

La Estética de Arca y la (Re) Construcción de la Identidad Queer en la Generación Z

Germán Gil Mira⁽¹⁾ y Sandra Milena Palacio⁽²⁾

Resumen: Esta investigación analiza cómo el estilo visual de Arca influye en la identidad queer de la generación Z. A partir de una metodología cualitativa, se aplicaron entrevistas semiestructuradas y cartas proyectivas a cinco personas con identidades de género diversas. El análisis de datos, realizado con Atlas.ti, evidencia una fuerte conexión parasocial con el artista, visible en su forma de vestir y en la apropiación simbólica de su estética. El estudio concluye que Arca actúa como figura de referencia para la exploración de identidades no normativas, configurando una estética queer que desafía los límites tradicionales de género y representación.

Palabras clave: reggaetón - LGBTQ - generación Z - identidad

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 255-256]

⁽¹⁾ **Germán Gil Mira.** Profesional en Mercadeo en formación. Integrante del semillero Tetrax Marketing, en la línea de consumo cultural. Correo electrónico: ggil734@soyudemedellin.edu.co

⁽²⁾ **Sandra Milena Palacio.** Docente de Tiempo Completo, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Medellín. Ingeniera Administrativa, Magíster en Administración. Doctoranda en Comunicación, Universidad de Medellín. Correo electrónico: spalacio@udemellin.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3293-5233>

Introducción

La música ha sido, a lo largo de los años, parte de la identidad para diferentes comunidades y, a su vez, ha sido utilizada como un arma en diversos movimientos. La categoría de género musical se destaca como un elemento crucial en el análisis de grupos identitarios, a menudo en relación con conceptos como el de 'tribus urbanas'. La música y la vestimenta son elementos fundamentales en la construcción de sentido de identidad individual y social, especialmente para la generación Z. En este sentido, la música ha creado un papel

en la cultura, pues en numerosas circunstancias esta se vuelve la protagonista de épocas, ocasiones, festejo, momento de desarrollo social, como por ejemplo asistir a concierto de un artista con cierta estética visual, acompañado del vestuario el cual resalta atributos o elementos especiales y específicos de cada momento, siendo fundamental en el desarrollo del individuo para su integración a la sociedad y grupos de interés específicos (Rendondo, 2005). En el caso de la comunidad LGBTQ, estas expresiones artísticas adquieren una relevancia aún mayor, sirviendo como herramientas para desafiar normas sociales, afirmar la propia identidad y construir comunidades. Sin embargo, el desconocimiento sobre cómo se entrelazan estos elementos en el comportamiento de consumo de este grupo ha sido una barrera para las marcas y los investigadores (Garcés, 2010).

La generación Z que es parte de la comunidad LGBTQ y que es queer ha encontrado en la música y sus artistas una poderosa plataforma para expresar su identidad y desafiar las normas de género. Figuras Cyrus, Troye Sivan, Billie Eilish, Beyonce, Lady Gaga, ARCA, Rihanna, t.A.T.u, Harry Styles, Ariana Grande, Katty Perry, Cher, Beyonce, Christina Aguilera, Taylor Swift, Fiona Apple, Sophie Xeon, Ethel Cain o Orville Peck se han convertido en verdaderos íconos, utilizando su música y estilo andrógino y atrevido para inspirar a millones de jóvenes a explorar su propia identidad de género. Sus videos musicales, repletos de simbolismos y estética visual impactante, que se han convertido en auténticos manifiestos queer, deconstruyendo estereotipos y celebrando la diversidad. Además, las redes sociales han amplificado su influencia, permitiendo a estos artistas crear comunidades en línea donde sus fans pueden conectar, compartir experiencias y sentirse parte de algo más grande. Al adoptar una moda fluida y experimental, estos artistas no solo marcan tendencias, sino que también ofrecen un lenguaje visual que permite a los jóvenes queer expresarse de manera auténtica y sin miedo al juicio (Galofaro *et al.*, 2015).

Los cantantes no solo son íconos musicales, sino que también representan diversas estéticas de vestimenta y estilos de vida. Esta dualidad les permite influir profundamente en las tendencias de moda y consumo de la generación, haciendo que su impacto vaya más allá de la música y se extienda a múltiples aspectos de la cultura juvenil. Los artistas musicales, al ser figuras emblemáticas, han amplificado estas voces y han contribuido a visibilizar la diversidad sexual y de género en la industria cultural. A través de sus letras, sus videoclips y sus apariciones públicas, estos artistas han construido narrativas que desafían los estereotipos de género y promueven la inclusión, los cuales se le atribuye un papel importante a las artistas femininas en representación de la comunidad LGTBQ (Chauhan *et al.*, 2021). Una de las artistas más influyentes de la escena actual de la música es Alejandra Gherishi la cual ha trascendido las barreras de la industria musical para convertirse en una figura emblemática de la Generación Z LGBTQ. Su obra, caracterizada por una introspección poética y una audacia sonora, reflexión sentimental, combinada con su estética y forma de vestir la cual ha resonado en un público ávido de referentes que desafíen las normas y aboguen por una identidad fluida, pues así lo hace saber la artista quien manifiesta que *“Por cursi que parezca, la vida queer y las fantasías heteronormativas de amor pueden parecer contradictorias, pero otras veces parecen tan análogas, particularmente para mí. Hay algo hermoso, incluso tierno, en ello; el creer que es algo que no está prohibido, sino que es perfectamente factible”* (Pérez-Curiel *et al.*, 2023). Más allá de ser una simple intérprete, ARCA se ha posicionado como una activista cultural, utilizando sus redes sociales para visibilizar

las interseccionalidades de género y sexualidad (Muriana & Moreno, 2022). Su música, lejos de ser un entretenimiento, se erige como un espacio seguro donde jóvenes LGBTQ encuentran un eco a sus propias experiencias, consolidando así un vínculo emocional profundo con su audiencia. Con la colaboración de artistas de diversos géneros, marcas de ropa masiva y su participación en movimientos sociales, ARCA amplió el espectro de la música popular, enriqueció el panorama sonoro contemporáneo y consolidando su legado como una de las voces más influyentes de su generación.

Es por esto por lo que la principal pregunta sería ¿Cómo influye la música y el artista en la forma de vestir del consumidor de la generación Z que es parte de la comunidad LGBTQ?

Marco teórico

Vestuario

Según la teoría de la pirámide de necesidades humanas de Maslow, el vestuario cumple una función esencial al satisfacer las necesidades fisiológicas básicas del ser humano. Estas necesidades, que son fundamentales para la supervivencia, incluyen la protección del cuerpo contra el clima y otros factores ambientales. Además de su función primaria, el vestuario también puede influir en el reconocimiento y la autorrealización del individuo. Aunque su principal propósito es cubrir y proteger el cuerpo, el vestuario se convierte en un símbolo de pertenencia a grupos, ideologías y gustos personales, aspiracional (Castellanos, 2016).

De hecho, el vestuario a través del tiempo ha venido evolucionando a medida que las mismas sociedades se han complejizado este deja el simple y plano rol de satisfacer una necesidad básica que es la vestimenta, acoplándose actualmente a las sociedades a los niveles sociales, reconocimiento y autorrealización, convirtiéndose en un objeto de satisfacción personal y social, pasando a ser un sistema y estructuras antropológicas que denotan características de los individuos como lo son: edad, sexo, estado civil, cultura, jerarquía social, entre otros, donde el vestuario se entiende como el primer elemento visual el cual se denota en un individuo o grupo no normativo (Barthes, 2013; Brandon, 2016).

En este contexto, un ejemplo notable de cómo el vestuario puede convertirse en un símbolo de resistencia cultural es Vivienne Westwood, quien logró sintetizar comercialmente el movimiento punk en Inglaterra, combinando tres elementos cruciales: la música, la vestimenta y la actitud, este movimiento se caracterizaba por la semiótica contestataria de su vestimenta, que transmitía los valores y mensajes de la subcultura punk (Bravo, 2023). En el presente, la contracultura se manifiesta en acciones y expresiones que buscan romper con los estándares establecidos y estos aspectos se reflejan claramente en la moda y la música, especialmente entre los jóvenes, quienes proponen nuevas visiones y perspectivas para la sociedad (Cortés, 2008).

Por lo que, el vestuario, desde los lentes de la semiótica, se entiende como un sistema de signos, portador de significados sociales, culturales e identitarios. Cada prenda individual

y cada alternativa de combinación entre ellas envían mensajes o “enunciados” que exceden la mera funcionalidad para identificarse como símbolos portadores de estatus, agrupación a un conjunto o subconjunto, identidad de género, ideales e incluso estados emocionales. En ese sentido, el análisis debe hallarse en condiciones de asumir un proceso de significancia sistemático donde el efecto comunicativo del vestuario implique algo similar a un proceso lingüístico donde entran en juego el signo (el vestuario), el objeto (el concepto) y el interpretante (Barthes, 2013; Lozano, 2000; Peirce, 1974).

Enfocando la atención de este estudio en las comunidades más específicas en donde el vestuario y la moda cumple el papel de configuración social para el desarrollo personal y social del individuo, donde a través de dos procesos los cuales son la imitación y la creación a partir de la educación y el contexto. La imitación se da por medio de iconos, referentes, celebridades, etc. Y la creación es un proceso intrínseco del individuo el cual combina las experiencias vividas y el entorno en que este se desarrolla para crear una propia mezcla de elementos externos e internos para evolucionar su estética (Sánchez-Contador, 2016). En este sentido, los grupos no normativos abarcan una amplia gama de identidades y prácticas que desafían las normas sociales establecidas, en los cuales se incluyen a la comunidad LGBTQ, movimientos feministas y colectivos de minorías étnicas, que no solo buscan visibilidad y reconocimiento, sino también la transformación de las estructuras sociales que perpetúan la desigualdad y la exclusión (Warner, 2011).

Generación Z

Centennials, nativos digitales o generación Z se comprende como los nacidos entre 1996 y el 2012 los cuales nacieron rodeados de elementos digitales, siendo los medios digitales uno de sus principales medios de desarrollo de interacciones sociales las cuales gracias a la interconexión y la globalización actual se puede dar con multitud de gente alrededor del mundo a través de plataforma como las redes sociales, que en propias palabras de ellos “es más eficiente y cómodo”, emigrando todo el centro de la atención del desarrollo de la economía a entornos digitales, donde se enfrentan a diversos problemas como la creación de narrativas de índole maliciosa como las fake news, las cuales son un síntoma del desarrollo de medios de comunicación digital, el cual somete a los usuarios de estas a un constante bombardeo de información, muchas veces no siendo de fuentes verídicas, generando cierto desconcierto o incertidumbre en muchos aspectos económicos, los cuales ha marcado a los nativos digitales desde el evento del 9/11 generando desde ese punto diferentes tensiones políticas no solo de su propia zona o lugar donde habitan si no alrededor del mundo, creando una ansiedad colectiva por el desarrollo de los conflictos y la economía en un futuro (Schwieger & Ladwig, 2018)

Todo el contexto social, económico y político ha generado en la generación Z que desarrollen narrativas diferentes como en cualquier de las anteriores en conjunto con la evolución del marketing tradicional (Kotler, 2000) donde el avance se ha dado a la satisfacción del cliente, siendo sus necesidades más enfocadas a un deseo de cambio y diferenciación en temas medioambientales y sociales, en donde la personalización y creación de cultura de

consumo ha sido de peso para el desarrollo del consumo actual, enfocándose en nichos cada vez más específicos para cumplir sus necesidades.

Las tendencias de consumo han sido completamente revolucionadas por la Generación Z, quienes anteponen como valores la sostenibilidad, la autenticidad y la inclusión. Buscan empresas que compartan sus valores y puedan brindar productos social y ambientalmente responsables, por lo que las empresas deben buscar cada vez más también experiencias personalizadas con ellos, pertenecientes a ese segmento que demanda uso de tecnologías para interacciones muy particulares y alineadas con sus intereses. Nuevamente, el comercio digital y las redes sociales se insertan con fuerza, como canales de recomendaciones por parte de líderes de opinión y al generar gran parte de su inclinación hacia el contenido generado por el usuario y la relación real con una marca (Ingrid *et al.*, 2016).

Los medios de comunicación, como las redes sociales, han fomentado las relaciones para-sociales, que se pueden definir como la ilusión de interacción recíproca que los miembros de la audiencia sienten hacia las figuras mediáticas. Estas relaciones han aumentado a medida que las interacciones se han trasladado al ámbito digital y la necesidad de pertenencia y conexión humana ha incrementado el interés por personajes o figuras mediáticas en la generación Z. Las principales redes sociales donde se desarrollaran estas interacciones son Instagram, YouTube, Twitter, TikTok y Facebook, donde se busca un contenido de influencia el cual su eje principal es la conexión de estos personajes o figuras con sus comunidades las cuales tienen intereses en común o representan una figura de autoridad sobre temas en específico (Ingrid *et al.*, 2016).

La generación actual, los influencers son los nuevos modelos para seguir que cambian la forma de consumo. Aquellos que dominan o tienen voz y voto en asuntos o temas especiales difunden sus opiniones a través de las redes sociales u otro medio, lo que definitivamente afecta las decisiones de aceptación de sus seguidores o grupos de interés. La capacidad de lograr confianza y honestidad es lo que surge de una relación real construida a lo largo del tiempo con la audiencia, y esa es la razón por la que funciona el marketing de influencers, ya que esta confianza adquirida conduce a mayores tasas de conversión y aumentos de ventas (Ingrid *et al.*, 2016).

La raíz del consumo de la generación Z está fuertemente influenciado por las redes sociales y por los anteriormente mencionados influencers, pero también entran dentro de esta categoría otro tipo de influenciadores como los artistas musicales los cuales crean una comunidad, una estética y un estilo de vida, dándole a los consumidores una forma de autoidentificación de ellos mismos en los artistas, de hecho, el lanzamiento de Motomami de Rosalía es un evidente y claro ejemplo de cómo los fans hacen suya la ropa que queda inspirada por la estética de un artista. Rosalía, debido a la naturaleza de este álbum, no sólo cambió y expandió el sonido del pop y el flamenco, sino que creó una poderosa imagen visual marcada por una fusión de estéticas urbanas y deportivas junto con esas características de la cultura motera. Los atuendos que vestía en sus videoclips o presentaciones como chaquetas de cuero de gran tamaño, cascos de moto customizados, o piezas de corte futurista haciéndose rápidamente tendencia para sus fans. Esta estética Motomami fue más allá de la música, los fans se adueñaron de su estética como reflejo de su conexión con el disco y la actitud de empoderamiento que destila Rosalía (Ryan Bengtsson & Edlom, 2023).

Queer

La historia de la sexualidad ha existido desde los albores de la humanidad y ha evolucionado paralelamente a las diferentes sociedades. Diversas manifestaciones de esto se pueden observar en la arqueología, por ejemplo, en Praga, República Checa, donde se encontraron los restos de un hombre al lado del cual yacían elementos funerarios tradicionalmente considerados femeninos. De hecho, los rituales fúnebres sugieren que, ya en la Edad del Bronce, en la cultura que rodeaba a este hombre, las personas queer habían existido. Desde una perspectiva contemporánea, se podría considerar que este hombre es homosexual o transexual (Geller, 2019).

En el siglo XV en Europa y otras partes del mundo se dio la colonización e imperialismo, las cuales eran formas de dominancia hacia reinos y pueblos extranjeros, lo cual implicaba una eliminación de los aspectos más importantes de la cultura como el idiomas, creencias, valores, costumbres, tradiciones, normas sociales, arte, religión, organización social, moda y tecnología (Ferro, 2000), donde la imposición de estructuras sociales euros centristas implicaba una eliminación total de lo que contemporáneamente se acuño como orientaciones sexuales y expresiones de género, términos los cuales son desde su raíz euro centristas, ya que esta eliminación no dejó registro de como las propias culturas veían cada una de estas identidades y orientaciones, esto no significa que no haya existido homofobia o transfobia en culturas ajenas a las europeas, más bien implica una imposición peyorativa de reglas criminalizante hacia conductas que no caían dentro de márgenes de normativas de género de Europeas catalogadas como ofensas contra el orden natural de donde hacían participante organizaciones como la iglesia católica (Han & O'Mahoney, 2014), este tipo de leyes impuestas por múltiples naciones colonizadoras a nivel global, afectó profundamente las percepciones de las personas LGBTQ alrededor del mundo, siendo en la actualidad un problema vestigioso y huella de la colonización de las naciones europeas (Fobear, 1981).

Al repasar la historia más reciente de los derechos de la comunidad LGBTQ, un punto crucial es el levantamiento en el bar Stonewall Inn, en el barrio de Greenwich Village, Nueva York, el 28 de junio de 1969. Este evento, provocado por años de opresión y maltratos policiales, fue liderado en gran parte por mujeres trans negras y latinas, como Marsha P. Johnson y Sylvia Rivera. Cansadas de la persecución, encabezaron protestas que se tornaron violentas en respuesta a la brutalidad policial. A partir de estos disturbios, se desataron protestas masivas en Estados Unidos y otros países, marcando un antes y un después en la lucha por los derechos humanos de la comunidad LGBTQ (Arriola, 1995b)

En los últimos 20 años, los derechos de la comunidad LGBTQ han avanzado de manera significativa en muchas partes del mundo. A nivel legal, hemos visto la legalización del matrimonio igualitario en varios países, así como el reconocimiento de los derechos de adopción para parejas del mismo sexo. Sin embargo, estos avances no han sido uniformes, y en algunas regiones aún persisten fuertes resistencias y discriminaciones.

Ahora enfocando la atención comunidad Queer, primero hay que hablar acerca del término y su evolución a través del tiempo. El término apareció en el siglo XIX, era usado para describir algo peculiar, extraño e incluso inusual, en sus primeras apariciones no tenía connotaciones sexuales. Sin embargo, finalizando el siglo XIX, comenzó a ser utilizado

en el mundo angloparlante como un término despectivo para referirse a personas que no encajaban en las normas heterosexuales, especialmente para hombres homosexuales, ya que de diferentes maneras estos no formaban parte de las heteronormas, bien sea en su comportamiento, cuerpo o rol en la sociedad (Warner, 2011).

En el siglo XX, El término “queer” proveniente del inglés y fue objeto de prácticas lingüísticas que buscan demarcar y juzgar a aquellos individuos que no se ajustan al statu quo de las normas heteronormativas preestablecidas. Es un término de oposición con un alto grado de significancia y sin una traducción directa que capture su esencia original. En épocas pasadas, se definía como algo “extraño” o “raro”, pero en la actualidad se refiere a una identidad de género o sexualidad que no se conforma a las ideas tradicionales de la sociedad sobre el género o la sexualidad. En español, la traducción literal de “queer” es “marica”, pero este término es peyorativo y específico para hombres homosexuales, quedándose corto en comparación con la significancia original en inglés, donde abarca a personas gay, trans, travestis, entre otros. La palabra “queer” se utiliza como un ritual para la demarcación del individuo o comunidad, señalando y sancionando socialmente las transgresiones a las normas heteronormativas y hegemónicas de la sociedad (Butler, 1993).

El término “Queer” ha pasado de ser un insulto despectivo para convertirse en un concepto que muchos en la comunidad LGTBQ han reivindicado con orgullo. “Queer” ahora engloba una identidad fluida que desafía las normas tradicionales de género y orientación sexual, donde este empezó a usar como termino autodescriptivo por parte de la comunidad, donde el agenciamiento de este término por parte del individuo se da a cabo por la expresión de individualidad (Finlay, 2017).

Entonces ser Queer es algo de carácter performativo, donde se busca la expresión máxima de la esencia del individuo transgresor y en cómo los individuos se relacionaban consigo mismos y con su propio cuerpo, para crear discurso cargados de poder y violación en contra de las convenciones sociales (Butler, 1993).

La Teoría Queer tiene sus raíces en el feminismo y en los estudios críticos sobre la sexualidad, como por ejemplo el activismo sexual de finales de los años 70 y 80; el feminismo a través de pensadoras como Simone de Beauvoir y su noción de que el género es una construcción social ayudaron a crear las bases de la Teoría Queer.

Esto tuvo un enfoque crítico que tuvo su origen a finales de los 1980 y principios de los 1990, que se propuso desafiar las categorías fijas de la sexualidad y el género como existentes en la sociedad. Con ello, la teoría Queer plantea que toda identidad de género y/o sexual no es una esencia natural y estática, sino alguna construcción social y fluctuante. La Teoría Queer rechaza la heteronormatividad esto es la heterosexualidad entendida como la norma y contrasta las divisiones binarias tradicionales como “hombre/mujer” o bien “heterosexual/homosexual” exclusión (Warner, 2011).

El término “Teoría Queer” fue propuesto de una forma formal en la década de 1990. Judith Butler fue sin duda una de las voces más relevantes, gracias a su ensayo *El género en disputa* (Butler, 2007), donde ella defendía que el género no es otra cosa que una performance, un acto repetido que genera la ilusión de una identidad fijada en el tiempo. Butler incomodó también la asociación que se realizaba entre el género y el sexo biológico, el género lo entendía como una construcción de la que se puede hacer una subversión o modificaciones.

El vestuario es entendido como el acto performativo del género donde se difuminan las reglas de lo que se puede o no usar, siendo parte fundamental para la creación y configuración de la identidad de comunidades Queer donde la diferenciación ayuda a proteger la identidad, que se distingue y hace que las personas se agrupen. También sirve para desafiar las normas tradicionales de género desde las posibilidades performativas que implica el vestuario en los individuos para desafiar la heteronormatividad son infinitas y muy diversas (Brandon, 2016; Sánchez-Contador, 2016).

Arca

Alejandra Gherzi, más conocida como Arca, nació en 1989 en la ciudad de Caracas, Venezuela. Alejandra Gherzi tuvo una infancia placentera al proceder de una familia de clase media alta.

En su adolescencia, Arca se desplaza a Estados Unidos para seguir estudios. Lo hace en el Clive Davis Institute of Recorded Music de la Universidad de Nueva York, donde potencia sus conocimientos sobre producción musical y composición. Este contexto es dónde empieza a experimentar con diferentes estilos musicales, y el proceso inicia la llegada de su sonido experimental, un sonido que ya era muy característico en cuanto a la mezcla de ritmos, la disonancia, y un carácter conceptual altísimo vinculado a la identidad.

Con el transcurrir de los años, Arca ha hablado de su transición de género, la cual ha tenido el rol fundamental en su vida personal como en su obra. En sus inicios, Arca se presentaba en el espectro de lo no binario, retando la normativa de género dentro de su estética y dentro de su música. Con el tiempo, se identifica como mujer trans, y ha dejado claro que el proceso de su transición ha modificado profundamente su obra.

La serie de álbumes “Kick” (2020-2021), de hecho, es una clara demostración de su evolución artística, y personal, y da cuenta de su feminidad, de la experiencia como persona trans y de la mutabilidad tanto física como emocional. También al margen de su carrera en solitario, la obra de Arca ha conectado con celeberrimos artistas y figuras de la música, con “Yeezus” de Kanye West, de hecho, como uno de sus primeros puntos de inflexión, con Björk en numerosos álbumes, entre los que también se diría que incluyen “Vulnicura” y “Utopia”. Sus colaboraciones son también esto: la capacidad para conjugar lo experimental y lo mainstream, por hacer suya la obra de otros artistas.

Por otra parte, la carrera de Arca también está marcada por una estética visual propia, que incorpora componentes de la cultura queer, lo grotesco y lo futurista; así, los vídeos musicales y las presentaciones en directo. Arca no solo es un icono de la música experimental, sino que es una figura representativa de la comunidad trans y no binaria, una voz que desafía estándares culturales y que genera nuevas narrativas e intersticios dentro del arte y la música.

La propuesta artística de ARCA se distingue por la fusión de elementos provenientes de las estéticas Camp y lo cyborg, integrando las nociones de “cyber” (cibernético) y “organism” (organismo). En su trabajo, ARCA indaga en la existencia de una entidad híbrida y multifacética que desafía las clasificaciones tradicionales de hombre, mujer o animal. Esta entidad habita un espacio intermedio entre diversas realidades, centrándose en la

autoexploración del ser y sus emociones. En este marco, surge también el concepto de post-humanismo, que aboga por la descentralización del ser humano, situándolo en un plano de igualdad con otras formas de vida y tecnología. Asimismo, el transhumanismo, una corriente filosófica que propone el perfeccionamiento de las capacidades humanas a través de la tecnología, busca alcanzar un estado post-humano donde las necesidades biológicas y sus implicaciones han sido superadas (Hottois, 2013)

En lo que respecta a la dimensión estética de ARCA, tanto su sonido como su vestuario desempeñan un papel crucial en la transmisión de su mensaje. Un ejemplo significativo se encuentra en la serie de portadas de sus álbumes *Kick*, donde la artista incorpora elementos no humanos, tales como extremidades robóticas y cuerpos cibernéticos. Estas imágenes exploran una iconografía que realza lo insolente, representando una evolución “mutante” del cuerpo humano en conjunción con la tecnología (Cruz, 2012). Además, ARCA utiliza lencería femenina en sus portadas, lo que pone de relieve una declaración sobre la corporalidad que trasciende el binarismo de género (Butler, 2004; Muriana & Moreno, 2022).

El vestuario de ARCA no solo desafía la heteronormatividad, sino que también se convierte en un referente musical y estético para las comunidades queer. En su obra, amalgama elementos de culturas que desafían y agreden, creando nuevos símbolos y retóricas que reflejan la identidad queer en el contexto de la cultura latinoamericana (Muriana & Moreno, 2022).

Como ejemplos de esta transgresión, podemos observar videoclips como *Non-binary*, así como *Rakata/Prada*, donde ARCA da un paso más en la exploración del transhumanismo con el artista Frederick Heyman. En dichos vídeos podemos observar una fusión simbiótica entre el ser humano y la tecnología, acompañada por vestuarios que remiten al BDSM, como cadenas, correas, cremalleras, tacones y gargantillas. Las imágenes introducen también un sincretismo entre lo tabú y lo visceral y, a partir de metáforas visuales donde se aplica una especie de descuartizamiento simbólico del cuerpo, ARCA pone en cuestión y promulga la idea de que las restricciones binarias de la identidad humana pueden ser, incluso (Butler, 2022; Hottois, 2013).

Todo lo anterior es acompañado con la propuesta en escena que lleva la artista, la cual no solo canta, sino más bien propone un performance donde se unen elementos anteriormente mencionados combinados con la actuación y el melodrama del ambiente llevándolo aún significado profundo para la artista y la audiencia, la cual crea un imaginario de quien es ARCA y que tipo de mensajes transmite con su propuesta en escena (Bailey & Davidson, 2005).

El hecho de que Arca emita un mensaje de liberación y transgresión a través de su música y performances que desafían la visión binaria e identitaria tradicional y también las nociones de género, identidad y sexualidad. A través de sonidos experimentales que a su vez mezclan el industrial con lo melódico, con un desarrollo visual que desafía las nociones binaristas del género, Arca comparte con ciertas teorías queer la idea en la que el género es una construcción performativa (Butler, 2004; Finlay, 2017), que debiera ser manifestada a través de una performance en la que la identidad es fluida y no binaria, también en el sentido en el que da sentido a la noción de “cyborg”, cuando el cuerpo humano se hibrida con lo tecnológico y por tanto desarrolla nuevas formas de existencia posthumana (Hottois, 2013). Como tal, Arca pone de manifiesto esta pluralidad identitaria, pero tam-

bién permite la reconfiguración radical del ser en un mundo digital y tecnológicamente transformado.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo de carácter exploratorio puesto que busca identificar cómo la música influye en la vestimenta de la comunidad LGBTQ de la generación Z. En este sentido se busca comprender no solo las preferencias musicales de los participantes, sino también cómo estas influencias estéticas moldean su manera de vestir y expresar su identidad, indagando las emociones, simbolismos y representaciones que perciben en los artistas musicales, así como la medida en que estos influyen en la construcción de su propia imagen.

Convocatoria:

La convocatoria para participar en este estudio se realizó de manera virtual a través de redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter y en los espacios físicos de una Universidad de Medellín, donde se invitaba a los miembros de la generación Z que se identifiquen como parte de la comunidad LGBTQ a formar parte de esta investigación y que desearan compartir sus perspectivas sobre la influencia de figuras artísticas, como Arca, en sus decisiones de moda y en la construcción de su identidad (*ver Figura 1*).



Figura 1.
Poster de convocatoria. Fuente: elaboración propia.

Tanto en la convocatoria como en el trabajo de campo se le explicó a los participantes el objetivo de la investigación y el consentimiento informado donde se garantizaba la confidencialidad y seguridad de los datos compartidos bajo la ley 1266 del 2008. Quienes aceptaron de manera voluntaria participar manifestaron su interés a través de un formulario de Google Forms, garantizando así su comprensión y conformidad con los términos de la investigación.

Procedimiento

Se realizó una entrevista semiestructurada, la cual se considera permitió explorar en profundidad las percepciones, los valores y las elecciones estilísticas de esta generación en relación con los artistas y géneros musicales de su preferencia (Ríos Martínez, 2019). Estas entrevistas tuvieron una duración entre 20 a 30 minutos y se llevaron a cabo tanto de manera presencial como virtual, en un periodo de tiempo del 13 al 17 de noviembre. La entrevista incluirá preguntas abiertas que permitirán a los participantes expresar sus opiniones y experiencias en relación con la música y estética de Arca, abordando temas como la representación de identidades queer, la experimentación con la moda y el impacto en la aceptación de sus propias identidades. Esta fase, la entrevista busca captar las vivencias personales de los participantes y servir como introducción a la actividad proyectiva, preparándolos para que puedan plasmar en la carta una visión más introspectiva y emocional de su conexión con el artista.

Posteriormente se empleó una técnica proyectiva con el fin de explorar las motivaciones y deseos inconscientes de los consumidores, a través de estímulos ambiguos o abiertos, como imágenes, relatos o situaciones hipotéticas, con el fin que los participantes proyectaran sus propios pensamientos y sentimientos sobre un producto o marca como lo menciona Dichter (2002). Para esto se le solicitó a los participantes la creación de una carta personal, en la cual expresarán qué representaba Arca para ellos y cómo su música ha influido en sus vidas. Para desarrollar esta carta, se pondrán a disposición materiales físicos como papeles de diferentes colores y texturas, recortes, lápices, marcadores, y otros elementos artísticos, permitiendo a los participantes reflejar de manera creativa y visual sus sentimientos e interpretaciones sobre Arca. El lugar de realización fue un espacio asignado dentro de una Universidad de Medellín, con un ambiente cómodo y seguro, facilitando una expresión auténtica y sin limitaciones.

Analizar los datos

En total, se contó con la colaboración de cinco personas pertenecientes a la Generación Z, todos ellos eran miembros de la comunidad LGBTQ. Esta selección buscó garantizar una representación auténtica y relevante de las experiencias y perspectivas de este grupo demográfico en el marco del estudio. A continuación, se detallan las características demográficas de cada:

- La entrevistada 1: se identifica con el género femenino y tiene una orientación sexual pansexual. (MP), su lugar de residencia actual es el área metropolitana de Medellín.
- El entrevistad@ 2; se identifica con ser agénero y demichico, teniendo una orientación sexual homosexual/aquiliano (ADA), su lugar de residencia actual es el área metropolitana de Medellín.
- La entrevistada 3: se identifica como mujer trans no binaria y tiene una orientación sexual pansexual. (MTP).
- El entrevistado 4: se identifica con su sexo asignado al nacer (CIS-genero) masculino y tiene una orientación sexual homosexual (gay). (HH), su lugar de residencia actual es el área metropolitana de Medellín.
- La entrevistada 5: se identificaba con el género femenino y tiene una orientación sexual sáfica (MS), su lugar de residencia actual es el área metropolitana de Medellín.

Las 5 entrevistas fueron transcritas en Word y fueron ingresadas al software Atlas ti en conjunto con los collages que realizaron cada uno de los participantes al momento de asistir a la entrevista. En este sentido se construyeron 5 documento en el Atlas ti con la información correspondiente a cada participante. En el proceso de análisis se realizaron un total global de 448 citas y 273 códigos, donde en promedio se realizaron 90 citas y 133 códigos por documento, donde el número de citas y códigos discriminadas por documento se muestran en la *Tabla 1*.

Tabla 1. Citas y códigos de Altas ti por participante

Documento	Numero de citas	# de códigos	Código más importante por participante
Documento 1 (MP)	145	190	Autoconcepción, autoconocimiento, autopercepción.
Documento 2 (ADA)	79	103	Estereotipos de género.
Documento 3 (MTP)	68	103	Autenticidad, identidad de género, visibilidad.
Documento 4 (HH)	76	119	Empoderamiento, redes sociales.
Documento 5 (MS)	80	150	Identidad de género, mirada masculina, vestuario.

Fuente: Elabora propia adapta de Atlas ti.

Al analizar la tabla anterior, se puede ver que, en el número de códigos y citas por documento, el documento correspondiente al participante número 1, excede significativamente el promedio común de códigos y citas por documento, esto se explica debido a que la participante relato de una manera más extensa sus ejemplos. Ahora bien, los 273 códigos se organizaron en 12 familias de códigos, agrupando aquellos con características similares, como se observa en la *Tabla 2*. Este enfoque permitió establecer un orden estructurado para facilitar el análisis de las relaciones y patrones compartidos entre ellos, y de esta forma dar respuesta a los objetivos propuestos.

Tabla 2. Familia de códigos

Familia de códigos	Numero de códigos por familia	Descripción
Aura mutante (adjetivos, sentimientos y asociaciones sobre arca)	91	Sentimientos evocados o asociados con Arca, su estilo y música
El Simbolismo Fluido: Descodificando las Cartas de Arca	26	Símbolos y signos asociados con Arca
Experiencias intimas y plurales (sexualidad)	19	Sexualidad y experiencias vividas por los participantes
Identidades en clave de los masculino (hombres)	8	Asociaciones, elementos o comportamientos asociados a la masculinidad y al género masculino
Identidades femeninas en plural (mujeres)	3	Asociaciones, elementos o comportamientos asociados a la feminidad y al género femenino
Límites y libertades (elementos del bondage)	5	Elementos, vestuario u objetos asociados al BDSM
Metamorfosis del ser (genero, identidades y corporalidad)	71	Vivencias y expresión de género, identidad y corporalidad
Moda de lo inesperado (moda y estilo)	55	Moda
Prendas de vanguardia (elementos del vestuario)	13	Elementos de vestuario
Sinfonías en transformación (música y derivados)	27	Música, derivados o asociados a esta

Tejido social en transformación (sociedad)	49	Sociedad (percepción de los demás hacia los participantes)
Texturas de rebelión (materiales textiles)	12	Materiales textiles

Fuente: Elabora propia adapta de Atlas ti.

A continuación, se da respuesta a cada una de las relaciones que permiten alcanzar el objetivo de esta investigación.

Analizar cómo el estilo visual y estético de Arca ha influido en las tendencias de moda adoptadas por la generación Z dentro de la comunidad queer.

Para abordar este objetivo, se ha definido el estilo visual como a la combinación de elementos gráficos y estéticos que forman la apariencia de un producto visual. Incluye aspectos como la composición, el color, la iluminación, la textura y el uso de líneas y formas. Lo cual se ve representado en la familia “Aura Mutante”, compuesta por los códigos de autenticidad y empoderamiento, así como en la familia “Límites y Libertades”, a través del código representar. Por otro lado, la estética de Arca se conceptualiza como un concepto más amplio que abarca la forma en que las personas se expresan a través de su apariencia, vestimenta, forma de habitar el espacio y elección en el diseño, entre otros, abarcando la familia “Moda de lo Inesperado”, que incluye los códigos experimentar y experimental. Esta relación entre estética y estilo visual permite comprender cómo la artista ha influido en las tendencias de moda de la Generación Z, especialmente en lo referente a la normatividad, tal como se ilustra en la red de códigos presentada en la *Figura 2*.

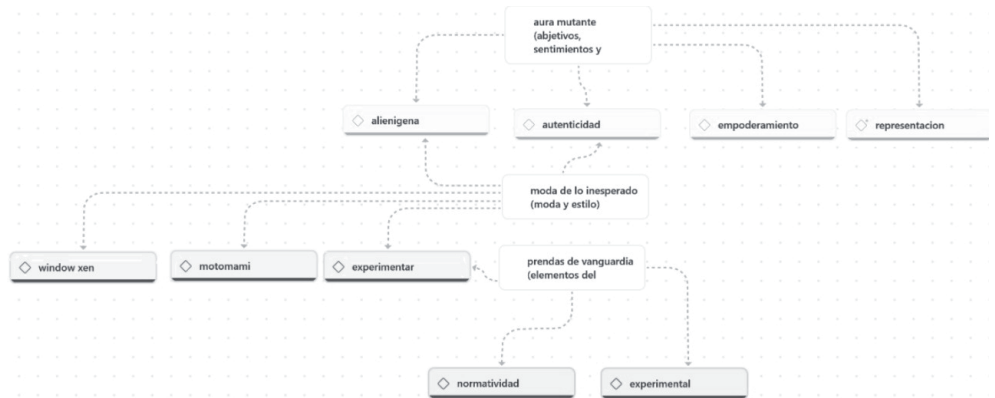


Figura 2. Estilo visual y estético de Arca ha influido en las tendencias de moda. Fuente: Elabora propia adapta de Atlas ti.

La figura anterior, evidencia cómo la estética de Arca ha moldeado las tendencias de moda dentro de la generación Z en la comunidad queer, revelando una interacción entre su imagen transgresora y la apropiación de su estilo como una forma de identidad. Dentro del grupo “Aura Mutante”, los códigos “alienígena”, “autenticidad”, “empoderamiento” y “representación” reflejan la percepción de Arca por parte de los participantes como una figura disruptiva cuya presencia reta lo convencional y otorga a sus seguidores un sentido de validación y transformación. A su vez, el grupo “Moda de lo Inesperado”, conformado por “experimentar”, “windowxen” y “motomami”, resalta su influencia en la adopción de prendas y estéticas impredecibles, donde la fusión entre lo futurista y lo urbano se convierte en una narrativa clave. Finalmente, en el grupo “Prendas de Vanguardia”, los códigos “normatividad” y “experimental” destacan la dicotomía entre la moda establecida y la innovación que propone Arca, impulsando una estética que desafía los cánones tradicionales mediante el uso de materiales poco convencionales y la deconstrucción de las formas. La interconexión de estos códigos revela cómo su impacto en la moda queer no se limita solo a la inspiración visual, sino que también redefine la forma en que la comunidad experimenta con su identidad a través del vestuario.

Puede verse entonces como el estilo estético de arca se puede definir como irreverente, transgresor, diferente rozando lo alienígena, donde su objetivo es incomodar al espectador y las normas sociales por medio de su estética visual que recopila elementos como las prótesis robóticas, elementos del BDSM y el uso del cuerpo como campo de acción y expresión (Ver Figura 3). Es por lo anterior que, los participantes mencionan su influencia, inspiración y modelo a seguir que ella representa en su vestimenta formando una filosofía de “encontrarse a sí mismo (Participante número 3)”

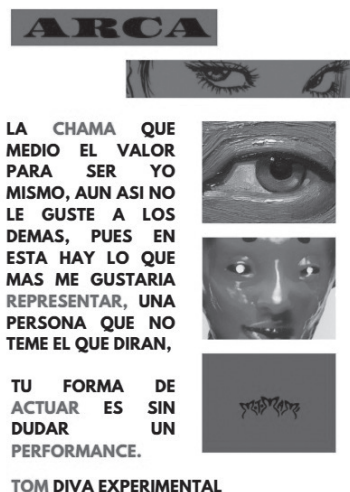


Figura 3.

Carta participante 3.

Fuente: Elaboración
 participante 3.

Reconociéndola y validando su relación con adjetivos como madre, diva experimental, muñeca de metal, amiga y guía, representando para sus seguidores una guía, demostrando la admiración por su estética visual que se podría definir como transgresora y posthumana (Ver Figura 4). Donde su forma de vestir es llamada “sin comparar el más sin igual”, tiene relevancia porque subraya la singularidad absoluta de ARCA dentro de la moda y la cultura queer. Expresa que su expresión estética y artística no tiene ningún punto de comparación, subrayando su carácter innovador y devastador. Para sus seguidores, ARCA representa una referencia única que trasciende las reglas establecidas, actuando como inspiración solo para el uso y la identidad ilimitada. La forma de vestir de arca o de los fans de arca particularmente se autodenominan mutantes, debido a su constante transformación, hibridación y rechazo de las categorías fijas en la moda y el género.

**Figura 4.**

Carta participante 4.

Fuente: Elaboración participante 4.

El estilo visual y estético de Arca ha influido en las tendencias de moda adoptadas por la generación Z dentro de la comunidad queer como el estilo Motomami y las estéticas robóticas y posthumanas, al fusionar lo tecnológico con lo visceral en su imagen transgresora. Su uso de cuero, vinilo, látex y siluetas futuristas sentó un precedente para la estética Motomami, que mezcla lo hiperfemenino con lo agresivo y lo cibernético con lo callejero, elementos también presentes en su obra. Además, su exploración de la fusión entre cuerpo y máquina ha impulsado la moda robótica, incorporando prótesis, estructuras biomecánicas y materiales reflectantes que evocan una identidad cibernética.

Examinar de qué manera la música y la imagen pública de Arca han promovido una mayor aceptación y visibilidad de las identidades queer en la moda de la generación Z como una forma de resistencia a las normas tradicionales de género.

La música y la imagen pública de Arca han sido clave en la promoción de una mayor aceptación y visibilidad de las identidades queer en la moda de la generación Z, funcionando como una forma de resistencia a las normas tradicionales de género, como se muestra en la carta de la fan, se resalta cómo Arca inspira a ser Queer, Queen y Divergente (Ver Figura 5), 33rando cómo su arte impulsa la imaginación y la expresión a través del vestuario.

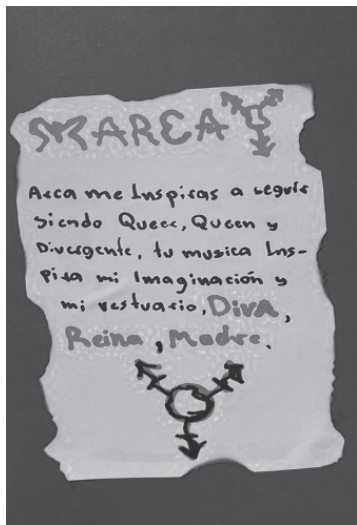


Figura 5.
 Carta participante 5.
 Fuente: Elaboración
 participante 5.

Como puede verse, su estética transgresora y su discurso desafían los cánones binarios, permitiendo que jóvenes queer encuentren en ella una referencia para explorar y abrazar su identidad sin miedo. Al emplear la moda como un medio de expresión política y artística, Arca refuerza la idea de que el vestuario puede ser un acto de empoderamiento y reivindicación de la diversidad. Lo cual se muestra en la red de Atlas ti, en la cual la imagen pública se aborda desde la familia de códigos Aura Mutante, que incluye aceptación, empoderamiento, expresar e inspirar, y desde la familia Metamorfosis del Ser, con los códigos de visibilidad, redefinición del vestuario, queer e identidad de género. Por otra parte, la resistencia a las normas tradicionales de género se examina desde la familia Tejido Social en Transformación (código normatividad) y la familia Moda de lo Inesperado, que integra los códigos no hegemónico, diferente y estereotipo de vestuario. Finalmente, la música se trata desde la familia Sinfonías de la Transformación, abarcando los códigos de canciones y storytelling (Ver Figura 6).

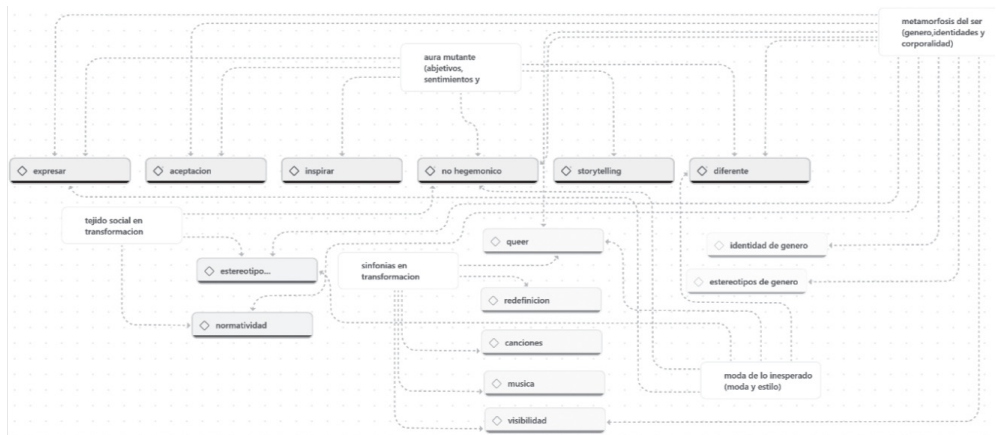


Figura 6. Música y la imagen pública de Arca y la visibilidad de las identidades queer. Fuente: Elabora propia adapta de Atlas ti.

La red de códigos en Atlas.ti permite visualizar cómo la música y la imagen pública de Arca han influido en la aceptación y visibilidad de las identidades queer dentro de la moda de la generación Z, funcionando como una forma de resistencia a las normas tradicionales de género. Dentro del grupo “Aura Mutante”, los códigos “expresar”, “aceptación”, “inspirar”, “no hegemónico”, “storytelling” y “diferente” reflejan cómo Arca genera un impacto discursivo y estético que desafía lo convencional y fomenta nuevas formas de autoexpresión. La categoría “Tejido Social en Transformación”, que incluye “normatividad” y “estereotipos de género”, señala la tensión entre la disidencia queer y las estructuras normativas, destacando cómo su propuesta artística desmantela estas imposiciones.

Por otro lado, el grupo “Sinfonías en Transformación”, compuesto por los códigos “queer”, “redefinición”, “canciones”, “música” y “visibilidad”, enfatiza la intersección entre lo sonoro y lo identitario, donde la estética de Arca se convierte en un vehículo para la resignificación de las categorías de género. Finalmente, dentro de “Moda de lo Inesperado”, el código “moda y estilo” evidencia cómo su propuesta visual ha sido adoptada por la generación Z como una herramienta de expresión personal y resistencia, reafirmando que su impacto va más allá de la música y se proyecta en la configuración de nuevas tendencias estéticas y narrativas queer en la moda contemporánea.

Explorar la relación entre la estética disruptiva de Arca y la experimentación con la moda por parte de los jóvenes LGBTQ de la generación Z, incluyendo la adopción de materiales y estilos no convencionales.

La estética disruptiva de Arca ha servido como un catalizador para la experimentación con la moda entre los jóvenes LGBTQ de la generación Z, alentándolos a adoptar materiales y estilos no convencionales. Arca desafía las normas establecidas a través de su

imagen, fusionando elementos futuristas, posthumanos y deconstruidos que rompen con las categorías tradicionales de género. Su influencia se traduce en la adopción de prendas andróginas, materiales poco convencionales como el látex, papel quemado, vinyl o el metal, y siluetas que juegan con la exageración y la distorsión del cuerpo. Esta estética experimental permite a los jóvenes LGBTQ usar la moda como una forma de resistencia y autoafirmación, alejándose de las expectativas normativas y celebrando la fluidez identitaria. Los seguidores de Arca han llevado esta experimentación más allá, utilizando materiales innovadores y procesos creativos que transforman la moda en una extensión de su identidad mutante. Incorporan elementos como resina, cables eléctricos, bioplásticos y prótesis recicladas para construir piezas que desafían la forma humana y evocan una estética posthumana. Además, emplean luces LED, espuma expansiva y textiles termocrómicos para generar vestuarios dinámicos que cambian de apariencia en tiempo real, convirtiendo el cuerpo en un lienzo en constante evolución. A través de esta exploración, la moda deja de ser solo una expresión estética y se convierte en una herramienta de transformación y resistencia, reafirmando la identidad queer en espacios tanto físicos como digitales (Ver Figura 7).

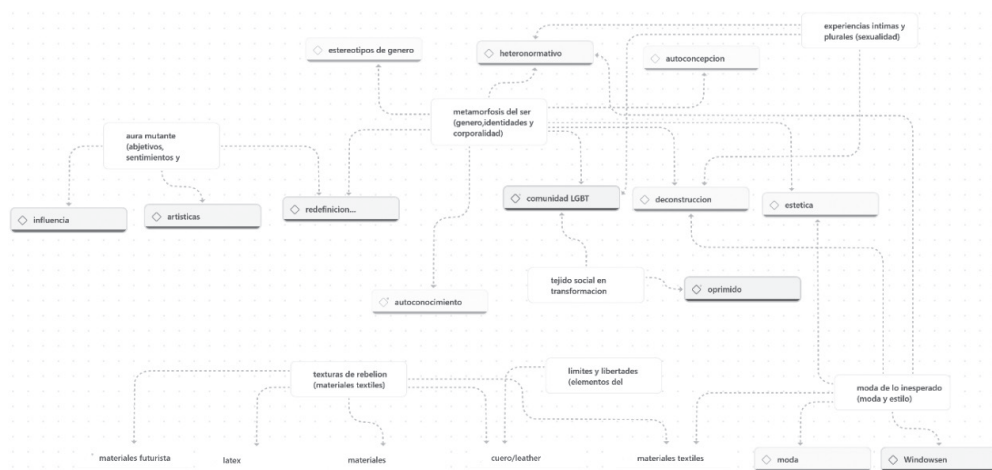


Figura 7. Estética disruptiva de Arca y la experimentación con la moda. Fuente: Elabora propia adapta de Atlas ti.

La red de códigos en Atlas.ti para este análisis muestra cómo la estética disruptiva de Arca influye en la experimentación con la moda dentro de la generación Z, particularmente en la comunidad LGBTQ. La estructura de la red revela la conexión entre la redefinición del vestuario y el uso de materiales y estilos no convencionales, uniéndose y complementándose con códigos adyacentes como deconstrucción, heteronormativo, autoconcepción y autoconocimiento, resignificando el concepto del vestuario al convertirlo en un medio de deconstrucción y reconstrucción identitaria. Su imagen transgresora rompe con la estructura heteronormativa del vestir, desafiando las categorías binarias de género y promoviendo una expresión auténtica y fluida. En este proceso, el vestuario deja de ser una simple herramienta de presentación social y se convierte en un espacio de exploración personal que influye en la autoconcepción de quienes se identifican con su estética.

Desde esta perspectiva, la vestimenta se convierte en un lenguaje de autoconocimiento, permitiendo a los jóvenes LGBTQ de la generación Z. La moda deja de responder a normas impuestas y se transforma en una extensión del ser, donde el cuerpo se redefine a través de la experimentación con textiles, volúmenes y estructuras que desafían lo establecido. Así, Arca no solo propone una nueva manera de vestir, sino una nueva manera de entender el vestuario como un acto de resistencia, transformación y autenticidad.

Uno de los códigos centrales en esta red es “Window Sen”, un diseñador que desafía los límites de la indumentaria convencional y cuya propuesta se vincula con la idea de la “moda de lo inesperado”, reflejando la experimentación estética de esta generación. Además, el participante 5, menciona a Frederik Heyman, un artista visual cuya obra se caracteriza por el uso de narrativas digitales y materiales innovadores, lo que refuerza la idea de que la moda queer actual se inspira en discursos artísticos transgresores como Arca.

En la red también aparecen conceptos como “texturas de rebelión (materiales textiles)”, que abarca categorías como látex, cuero/leather y materiales futuristas (bioplásticos, tejido termo cromático, espuma), elementos que han sido clave en la vestimenta de la generación Z para expresar una identidad fluida y desafiante. Esta exploración de materiales resuena con la estética de Arca, quien ha integrado en su imagen pública estos mismos elementos, posicionándolos como símbolos de transformación e identidad mutante, como por ejemplo en la portada del álbum *Kick I* de Arca (*Ver Figura 8*) es una declaración visual que encapsula su estética transhumanista y mutante. La imagen muestra a Arca con una apariencia híbrida entre lo humano y lo mecánico, incorporando prótesis metálicas en piernas y brazos que evocan una figura posthumana. Su vestimenta minimalista, con transparencias y encajes, contrasta con los elementos industriales, resaltando la fusión entre fragilidad y poder.

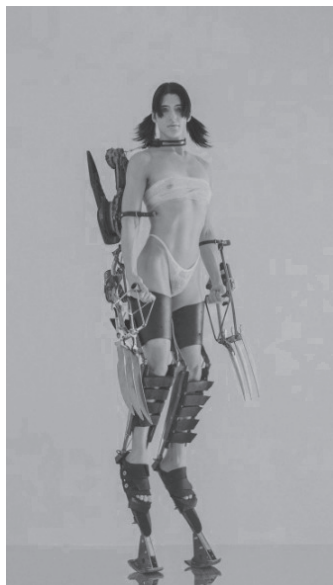


Figura 8.
Portada del álbum
Kick I.

Este análisis evidencia cómo la influencia de Arca trasciende la música y se materializa en una estética que desafía las normas establecidas, proporcionando un espacio de experimentación y resistencia para los jóvenes LGBTQ a través de la moda.

Evaluar cómo la influencia de Arca en la moda ha permeado en las redes sociales, afectando la manera en que los jóvenes LGBTQ de la generación Z se expresan y conectan entre sí en plataformas digitales.

La influencia de Arca en la moda ha permeado en las redes sociales, convirtiéndose en un punto de referencia para los jóvenes LGBTQ de la generación Z en su manera de expresarse y conectar en plataformas digitales. Como se muestra en la carta del fan 2, donde se refleja cómo su arte inspira la autoexploración y la aceptación personal, un proceso que muchos jóvenes comparten en espacios como Instagram, TikTok y Twitter, donde la estética transgresora de Arca se traduce en looks experimentales, maquillajes disruptivos y performances que desafían el binarismo de género.

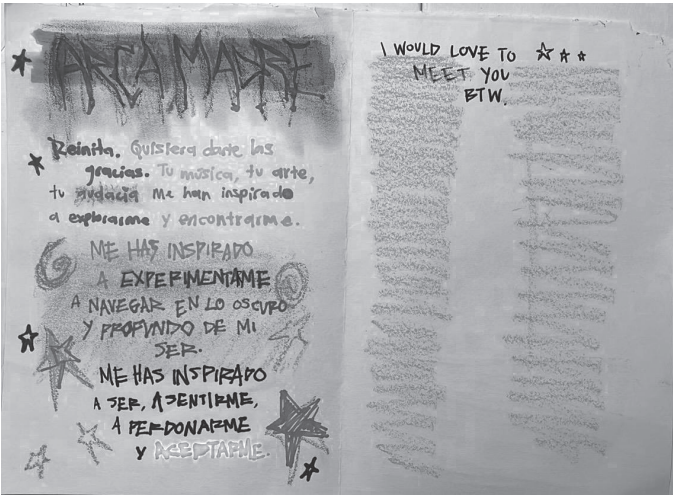


Figura 9.
Carta participante 2.
Fuente: Elaboración
participante 2.

Su imagen ha impulsado tendencias donde la moda se convierte en una extensión de la identidad queer, permitiendo a estos jóvenes encontrar comunidades virtuales en las que el estilo y la expresión personal sirven como un lenguaje de resistencia y orgullo (Ver Figura 10).

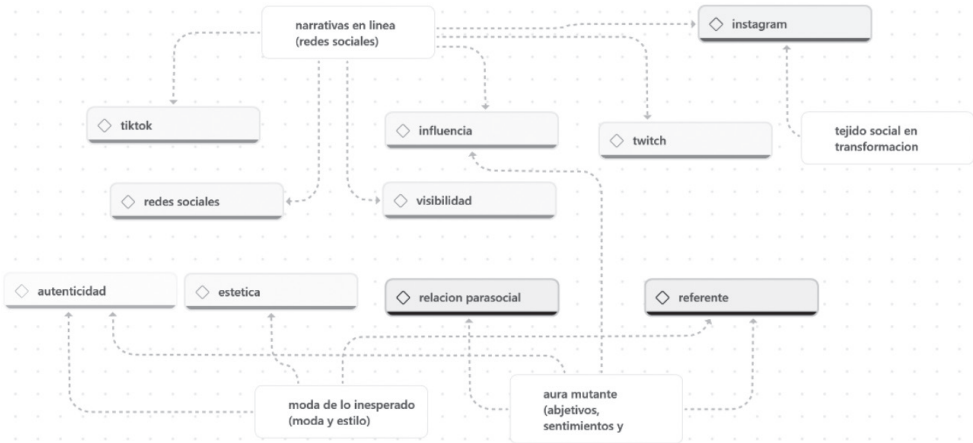


Figura 10. Influencia de Arca en la moda ha permeado en las redes sociales. Fuente: Elabora propia adapta de Atlas ti.

La influencia de Arca en la moda ha trascendido lo físico para instalarse en redes sociales como Instagram, TikTok y Twitch, donde los jóvenes LGBTQ de la generación Z adoptan su estética disruptiva para expresar su identidad. La “moda de lo inesperado”, con estilos y materiales no convencionales, se ha convertido en un medio de autoexploración y visibilidad, desafiando las normas tradicionales. En este contexto, la relación para social con figuras como Arca refuerza la autenticidad y la experimentación estética, permitiendo que estos jóvenes no solo consuman tendencias, sino que las transformen activamente en su propio lenguaje visual.

Así, la red de códigos revela cómo la estética de Arca ha permeado las plataformas digitales, consolidando un espacio donde la identidad queer se reivindica a través de la moda y el performance. La conexión entre estética, autenticidad y comunidad digital evidencia que su impacto va más allá del espectáculo, funcionando como un catalizador para la autoexpresión y la resistencia a los cánones normativos.

Como, por ejemplo, el participante 2, habla de cómo en su red social TikTok “el TikTok que tengo más visto es de Arca”. En dicho video muestra el performance hecho por Arca en el *mugler runway* del 2023, siendo ejecutado de forma en que arca caminaba por la pasarela vistiendo un vestido de la casa *mugler* y espontáneamente se acerca a una persona del público con la cual forcejea y le arrebató la cartera, volviéndola parte de su desfile, siendo acompañado con su canción *rakata* de fondo y un texto que dice “Y la que atraque 🍷🍷”, en el video muestra un discurso de irreverencia y espontaneidad en donde los espacio como las pasarelas de moda, en las cuales el público comúnmente tiene nula interacción con las modelos, llevando el performance de las pasarelas un paso más allá. Que para el 13 de marzo de 2025 tiene un total de 46,100 likes con un total de 447,900 vistas, a diferencia de otros videos del participante que en promedio tiene 120 likes y 6000 vistas.

Discusión y conclusiones

La investigación realizada tiene como objetivo principal analizar la influencia que tiene artistas como Arca en la vestimenta de la generación Z dentro de la comunidad LGBTQ como medio que permea y redefine las identidades y expresiones dentro de este grupo, tras la recolección de y análisis de los datos de carácter cualitativos, se encontró una fuerte relación de influencia de la figura del artista hacia el consumidor que se expresa en su forma de vestir, indicando un fuerte conexión parasocial siendo el punto focal de la investigación como son estas relaciones de influencia específicamente en grupos minoritarios como la comunidad LGBTQ.

Estos hallazgos están en línea con investigaciones anteriores, como Acevedo (2014), que también reportan una relación entre la música, el artista y el consumidor. Teóricamente la relación entre el vestuario y la música según Acevedo (2014) la música y la vestimenta han estado profundamente interconectadas, evolucionando de la mano como expresiones culturales y sociales. Desde la teoría de la semiótica, ambas pueden entenderse como sistemas de signos que comunican identidad, ideología y pertenencia a determinados grupos, remarcando que la moda no es un fenómeno estético, si no también uno de lenguaje de

comunicación y biopolítica a partir de la cual el vestuario y la corporalidad adquiere un carácter político y de género. Los resultados de la investigación reafirman la que el vestuario y la música es tan ligados de forma profunda tal y como se describe en la literatura. Por ello se recomienda seguir haciendo estudios en grupos sociales marginados y minoritarios para un mayor entendimiento de las dinámicas sociales en entornos de entretenimiento y ocio tales como la música.

Al analizar cómo el estilo visual y estético de Arca ha influido en las tendencias de moda adoptadas por la generación Z dentro de la comunidad queer, tras el análisis de las entrevistas y las técnicas de proyección se encontró que el estilo transgresor de Arca, con influencias alienígenas, robóticas y BDSM, desafía las normas sociales y sirve de inspiración para la generación Z dentro de la comunidad queer (Muriana & Moreno, 2022). Sus seguidores la ven como una guía estética y filosófica, destacando su impacto en la moda. Su influencia se refleja las cartas echas por sus seguidores en donde evidencia tendencias como Motomami y la estética posthumana, fusionando lo tecnológico con lo visceral a través de materiales como cuero, látex y estructuras biomecánicas. El análisis en Atlas. ti a través de la red de códigos evidencia su papel en la autenticidad y empoderamiento queer, impulsando una moda disruptiva que mezcla lo futurista con lo urbano y desafía la normatividad a través de la experimentación estética. Los descubrimientos realizados van en línea con algunas investigaciones anteriores como, por ejemplo, Ingrid et al., (2016), donde en términos teóricos, donde las tendencias de consumo de la generación Z están fuertemente marcadas por líderes de opinión o influencer, donde se crea una relación parasocial en la cual los líderes de opinión se ven como expertos en ciertos campos (Ingrid et al., 2016).

Siendo esto extrapolada a la moda de la comunidad queer en la cual se explora la moda como una herramienta de expresión e identidad en la comunidad queer, cuestionando los estereotipos de género impuestos socialmente, por medio de la influencia de un líder de opinión en este caso una artista musical, los cuales influencia el vestuario de sus consumidores, siendo finalmente reflejado en tendencias que luego de vuelven modas e impactan a un público más general tal como el caso del estilo motomami que es una moda que estuvo fuertemente influenciada por la artista arca. Siendo estos resultados la reafirmación de como el consumo de la generación Z está marcada por líderes de opinión / influencers.

Al examinar de qué manera la música y la imagen pública de Arca han promovido una mayor aceptación y visibilidad de las identidades queer en la moda de la generación Z como una forma de resistencia a las normas tradicionales de género. Los hallazgos confirman que la música e imagen de Arca han impulsado la visibilidad y aceptación de identidades queer en la moda de la generación Z, desafiando normas de género. Su estética transgresora inspira la autoexpresión a través del vestuario, convirtiéndolo en un acto de resistencia y empoderamiento. El análisis en Atlas. Ti refleja su impacto en la ruptura de estereotipos ("Aura Mutante"), la tensión con estructuras normativas ("Tejido Social en Transformación") y la conexión entre música e identidad ("Sinfonías en Transformación"). Su estilo, adoptado como herramienta de resistencia ("Moda de lo Inesperado"), reafirma su influencia en la moda y la redefinición de narrativas de género. Las evidencias recopiladas van en línea con algunas investigaciones anteriores, como Sánchez-Contador (2016) y Totorika (2023), La influencia de Arca en la moda queer de la generación Z se valida

teóricamente desde la moda, la identidad y la música como herramientas de resistencia y visibilizarían. Según Sánchez-Contador (2016) la moda es un lenguaje de identidad y conexión social, lo que explica cómo la estética transgresora de Arca permite desafiar normas de género. La representación LGBTQ en la sociedad de consumo y cómo Arca rompe con las representaciones hegemónicas se muestra como la música fortalece el sentido de comunidad y empoderamiento en grupos marginados, lo que en el caso de Arca se traduce en una plataforma de validación y resistencia. Así, su impacto trasciende lo estético, consolidándose como un referente en la reconfiguración de identidad, representación y desafío a lo normativo. En resolución la influencia de Arca en la moda queer trasciende lo estético, consolidándose como un referente en la reconfiguración de la identidad, la representación y la resistencia a lo normativo

Al Explorar la relación entre la estética disruptiva de Arca y la experimentación con la moda por parte de los jóvenes LGBTQ de la generación Z, incluyendo la adopción de materiales y estilos no convencional. Los hallazgos evidencian que la estética disruptiva de Arca ha sido un catalizador en la experimentación con la moda dentro de la generación Z, especialmente en la comunidad LGBTQ. Su imagen transgresora, que fusiona elementos futuristas, posthumanos y deconstruidos, ha impulsado la adopción de materiales no convencionales como el látex y el metal, así como prendas andróginas y siluetas que desafían las formas tradicionales del cuerpo. Esta exploración permite a los jóvenes utilizar la moda como un medio de resistencia y autoafirmación, alejándose de las normas de género establecidas. El análisis en Atlas.ti refleja esta influencia a través de códigos como “Window Sen”, vinculado a la “moda de lo inesperado”, y referencias a artistas como Frederic Heyman, cuya obra digital y experimental refuerza el carácter transgresor de la moda queer. Además, la categoría “texturas de rebelión” destaca el uso de materiales futuristas y textiles poco convencionales que, al igual que en la estética de Arca, se convierten en símbolos de identidad mutante. En conjunto, estos elementos muestran cómo su impacto trasciende la música, consolidándose en la moda como un espacio de experimentación y resistencia para la comunidad LGBTQ. Algunos estudios previos que habla acerca como los jóvenes exploran estéticas disruptivas Bravo (2023). La relación entre la estética disruptiva de Arca y la experimentación con la moda en los jóvenes LGBTQ de la generación Z se valida teóricamente desde los estudios críticos de la moda, la comunicación digital y la transformación cultural Bravo (2023), destaca cómo la vestimenta actúa como resistencia y expresión identitaria, en línea con la forma en que Arca y sus seguidores desafían la normatividad de género a través de materiales y estilos no convencionales. En resolución la estética disruptiva de Arca ha impulsado la experimentación con la moda en la generación Z LGBTQ, desafiando normas de género y promoviendo la autoexpresión. Su impacto, validado desde los estudios críticos de la moda y la comunicación digital, se amplifica a través de redes sociales y una creciente apertura a la fluidez identitaria. Así, su influencia trasciende lo estético, consolidándose como un acto de resistencia y transformación cultural.

Finalmente al evaluar cómo la influencia de Arca en la moda ha permeado en las redes sociales, afectando la manera en que los jóvenes LGBTQ de la generación Z se expresan y conectan entre sí en plataformas digitales. La influencia de Arca en la moda ha trascendido lo físico para consolidarse en redes sociales como Instagram, TikTok y Twitch, donde jóvenes LGBTQ de la generación Z adoptan su estética transgresora como una herramienta

de expresión y conexión. Su impacto se refleja en la “moda de lo inesperado”, donde el uso de materiales y siluetas no convencionales permite la autoexploración y la visibilidad queer. El análisis en Atlas.ti muestra cómo su imagen impulsa una relación parasocial que refuerza la autenticidad y la experimentación estética, permitiendo que estos jóvenes no solo sigan tendencias, sino que las transformen activamente en su propio lenguaje visual. De esta manera, su influencia va más allá del espectáculo, consolidando un espacio digital donde la moda y el performance funcionan como herramientas de resistencia y reafirmación identitaria. En base a antiguos estudios realizados de cómo se crean moda e interacción a través de las redes sociales, por ejemplo, (2022) y Muslim *et al.* (2020). La influencia de Arca en la moda se valida teóricamente mediante estudios que destacan cómo las estéticas digitales en plataformas como TikTok han transformado la expresión identitaria. Según Bravo (2023) las “aesthetics” emergentes en TikTok funcionan como marcadores visuales y subculturas que consolidan estilos y discursos que resuenan con la juventud, facilitando que grupos como los jóvenes LGBTQ de la generación Z adopten looks experimentales y performances que desafían el binarismo de género. Además, investigaciones en social media Muslim *et al.* (2020) que las interacciones y el compartir de contenidos en línea fomentan actitudes positivas y comportamientos de conexión digital, lo que respalda la idea de que la estética disruptiva de Arca no solo inspira tendencias, sino que también fortalece las comunidades virtuales y la autoexpresión en entornos digitales. En conjunto, estos enfoques teóricos confirman que Arca actúa como referente, afectando significativamente la forma en que los jóvenes LGBTQ se expresan y conectan en las redes sociales. La influencia de Arca en la moda digital ha transformado la expresión identitaria de los jóvenes LGBTQ de la generación Z, creando espacios virtuales de resistencia y autoafirmación. Su estética disruptiva no solo inspira tendencias, sino que también fortalece comunidades que se conectan a través de plataformas digitales para desafiar las normas tradicionales de género.

Referencias

- Acevedo, K. (2014). Moda y Música: Colección Fiebre de sábado en la noche. *Revista Intersección*, 1(1), 64–75.
- Arriola, E. R. (1995). Faeries, marimachas, queens, and lezzies: The construction of homosexuality before the 1969 stonewall riots. *Columbia Journal of Gender and Law*, 33, 1–33.
- Bailey, B. A., & Davidson, J. W. (2005). Effects of group singing and performance for marginalized and middle-class singers. In *Psychology of Music* (Vol. 33, Issue 3, pp. 269–303). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/0305735605053734>
- Barthes, R. (2013). *The language of fashion* (Seuil, Ed.).
- Brandon, A. (2016). Heteronormativity and Homonormativity. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies*, 1–3. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss013>
- Bravo, N. (2023). Estética de la resistencia: de Michel Foucault a Vivienne Westwood. *Revista de Estudiantes de Filosofía*, 1(7), 83–92. <https://www.>

- Butler, J. (1993). Critically Queer. *A Journal of Lesbian and Gay Studies*, 1, 17–32.
- Butler, J. (2004). *Deshacer el género* (Paidós, Ed.).
- Butler, J. (2007). El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad (Paidós, Ed.).
- Butler, J. (2022). Cuerpos que importan. Sobre los límites discursivos del sexo (Paidós, Ed.).
- Castellanos, J. (2016). El neuromarketing y su relación con la jerarquía de las necesidades de Abraham Maslow. *Contribuciones a La Economía*, 14(1), 1. <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Chauhan, V., Reddy-Best, K. L., Sagar, M., Sharma, A., & Lamba, K. (2021). Apparel Consumption and Embodied Experiences of Gay Men and Transgender Women in India: Variety and Ambivalence, Fit Issues, LGBT-Fashion Brands, and Affordability. *Journal of Homosexuality*, 68(9). <https://doi.org/10.1080/00918369.2019.1698914>
- Cortés, T. A. (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista Argentina de Sociología*, 6(11), 257–271.
- Cruz, R. A. L. (2012). Mutations and metamorphoses: Body horror is biological horror. *Journal of Popular Film and Television*, 40(4), 160–168. <https://doi.org/10.1080/01956051.2012.654521>
- Ferro, M. (2000). La colonización_ una historia global (Z-lib.io).
- Finlay, T. (2017). Non-Binary Performativity: A Trans-Positive Account of Judith Butler's Queer Theory. *Laurier Undergraduate Journal of the Arts*, 4, 10–25. <http://scholars.wlu.ca/luja>
- Fobear, K. (1981). Queer Settlers: Questioning Settler Colonialism in LGBT Asylum Processes in Canada.
- Galofaro, F., Cano, C., & Roma, B. (2015). Musica e simbolo Musica e cinema nel dopoguerra americano: minimalismo e postminimalismo. *Gremese*, 50.
- Garcés, A. (2010). De organizaciones a colectivos juveniles panorama de la participación política juvenil. *Última Década*, 32, 61–83.
- Geller, P. L. (2019). The Fallacy of the Transgender Skeleton. In Cham: Springer International Publishing (Ed.), *Bioarchaeology and Social Theory* (pp. 231–242). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93012-1_10
- Han, E., & O'Mahoney, J. (2014). British colonialism and the criminalization of homosexuality. *Cambridge Review of International Affairs*, 27(2), 268–288. <https://doi.org/10.1080/09557571.2013.867298>
- Hottois, G. (2013). Humanismo, Transhumanismo, Posthumanismo. *Revista Colombiana de Bioética*, 8(2), 167–191.
- Ingrid, Z. I., Victoria, T. V., & Jesus, S. S. (2016). *Tendencias publicitarias en Iberoamérica. Diálogo de saberes y experiencias* (I. Zacipa-Infante, V. Tur-Viñes, & J. Segarra Saavedra, Eds.; Vol. 8). Universidad de Alicante. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM/2016/8>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, Millenium Edition*. www.pearsoncustom.com
- Lozano, J. (2000). ¿Semiótica de la moda, semiótica del vestuario? *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 89, 235–250.
- Muriana, C. G., & Moreno, J. (2022). AAAA* Arte, Alianzas, Afectos y Algo más*.

- Muslim, A., Harun, A., Ismael, D., & Othman, B. (2020). Social media experience, attitude and behavioral intention towards umrah package among generation X and Y. *Management Science Letters*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.020>
- Peirce, C. (1974). *La ciencia de la semiótica* (Nueva Visión, Ed.).
- Pérez-Curiel, C., Sanz-Marcos, P., & Molpeceres, A. V. (2023). Performativity of gender identities in fashion. Stereotypes' impact in Vogue and GQ. *Cuadernos.Info*, 55, 71–92. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.52475>
- Rendondo, A. (2005). *Papel de la música en los jóvenes*. Ponencias.
- Ríos Martínez, K. M. (2019). La entrevista semi-estructurada y las fallas en la estructura. La revisión del método desde una psicología crítica y como una crítica a la psicología. *Caleidoscopio - Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*, 41. <https://doi.org/10.33064/41crscsh1203>
- Ryan Bengtsson, L., & Edlom, J. (2023). Commodifying participation through choreographed engagement: the Taylor Swift case. *Arts and the Market*, 13(2), 65–79. <https://doi.org/10.1108/AAM-07-2022-0034>
- Sánchez-Contador, A. (2016). La identidad a través de la moda. *Revista de Humanidades*, 29, 131–152.
- Schwieger, D., & Ladwig, C. (2018). Reaching and Retaining the Next Generation: Adapting to the Expectations of Gen Z in the Classroom. *Information Systems Education Journal*, 16(3), 45–54. <http://www.edsigcon.org>
- Soto, H. M. (2022). Estéticas en Tik Tok: entre lo histórico y lo digital. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 152. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi152.6688>
- Warner, Michael. (2011). *Fear of a queer planet : queer politics and social theory*. University of Minnesota Press.
- Zaballa, A. (2023). Luchas LGBTIQ+, sociedad de consumo e interseccionalidad: el día del orgullo LGBT. *EU-Topías. Revista de Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos*, 26, 53–70. <https://doi.org/10.72033/eutopias.26.27568>

Abstract: This study explores how Arca's visual aesthetic influences queer identity expression in Generation Z. Using a qualitative methodology, five participants with diverse gender identities were interviewed through semi-structured conversations and projective letters. Data analyzed using Atlas.ti revealed a strong parasocial bond with the artist, reflected in participants' clothing and symbolic appropriation of Arca's image. The study concludes that Arca serves as a reference figure for exploring non-normative identities, shaping a queer aesthetic that challenges traditional boundaries of gender and representation.

Keywords: reggaeton - LGBTQ - Generation Z - identity.

Resumo: Este estudo analisa como a estética visual de Arca influencia a identidade queer da geração Z. A partir de uma metodologia qualitativa, foram aplicadas entrevistas semies-

trituradas e cartas projetivas a cinco participantes com identidades de gênero diversas. A análise com Atlas.ti revelou uma forte conexão parasocial com a artista, expressa no vestuário e na apropriação simbólica de sua imagem. Conclui-se que Arca atua como figura de referência na construção de identidades não normativas, configurando uma estética queer que desafia os limites tradicionais de gênero e representação.

Palavras-chave: reggaetón - LGBTQ - geração Z - identidade

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