

Caracterización del vestuario y su evolución a través del tiempo

Isabela González Vargas^(*), Juliana Rodríguez Botero^(**) y Mariana Ochoa Feo^(***)

Resumen: La industria de la moda ha ocupado un lugar preponderante a lo largo de los años en los hábitos de consumo de la sociedad, principalmente el vestuario debido a que ha sido el factor más significativo en el diario vivir de las personas, dando lugar a ciertos códigos de vestimenta en los diferentes géneros (mujer, hombre, comunidad LGBT). Además, el mundo de la moda representa más que un producto, una identidad. Es decir, las personas utilizan el vestuario como una forma de expresar su personalidad y sentir. Además, dicha industria se convirtió en un tema cultural incluyendo la libre expresión, a través de las diferentes generaciones con el transcurso de los años. Por esta razón, el presente artículo tiene como objetivo caracterizar los mencionados códigos de vestuario en los diferentes géneros y contextos en los que se llevaron a cabo, a fin de mostrar su evolución e incidencia en la sociedad dentro del desarrollo de su personalidad. Dado que el estudio de la moda sobre las personas posibilita la identificación del ritmo y estilo de vida de estas.

Palabras clave: moda - vestuario - comunidad LGTB - consumo.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 116]

^(*) Estudiante de negocios internacionales y mercado de sexto semestre de la Universidad de Medellín. Integrante del semillero de investigación Tetrix marketing, dirigido por la profesora Sandra Milena Palacio López. Entusiasta por el conocimiento de todo tipo y la innovación. Correo electrónico: igonzalez000@soyudemedellin.edu.co

^(**) Estudiante de mercadeo de sexto semestre de la Universidad de Medellín. Integrante del semillero de investigación Tetrix marketing, dirigido por la profesora Sandra Milena Palacio López. Amante al deporte y a los perros, selección Colombia de tenis de mesa. Correo electrónico: jrodriguez439@soyudemedellin.edu.co

^(***) Estudiante de mercadeo de sexto semestre de la Universidad de Medellín. Integrante del semillero de investigación Tetrix marketing, dirigido por la profesora Sandra Milena Palacio López. Apasionada por la lectura y el campo. Correo electrónico: mochoa707@soyudemedellin.edu.co

Introducción

El presente artículo de investigación tiene como objetivo abordar el tema de las tendencias modernas de moda por géneros, enfatizando en la caracterización del vestuario a lo largo del tiempo.

La industria de la moda ha evolucionado en gran medida hasta convertirse en un fenómeno social. Además, teniendo en cuenta la relevancia que se le da a la vestimenta como representación de un segmento socio cultural, se hace necesario establecer una diferenciación respecto al otro, y esto provoca que la industria de la moda sea un entorno cambiante. Es por esta razón que las tendencias dentro de la industria de la moda adquieren relevancia. (Perez, 2022). Tales tendencias incluyen la tendencia digital; fusión entre moda y tecnología (metaverso, realidad virtual y aumentada, e-commerce, inteligencia artificial). Tendencia wearable; prendas de vestir (o que se pueden sujetar al cuerpo) que llevan incorporados, en su diseño, dispositivos electrónicos capaces de cumplir una función particular. Tendencia inclusiva; representación más diversa por parte de las marcas, incluyendo modelos de diferentes etnias en su publicidad y en las pasarelas. Tendencia sostenible; la moda y su participación con el desarrollo sostenible.

La metodología implementada fue la revisión de literatura narrativa de tipo cualitativa, en donde se presenta el tema en forma de una descripción general, a fin de dar a conocer la historia de la investigación realizada.

Historia del vestuario

Es pertinente comenzar a hablar sobre la historia y la evolución del vestuario, con el fin de comprender su origen, significado y los cambios que ha tenido que atravesar con el pasar del tiempo. Esto para que finalmente se pueda obtener un mayor entendimiento acerca de los códigos de vestuario según el género femenino, masculino, transgénero y transexual. El uso de las primeras manifestaciones de vestuario, se remonta a la época en donde habitaba el homo sapiens, es decir, hace aproximadamente 300.000 años. Este cubría su cuerpo con las pieles que extraía de los animales cazados, cueros, hojas o plantas. De tal forma que pudiera protegerse de los cambios de clima. Por ello, el vestuario utilizado por los primeros seres humanos, guardaba un significado de supervivencia y funcionalidad. A pesar de que las pieles y cueros representaban un medio útil para que las personas pudieran proteger sus partes íntimas, el aumento de la población provoca una mayor demanda frente a la caza, además la oferta no era algo que se mantuviera en crecimiento. Por causa de esto, comenzaron a llevarse a cabo prácticas de agricultura y ganadería, y las técnicas de tejido a base de fibras vegetales (como el algodón) y fibras animales (como la lana) comenzaron a estar presentes en la vida de los seres humanos. Teniendo en cuenta que se contaba con la existencia de materia prima a base de fibras animales y vegetales, la ropa empezó a fabricarse en telares.

Edad media

En esta época se empezaron a fabricar tejidos de punto y mallas. Por otro lado, se tenía presencia de un periodo teocéntrico. Por esta razón, entre el siglo V hasta el XII se observaban túnicas como prendas de vestir. Además, en el oriente bizantino se contemplaban telas de lujo, mucho color y adornos. Sin embargo, la distinción entre el género masculino y femenino no estaba tan marcada, debido a que las prendas eran usualmente comunes, dentro de estas destacan: camisas, túnicas interiores, túnicas y mantos rectangulares, como el palio, reflejan la influencia de la antigua Roma en la primera etapa de la Edad Media. Dentro del vestuario masculino se incluían bragas cortas y largas, túnicas, sayos y posteriormente, capuchas.



Imagen 1. Tomado de indumentaria y costumbres en la España.

En la época carolingia, el calzado común consistía en zapatos de cuero cerrados con forro de pelo animal. Durante el reinado de Carlomagno, se utilizaba el brodequin, conocido previamente como borceguí o botilla en la antigua Roma. En el siglo IX, surgió la heuse, un tipo de calzado alto de cuero blando que anunciaba la bota.



Imagen 2. (Iracet, Maria de Lourdes)

En la época carolingia, el vestuario femenino aún tenía influencia romana. Incluía la stola, un vestido largo sin mangas con cinturón de cuero y adorno bordado en el escote. También usaban la palla, que se enrollaba sobre los hombros y caía hacia adelante y atrás.

En cuanto al calzado, este era fino, de cuero adornado con dibujos. También se encontraron zapatos femeninos de tejido de cáñamo (Iracet, L. 2016).



Imagen 3. Tomado de La casa del recreador (sitio web de tienda de España)

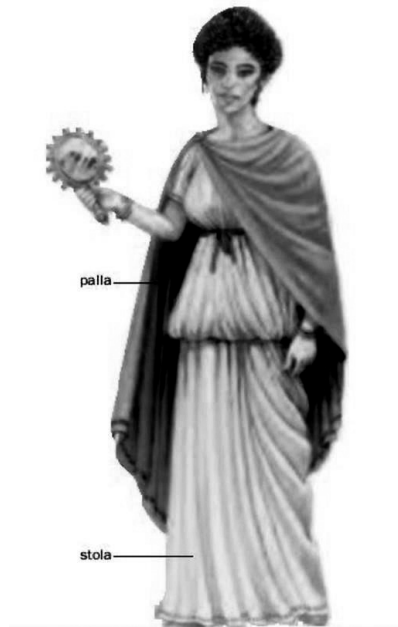


Imagen 4. Tomado de Pinterest.

Edad moderna

En esta época, se mantenían leyes suntuarias en toda Europa, que regulaban tanto la industria local como la moralidad de las mujeres. Estas leyes incluían medidas como la regulación del escote en el vestuario para evitar la indecencia y distinguir entre mujeres 'honorables' y 'malas', incluyendo a las prostitutas. (Molina, I. 2004)

El vestuario femenino variaba según la clase social. Por ejemplo, en la nobleza, tanto hombres como mujeres usaban dos modelos de vestidos modernos divididos en dos piezas a la altura de la cintura. Las mujeres llevaban un vestido compuesto por un jubón, una basquiña y una ropa. El jubón era la prenda exterior que cubría el torso, y la basquiña era la falda exterior usada para salir.

Finalmente, para completar su atuendo, usaban un sobretodo y un calzado que habitualmente eran chapines. Además, en ocasiones, incorporaban prendas exteriores cortesanas como sayas enteras, saboyanas, hongarinas y capotillos. Estas mujeres pertenecían a familias dedicadas a actividades intelectuales. A pesar de ello, en gran parte de la Edad Moderna, debían ocultar su figura (la voluptuosidad de su torso) con prendas interiores rígidas como corpiños y cotillas.



Imagen 5. Jubón: Tomado de El dedal de Eva (sitio web tienda, España)



Imagen 6. Tomado de comunidad Amigos de Santa Fe la Vieja vía Facebook

El vestuario masculino de la nobleza consistía principalmente en un jubón, una prenda calzadera y una ropilla. Las prendas calzaderas podían ser desde ricas y lujosas de diversos tipos sujetos a diferentes denominaciones de sus medias correspondientes.

Complementaban su atuendo con un sobretodo y, según la época, una gorra o sombrero. También utilizaban accesorios para lucir una apariencia lujosa, como tiras de tejidos finos, bandas, ligas, guantes bordados, joyas relacionadas con armas, relojes, tabaqueras, limpiadientes y fragancias. (Lasmariás, 2021).

Al haber comprendido el vestuario de la nobleza, ahora podemos hablar de la clase trabajadora. Las mujeres de esta clase habían adoptado un nuevo estilo de vestimenta, dejando atrás el vestido de cuerpo entero medieval. Optaban por prendas divididas a la altura de la cintura, como capotillos, delantales, becas, mangas, manguitos y accesorios como abanicos, apretadores y cinturones. Utilizaban tejidos de calidad, especialmente seda, vistosos tintes y guarniciones superpuestas, destacándose de otras mujeres en su misma condición socio-profesional. (Lasmariás, 2021)



Imagen 7. Tomado de Fahrenheit revista

Respecto a los hombres trabajadores, adoptaron un nuevo estilo de vestir con prendas cortadas a la cintura, formados por un jubón, una prenda calzadera y una ropilla en diferentes tejidos. Se complementaba con prendas de abrigo como capas, ferreruelos y capotes, así

como una variedad de calzado, desde humildes zapatos y alpargatas a suntuosos borceguíes y botas de vaqueta. (Lasmariás, 2021)

Edad posmoderna

En este período, la concepción del mundo cambió la experiencia cotidiana y transformó las instituciones tradicionales que daban sentido a la vida, a su manera de pensar y vivir. Los antiguos códigos sociales que guiaban las acciones y la identidad tradicional se desvanecieron, surgiendo nuevas pautas y generadores de sentido.

En el siglo XIX, la moda experimentó una gran evolución con diversas siluetas y tipologías, que reflejaban connotaciones sociales y estilísticas. La indumentaria ya no era solo funcional, sino un código de colores, firmas y tejidos que marcaban tendencia, promovido por revistas de moda como el *correo de las damas*, que incluían numerosos figurines. Las mujeres de la alta sociedad adoptaron el “vestido imperio”, generalmente hecho de muselina y organdí. Estos vestidos se inspiraron en la Antigüedad clásica, destacando por sus pliegues y la caída del tejido sobre el cuerpo.



Imagen 8. Tomado de Alamy (empresa británica)

En esta época, las mujeres experimentaron mejoras en la salud y la higiene, y llevaban vestidos que eran favorecedores según las crónicas. Solían adornarse con cintas, galones, lazos de seda y joyas. Según el Museo del Romanticismo, el siglo XIX fue testigo de cambios políticos, sociales, culturales y de los usos y costumbres.

La transformación de la moda en el siglo XIX fue impulsada por la creciente prosperidad de la burguesía, la clase social más influyente. Cada vez más personas disfrutaban de riqueza y tiempo libre para eventos como bailes y veladas musicales. Estas actividades, antes reservadas para una élite, se volvieron comunes en amplios segmentos de la población, lo que demandaba un vestuario apropiado para cada una de estas ocasiones. Por ello, la moda se destaca como uno de los fenómenos sociales más interesantes del siglo XIX. Durante este período, el vestuario femenino enfatizó la figura y las curvas, reintroduciendo el corsé, miriñaques y escotes llamativos. La moda se destaca como uno de los fenómenos sociales más intrigantes del siglo XIX. Durante este período, el vestuario femenino enfatizó la figura y las curvas, reintroduciendo el corsé, miriñaques y escotes llamativos. Se usaron adornos abundantes como plumas, lazos y flores, combinados con múltiples capas de tejidos diversos. Además, se incorporaron accesorios como tocados para realzar peinados, sombreros, zapatos de tacón y botas. (Zambrini, 2019)

Adicionalmente, surgen revistas que democratizan la indumentaria e introducen influencias internacionales, principalmente parisinas. Las damas y los caballeros modernos, por primera vez en la historia, siguen las tendencias de temporada. También se populariza el 'traje de sociedad', esencial para eventos sociales, caracterizado por un cuerpo que destaca el busto con un gran escote decorado con una pieza llamada berta, gran cantidad de tul, muselina, lazos, galones y joyas. (Museo del Romanticismo. Ministerio de cultura y deporte, España)



Imagen 9. Tomado de Museo del traje

Ahora bien, el concepto de Vestuario Laboral es más reciente de lo que se cree. Los empleadores tardaron siglo y medio en considerar el bienestar de sus trabajadores. Durante la Revolución Industrial, la ropa de trabajo se limitaba a buzos raídos y delantales durante todo el año. En invierno, debían superponer prendas para abrigarse, y las fotos de la época muestran a los trabajadores empaquetados.

Por otro lado, la vestimenta acentuó la división entre los mundos e imaginarios femeninos y masculinos en Occidente durante ese período. La moda creó dos patrones de vestimenta exclusivos: uno para hombres y otro para mujeres, cada uno simbolizando valores opuestos. La ropa femenina denotaba la seducción, mientras que la masculina carecía de este elemento. Los trajes femeninos se volvieron más complejos en su confección y decoración, mientras que los masculinos sufrieron el proceso inverso, se simplificaron considerablemente, un fenómeno conocido como la “Gran Renuncia del siglo XIX” (Zambrini, 2019).

Por consiguiente, la indumentaria masculina del siglo XIX se simplifica y abandona los colores vivos y excesos decorativos de épocas anteriores, a pesar de algunas influencias del siglo XVIII. Los hombres adoptan un ropero sencillo y austero, con el negro como color predominante y tonalidades oscuras o pardas. Un acontecimiento importante de esta época fue la transición del calzón al pantalón. Esto simbolizó la democratización de la moda, ya que a finales del siglo XIX, todas las clases sociales usaban pantalones. El traje masculino reflejaba el rol y estatus social del caballero. Tanto la aristocracia como la burguesía seguían un protocolo similar, aunque diferían en complementos como bandas de órdenes civiles, condecoraciones, joyería, alfileres de corbata, leontinas (cadena para el reloj de bolsillo) y botones. Otra diferencia que se añadió fue el uso de tejidos, los hombres más adinerados utilizaron los de mayor calidad. (Museo del Romanticismo. Ministerio de cultura y deporte, España)



Imagen 10. Tomado de Museo del traje

En este contexto, surge un tema vital dentro de todo lo que concierne a la indumentaria: la máquina de coser. En este siglo, se convierte en un esencial en el mundo de la moda, debido a que los sastres podían hacer hasta 40 puntadas por minuto, mientras que con la máquina de coser podían hacer casi mil. Esta innovación se volvió indispensable en los hogares, permitiendo la confección de prendas propias. Además, liberó a las mujeres del medio doméstico debido al crecimiento del sector manufacturero. Por otro lado, en la indumentaria femenina, se enfatiza la elegancia con cinturas cada vez más estrechas, faldas más cortas y excesivas enaguas, además de sombreros de paja adornados con flores o plumas. En cuanto a la vestimenta masculina, se abandona el colorido y los excesos decorativos de periodos anteriores. El negro es el color por excelencia de esta época, que se verá en los trajes de chaqué como código básico de indumentaria de la clase social. El traje masculino se caracterizaba por ser uniforme y sobrio, permitiendo que se transmitiera valores como rectitud, elegancia, formalismo y distinción social. A diferencia de los atributos del vestuario femenino arraigados al ideal de belleza y sensualidad. En esta época, la vestimenta no solo se dividió según las identidades de género y/o sexualidad binarias, así como la pertenencia social, sino que también se produjo una completa separación entre la indumentaria infantil y la de los adultos. (Zambrini, 2019)

En el siglo XX, las mujeres de todos los estratos sociales adoptaron una vida activa y tomaron control de sus cuerpos. Al finalizar el conflicto bélico, la falda acampanada fue sustituida por cortes rectos. El corset cambió su función, antes usado para realzar el pecho, ahora buscaban reducirlo, lo que marcó una liberación en la indumentaria femenina.

En la posguerra, las mujeres se vuelven independientes y modernas. La ropa ajustada y rígida fue reemplazada por formas fluidas que sugerían la figura femenina. Estas usaban conjuntos de dos piezas con faldas rectas hasta el tobillo y sacos largos, inspirados en chaquetas masculinas. Por debajo usaban blusas con jabots de encaje para feminizar el conjunto. Nace Coco Chanel que revoluciona la moda con prendas cómodas y prácticas, promoviendo la comodidad, simplicidad y naturalidad. Su marca se adapta al estilo de vida de las mujeres de la época y promueve el cambio, impulsando el cabello corto y los pantalones, siguiendo el espíritu de las mujeres que participaron en la guerra. (Pinto, F., Cancela, D. 2005).

Durante la Segunda Guerra Mundial, la moda se vio afectada por la escasez de tejidos y mano de obra. Además, reflejaba el ánimo de la población y la situación política y económica. En la posguerra, los estilos de Dior trajeron elegancia, riqueza y esplendor al vestuario femenino. Coco Chanel popularizó el bronceado y las carteras en bandolera para liberar las manos de las mujeres. El estilo de vida de las mujeres modernas cambió:

fumaban en público, conducían automóviles y practicaban deportes, lo que llevó a cambios constantes en su indumentaria. Las faldas se acortaron, pero aún cubrían las rodillas, y los cortes eran rectos para dar un aspecto juvenil sin resaltar las curvas, buscando ocultar las formas femeninas. La indumentaria masculina también se vio afectada tras la guerra; las chaquetas se volvieron ceñidas al cuerpo, más largas y abotonadas hasta el cuello al igual que las de las mujeres. Los pantalones eran ajustados y usaban sombreros de hongo con las alas curvas. (Pinto, F., Cancela, D. 2005)

Por otro lado, durante el régimen nazi, se dio una persecución particular hacia personas homosexuales. El Partido Nacional Socialista emprendió una campaña contra ellos como parte de su política. Su objetivo era mantener una supuesta pureza corporal, promover la reproducción y mantener un equilibrio sexual. Para identificar a los homosexuales, se les obligaba a llevar una estrella rosa en la manga izquierda de la chaqueta y en la pierna derecha del pantalón. Esto también incluía a hombres bisexuales y mujeres transgénero. Las estrellas rosas tenían forma de triángulo, con una punta más larga que las estrellas amarillas que identificaban a los judíos o la estrella roja de los presos políticos. En los campos de concentración, había dos categorías principales: los “Pink Triangle Inmates” (internos del triángulo rosa) y los heterosexuales que habían tenido relaciones homosexuales. Los del triángulo rosa estaban en la jerarquía más baja de los campos y eran objeto de desprecios y abusos por parte de otros prisioneros. Lo que hoy es uno de los símbolos del orgullo gay y de los derechos homosexuales, hace no mucho era motivo de vergüenza.

Durante los años 80, el uso del triángulo rosa experimentó un crecimiento significativo. No solo se consideraba un recordatorio del pasado, sino también un símbolo positivo que representaba la identidad individual y comunitaria. Principalmente asociado con la comunidad gay y lesbica, el triángulo rosa comenzó a aparecer en los logotipos de organizaciones y empresas relacionadas. (Moreno Ruiz-Olalde, 2004)

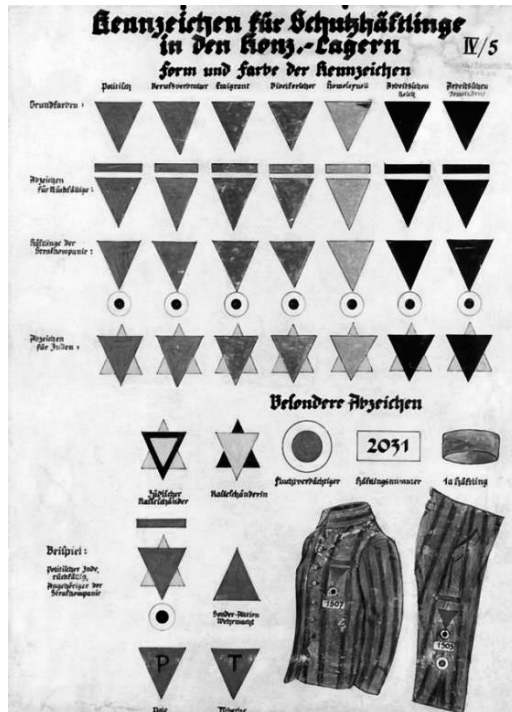


Imagen 11. Tomado de Das Bundesarchiv

A medida que la sociedad evolucionaba y cambiaba su percepción de la diversidad, la moda también reflejaba estas transformaciones. Hacia 1960, la moda se centró en la vestimenta de los adolescentes y en la exploración de nuevas formas de expresión individual. Los diseñadores usaron el cuerpo como lienzo para representar ideas, resultando en estilos más arriesgados y atrevidos. Las faldas y escotes se acortaron, y se introdujeron prendas como leotardos y medias que antes eran menos comunes. Estos cambios en la moda, no solo reflejaron una evolución estilística, sino también fomentaron la aceptación de la diversidad y la expresión individual. (Pinto, F., Cancela, D. 2005).

La moda de los años 70 y 80, reflejó un ideal masculino delgado y andrógino. Esto surgió de la moda “unisex” de los años 60 promovida por los hippies, que cuestionaba las normas de género. En las décadas siguientes se estableció como un concepto más que una simple moda. Sin embargo, a principios de los 80, cambió debido a la irrupción de la epidemia del SIDA y sus prejuicios asociados. Surgió la cultura del gimnasio y la valoración del cuerpo masculino como objeto de deseo. Esto implicó un retorno a una imagen masculina más fuerte y robusta en contraste con los estereotipos anteriores (delgadez y aspecto juvenil). La cultura fitness se expandió rápidamente, influyendo en cómo las personas percibían y buscaban una imagen corporal deseable. (De & Córdoba, 2012).

La moda de los años 80 se caracterizó por colores brillantes, accesorios llamativos, prendas ajustadas y peinados extravagantes. Esta década fue representada por los yuppies (Young Urban Professionals), el culto al dinero y las ganas de gastarlo estaban presentes en este tipo de personas. Además, surgió el fenómeno de las “fashion victims”. Las mujeres mostraban opulencia con joyería llamativa como argollas doradas simulando oro, gargantillas de perlas y prendas adornadas con lentejuelas y diamantes. Las mujeres buscaban una imagen fuerte y saludable en lugar de frágil y femenina. Los leggings se volvieron populares debido al auge del aeróbic, lo que benefició a marcas como Adidas, Reebok y Nike, ya que la música, la moda y el deporte se fusionaron. No obstante, hubo diferencias en la indumentaria de hombres y mujeres. Los hombres usaban camisas sueltas con estampados coloridos. Las camisetas vintage de cuello redondo tenían tonos llamativos y se combinaban a menudo con trajes, como Don Johnson. Los pantalones presentaban cortes cónicos obtenidos al enrollar los jeans en la parte baja, también estaban de moda los jeans rotos inspirados en el Break Dance. (Pinto, F., Cancela, D. 2005).

En los 90, mujeres y homosexuales se convirtieron en un importante segmento del mercado, la publicidad se dio cuenta que el cuerpo masculino vendía y empezó a usarlo sin reservas. La moda se volvió más sencilla y menos llamativa en comparación con los 80, adoptando colores más discretos. La ropa reflejaba un enfoque ecológico y espiritual, promoviendo la autenticidad y nuevas formas de consumo. Además, el estilo hippie renació como neo-hippie y se popularizaron los tatuajes y piercings en el cuerpo y la cara como elementos esenciales de la moda. (Pinto, F., Cancela, D. 2005)

Por esta razón, la moda femenina incluyó varios elementos. Los estampados étnicos se popularizaron, especialmente en series como *Beverly Hills 90210* o *Saved by the Bell*. A finales de los 80, la sociedad inglesa en Londres se rebeló contra su gobierno, dando lugar al movimiento artístico *grunge* que desafiaba las normas establecidas. De esta forma, las icónicas botas de combate, que simbolizaban rebeldía y dureza, se destacaron en la moda de los 90.

Finalmente, se usaban prendas unisex, dentro de estas destacaban overoles, camisas de franela a cuadros y chaquetas en tela, denim o jean. En la indumentaria masculina, se pueden evidenciar prendas que actualmente se continúan utilizando, como los pantalones cargo, pañoletas tipo bandana, chaquetas de cuero y rompevientos. Las chaquetas ligeras y resistentes al viento eran ideales para un estilo deportivo retro, especialmente en colores llamativos. También eran populares los sombreros de pescador, camisas estampadas y gorras planas, influenciados por el auge del hip-hop en ese tiempo. Adicionalmente, predominaban prendas cómodas con estilo minimalista, que no prestaban atención a las tendencias. Los pantalones de cintura baja hacían que la ropa íntima estuviera a los ojos de los demás. Se destacaban piercings y tatuajes con un estilo underground, con ropa holgada, zapatillas anchas y gorras. Debido a la preocupación por el medio ambiente, apareció el rechazo por abrigos de piel real. Por otro lado, los colores principales eran los neones, asociados con zonas costeras y deportes como el surf. La tela vaquera y la moda brillante, impulsada por estrellas como Britney Spears, también fueron importantes en esta década (Díaz, C. 2021).

A finales del siglo XX y principios del XXI, el arte ha experimentado una transformación importante, alejándose de las ideas racionales de la Ilustración hacia conceptos más subjetivos e individuales. Esto ha influido en el diseño, especialmente en las décadas de los 80 y 90. La moda ha adoptado expresiones artísticas como fuente de inspiración. En las sociedades contemporáneas, especialmente en las más desarrolladas, ya no hay códigos, signos, reglas o parámetros que las definan. La libertad ha alcanzado un punto en el que lo individual adquiere fuerza y se vuelve colectivo cuando, debido a impactos visuales, llega a afectar de tal manera que el conjunto intenta asimilar a lo singular, convirtiendo así a lo singular en un todo. (De & Córdoba, 2012).

Se llega al siglo XXI, donde se piensa que todo estaba inventado y que cada persona tenía su código de vestimenta. Sin embargo, desde el 2000 hasta mediados del 2010, se vivió el periodo denominado por BBC *noughties*, marcado por una revolución cultural y tecnológica. La moda no se benefició mucho, debido a las prendas sin mucha estética. Un ejemplo de ello según la revista Vogue, son las faldas de tiro bajo rasgadas, jeans ultra bajos, bufandas skinny y botas ugg, así como blusas de malla o pañuelo, faldas de cuero o plisadas, y pantalones y zapatos brillantes. Con el tiempo, en la época de los 2000, las blusas cortas fueron reemplazadas por camisolas y las minifaldas dieron paso a vestidos tipo babydoll y a faldas burbuja. Es curioso que la ropa informal también fuera parte de las tendencias de la década, con el denim como elemento básico para hombres y mujeres. Parte de estas tendencias fueron influenciadas por reality shows, estrellas de televisión e influencers, desde el hip-hop hasta el emo, streetwear, scene y athleisure. (Belen, M. 2020) En la moda masculina, destacaban camisetas y jeans amplios, accesorios brillantes, pantalones de pierna ancha, adoptando un estilo callejero. Las marcas de diseñadores eran populares y cada género los adaptaba a su estilo. Las camisetas con logotipos prominentes, zapatillas estilo skater y pantalones anchos sin cinturón reflejaban un estilo desenfadado y urbano de la época. (Badajoz, P. 2019).

Desde el 2010 hasta hoy, las tendencias de moda han cambiado considerablemente. La publicidad actual desafía los roles tradicionales, contrastando al hombre desnudo con la mujer vestida, empoderando así a la mujer, incluso por encima del hombre en algunos casos (De & Córdoba, 2012). Se han retomado tendencias por medio del uso de prendas pa-

sadas, como los jeans bota campana y crop tops. El estilo masculino ha permanecido con sutiles variaciones en camisas, jeans y tenis. Los consumidores actualmente demandan productos por mantener un estatus aprendido de los llamados “influenciadores” en redes sociales o en pasarelas de moda. No obstante, se han presentado problemáticas en cuanto a qué tipo de prendas usar dado el tema de contaminación ambiental por el *fast fashion* y el nacimiento de corrientes y movimientos en pro de la moda sostenible.

Personas transgénero y transexuales

Considerando la evolución del vestuario a lo largo de la historia en hombres y mujeres, es importante mencionar a las personas transgénero y transexuales. El género se concibe como una tecnología, es decir, un proceso complejo de la modernidad que busca producir sujetos “normales” al regular la heterosexualidad como norma principal y considerar la homosexualidad como tabú o desviación. (Becker, 1971)

A pesar de los conflictos, los diferentes géneros siempre han existido en personas que no se identifican con su sexo de nacimiento. Los archivos raramente abordan cómo vivían en épocas anteriores y cómo la indumentaria influía en su estilo de vida. Muchos vivían atrapados en cuerpos que no les correspondían, debido a que la sociedad no aceptaba algo diferente a lo convencional de mujer y hombre. Ser diferente en este tema y otros se consideraba una enfermedad.

Una vez comprendido esto, es importante tener en cuenta que las personas transexuales experimentan una discrepancia entre sus cuerpos, identidades y placeres sexuales que creen deberían asociarse con ellos. Esto a menudo se expresa con la dicotomía mente-cuerpo, donde la mente sugiere que algo está mal debido a la disonancia con los genitales. El concepto de “una mente atrapada en un cuerpo equivocado” refleja la idea médica de que la identidad de género es una esencia inmutable que reside en el núcleo de la persona. Las personas transexuales buscan la integridad subjetiva, destacando la dicotomía interior/exterior como un mecanismo discursivo, describiendo el cuerpo como un envoltorio externo ajeno a su psique interior. (Soley-Beltran, 2014)

La población transgénero enfrenta desafíos debido a la diversidad de opiniones en la sociedad: desde la aceptación hasta la marginación, sanciones, negación, silenciamiento y, en ocasiones, asesinatos contra quienes divergen de las normas establecidas. Aun así, los estudios sobre identidad han permitido a las personas explorar su cuerpo y sus emociones, cuestionando las características sexuales biológicas asignadas al nacer. De esta manera hoy podemos ser testigos, de manera recurrente, de los cambios que transforman no sólo apariencias físicas sino formas de ver el mundo. Estos cambios se refieren a las múltiples alternativas médicas para la transición de género, como la terapia hormonal y el apoyo psicológico, fundamentales para el proceso de transformación física y mental hacia el género deseado. Por eso, en este proceso, la ropa se convierte en un aliado crucial para la inclusión, la creación de una nueva identidad y la libertad personal. La indumentaria no es solo una adquisición, sino un componente vital en la transformación. Además, se

puede observar que ese tránsito entre lo que somos y lo que queremos ser no es más que una ruptura de las fronteras genéticas. En síntesis, las personas transgénero utilizan vestimenta y maquillaje para manifestar su identidad de género deseada. Los transformistas lo hacen públicamente, en particular en actuaciones artísticas y culturales que les permiten destacar. Por otro lado, los transexuales buscan alinearse con su género deseado a través de cirugías de reasignación genital. (Flórez Aristizábal, 2014)

Ahora bien, hablar de una indumentaria propia para personas transgénero y transexuales es complejo, ya que no se puede generalizar. Sin embargo, los tabúes están siendo reemplazados por la inclusión en la sociedad actual. Esto les permite expresarse libremente, usar prendas que los hagan sentir ellos mismos, o participar en eventos como el mes del orgullo, desfiles de moda, campañas como “about you” de Diesel, y la inclusión de personas trans en eventos como Miss Universo, cuya dueña es una mujer trans. Los 5 modelos trans que destacan en la industria de la moda. Los 5 modelos transgéneros que conquistaron la industria fashion (2023, 6 de abril) Infobae

Las marcas se benefician de las personas trans al abordar sus necesidades, como la ropa interior especializada. Debido a las diferencias anatómicas, las personas trans no encuentran lencería adecuada en el mercado convencional, lo que ha impulsado el negocio de la lencería trans. En España, Translingerie es una firma importante que ofrece ropa interior y de baño para todas las etapas de la transición de género, tanto de hombre a mujer como de mujer a hombre. Su fundadora, Silvia Matos, la creó al no encontrar prendas adecuadas para sus necesidades. La marca se enfoca en dos prendas principales: el binder y la trucadora. Los binders son camisetas especiales que ocultan el pecho de los chicos trans antes de la mastectomía, mientras que la trucadora acomoda el área genital. También ofrecen bañadores, batas y una línea infantil para niños a partir de ocho años. Este movimiento ha cobrado fuerza, destacando Rodeoh, marca californiana que desde 2012, se define como colectivo artístico y colaborativo, centrándose en personas trans FTM (de hombre a mujer). Además de lencería, ofrecen prótesis para quienes no han completado su transición. Parte de sus beneficios son donados a Planed Parenthood y a Point of Pride, fundaciones que brindan apoyo psicológico y asesoramiento para la aceptación e integración de personas trans. Cocina, C. (2019, 26 de junio) Así es la nueva lencería para transexuales. S Moda, el país.

En años recientes, se ha trabajado para eliminar las barreras y etiquetas impuestas por la sociedad, dando lugar a la moda sin género o “genderless”. No obstante, es relevante mencionar que en su libro “El género en disputa”, publicado en 1999, la filósofa estadounidense Judith Butler propone una teoría en la que las personas no están obligadas a identificarse como hombre o mujer, ya que el género es simplemente una construcción social. La historia muestra cómo el vestuario de hombres y mujeres cambia con los años y los eventos para establecer los estereotipos actuales. Además, según el teórico Howard Becker en su texto “Los Extraños: Sociología de la desviación”, publicado en 1971, el género se considera una tecnología, un proceso complejo de la modernidad orientado a crear sujetos “normales”, donde la heterosexualidad es la norma principal y obligatoria, mientras que la homosexualidad es vista como un tabú o desviación. Sierra, J. (2021, 11 de abril) Genderless: ropa sin género para gente con identidad propia. Conexión Externado, Universidad Externado

Se puede inferir que la moda genderless va ligada con las tendencias de códigos de vestimenta de las personas trans, ambas buscan la libertad de expresión sin etiquetas. La moda genderless destaca que la ropa ya no define género, permitiendo que cada persona elija lo que le gusta y le resulta cómodo. Numerosos famosos siguen esta moda, respaldando a personas trans que promueven una sociedad más inclusiva a través de manifestaciones artísticas y pasarelas de moda.

En conclusión, al explorar los temas clave para comprender la caracterización del vestuario por género y la influencia de las tendencias de moda, se destaca la profunda incidencia de la industria en el desarrollo de la identidad de las personas, estableciendo códigos de vestimenta que definen en gran medida a cada individuo, ya que la elección de ropa es una forma de expresión personal. Además, teniendo en cuenta que va mucho más allá de una simple prenda, debido a la sensación de pertenecer a algo. El ser humano es, por naturaleza, gregario y social, sintiendo la necesidad de formar parte de lo colectivo. Sin embargo, la industria de la moda ha logrado ofrecer autenticidad a cada individuo a través de la ropa, permitiendo que todos seamos únicos en una sociedad diversa. Aquí es donde cobra relevancia comprender el origen y la evolución de la indumentaria, cómo ha llegado a su situación actual y por qué es importante para las personas y la economía. La moda refleja de manera indiscreta el contexto social, mostrando la sensibilidad de una época en constante cambio, donde se valora cada vez más lo que nos diferencia de los demás. Asimismo, pone en relieve los atributos personales, que a su vez se convierten en un espectáculo publicitario, y nuestro cuerpo se convierte en algo digno de ser exhibido. (Bustingorry, Florencia. 2015)

Referencias

- Pérez, L. (2022, marzo 21). *Tendencias digitales en la industria de la moda*. Marketing Directo. <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/digital-innovation-trendsby-t2o/tendencias-digitales-impulsaran-industria-moda-2022>
- Iracet, L. (2016). Indumentaria y cultura en la Edad Media
- Perez, I. (2004). La normativización del cuerpo femenino en la Edad Moderna: el vestido y la virginidad. *Espacio, tiempo y forma*. Serie IV, historia moderna, Pag. 103-116
- Lasmarias, I (2021). Cada uno en su traje. Vida cotidiana y prácticas indumentarias en Aragón en la Edad Moderna. Universidad de Zaragoza. *Prensas de la Universidad de Zaragoza*.
- Laura Zambrini (2009). Modos de vestir e identidades de género. Reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. *VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires*
- Ministerio de cultura y deporte de España. Museo del romanticismo. *La moda durante el siglo XIX*. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:bab92c40-6400-4eac-92abf4d93bac4733/2-hojadesala-modafemenina.pdf>

- Ministerio de cultura y deporte de España. Museo del romanticismo. *La moda masculina durante el siglo XIX.* <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:bab92c40-6400-4eac-92ab-f4d93bac4733/2-hojadesala-modafemenina.pdf>
- Moreno Ruiz-Olalde, P. (2004). La historia olvidada del nazismo: los homosexuales durante el holocausto. *Ciencias de la información*, Universidad Pontificia de Salamanca.
- De Picolli Córdoba, G. (2014). El arte contemporáneo y el vestuario masculino. *Revista Arte & Diseño*, 10(1), 9 - 15. <https://doi.org/10.15665/ad.v10i1.190>
- Pinto, F., Cancela, D. (2005). *Moda para principiantes* (1. ed.). Era Naciente.
- Díaz, C. (2021). Evolución de la moda en España en el siglo XXI, Universidad de Sevilla, Facultad de Turismo y Finanzas.
- Soley-Beltran, P. (2014). Transexualidad y transgénero: una perspectiva bioética. *Revista Bioética y Derecho*. (Num. 20) Pag. 21-39.
- Florez, Y. (2014). Cuerpos e identidades, entre estéticas y tabúes: una mirada hacia lo transgénero, Pontificia Universidad Javeriana, facultad de ciencias políticas y relaciones internacionales.
- INFOBAE. (2016). *Los 5 modelos transgénero que conquistaron la industria fashion.* infobae. <https://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2016/11/22/los-5-modelos-transgenero-queconquistaron-la-industria-fashion/>
- Cocina, C. (2019). *Así es la nueva lencería para transexuales.* S Moda EL PAÍS. <https://smoda.elpais.com/moda/comoda-provocativa-y-con-un-toque-moda-asi-es-la-nuevalenceria-para-transexuales/>
- Externado, C. (2021, abril 11). Genderless: ropa sin género para gente con identidad propia - Conexión Externado. *Conexión Externado*. <https://conexion.uexternado.edu.co/genderless-ropa-sin-genero-para-gente-con-identidadpropia/>
- Bustingorry, F. (2015). Interpretando el pensamiento de diseño del siglo XXI, *Moda y distinción social. Reflexiones entorno a los sentidos atribuidos a la moda.* Pag. 47-57

Abstract: The fashion industry has played a fundamental role in consumption habits, especially in clothing, which has been crucial in daily life, establishing dress codes in various genders (women, men, LGBT community). Fashion goes beyond being a mere product; it is an identity. People use clothing as an expression of their personality and emotions, becoming a cultural theme that promotes free expression across generations. This article aims to characterize dress codes in different genres and contexts, showing their evolution and impact on society and personality development. The study of fashion enables the identification of people's pace and lifestyle.

Key words: fashion - clothing - LGBT community - consumption.

Resumo: A indústria da moda desempenhou um papel fundamental nos hábitos de consumo, especialmente no vestuário, que foi crucial na vida diária, estabelecendo códigos de vestimenta em diversos gêneros (mulher, homem, comunidade LGBT). A moda vai além de ser um mero produto; é uma identidade. As pessoas usam o vestuário como uma

expressão de sua personalidade e emoções, tornando-se um tema cultural que promove a livre expressão ao longo das gerações. Este artigo tem como objetivo caracterizar os códigos de vestuário em diferentes gêneros e contextos, mostrando sua evolução e impacto na sociedade e no desenvolvimento da personalidade. O estudo da moda possibilita a identificação do ritmo e estilo de vida das pessoas.

Palavras-chave: moda - vestuário - comunidade LGBT - consumo.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]
