

Tu pinta, tu voz: la indumentaria intervenida como discurso de autenticidad

Daniel Andrés Calao Villalba ⁽¹⁾

Resumen: El presente proyecto de investigación se adentra en el mundo de la indumentaria intervenida, explorando cómo esta forma de expresión artística y personalizada se convierte en un poderoso medio de comunicación. Específicamente, se examina cómo los estudiantes de pregrado de la Universidad de Medellín utilizan la ropa intervenida como un vehículo para transmitir discursos de autenticidad. Más allá de ser simplemente una manifestación de moda, la ropa intervenida se convierte en un canal cargado de significado cultural y personal, desafiando las concepciones tradicionales de identidad y autenticidad. Este estudio se propone comprender en profundidad los discursos de autenticidad que se comunican a través de la vestimenta personalizada, centrándose en la identificación de las expresiones artísticas presentes en la indumentaria de los estudiantes y en la comprensión de cómo estas personalizaciones definen su imagen pública y construyen discursos de autenticidad frente a su entorno social.

Palabras clave: arte - moda - autenticidad

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 63]

⁽¹⁾ **Daniel Andrés Calao Villalba.** Estudiante de Comunicación Gráfica Publicitaria, integrante del semillero de investigación Comunicación Persuasiva y Puro Flow, Facultad de Comunicación Universidad de Medellín.

Introducción

La moda no se limita a la simple elección de prendas: es una forma de expresión que trasciende lo superficial y se convierte en un reflejo de nuestra identidad, valores y emociones. Según Entwistle, la vestimenta debería entenderse como práctica social que se sitúa entre

el cuerpo, la identidad y las normas culturales (2000). Esto que sugiere que la moda no solo responde a tendencias, sino también a las construcciones sociales y personales de quienes la eligen. En la Universidad de Medellín, los estudiantes han encontrado en la indumentaria intervenida un medio único para comunicar quiénes son y qué representan en un mundo cada vez más diverso y complejo. Desde esta evidencia empírica y personal los conceptos de Barthes cobran una nueva relevancia, en tanto subraya esta dimensión comunicativa de la moda al describirla como un lenguaje sin palabras (2006). Cada prenda, color y estilo pueden llevar significados profundos y personales.

A través de la intervención artística en su ropa, estos jóvenes no solo buscan destacarse en un mar de uniformidad, sino transmitir mensajes auténticos sobre su identidad y su visión del mundo. Para ellos, la autenticidad no es solo un concepto abstracto, sino una ética de vida que se expresa en cada elección estética. Como señala Taylor, la autenticidad implica mantenerse fiel a uno mismo, a lo que se es verdaderamente (1991), principio que se refleja claramente en la personalización de la indumentaria que los estudiantes adoptan como forma de resistencia a las normas impuestas por la sociedad.

Según el rastreo realizado, en el momento no hay una investigación puntual que explore específicamente la relación entre moda, artes plásticas y autenticidad. Sin embargo, este proyecto se basa en una combinación de documentación teórica, charlas con expertos, y fuentes que abordan algunos de estos conceptos en diferentes contextos. De acuerdo con Bourriaud, el arte contemporáneo se define muchas veces por la interacción social que genera, en lo que él llama *estética relacional* (2002), un marco útil para entender cómo las intervenciones artísticas en la moda también pueden funcionar como un medio de conexión social y cultural. Estas perspectivas han proporcionado datos e ideas que han contribuido significativamente al desarrollo del presente estudio.

Objetivos de la investigación: el objetivo principal de esta investigación es comprender los discursos de autenticidad comunicados por los estudiantes a través de su vestimenta intervenida artísticamente. Para ello, nos planteamos dos objetivos específicos: 1. Identificar las expresiones artísticas presentes en la indumentaria de los estudiantes; 2. Analizar cómo estas personalizaciones definen su imagen pública y construyen discursos de autenticidad frente a su entorno social.

Materiales y Metodología

El enfoque metodológico de este estudio es cualitativo fenomenológico, lo que nos permite adentrarnos en las percepciones y emociones asociadas a la indumentaria intervenida. Para alcanzar nuestros objetivos, utilizamos una variedad de herramientas, incluyendo encuestas masivas, entrevistas individuales y grupales, así como análisis documental. Esta metodología nos permitió explorar en profundidad el impacto de la ropa intervenida en la dinámica social y la construcción de la identidad individual de los estudiantes de la Universidad de Medellín.

Plan de trabajo ejecutado

El fenómeno se observa en la Universidad de Medellín con estudiantes identificados como muestra para este estudio. La muestra se compone de una estudiante mujer de Investigación Criminal, una estudiante mujer de Derecho, un estudiante hombre de Derecho, una estudiante mujer de Ingeniería Industrial, un estudiante hombre de Ingeniería en Energía, un estudiante hombre de Ingeniería en Sistemas, una estudiante mujer de Mercadeo, una estudiante mujer de Diseño y Gestión de la Moda y el Textil, tres estudiantes mujeres de Comunicación y Relaciones Corporativas, un estudiante hombre de Comunicación y Lenguajes Audiovisuales, un estudiante hombre de Comunicación Gráfica Publicitaria y un estudiante hombre de Comunicación y Entretenimiento Digital. Esta entonces se resume en ocho estudiantes mujeres y seis estudiantes hombre entre las edades de 18 a 22 años de edad. La investigación se desarrolló en las siguientes fases:

Fase de la investigación	Actividades realizadas	Período de tiempo
Fase 1	Planteamiento de la investigación, definición del diseño e inmersión inicial.	Fechas: entre 1 marzo y 17 de abril de 2023
Fase 2	Trabajo de campo.	Fechas: entre 17 y 27 de abril de 2023
Fase 3	Sistematización, codificación, categorización, triangulación.	Fechas: entre 4 de mayo y 11 de mayo de 2023
Fase 4	Análisis, resultados, hallazgos y conclusiones	Fechas: entre 16 y 18 de mayo de 2023
Fase 5	Redacción del informe parcial	23 de mayo 2023
Fase 6	Búsqueda y análisis de más fuentes relacionadas a las temáticas	2023 - 2
Fase 7	Ideación de producto investigativo	2023-2
Fase 8	Realización del primer producto investigativo: podcast con invitado. Este fue Alejandro Palacio, Artista urbano y grafitero paisa	2023-2
Fase 9	Escritura del segundo producto investigativo: artículo científico.	2024

Tabla 1. Fases de la investigación. Fuente: elaboración propia

Fase 1: Planteamiento de la investigación, definición del diseño e inmersión inicial.

La primera fase de la investigación se centró en establecer el marco teórico y metodológico que guiaría todo el proyecto. Durante este período, se definieron los objetivos generales y específicos, así como la pregunta de investigación, que buscaba explorar cómo los estudiantes de pregrado de la Universidad de Medellín utilizan la indumentaria intervenida como un medio de comunicación y expresión de autenticidad. Este proceso incluyó una

revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el tema, permitiendo identificar los vacíos de conocimiento y justificar la relevancia del estudio. Asimismo, se seleccionó un enfoque cualitativo para profundizar en la comprensión de los discursos de autenticidad reflejados en la vestimenta personalizada de los estudiantes, desarrollando un diseño metodológico que integraba técnicas como la observación participante, entrevistas semiestructuradas y análisis visual de las prendas intervenidas. Esta fase culminó con una inmersión inicial en el contexto de estudio, donde se realizaron acercamientos preliminares con los estudiantes, facilitando un entendimiento más cercano del fenómeno en cuestión.

Fase 2: Trabajo de campo. Durante la segunda fase, el enfoque del proyecto se trasladó hacia el trabajo de campo, donde se llevó a cabo una inmersión total en el entorno de los estudiantes. A lo largo de estas semanas, se realizaron observaciones detalladas en los espacios universitarios, documentando la indumentaria intervenida de los participantes y tomando notas sobre cómo estas prendas eran utilizadas en contextos cotidianos. Las entrevistas semiestructuradas fueron fundamentales para recoger testimonios directos de los estudiantes sobre sus motivaciones, procesos creativos, y las significaciones culturales y personales atribuidas a sus intervenciones artísticas en la ropa. Este trabajo de campo permitió recolectar datos ricos y variados, proporcionando una base sólida para los análisis posteriores.

Fase 3: Sistematización, codificación, categorización, triangulación. La tercera fase estuvo dedicada a la sistematización y análisis de los datos recolectados durante la inmersión en el trabajo de campo. En esta etapa, se realizó un proceso riguroso de codificación de las entrevistas y observaciones, identificando patrones, categorías emergentes y temas recurrentes en los discursos de los participantes. La triangulación de datos se llevó a cabo combinando la información obtenida de diferentes fuentes (entrevistas, observación participante, análisis visual) para asegurar la validez y confiabilidad de los hallazgos. Este análisis profundo permitió estructurar de manera clara las diferentes formas en que la indumentaria intervenida servía como discurso de autenticidad para los estudiantes, estableciendo una conexión entre la teoría y los datos empíricos.

Fase 4: Análisis, resultados, hallazgos y conclusiones. La cuarta fase se enfocó en interpretar los datos sistematizados para derivar resultados significativos y elaborar las conclusiones del estudio. A partir del análisis categorizado, se identificaron los principales hallazgos que revelan cómo los estudiantes de la Universidad de Medellín utilizan la indumentaria intervenida para proyectar sus identidades auténticas y desafiar las normas establecidas de moda y expresión personal. Los resultados fueron discutidos en relación con las teorías existentes sobre autenticidad, moda y expresión artística, destacando cómo estas intervenciones artísticas en la ropa funcionan como potentes medios de comunicación cultural. Esta fase concluyó con la formulación de conclusiones que no solo sintetizan los hallazgos, sino que también proponen nuevas direcciones para investigaciones futuras.

Fase 5: Redacción del informe parcial. Después de realizar el análisis de los resultados y formular las conclusiones, se procedió a la redacción de un informe parcial que compilara

los avances y hallazgos más relevantes hasta ese momento. Este documento sirvió como un primer acercamiento para validar los resultados preliminares con asesores académicos y obtener retroalimentación constructiva que fortaleciera la investigación.

Fase 6: Búsqueda y análisis de más fuentes relacionadas a la temática. Para enriquecer la base teórica y contextual de la investigación, se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva de fuentes adicionales que abordaron temas relacionados con la indumentaria, la autenticidad, la identidad personal, y las expresiones artísticas. Este proceso de revisión bibliográfica permitió incorporar nuevos enfoques teóricos y casos comparativos que ampliaron el entendimiento del fenómeno estudiado y robustecieron los argumentos del artículo científico.

Fase 7: Ideación de producto investigativo. En esta fase, se exploraron diversas formas de difundir los hallazgos del estudio de una manera innovadora y accesible. Se llevó a cabo una serie de sesiones de ideación donde se evaluaron diferentes formatos, considerando tanto la audiencia como los objetivos del proyecto. Finalmente, se decidió que el primer producto investigativo sería un podcast, un formato que permitiría una conversación fluida y dinámica sobre los temas abordados en la investigación.

Fase 8: Realización del primer producto investigativo: podcast con invitado. El primer producto investigativo se concretó en la realización de un podcast que contó con la participación de Alejandro Palacio, un reconocido artista urbano y *graffitero paisa*. En este espacio, se discutieron temas como la intervención en la indumentaria, la autenticidad y la expresión artística desde la perspectiva de un creador que opera fuera de los márgenes tradicionales del arte. Esta conversación enriqueció la investigación al aportar un enfoque externo que complementa los discursos estudiados entre los estudiantes universitarios.

Fase 9: Escritura del segundo producto investigativo: artículo científico. Actualmente, se está desarrollando el segundo producto investigativo: el artículo científico. Este escrito busca sintetizar de manera rigurosa los hallazgos del estudio, articulando los diferentes discursos de autenticidad identificados y proponiendo nuevas miradas sobre la relación entre la indumentaria intervenida, la expresión artística, y la construcción de la identidad personal en contextos universitarios. La redacción se centra en presentar una narrativa clara y convincente que conecte teoría, metodología y resultados, contribuyendo significativamente al campo de estudio.

Luego de realizada la inmersión inicial, no se generaron muchos cambios, simplemente que por medio de la observación y la dinámica de la investigación permitió dar cuenta de que posiblemente haya otro tipo de muestra que se deba abarcar para obtener un mayor número de resultados, ya que el interés por la temática en desarrollo también se encuentra por otros sectores y categorías poblacionales.

El tipo de muestra que conviene a los objetivos de investigación fue una muestra variada que permite recolectar las distintas perspectivas que hay en el entorno sobre el fenómeno a ser estudiado, esta quedó compuesta por 14 estudiantes de la Universidad de Medellín,

entrevistados por medio de la técnica de entrevista semiestructurada, análisis de documentos (hallazgos relacionados con el tema de la autenticidad), etc. De estas, se obtuvieron unidades de análisis como opiniones, narraciones, emociones, comportamientos, discursos y percepciones consignadas en videos y audios grabados.

Resultados

Los resultados de nuestra investigación revelan que la indumentaria intervenida se ha consolidado como una herramienta poderosa para la construcción y manifestación de un sello distintivo personal. A través de la personalización de prendas, los estudiantes de la Universidad de Medellín logran transmitir mensajes que reflejan no solo su personalidad y emociones, sino también sus valores sociales. Estos hallazgos coinciden con la idea de Barthes (s.f.), quien señala que la moda es un lenguaje simbólico que actúa como un sistema semiótico de segundo grado, donde las prendas de vestir comunican significados profundos y discursos que trascienden lo meramente estético. En este caso, la indumentaria intervenida se convierte en un medio por el cual los estudiantes articulan y proyectan su identidad individual y su relación con el mundo social.

Discursos de Autenticidad

Pregunta de investigación: ¿Cuáles son los discursos de autenticidad que hay en la indumentaria intervenida por medio de las artes plásticas por parte de estudiantes de pregrado de la Universidad de Medellín?

Hallazgos:

- Los discursos de autenticidad identificados están vinculados con el deseo de establecer un factor diferencial personal frente a los demás. Las prendas intervenidas permiten a los estudiantes proyectar su individualidad, al mismo tiempo que comunican mensajes sobre sus emociones, su personalidad y sus valores, destacando temas relacionados con el tejido social.

Aquí, la noción de Barthes de la moda como un lenguaje complejo que transmite mensajes sociales se hace evidente. Los estudiantes no solo utilizan la indumentaria como una forma de autoexpresión, sino que también, como sugiere Barthes, integran elementos de lo social y lo cultural en su vestimenta, generando un discurso auténtico que los distingue del resto. Además, estos resultados también pueden analizarse bajo la lente de la estética relacional de Bourriaud (2002), donde la intervención en la ropa no es solo una forma de arte individual, sino también una herramienta de interacción social. Los estudiantes no solo crean para sí mismos, sino que establecen relaciones con su entorno social a través de sus prendas, haciendo que la indumentaria intervenida sea tanto una extensión de su identidad como una forma de diálogo con los demás.

Efectos de los Discursos en la Percepción Social

Pregunta de investigación: ¿Qué efectos tienen estos discursos en la percepción de estas personas en la sociedad?

Hallazgos:

- Existe una aceptación generalizada de la indumentaria intervenida como un medio para expresar de manera clara y auténtica lo que representa cada individuo, tanto en términos emocionales como ideológicos. Este tipo de ropa se percibe como una alternativa valiosa para expresar la personalidad y la esencia, no solo de quienes la crean, sino también de quienes la utilizan.

Este hallazgo refleja la teoría de Bourriaud (2002), quien enfatiza que el arte relacional tiene la capacidad de generar nuevos espacios de interacción social. La aceptación de la indumentaria intervenida como una forma de expresión personal permite que los estudiantes se relacionen de manera diferente con la sociedad, transformando su apariencia en un discurso vivo que comunica sus valores e ideologías. A través de esta interacción, las prendas intervenidas facilitan un intercambio simbólico que construye relaciones significativas entre el individuo y su entorno.

Discusión

La relación entre arte, moda y autenticidad es central en este estudio, aunque no es un tema novedoso en muchos contextos. Los discursos que se construyen a partir de la intervención de indumentaria por medio de las artes plásticas generan una disrupción en el tradicional concepto de lo que se considera como bellas artes.

El uso de la indumentaria intervenida por los estudiantes de la Universidad de Medellín revela un proceso complejo de construcción de autenticidad, donde la moda y el arte se entrelazan para expresar la identidad personal y proyectar discursos sociales. Este fenómeno puede entenderse a través de varios marcos teóricos que abordan la relación entre moda, autenticidad e identidad. Barthes (1967), Bourriaud (2002), Kawamura (2005), Zavallo (2013) y Giddens (1991) proporcionan perspectivas clave que nos permiten analizar cómo las intervenciones artísticas en la moda desafían las convenciones estéticas y sociales tradicionales.

La noción de la moda como sistema de signos propuesta por Barthes (1967) se verificó en los estudiantes que utilizan la indumentaria intervenida como un lenguaje visual para expresar aspectos de su identidad y emociones. Los resultados indican que las prendas personalizadas no son meras piezas de ropa, sino que actúan como vehículos de comunicación, permitiendo a los estudiantes proyectar sus valores, ideologías y sentimientos. Este uso de la moda como un discurso visual se alinea con la idea de Barthes de que las elecciones estéticas reflejan un proceso de significación. Las prendas intervenidas se convierten en signos que no solo transmiten mensajes individuales, sino que también permiten a los estudiantes interactuar socialmente, generando una narrativa colectiva que desafía las

normas establecidas sobre lo que es aceptable o común en el ámbito de la moda (Arango Lopera y Ramírez-Montoya, 2023).

Giddens también ofrece un marco útil para entender este fenómeno. En su teoría sobre la modernidad tardía, describe la identidad como un proyecto reflexivo, donde los individuos construyen constantemente su yo a través de las elecciones que hacen (1991). En este caso, las elecciones estéticas de los estudiantes en relación con la indumentaria intervenida reflejan un esfuerzo consciente por afirmar su autenticidad. Los entrevistados indican que sus prendas intervenidas no solo les permiten destacarse de los demás, sino que también les ayudan a construir una imagen auténtica de sí mismos, proyectando quienes realmente son y resistiendo las presiones sociales de conformidad. Esto refuerza la idea de Giddens de que, en una sociedad globalizada, los individuos buscan diferenciarse a través de la moda, utilizando esta como una herramienta para gestionar su identidad.

El arte y la moda como campos de resistencia cultural

En este contexto, es relevante reflexionar sobre el papel que juegan tanto el arte como la moda como campos de resistencia cultural. La moda intervenida por las artes plásticas, tal como lo evidencian los hallazgos, puede entenderse como un acto de resistencia simbólica contra las estructuras homogéneas de la moda comercial masiva. Kawamura sugiere que la moda no es solo una cuestión de vestimenta, sino un sistema profundamente ligado a la identidad cultural y la forma en que las personas se posicionan dentro de la sociedad (2005). Esto resuena con el contexto en que los estudiantes de Medellín utilizan prendas personalizadas para desafiar las nociones convencionales de estilo y funcionalidad. La indumentaria intervenida se convierte en un vehículo para comunicar diferencias culturales y sociales, proyectando una versión auténtica del yo que va más allá de las normas impuestas por la industria de la moda.

Esta reflexión sobre la moda como resistencia se puede profundizar en el concepto de autenticidad dentro de las industrias culturales. Hoy en día, las marcas buscan promover una imagen de autenticidad para conectar con sus consumidores. Sin embargo, los resultados de esta investigación indican que la autenticidad, tal como la conciben los estudiantes, no se trata únicamente de crear una imagen superficial, sino de proyectar una narrativa que refleje la esencia personal y los valores individuales. Aquí es donde el concepto de autenticidad en la moda se encuentra con el arte, pues ambos campos se utilizan para comunicar un discurso propio y diferenciado.

Estética relacional y moda intervenida

Otro autor central en esta discusión es Nicolas Bourriaud, quien propone la idea de una “estética relacional” en el arte contemporáneo. Según Bourriaud, el arte hoy en día debe ser valorado no solo por su forma o contenido, sino también por las relaciones sociales que genera (Bourriaud, 2002). Este concepto es clave para comprender cómo los estudiantes de la Universidad de Medellín utilizan la moda intervenida no solo como una

forma de diferenciación estética, sino también como un medio para generar conexiones sociales. Los entrevistados mencionaron que sus prendas personalizadas son una forma de comunicarse con su entorno, transmitiendo mensajes sobre quiénes son y qué valoran. Este acto de comunicación visual crea un espacio de interacción, donde las prendas no solo expresan individualidad, sino que también fomentan diálogos sobre la autenticidad, la identidad y la relación entre el individuo y la sociedad.

Este enfoque relacional del arte y la moda también puede vincularse con la idea de que, en un mundo cada vez más globalizado y homogéneo, las personas buscan herramientas para diferenciarse y afirmar su individualidad. La moda intervenida se convierte en un medio para construir relaciones basadas en la autenticidad, permitiendo a las personas conectarse con los demás a través de un lenguaje visual compartido. Los estudiantes de Medellín, al personalizar sus prendas, están creando un código de comunicación que les permite afirmar su identidad y establecer una conexión con su entorno social.

Evolución del concepto de autenticidad en la moda y el arte

El concepto de autenticidad ha evolucionado con el tiempo, especialmente en relación con la moda y el arte. En las sociedades premodernas, la autenticidad se vinculaba a la conformidad con las normas culturales y sociales. Sin embargo, en la modernidad tardía, el concepto de autenticidad se ha transformado en un proceso reflexivo en el que los individuos buscan diferenciarse de las masas y proyectar su identidad única (Giddens, 1991). Este proceso de búsqueda de autenticidad a través de la moda se ve reflejado en las elecciones estéticas que hacen los estudiantes al intervenir sus prendas.

La idea de proyectar autenticidad mediante la moda puede entenderse como una respuesta a la homogenización de la moda global. En un mundo donde las tendencias son dictadas por grandes marcas y diseñadores, la personalización de la moda se convierte en un acto de resistencia y afirmación personal. Esto se alinea con el análisis de Valeria Zavallo, quien argumenta que las artes plásticas contemporáneas recurren a la moda para abordar problemáticas de identidad (Zavallo, 2012). Los resultados de nuestra investigación muestran que los estudiantes no solo están utilizando la moda para proyectar una imagen estética, sino que también la están utilizando como un medio para afirmar su autenticidad y resistir las normas sociales que buscan homogeneizar la identidad.

El rol de las prendas intervenidas en la construcción de una marca personal

En este proyecto, la riqueza de los discursos de autenticidad encontrados a través de la personalización de la ropa sirve como un insumo valioso para la creación y establecimiento del tono comunicacional de una marca que se enfoque en este tipo de productos o servicios. El objetivo es que las personas utilicen estas prendas desde un sentido profundo y significativo, más allá de su mera instrumentalización. Las marcas, hoy más que nunca, necesitan proyectar autenticidad para conectar con sus consumidores de manera genuina.

Las prendas intervenidas ofrecen una oportunidad para que las marcas se diferencien en un mercado saturado y se posicionen como verdaderos protagonistas del cambio cultural. La idea de Barthes según la cual la moda usa un lenguaje que funciona como materia expresiva desde la cual construir un sistema simbólico de segundo grado es clave aquí (Barthes, 1967). La investigación mostró que las formas de vida, los valores, y las formas de organizarse se inscriben en las elecciones de vestimenta, creando una narrativa compleja que puede ser leída y reinterpretada continuamente. Este proceso de transformación y resignificación, al que Barthes llama *shifters*, permite el tránsito entre lo real y la imagen, y entre la imagen y el lenguaje, produciendo nuevas formas de significado.

Conexión entre los discursos de autenticidad y la percepción social

Finalmente, los hallazgos de este estudio también ofrecen una visión más amplia sobre cómo los discursos de autenticidad generados a través de la moda intervenida afectan la percepción social de quienes los utilizan. Los entrevistados indicaron que sus prendas personalizadas no solo comunican aspectos de su identidad personal, sino que también les permiten generar interacciones significativas con los demás. Las prendas intervenidas actúan como puntos de conversación que inician diálogos sobre la autenticidad, la creatividad y las normas sociales.

Esta capacidad de la moda para generar interacciones sociales significativas también puede verse en el contexto más amplio de la sociedad contemporánea, donde la individualidad y la autenticidad son valores cada vez más buscados. Los resultados de este estudio sugieren que las prendas intervenidas permiten a los estudiantes afirmar su autenticidad y resistir las presiones de conformidad social, proyectando una imagen auténtica de sí mismos que desafía las expectativas convencionales.

Los resultados de este estudio sugieren que la indumentaria intervenida por medio de las artes plásticas no solo es una forma de proyectar la identidad personal, sino también una herramienta para conectar socialmente y comunicar autenticidad en un mundo cada vez más globalizado. Este proceso de personalización y resignificación de la moda, tal como lo describen autores como Barthes, Giddens, Bourriaud, Kawamura y Zavallo, permite a los individuos construir una narrativa visual que desafía las normas sociales y proyecta una imagen auténtica de quienes son. Además, este estudio muestra cómo la moda puede utilizarse como un medio para generar conexiones sociales significativas y afirmar la autenticidad personal, ofreciendo una nueva perspectiva sobre el papel de la moda en la sociedad contemporánea.

La intervención artística de la indumentaria no solo desafía las nociones tradicionales del arte, sino que también fomenta nuevas formas de expresión cultural y personal, que resuenan con el concepto de autenticidad. Como sugiere Tim Edwards (2011) en *Fashion in Focus: Concepts, Practices and Politics*, la moda surge como un espacio cultural complejo en el que se propician los cruces de prácticas de todo orden: políticas, estéticas y de identidad. Este enfoque subraya cómo la personalización de prendas no es meramente una cuestión de estilo, sino una declaración profunda sobre el individuo en relación con las normas sociales y políticas contemporáneas. Los estudiantes que adoptan la indumentaria

intervenida, como muestra este estudio, no solo están expresando sus personalidades, sino que también están negociando su posición dentro de un sistema de poder y representación visual.

En consonancia con Edwards, Francesca Granata en *Experimental Fashion: Performance Art, Carnival and the Grotesque Body* (2017) explora cómo el cuerpo se convierte en un lienzo para intervenciones creativas que borran las líneas entre arte y moda. Granata insiste en su investigación en que el cuerpo, a través del vestido, se configura como un medio performativo que opera en la misma lógica de medios como el teatro, donde se pueden subvertir las normas sociales. En el contexto de la indumentaria intervenida por los estudiantes de la Universidad de Medellín, se observa una clara tendencia hacia la disrupción de lo convencional y la creación de discursos de autenticidad a través de la moda performativa, similar a las prácticas del arte experimental.

Por otro lado, la sostenibilidad es un aspecto crucial en las tendencias actuales de la moda. Arianna Piazza (2021), en *Fashion and Cultural Sustainability: A Study of Slow Fashion Movements*, argumenta que una moda que sea sostenible culturalmente debe brindar a los sujetos una forma de conexión particular con su entorno, desde los valores éticos y estéticos en clave de elecciones conscientes sobre sus prendas. Este enfoque sugiere que la intervención artística de la moda no solo responde a una búsqueda de autenticidad estética, sino que puede alinearse con principios de sostenibilidad. Los estudiantes, al personalizar sus prendas, pueden estar, consciente o inconscientemente, adoptando una postura crítica frente al consumismo de la moda rápida, lo que abre una nueva vía de investigación sobre las motivaciones ambientales detrás de estas prácticas.

Anja Aronowsky Cronberg (2020) en *Fashion, Power, and Curiosity: The Story of Vestoj*, aborda cómo la moda no es solo un medio de expresión personal, sino también una herramienta de poder y resistencia. Aronowsky Cronberg entiende que la moda puede ser un espacio de curiosidad y subversión, donde los códigos establecidos son desafiados y reinventados. Esta idea es particularmente relevante en el análisis de la indumentaria intervenida, ya que las prendas personalizadas permiten a los estudiantes comunicar quiénes son y resistir las expectativas sociales y las normas estéticas predominantes, abriendo espacios de diálogo y conexión personal.

Finalmente, Caroline Evans (2013) en *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, and Deathliness* plantea que actualmente la moda tiende a situarse en los bordes de lo social, allí donde lo estético y lo social se encuentran en un diálogo constante pero no siempre amable. Esta reflexión se ajusta a la idea de que la indumentaria intervenida por medio de las artes plásticas se convierte en un espectáculo que desafía las fronteras entre el arte y la moda. El uso de la moda como un medio para articular la identidad y la autenticidad además de permitir a los estudiantes afirmar su individualidad los posiciona en una encrucijada cultural donde lo moderno y lo tradicional se tensionan y se reconfiguran continuamente.

Triangulación y Análisis

Luego de realizar la codificación de los datos obtenidos de los participantes de la muestra, se estableció una triangulación interna entre las categorías derivadas del cuestionario utilizado en las entrevistas y los enunciados propuestos por los entrevistados. Esta triangulación o relacionamiento de datos se detalla en el Anexo 1. A continuación, se presentan las principales comparaciones reflejadas a partir del análisis realizado:

En la categoría “percepciones de la indumentaria intervenida”, se observa una coincidencia general entre los entrevistados en cuanto a que la indumentaria intervenida se percibe como una forma única de expresar la personalidad y la esencia, tanto del artista que realiza la intervención como de quien la usa. Los participantes coinciden en que estas prendas permiten una autoexpresión diferenciada y auténtica.

En la categoría “percepción de las personas que hacen uso de indumentaria intervenida”, De acuerdo con las respuestas proporcionadas, se establece que la percepción común entre los entrevistados sobre las personas que usan indumentaria intervenida es que estas buscan transmitir mensajes de libertad, alegría, espontaneidad y entusiasmo. En general, se perciben como personas que comunican mensajes positivos a través de sus elecciones de vestimenta.

En la categoría “uso personal de indumentaria intervenida”, la mayoría de los enunciados reflejan una respuesta positiva hacia el uso personal de prendas intervenidas. Los entrevistados coinciden en que estas prendas les permiten sentirse diferentes, salir de su estilo de vestimenta habitual, mejorar su estilo personal y ofrecer una impresión renovada a su entorno. Al utilizar estas prendas, hay una intención común de transmitir aspectos de su propia personalidad, expresar estados de ánimo y sentimientos, y reflejar su esencia personal.

Finalmente, en la categoría “discursos de autenticidad”, los entrevistados coinciden en que estos se basan en ser diferentes a lo comúnmente conocido, salirse de lo convencional y mostrar al mundo la verdadera esencia de quien usa las prendas. A menudo, esto incluye el deseo de ser percibido como único o diferente dentro de un grupo social. Sin embargo, sólo uno de los entrevistados mencionó un deseo explícito de transmitir un discurso de liberación o de alzar su voz frente a la sociedad.

En resumen, el análisis permite esclarecer los posibles discursos de autenticidad que se perciben en la indumentaria intervenida a través de las artes plásticas, según la muestra estudiada en la Universidad de Medellín. Los resultados destacan una tendencia general hacia la autoexpresión y la individualidad, así como la búsqueda de transmitir mensajes positivos y auténticos a través de la moda personalizada.

Conclusiones

La moda como expresión de autenticidad: El estudio confirma que la indumentaria intervenida, a través de las artes plásticas, se ha convertido en un medio significativo para que los estudiantes de la Universidad de Medellín expresen su identidad auténtica. Las perso-

nalizaciones en la ropa no solo permiten a los individuos destacarse visualmente, sino que también actúan como vehículos para comunicar discursos profundos sobre quiénes son y qué representan en un contexto cultural y social complejo.

Intersección entre arte y moda: La investigación revela que la intersección entre arte y moda no solo desafía las concepciones tradicionales de las bellas artes, sino que también enriquece el campo del diseño de moda al integrar elementos artísticos que aportan nuevas formas de significado y comunicación. La personalización de indumentaria mediante intervenciones artísticas permite una narrativa más rica y matizada que va más allá de las tendencias efímeras de la moda.

Impacto en la identidad personal: Los resultados del estudio subrayan que las intervenciones artísticas en la moda contribuyen a la construcción y afirmación de la identidad personal. Los estudiantes utilizan estas prácticas no solo para afirmar su singularidad, sino también para establecer conexiones significativas con su entorno social. La moda intervenida se presenta como una herramienta poderosa para la autoexpresión y la comunicación de valores personales en un mundo globalizado.

Aplicaciones prácticas y futuras investigaciones: Este estudio ofrece insights valiosos para el desarrollo de marcas que buscan incorporar la autenticidad en su oferta de productos. Se recomienda que futuras investigaciones exploren cómo la personalización de indumentaria puede ser aplicada en diferentes contextos culturales y en otras poblaciones, así como el impacto de estas prácticas en la percepción y el comportamiento de los consumidores. Además, las referencias contemporáneas, ofrecen una base sólida para expandir la investigación en varias direcciones. La sostenibilidad en la moda, como sugiere Piazza, es un campo que podría investigarse más a fondo en relación con la intervención artística de la indumentaria. ¿Cómo pueden las prácticas sostenibles integrarse en este tipo de intervenciones? Asimismo, la idea de moda como performance, propuesta por Granata, invita a explorar cómo los actos de personalización de la ropa son actos performativos que expresan discursos de identidad en contextos sociales específicos.

Además, los estudios de Cronberg y Edwards sobre moda y poder plantean preguntas sobre la moda intervenida como una forma de resistencia social. ¿Cómo la personalización de la ropa puede ser un acto de resistencia frente a las normas de consumo masivo? Y, finalmente, las observaciones de Evans abren la posibilidad de investigar cómo la indumentaria intervenida no solo representa autenticidad individual, sino también un “espectáculo” cultural que refleja las tensiones entre individualidad y globalización.

Cada uno de estos autores contribuye a una comprensión más amplia de la indumentaria intervenida, ofreciendo caminos claros para futuras investigaciones que aborden temas contemporáneos como la sostenibilidad, el poder, el performance y la resistencia en la moda.

Referencias

- Arango-Lopera, C. A., & Ramírez-Montoya, I. (2023). Imaginarios sobre moda y feminismo: vestirse mujer como acto político en tránsito entre autoexpresión y empoderamiento. *Revista NUPEM*, 15(36), 161–178. <https://doi.org/10.33871/nupem.2023.15.36.161-178>
- Aronowsky Cronberg, A. (2020). *Fashion, power, and curiosity: The story of Vestoj*. Vestoj. [En línea]. Disponible en: <https://vestoj.com/journal/fashion-power-curiosity/>
- Barthes, R. (1967). *Sistema de la moda*. Editorial Gustavo Gili. [En línea]. Disponible en: <https://comunicacionycritica.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/03/bartes-el-sistema-de-la-moda.pdf>
- Bourriaud, N. (2002). *Estética relacional*. Les Presses du Réel. [En línea]. Disponible en: <https://www.lespressesdureel.com/EN/ouvrage.php?id=5&menu=0>
- Edwards, T. (2011). *Fashion in focus: Concepts, practices and politics*. London: Routledge. [En línea]. Disponible en: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203836880/fashion-focus-tim-edwards>
- Entwistle, J. (2000). *The fashioned body: Fashion, dress, and modern social theory*. Polity Press. [En línea]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/322162486_Joanne_Entwistle_The_fashioned_body_Fashion_dress_modern_social_theory_EntwistleJoanne_The_fashioned_body_Fashion_dress_modern_social_theory_2nd_ed_Polity_Press_Cambridge_UK_2015_247_pp_ISBN_978-0-745
- Evans, C. (2013). *Fashion at the edge: Spectacle, modernity, and deathliness*. New Haven: Yale University Press. [En línea]. Disponible en: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300270952/fashion-at-the-edge/>
- Frigolé, J. (2014). *Retóricas de la autenticidad en el capitalismo avanzado*. Universidad de Barcelona. [En línea]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/268213861_Reticas_de_la_autenticidad_en_el_capitalismo_avanzado
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Polity Press. [En línea]. Disponible en: <https://www.sup.org/books/title/?id=2660>
- Granata, F. (2017). *Experimental fashion: Performance art, carnival and the grotesque body*. New York: Bloomsbury Academic. [En línea]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/322280933_Experimental_Fashion_Performance_Art_Carnival_and_the_Grotesque_Body/link/6356c75996e83c26eb4cdd75/download
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Berg Publishers. [En línea]. Disponible en: [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=muu-EA AAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Kawamura,+Y.+\(2005\).+Fashion-ology:+An+Introduction+to+Fashion+Studies.+Berg+Publishers.&ots=WNusCRT4Hk&sig=GCYWUcD49ni05uKU6UIhb8h1ZzI#v=onepage&q=Kawamura%2C%20Y.%20\(2005\).%20Fashion-ology%3A%20An%20Introduction%20to%20Fashion%20Studies.%20Berg%20Publishers.&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=muu-EA AAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Kawamura,+Y.+(2005).+Fashion-ology:+An+Introduction+to+Fashion+Studies.+Berg+Publishers.&ots=WNusCRT4Hk&sig=GCYWUcD49ni05uKU6UIhb8h1ZzI#v=onepage&q=Kawamura%2C%20Y.%20(2005).%20Fashion-ology%3A%20An%20Introduction%20to%20Fashion%20Studies.%20Berg%20Publishers.&f=false)
- Piazza, A. (2021). *Fashion and cultural sustainability: A study of slow fashion movements*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 25(1), 123-138. <https://doi.org/10.1108/JFMM-04-2020-0079>

- Taylor, C. (1991). *The ethics of authenticity*. Harvard University Press. [En línea]. Disponible en: <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674987692>
- Tendencias.tv. (2018, diciembre 13). ¿Qué es para ti la autenticidad? [En línea]. Disponible en: <https://tendencias.tv/fashion-living/marcas/que-es-para-ti-la-autenticidad/>
- Zavallo, V. (2012). El cruce entre el arte y la moda: nuevas estrategias de comunicación y construcción identitaria. *Revista Chilena de Diseño*.
- Zavallo, V. (2013). Para hablar de mí. La apropiación que el arte hace de la moda para abordar el problema de la identidad de género. *Org.ar*. Recuperado el 21 de mayo de 2023, de <http://www.scielo.org.ar/img/revistas/ccedce/n44/html/n44a09.htm>
-

Abstract: This research project delves into the fascinating world of altered clothing, exploring how this form of artistic and personalized expression becomes a powerful medium of communication. Specifically, it examines how undergraduate students at the University of Medellín use altered clothing as a vehicle to convey discourses of authenticity. Beyond merely being a fashion statement, altered clothing becomes a channel laden with cultural and personal significance, challenging traditional conceptions of identity and authenticity. This study aims to understand in depth the discourses of authenticity communicated through personalized clothing, focusing on identifying the artistic expressions present in students' attire and understanding how these personalizations define their public image and construct discourses of authenticity within their social environment.

Keywords: art - fashion - authenticity

Resumo: Este projeto de pesquisa adentra o fascinante mundo da indumentária alterada, explorando como essa forma de expressão artística e personalizada se torna um poderoso meio de comunicação. Especificamente, examina como os estudantes de graduação da Universidade de Medellín utilizam a roupa alterada como um veículo para transmitir discursos de autenticidade. Mais do que simplesmente uma manifestação de moda, a roupa alterada transforma-se em um canal carregado de significado cultural e pessoal, desafiando as concepções tradicionais de identidade e autenticidade. Este estudo propõe-se a compreender em profundidade os discursos de autenticidade que se comunicam por meio da vestimenta personalizada, centrando-se na identificação das expressões artísticas presentes na indumentária dos estudantes e na compreensão de como essas personalizações definem sua imagem pública e constroem discursos de autenticidade diante de seu entorno social.

Palavras-chave: arte - moda - autenticidade

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
