector LGBT en la localidad de Chapinero a través de la moda: Una mirada a través de la experiencia de 3 mujeres LBT* [Trabajo de grado]. Pontificia Universidad Javeriana.
- Morgan, D. L. (1996). Focus Groups. *Annual Review of Sociology* 22(1), 129-152. https://www.researchgate.net/publication/261773532_Focus_Groups.
- Patiño Calle, A. (2020). *La moda como discurso en la expresión de la identidad a partir de la marca "A la final"* [Trabajo de grado, Universidad Tecnológica de Pereira]. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/bc3ccf3b-2aaa-4ccc-98ce-cc463eca6d84/content>
- Pérez Monroy, A. J. (2012). *La moda: signo de identidad. Construcción de identidades*, (pp. 99-123). UNAM.
- Riveros Cárdenas, M. (2021). *Las marcas del fast fashion y la construcción de identidad de los jóvenes colombianos*. [Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional – Pontificia Universidad Javeriana.

- Rodríguez Córdova, L. P. (2022). Identidad en el vestuario en tiempo de redes y masificación. *COMUNIFE*, 22. <https://doi.org/10.33539/comunife.2022.n22.2682>.
- Sánchez-Contador Uría. (2016). La identidad a través de la moda. *Dialnet. Revista de Humanidades*, (29), 131-152.
- Silva Hermo, E. (2023). *Por la facha y por el traje, se conoce al personaje: Un análisis de las funciones de la moda como expresión de la identidad* [Trabajo de fin de grado, Universidad da Coruña]. https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/36465/SilvaHermo_Eva_TFG_2023.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Simmel, G. (1934). Filosofía de la moda. En *Cultura femenina y otros ensayos* (pp. 139-174). *Revista de Occidente*. https://www.academia.edu/36617383/Simmel_G_Filosof_a_de_la_moda
- Simmel, G. (2012). *Filosofía de la moda*. Casimiro.
- Tidele, J. (2021). Moda y feminismo: la vestimenta como símbolo de protesta. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (100), 27-40. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi100.3983>
- Toribio Lagarde, V. (2020). *La influencia de la moda en la identidad cultural adolescente* [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. <https://produccioncientifica.ugr.es/documentos/618f50229ff8c939aaca71e9?lang=de>
- Uribe Restrepo, N. (2015). La identidad en la moda/vestido de las subculturas de Pereira. *Actas de Diseño*, 19, 136-140. Universidad de Palermo. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2422/5223>
- Vergara Arrieta. (2022). *El papel de la moda en la construcción y expresión de la identidad* [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Apartadó, Colombia. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/31468/1/VergaraDaniela_2022_ModalIdentidadJovenes.pdf