

Título

Música y moda:

La influencia de Karol G en las decisiones vestimentarias de los
Jóvenes de Medellín

Mónica María Arango Restrepo

Nombre del docente

Catalina Montaña

Institución Universitaria Pascual Bravo

Tecnología en Gestión del Diseño Textil y de Modas

Medellín ,2024

Tabla de Contenido:

Resumen.....	2
Introducción.....	
Glosario.....	1
Introducción.....	3
El problema	4
Justificación.....	5
Los objetivos.....	6
Referentes Teóricos.....	7
Metodología.....	8
Resultados.....	9
Recomendaciones.....	10
Conclusiones.....	11
Bibliografía.....	12

Glosario:

Vestido: Es todo aquello que modifica y complementa el cuerpo. (Eicher, 1992 pag 1)

Tipologías de Vestido: la vestimenta es un compilado de modificaciones del cuerpo y suplementos, está definida como una lista de elementos agregados al cuerpo que están clasificados en suplementos. (Eicher, 1992 pag 1)

Las tipologías de prendas: hacen referencia al estilo, características que la definen y su ocasión de uso pueden ser prendas superiores, inferiores, integradas se clasifican según su silueta, forma, longitud, amplitud, proporciones y volumen.

Universos Vestimentarios: Son el conjunto de prendas de vestir y agregados con características similares que al presentarse asociadas ofrecen un concepto específico como propuesta enmarcada dentro de un estilo de vida de un perfil del consumidor y las ocasiones de uso. Su clasificación formal, casual, jeans wear, sport wear, kaki wear, under wear (SENA, 2009 Pag 3)

Difusión de Moda: es un proceso en el cual las tendencias y los modelos de comportamiento son promovidos de manera sutil y velada principalmente a través de los medios masivos de comunicación, con el objetivo de influir en las clases inferiores y fomentar un consumo dependiente. (Squicciarino, 1990 ,Pag 166)

Mainstream: Mainstream significa dominante o “gran público” y es un fenómeno que se emplea para un medio como un producto cultural destinado a una gran audiencia (Martel, 2012 pag.101)

Música Urbana: se define como un conjunto diverso de géneros musicales que se definen y desarrollan en entornos urbanos, reflejando las experiencias y los valores de las comunidades urbanas lo dice el teólogo y sociólogo Simón Frith en su libro “*Hacia una estética de la música popular*”. (frith, 2001 , pag 1)

Resumen:

La influencia de la música en la moda es cada vez mayor; en el evento *Mañana sera bonito fest*, 2023 se mostró cómo la pasión de los seguidores (jóvenes) por la cantante se vio representada en la forma de vestir, es decir, existe un poder en los artistas musicales como figuras de moda.

Objetivo general: Analizar la influencia de la estética y el estilo de Karol G en las decisiones vestimentarias de los jóvenes entre 15 y 25 años en Medellín, a través de la revisión de cuentas de TikTok durante el evento *Mañana será bonito fest* que se realizó en la ciudad el 1 y 2 de diciembre del 2023

Método: Se usó un abordaje cualitativo a través de la netnografía se construyó una matriz de análisis que englobó las tipologías de prendas, paleta, de color, diseño y estilo de la cantante Karol así mismo se definió la coherencia de las prendas que utilizaron los jóvenes que asistieron al *Mañana será bonito fest*

Resultado: La estética y el estilo de figuras públicas como Karol G tienen un impacto significativo en las decisiones vestimentarias de los jóvenes entre 15 y 25 años en Medellín, como se evidencia en el análisis de imágenes y publicaciones de cuentas de TikTok durante el evento *Mañana será bonito fest*

Conclusión: La moda de Karol G, representa un icono en la moda de los jóvenes de la Ciudad de Medellín

Introducción:

La influencia de la música en la moda es cada vez mayor, fenómeno que se presentó en la ciudad de Medellín en diciembre de 2023 durante el evento musical *Mañana será bonito fest*, donde los fanáticos de la cantante Karol G lucieron atuendos como si se hubiera convertido el espacio en una pasarela urbana llena de tendencias y combinaciones poco usuales referentes al estilo de la cantante. El espacio muestra cómo la pasión de los seguidores (jóvenes) por la cantante se ve representada en la forma de vestir, es decir, existe un poder en los artistas musicales como figuras de moda. (Mesa, Moda en el Mañana sera bonito fest, 2023)

La moda como lenguaje de signos, es un sistema no verbal de comunicación, que trasciende y supera a la mera confección, las texturas y las formas, Roland Barthes en su libro clásico *El sistema de la moda*, nos habla precisamente de la moda como sistema de signos, y nos lleva a ver desde una visión estructuralista, que cada signo tiene un sentido y un significado específico en función del escenario del cual forma parte (Barthes, El sistema moda y otros escritos, 1978). En el caso de la cantante de reggaetón, Karol G, el conjunto de signos que ella estratégicamente viste, trasciende y permea a quienes la escuchan y la ven como un icono, su estética se replica en marcas de ropa, en el estilismo que proponen los influencers y finalmente en sus seguidores.

La imagen que exhibe en escena Karol G se traduce en la mezcla de diferentes tonalidades, colores vibrantes y metalizados, diferentes tipos de texturas: transparentes con prendas que son acolchadas; múltiples tipologías de prendas en un solo outfit como chalecos de denim, crop tops, pantalones tipo cargo, faldas estilo parashoot, así como gorros, gafas y riñoneras. La configuración de esta estética ha ido consolidándose en el tiempo, al punto que incluso

casas de moda de alta costura como Dior, Mugler, Jacquemus, Balmain, Loewe, entre otras, han decidido hacer de ella la imagen de algunos vestidos de sus colecciones.

Estos cambios de imagen que ha tenido la cantante a lo largo de su carrera se han ido reflejando también en el mercado masivo, el cual toma como referente el éxito de las pasarelas de alta costura y produce desde allí colecciones a las que pueden acceder otros públicos, esto se evidencia en los estilos que difunden marcas como: Shein, pero también en marcas nacionales como: Koaj, Gef, Bata, Off Course, Bonna, Navissi, Joy Staz, entre otras. Este fenómeno se puede explicar desde el concepto de difusión de moda, es decir, el proceso mediante el cual las tendencias, estilos y productos relacionados con la moda se propagan y se hacen populares en la sociedad (Barreiro, La difusión de la moda en la era de la globalización, 2006)

Frente a esto ha sido importante la existencia de grupos económicos poderosos que han dedicado sus esfuerzos a la industria de la moda, estas grandes firmas han desdibujado la línea entre alta costura y la “moda de la calle”, en tanto que incorporan elementos de las colecciones de los diseñadores reconocidos y los hacen asequibles para el público en general (Braham B. (., 2014)

En el *Mañana será bonito*, las tendencias de la moda se manifiestan de manera tangible. Karol G, al lucir cuatro atuendos distintos, cada uno con su propia declaración de estilo, no solo refleja su evolución como artista, sino que también sirve como punto de referencia para el público presente. Los cambios vestimentarios que tuvo la artista, abarcaban desde gafas Dior hasta botas de Coperni, entre ellos, destacaba un enterizo de cristales diseñado por Bryan Hearn, conocido por vestir a celebridades como Jennifer López, Cardi B y Ariana Grande, así como un vestido metálico de Michael Schmidt, reconocido por su trabajo con Madonna y Mariah Carey (Universal, 2023).

Entre el público estas tipologías también estaban presentes, pero de otra manera, el estilo de los jóvenes tenía los mismos códigos vestimentarios: transparencias, camisetas, telas con apariencia sintética, texturas plásticas, pantalones en dril cargo, strapless, minifaldas, botas texanas, gafas de sol, riñoneras y a la vez cabellos azules, rosados y maquillaje glitter o brillante. El cuerpo de los asistentes se presenta similar al de la protagonista del concierto,

y esto corrobora que la moda es una búsqueda constante de renovación y de la necesidad de pertenecer, esto está presente en la cultura, los estilos, los lugares y tendencias en general. (Lypovetsky, 2002)

Las decisiones vestimentarias, entre los jóvenes que asisten a eventos como el *Mañana será bonito fest*, tienen una fuerte influencia de la música. La moda sirve como un lenguaje visual, donde cada prenda y accesorio comunica de manera no verbal, adquiriendo significados específicos en el contexto en el que se encuentran. De esta manera, la música facilita escenarios en los que los jóvenes se expresan y comunican sin palabras, solo a través del vestido (Castro, 2017)

En resumen, *Mañana será bonito fest* puso en evidencia el vínculo existente entre la moda y la música, en este evento los seguidores de Karol G no sólo admiraron su música, sino que también adoptaron su estilo distintivo como un código de identidad, es decir, la imagen producida por la cantante mediante su indumentaria, se conecta con el público juvenil, convirtiéndose en un sistema de signos, que trascendieron en una forma de expresión. La estética de Karol G, cuidadosamente elaborada y adoptada por sus seguidores, se ha convertido en un fenómeno cultural que influye en marcas de moda, estilistas e incluso diseñadores de alta costura. A través de eventos como este festival, la música proporciona un escenario para que los jóvenes se expresen y se conecten entre sí a través de la moda, demostrando que la búsqueda de identidad y pertenencia continúa siendo un impulso fundamental en la cultura contemporánea.

Capítulo 1

El problema

Esta investigación reconoce la música como un factor significativo en la creación y difusión de tendencias de moda. Además, subraya cómo la moda puede servir como un medio de expresión y comunicación no verbal, lo cual es fundamental para comprender cómo las personas construyen su identidad a través de las prendas de vestir, en relación con su gusto musical y cultural. Desde la perspectiva del Diseño de Modas es fundamental reconocer la importancia de otras industrias, en este caso la industria musical con todo lo que la compone, como un factor influyente en el diseño y consumo de moda.

La evidencia de la literatura insiste en considerar como la música “tiene como fin agradar al oído de quien la escucha” (Mosquera, 2013). Sin embargo, además de agradar, es pertinente revisar otras consideraciones, por ejemplo, el estudio cualitativo *La influencia de la música en la comunicación comercial de la moda* realizado por Ramón Cansino, analizó la influencia de la música en la comunicación comercial de la moda, y concluyó que la música y la moda tienen un componente que afecta las emociones humanas y así mismo nos hace identificarnos y sentirnos parte de una misma “tribu” (Cansino, 2019). Este fenómeno fue latente en el festival *Mañana será bonito fest* en el cual los jóvenes experimentaron emociones que llevaron a reunir un grupo de personas en códigos similares en sus decisiones vestimentarias, derivado de las emociones que les genera escuchar a la cantante Karol G. y como consecuencia de esto, el evento se convirtió en una potente plataforma de marketing de moda, como lo afirma Neuville “la música crea un aura y una historia alrededor de la ropa” (Neuville j. , 2014), la música como hilo conductor que vincula la moda con las experiencias y las emociones de los asistentes. La vestimenta de los jóvenes en el evento no era solo ropa sino una expresión de su identidad y una forma de conectarse a la atmosfera del festival.

Samuel Gosling y Peter Rentfrow en su artículo “*El contenido y la validez de los estereotipos musicales en los estudiantes universitarios*” dicen que la música tiene muchos elementos que hacen que las personas interactúen y auto expresen sus formas de vestir, y de decorar sus espacios, y que esto logra ser en determinados momentos un tema a debatir vinculando la parte social, ya que las personas al sentirse identificadas con determinado genero conectan fácilmente y encuentran temas en común (Rentfrow & Gosling, 2007). Los escenarios musicales logran crear conexiones con la moda, esta intercesión no pasa desapercibida para las marcas de moda y música. Es así como las marcas de moda se han dado cuenta del potencial latente de los escenarios musicales, un ejemplo es lo sucedido en el Festival Coachella 2016, en el que se vio la colaboración de H&M Loves Coachella, esta es una asociación que desde ese año hace el Festival Coachella con la marca de fast Fashions H&M y que tiene como objetivo representar la esencia del festival proporcionando a los compradores una selección de ropa y complementos inspirados en el estilo del evento musical.

De manera similar, en el festival Mañana Será Bonito, celebrado en la ciudad de Medellín, el estadio Atanasio Girardot, donde tuvo lugar el concierto, se transformó en una plataforma comercial. Marcas como Crocs estuvieron presentes durante el evento, mientras que comerciantes locales aprovecharon la ocasión para vender gorras, camisetas, riñoneras e incluso pelucas de colores en los alrededores. Además, el merchandising oficial incluía pósters con la imagen de Karol G, que promovían su álbum y presentaban elementos fantásticos relacionados con su mundo, como sirenas y tiburones.

Desde esta perspectiva es interesante ver cómo este tipo de colaboraciones y estrategias dan cuenta de una comunicación de la moda que se fusiona con la industria musical y revelan cómo ambas industrias se centran en el estilo de vida y las características de valor, como lo plantean Jochen Strähle and Anna-Christina Kriegel en su artículo *Fashions and Music: A Literature Review*, si la música se adapta a la identidad de la marca, puede establecer de manera rápida un vínculo emocional con el contenido, comunicando sus valores y realzando la autenticidad en las campañas publicitarias de moda (Kriegel, Moda y musica una revision literaria, 2018)

Según Maria Camila Cortés Parra, en su tesis “*Cuerpos disonantes en la industria musical: el styling y el vestuario de las cantantes como expresión fundamental de la comunicación de un artista - marca*”, la música está relacionada con el consumismo e indica que los artistas o proyectos musicales al convertirse en una marca pasan directamente a ser productos de consumo creando por medio de esto lo que se denomina artista –marca, concepto que se refiere a la creación de una identidad por medio del entendimiento de la relación entre el artista y la marca o la persona y la marca. En la industria musical, un artista-marca implica que el nombre artístico, la identidad visual y la música de un artista se convierten en una marca y un producto que se puede comercializar para su consumo en la sociedad. Esta construcción de identidad como marca-artista implica alinear cuestiones como ¿Cómo me veo?, ¿cómo me ven los demás?, y ¿cómo creo que me ven los demás? para influenciar la percepción de la audiencia y acercar al artista al ideal de artista-marca-celebridad (Parra, 2020 pag 15)

Desde esta perspectiva, Karol G tiene una fuerte presencia en redes sociales como Instagram, YouTube, Twitter, Facebook; donde regularmente comparte fotos y videos que muestran momentos de su vida cotidiana como estrategia que permite no solo aumentar el número de seguidores, sino que además impulsa el consumo de su música y fortalece su posición como una artista-marca. Su clara identidad visual se evidencia tanto en el contenido de sus redes sociales como en el de sus seguidores.

La música puede crear rápidamente un vínculo emocional con el contenido, especialmente si la marca y la personalidad del músico coinciden, lo que permite transmitir valores de la marca y contribuye a una mayor autenticidad en la comunicación publicitaria de moda (Bauman, 2007). Esto también evidencia la relación entre el gusto por la música de Karol G y la influencia en el estilo de vestir de algunos jóvenes en la ciudad. Karol G, como figura destacada de la cultura y la moda urbana, representa no solo un estilo musical, sino también un estilo de vida y una estética visual coherente con su música. Las preferencias musicales comunican al menos dos tipos de información: reflejan las cualidades personales del individuo y muestran una concordancia evidente con la imagen social asociada a los estilos

musicales (Patrik Little, 1986), lo que subraya cómo la música de Karol G no solo influye en el gusto musical, sino también en la identidad y la apariencia de sus seguidores.

La fusión entre música y moda es un fenómeno poderoso que va más allá de la simple estética, influyendo en la creación de tendencias, generando emociones y moldeando ideologías de manera implícita. Como se ha visto en el estado del arte, la música y la moda se entrelazan para definir no solo estilos, sino también identidades y experiencias compartidas entre los jóvenes. Comprender lo que les gusta a estos grupos demográficos puede ser fundamental para identificar oportunidades de mercado y crear experiencias de marca más efectivas.

Considerando el impacto que Karol G tiene en los jóvenes, tanto a nivel musical como estilístico, este estudio propone como pregunta: ¿Cómo influye la estética y el estilo de Karol G las decisiones vestimentarias de los jóvenes entre 15 y 25 años en Medellín, a través de la revisión de publicaciones de cuentas de TikTok durante el evento *Mañana será bonito fest que* se realizó en la ciudad el 1 y 2 de diciembre del 2023? Este enfoque puede proporcionar una visión de las tendencias emergentes y abrir oportunidades para el mercado de la moda en este segmento de mercado.

Capítulo 2 Justificación:

Durante siglos la música ha sido omnipresente en la moda, desde la época de los antiguos griegos hasta el día de hoy; inclusive son una forma de comunicar mensajes acerca de quiénes somos y cómo nos percibimos a nosotros mismos. La revisión de la literatura muestra además que en las tendencias de moda a menudo surgen de movimientos musicales juveniles que sirven como herramienta para que los jóvenes expresen su identidad y se conecten con otros que comparten sus gustos e intereses.

En la actualidad la conectividad entre música y moda continúa, puesto que los jóvenes ven a sus músicos favoritos como modelos a seguir y se inspiran en su estilo de vestir. Situación analizada en el *Mañana será bonito fest* en la ciudad de Medellín el 1 de diciembre de 2023, donde los jóvenes seguían el mismo patrón de moda de la cantante. Según la investigación documental de (Opio, 2023) indica que más del 30% de los fans sienten que la moda utilizada por los artistas y bailarines es más reveladora para despertar emociones y apego a canciones, artistas concretos y a prendas de vestir, es decir forman un trasfondo emocional en el contexto del Neuromarketing (Strahle, 2018).

Teniendo en cuenta lo reportado por la literatura se hace imperativo estudiar la influencia de la música en el vestir de los jóvenes y para este caso el género urbano y la cantante Karol G es crucial para comprender la dinámica cultural contemporánea quien en la actualidad tiene alta influencia en las nuevas generaciones lo que podría ayudar a obtener una comprensión más profunda de dicho fenómeno que es como la música y la moda han estado entrelazadas a lo largo de la historia reflejando y moldeando las identidades individuales y culturales, y su vez a identificar tendencia y patrones sociales de los ídolos culturales (artistas musicales) y como estos crean las tendencias de moda y el comportamiento de consumo entre los jóvenes el cual crea también un mercado potencial pues muchos de ellos quienes al verse identificados con la cantante en este caso Karol G y pueden tratar de emular sus prendas y seguir la tendencia urbana, que ella tiene bastante marcada o de muchas tendencias que se

pueden usar de manera ambigua haciendo que haya más consumo de estas, entender esto permite identificar un mercado potencial que abre las posibilidades para hacer satisfacer las necesidades y gustos de los usuarios, y así siento asertivos tener prendas ganadoras en ventas y con elementos diferenciadores que todo el mundo los quiera usar. La música durante décadas expresa una identidad colectiva es parte del reflejo de esa identidad en los terrenos artístico y cultural desde esta perspectiva la música es una expresión de una etnia, de una clase social, de un pueblo, de una nación y una cultura. (Entwistle.J, 2002)

Darse cuenta de esto sirve para conocer las experiencias que les gusta vivir a la gente de ahí que es importante analizar como este fenómeno musical tiene una conexión transcendental en la moda de la sociedad actual que logra mover masas, que crea conexiones comerciales y que hace que por medio del consumo de prendas , la publicidad , las iconografías se logren hacer vínculos emocionales y culturales que cuando estos se combinan de manera efectiva en el ámbito el consumo pueden generar movimientos comerciales significativos, se puede ver como en los festivales de música como por ejemplo *Coachella Empire Polo Club del Indio , en California 2023*, evento que reunió centenares de personas. En Colombia *El mañana será bonito fest de Karol G* también tuvo gran acogida entre la juventud y reunió muchos fanáticos a ver a la artista y sus invitados, ella vistió de rosa el estadio Atanasio Girardot y durante todo el día los asistentes tuvieron diferentes atracciones, pues fue un evento de todo el día , al revisar estos se puede ver que los artistas pueden influir mucho en el consumo de moda y estética o de otros productos , esto puede servir para adaptar estrategias de marketing e identificar un mercado potencial y al entender esto abrir posibilidades en un campo de acción como la moda hacer productos diferenciadores que satisfagan las necesidades y preferencias del público objetivo . (Strahle, 2018) citando a Pike)

Concordante con esto Jackes Attali en su texto *Laberinto de cultura y sociedad* dice que cuando la música empieza a ocupar un lugar central en la construcción del universo simbólico juvenil en las sociedades industriales de capitalismo avanzado, se desarrolla un potente mercado alrededor de esta destinado a satisfacer estas necesidades (Attali, 1995) acerca del tema analizado en este trabajo se podría decir que Karol G ejerce una influencia notable en la estética de algunos jóvenes lo que se ve reflejado en el consumo masivo de su imagen y

estilo , este fenómeno se alinea con la teoría de Jackes Attali mencionada anteriormente (Attali, 1995) Algunos artistas musicales ejercen mucha influencia en el gusto de sus fans gracias a esto se podrían crear prendas coherentes y actuales que permitan lograr identidades propias y creadas desde un gusto genuino. El filósofo Ortega y Gasset ha señalado: “yo soy yo y mi circunstancia” (Ortega y Gasset, 1914 ,pag 9)(Desde esta perspectiva, según el momento vivido en la música se descubrirán las nuevas tendencias actuales en la moda como ejemplo la música urbana también conocida como reggaetón , rap , trap y otros géneros afines ha experimentado un crecimiento masivo en popularidad en la últimas décadas no se limita solo al ámbito musical si no que se extiende al consumo y otros aspectos de la cultura popular , y tendencias de moda .Karoll G es una de las cantantes que más ha logrado que este género musical extienda su popularidad no solo en América Latina si no a nivel mundial, tiene mucha conexión con la juventud por esto podría decirse que el interés de hacer esta investigación es conocer la conexión que tienen los jóvenes con sus cantantes favoritos y el uso de su vestuario para así lograr descubrir un mercado potencial efectivo y oportunidades de generar consumo de moda.

Anthony Hiddens en su libro teoría social dice que en cualquier sociedad los jóvenes son los agentes que reciben de manera inicial y más intensa los efectos de los cambios culturales y sociales, los jóvenes interactúan entre sí y por medio de la construcción de sentidos compartidos situaciones vividas tienen una conexión que hacen que el sujeto social exista (Hiddens, 1990) ,como ya se ha dicho en el párrafo anterior Karol G a través de su imagen se puede convertir en un elemento central que conecta con la juventud y la estética de la moda contemporánea.

Por otra parte, Xirau sintetiza esta idea: “Cuando percibo a ‘otro’ lo percibo como un ser encarnado, como un ser que vive en su cuerpo, es decir, como un ser semejante al mío, que actúa de manera semejante a como actúo y que piensa de manera semejante a la manera en que pienso” (Xirau, 2020) Así algunos jóvenes también pueden decirse que emulan las estéticas contemporáneas según el contexto donde se encuentren, buscando una manera de expresarse y comunicar sus preferencias.

El estado del arte ha determinado como la música permite descubrir formas de comportamiento e inclinaciones determinadas, de la misma forma identificar perfiles de consumidor y de imagen.

En la actualidad la tendencia en música es la de la cantante Karol G, quien representa en la sociedad icono en música y en moda, por lo cual teniendo en cuenta los descrito en párrafos anteriores surgió como pregunta de investigación-

El aporte innovador que se logrará al finalizar este estudio, es alcanzar mostrar como una tendencia actual en música, logra tener un alto impacto en la moda, el estilismo, y el consumo de determinadas prendas en la juventud actual entender esto permite identificar un mercado potencial que abre la posibilidades para hacer satisfacer las necesidades y gustos de los usuarios y así siento asertivos tener prendas ganadoras en ventas y con elementos diferenciadores que todo el mundo los quiera usar.

3.Capítulo: objetivos

3.1 Objetivo general:

Analizar la influencia de la estética y el estilo de Karol G en las decisiones vestimentarias de los jóvenes entre 15 y 25 años en Medellín, a través de la revisión de cuentas de TikTok durante el evento *Mañana será bonito fest* que se realizó en la ciudad el 1 y 2 de diciembre del 2023.

3.1.1 Objetivos Específicos:

1. Categorizar el vestido que utilizó Karoll G en el evento *Mañana será bonito fest* en la ciudad de Medellín:

A partir del desarrollo de una matriz de categorización de tipologías de prendas se describió y se analizó las características de diseño , color , estilo , y accesorios complementarios , con el fin de identificar las variables relevantes que estuvieron presentes en el evento y que fueron destacadas en las cuentas de Tik Tok en el periodo del 27 de octubre de 2023 hasta el 20 de diciembre de 2023, y así enfatizar la importancia del estilismo y la vestimenta de Karoll G en el contexto del evento , así mismo el impacto y la capacidad de resonar principalmente entre los jóvenes 15 y los 25 años consolidando la estética como una opción de moda. La identidad colectiva surge debido a la existencia de una acción colectiva. Es decir, por medio de un género musical los jóvenes pueden sentirse identificados, y esto propicia que se junten y compartan ciertas ideas, sensaciones, actitudes, y estéticas que les den una definición como grupo.

(frith, 2001 , pag 1)

2. Definir las características de la estética de Karol G que están presentes en las decisiones vestimentarias de los y las jóvenes entre 15 y 25 años que asistieron al *Mañana será bonito fest en Medellín*.

Por medio de una matriz de análisis que engloba las tipologías de prendas, paleta, de color, diseño y estilo la forma de describirlas y se definen la coherencia que tienen las prendas que utilizaron los jóvenes que asistieron al *Mañana será bonito fest*, con la estética de Karol G las características que coinciden, se identifican características coincidentes. Toda esta información se recopila se unen los datos cualitativos de la red social Tik Tok, especialmente en fechas cercanas al evento, comentarios, hash tags relevantes y otras interacciones en línea, estos se incluirán en la matriz y se utilizarán para realizar análisis comparativos entre el estilo de Karol G y las decisiones vestimentarias de los jóvenes asistentes al festival.

3. Reconocer la influencia de la estética de Karol G en las decisiones vestimentarias de los y las jóvenes que asistieron al *Mañana será bonito fest en Medellín*.

Teniendo la identificación de las tipologías y categorización de las prendas se realiza un cuadro comparativo que permita la observación directa, y así lograr la visualización de las similitudes e interjecciones entre las prendas de los jóvenes asistentes al *Mañana será bonito fest* y Karoll G. Este cuadro puede mostrar las categorizaciones de ambos lado a lado resaltando las coincidencias y discrepancias en términos de estilo, tendencias, preferencias, color, silueta, universo etc. Una vez completado el cuadro comparativo se realizara un análisis detallado para determinar

si existe una influencia significativa de la estética de Karol G en las decisiones vestimentarias de los jóvenes, se buscan tendencias y patrones comunes que sugieran que los jóvenes están imitando el estilo de Karol G en su propia vestimenta finalmente se interpretan los hallazgos obtenidos a partir del análisis comparativo para llegar a conclusiones sobre el nivel de influencia de Karol G en la moda juvenil en el contexto Mañana será bonito fest en Medellín. Se discutirá como los resultados refutan o respaldan la hipótesis de investigación y se ofrecerán implicaciones para comprender mejor la relación entre la imagen pública de esta artista y las decisiones de vestimenta de sus seguidores.

Capítulo 4 Referentes Teóricos

1. Cuerpo vestido y decisiones vestimentarias:

Todo lo que se elige a diario para vestir, maquillar y adornar el cuerpo puede expresar nuestra personalidad, gustos y pertenencia a determinados grupos sociales, estos elementos no solo ayudan a comunicar quienes somos y cómo queremos ser vistos, sino que también nos permiten expresar la individualidad y experimentar-comunicar con nuestra apariencia de manera continua. Joane B. Eicher, antropóloga y especialista en el estudio de los textiles y la indumentaria, plantea en su artículo *Dress and Identity*, que el vestido en un sentido amplio no se limita solo a la ropa que se usa, este incluye cualquier cosa que modifique o adorne el cuerpo como tatuajes, cirugías estéticas, aretes, objetos de mano y hasta perfumes (Eicher, 1992 pag 1) Desde esta perspectiva nuestras elecciones vestimentarias también son expresiones generales que comunican y estéticas que forman parte de la identidad y pertenencia social.

Ahora bien, las personas interpretan y usan la indumentaria para comunicarse dentro de un contexto social y cultural, en este sentido, en el momento de vestir el cuerpo, el sujeto improvisa y modifica las posibilidades vestimentarias para dotar de significado situaciones sociales concretas, de esta manera, el cambio constante y la incertidumbre se convierten en las únicas continuidades previsibles en la relación entre el cuerpo y el vestido. Esta perspectiva enriquece la comprensión del cuerpo vestido como un espacio dinámico en el que se entrelazan la identidad, la expresión y la transformación constante. Es así como ese cuerpo dotado de significados, por las decisiones que el sujeto toma sobre él, se convierte en una imagen que es leída por los demás en un contexto particular. Eicher, 1992 pag 1

Desde otra perspectiva, vestirse es parte de las necesidades básicas del hombre, pero las personas no se visten de cualquier manera, sino según su cultura, costumbres, gustos, clima, género, edad, entre otras cosas. Pedro Chacón y Luis Casablanca, en su artículo *El hombre vestido, una visión sociológica, psicológica, y comunicativa sobre la moda*, propone que el vestido es un elemento diferenciador para el hombre, así ante una variedad de opciones las personas pueden escoger entre reproducir la imagen de otros o recrear el estilo adaptándolo a sus propios gustos, lo cual hace que pueda enriquecer su propia imagen a partir de otras imágenes proyectadas en el mundo de la cultura. Tanto Joane B. Eicher como Pedro Chacón y Luis Casablanca, coinciden en que según las necesidades culturales del entorno las personas definen sus estéticas para reflejar su identidad y en esa medida enriquecen su imagen mediante las influencias circundantes de cultura. (Pedro Chacon, 2014 pag 4)

Las decisiones vestimentarias de las personas podrían estar relacionadas con muchos factores culturales y sociales, uno de ellos la música, pues esta puede reflejar identidades y estilos de vida. Como planteó (bordeau 1982). la identidad se construye en la práctica social a partir de representaciones mentales (actos de percepción y apreciación, de conocimiento y reconocimiento) y de representaciones objétales (cosas o actos). De esta misma manera se forman lo que denomina decisiones. En esta misma línea de pensamiento, Ytatí (2018) analiza cómo los sujetos se comportan y toman decisiones influenciadas por relaciones interculturales y logran armonizarlas a partir de la identidad.

Desde la perspectiva de Valeria Nannini en su tesis *Moda, Comunicación y Poder ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso?* La elección de la vestimenta puede ser una forma de expresar aspectos de la identidad y la subjetividad de cada persona. Al vestirse de manera particular, los individuos pueden comunicar rasgos de su personalidad, gustos, valores y emociones. Así, la ropa trasciende su función práctica y se convierte en un lenguaje visual que transmite mensajes sobre quiénes somos y cómo queremos ser percibidos por los demás (Nannini, 2016, pag 5)

Esta idea se vincula con la noción de que la moda no solo consiste en seguir tendencias o cumplir con normas sociales, sino que también permite a las personas construir y proyectar su identidad mediante la elección de prendas y estilos que reflejan su forma de ser y sentir.

En este sentido, la vestimenta se convierte en una herramienta de comunicación no verbal que puede revelar información sobre la personalidad, el estado de ánimo, las preferencias estéticas y la autoimagen de cada individuo. Es así como las decisiones vestimentarias tienen un impacto en la percepción de nosotros mismos y en la forma en que nos relacionamos con los demás en diferentes contextos sociales y culturales.

- **Universos de Vestuario:**

Los universos de vestuario son el conjunto de prendas de vestir y agregados con características similares que al presentarse asociadas ofrecen un concepto específico como propuesta enmarcada dentro de un estilo de vida de un perfil del consumidor y las ocasiones de uso.

Aparecen como unas segmentaciones que dependen de los rangos de edades de los usuarios y de eso también dependerá la utilización, aunque se han creado una variedad de subgrupos que se identifican entre sí por guardar normas impuestas por actividades sociales culturales.

Estos pueden clasificarse en:

Formal wear: se lleva para cumplir requisitos establecidos se usa con fibras naturales tiene una silueta estructurada y cortes definidos se puede utilizar las múltiples actividades del día a día.

Casual wear: Nace con la participación de la mujer en el mundo laboral, son prendas versátiles y flexibles que pueden mezclarse entre sí y periodos cortos de tiempo, la fibra que predomina es el algodón 100% mezclada con otras fibras los colores son en escala de crudos.

Jeans wear: se consideran las prendas del siglo XX hoy en día se renuevan al ritmo de los consumidores de las nuevas generaciones tiene tendencia hacia lo usado y lo desgastado usando fibras de algodón en siluetas de jeans y chaquetas principalmente.

Kaki wear: nace en los 80 como propuesta del entorno laboral, surge a partir del pantalón de drill se considera un clásico del vestuario masculino, la construcción de estas prendas es

de apariencia informal el color kaki en todas sus tonalidades complementado con el blanco la prendas claves son chinos, pantalones cargo, camisas y camisetitas tipo polo.

Sport wear: nace en los años 80 por el interés de los deportes y la influencia de los juegos olímpicos, la guerra de las galaxias, los supersónicos etc. es el universo que más participa en la tecnología de los textiles, fortalece mucho el concepto de UNISEX en este universo predominan las fibras sintéticas siendo el nylon el protagonista, las siluetas utilizadas son pantalones deportivos, sudaderas, chompas. A estas prendas es muy común darles un aire futurista se utilizan prácticamente todas las gamas de color, las claves en este vestuario es ser confortable, multifuncional, cómodo, resistente.

Active wear: Nace en los años 80 con la obsesión el cuerpo, y la búsqueda de vitalidad, prendas para hacer ejercicio de gran exigencia, en los últimos tiempos ha estado muy tendencia debido a que en la actualidad es bastante importante el culto al cuerpo, las fibras utilizadas en este universo son elásticos, algodón, tejidos inteligentes que presten unas funcionalidades adicionales, se usan distintas gamas de color y combinaciones neutras con brillantes dando una sensación de fuerza y energía. Las ocasiones de uso son los deportes y el ocio.

Street wear: surge a finales de siglo y está determinado como un estilo para gente joven y estilo propio tiene mezcla de colores y combinaciones diferentes dando un aire irreverente presentando un nuevo concepto el INTER que es un estilo donde hay fusión de siluetas y diferentes bases textiles, combinaciones poco convencionales que no están sugeridas como grupo de colección, pero que son que son prendas con actitud que las armoniza quien las viste. Las bases utilizadas lo vintage, las transparencias, variedad de procesos y acabados, en cuanto a siluetas la mezcla de todo y de todos los universos dando vida a nuevas creaciones y reinterpretaciones de la ropa, describen muy poco la figura pues son prendas muy oversized o también muy ceñidas al cuerpo y tienen gamas de color diversas.

Under wear: Esta conformado por las prendas interiores, son elaboradas principalmente en algodón, mezclas artificiales y sintéticas.

Beach wear: Mas que universo se constituye en una ocasión de uso deja las prendas de nadar para dar espacio a un look de descanso y diversión.

(SENA, 2009 Pag 3)

2. La moda y su difusión:

La moda está definida como un fenómeno cultural y social que refleja las tendencias, gustos y valores de una sociedad en un momento específico, desde una perspectiva teórica la moda se entiende como un sistema complejo que abarca diversos aspectos como la indumentaria, el estilo de vida, el arte, la música, la tecnología y el comportamiento humano (Barthes, 2006, pag 30) Socialmente se estudia como una construcción simbólica y de identidad donde los individuos utilizan la vestimenta y otros elementos estéticos para expresar su pertenencia a determinados grupos sociales, así como para diferenciarse y destacar dentro de ellos, el simple acto de vestirse es utilizado como un medio para contar historias. (Foucault, 2005 Pag 4)

Teniendo en cuenta la propuesta Foucault, es preciso, entonces, introducir el concepto de “fachada” de Irving Goffman (1959), quien describe en su libro *la presentación del yo en la vida cotidiana*, la indumentaria de moda como un elemento más que sirve de medio a través del cual el individuo se presenta al mundo. La “fachada” es la parte de la actuación que funciona regularmente como un modo general y prefijado (Goffmann E. , 1959, pag 13) Desde la perspectiva de estos dos autores se puede definir la moda no solo como una mera manifestación de tendencias estéticas si no también como una herramienta de comunicación y control social, La indumentaria de moda entonces actúa como una fachada mediante la cual lo individuos nos solo se presentan sino que también buscan un lugar dentro del poder y los discursos culturales predominantes.

George Simmel en su estudio sobre la Psicología de la Moda, señala dos necesidades contradictorias en el hombre: la necesidad de integración que lo hace buscar ser igual a los otros, y la necesidad de singularidad que lo hace buscar su particularidad con el todo social (Simmel, 1998 ,pag 3)

esta idea señala que en la moda existe una dualidad entre la necesidad de integrarse socialmente y la búsqueda de singularidad individual, a pesar de estar inmersos en una cultura masificada los individuos generan impulsos de cambio que son absorbidos por la sociedad, e influenciados por la clase, el mercado y la música se convierte en una expresión única de elección y deseos tanto a nivel individual como grupal en resumen, este párrafo destaca como la moda funciona como un medio para la integración social y la expresión individual.

Otro autor que hace valiosos aportes a la construcción teórica de la moda es Zygmunt Bauman (2007) en su libro *Sociedad de consumo y cultura consumista*, plantea que la moda se entretiene en la compleja dinámica del consumo y de la creación de orientaciones motivacionales para la acción que no encuentran su sustento en la satisfacción de necesidades básicas. (Bauman Z. , 2007 Pag 213), este consumo del que habla Bauman en su libro ha tenido algunas variaciones en las últimas décadas debido a la digitalización y a la globalización y a las diferentes formas de difundir la moda, por ejemplo, en un artículo de Vogue México y Latinoamérica, Rodgers (2021) analiza cómo las redes sociales están transformando nuevamente la industria de la moda, haciéndola más inclusiva, accesible y diversa, se enfoca en plataformas como TikTok, Clubhouse y OnlyFans. (Rodgers, 2021)

Rodgers, D. explica que las redes sociales tradicionales como Instagram y Facebook democratizaron la moda al permitir que cualquier persona pudiera opinar y participar. Sin embargo, estos espacios eventualmente se volvieron monótonos y algorítmicos, priorizando las ventas sobre la autenticidad y la diversidad de voces. Sin embargo, TikTok, con su rápido crecimiento y su capacidad para viralizar contenido, ha derribado las barreras tradicionales de la moda, permitiendo que cualquiera pueda influir en tendencias con humor y creatividad. De esta manera, se desafía el statu quo de la moda al ofrecer espacios donde

la diversidad y la creatividad pueden emerger sin las limitaciones impuestas por formas de difusión tradicionales. Rodgers, 2021

En este punto es pertinente definir el término difusión de moda, según Ana Barreiro, socióloga de moda y economía, se refiere al proceso mediante el cual las tendencias, estilos, tendencia o estéticas se adoptan y transmiten este proceso implica una serie de etapas desde la creación y presentación inicial de una tendencia por parte de diseñadores o influenciadores hasta su adopción y popularización por parte del público en general. (Barreiro A. , 2004, pag 188)

Relacionando la definición de Barreiro (2004) y lo propuesto Rodgers (2021), se puede afirmar que TikTok se ha convertido en un medio crucial para la difusión de moda gracias a su capacidad excepcional para vincular a creadores y audiencias de manera rápida y eficaz, esta red social fomenta la creatividad entre sus usuarios, permitiéndoles experimentar con diferentes estilos y formatos de video. Esto no solo ayuda a mantener el contenido fresco y atractivo, sino que también alienta la participación de la audiencia a través de retos y colaboraciones).

Por otra parte, Nicola Squicciarino, sociólogo de moda, define que la difusión de tendencias, son un proceso en el cual las tendencias y los modelos de comportamiento son promovidos de manera sutil y velada principalmente a través de los medios masivos de comunicación, con el objetivo de influir en las clases inferiores y fomentar un consumo dependiente (Squicciarino, 1990) , este modelo se llama “Marionetas” y describe una relación piramidal disfrazada entre las clases sociales y en sociedades de consumo sugiriendo a las clases inferiores los modelos de comportamiento que fomentan la dependencia del consumo, cuanto mayor sea la emisión de pautas publicitarias, mayor será la probabilidad de que las masas sean manipuladas por el poder económico. (Squicciarino, El vestido habla: , 1990 Pag 166)

Para concretar lo anterior es posible decir que, la moda, como señala Bauman, se integra en la compleja dinámica del consumo, evolucionando en las últimas décadas por la virtualización y globalización. Esta evolución se refleja en plataformas como TikTok, que han revolucionado la industria de la moda al derribar barreras tradicionales y permitir a cualquier persona influir en las tendencias con creatividad; esta plataforma facilita la

difusión de moda de manera rápida y efectiva. Además, redefine el proceso de difusión de tendencias al ofrecer un espacio en el que además se democratiza la moda, haciendo que las nuevas tendencias sean accesibles y participativas para una audiencia global.

Mainstream y estética del reguetón

El Mainstream es un fenómeno cultural o mediático que está destinado a una amplia audiencia o al público en general, se trata de aquello que se considera dominante o representativo de la corriente principal en una sociedad o cultura. El Mainstream puede manifestarse especialmente en medios como la televisión y el internet donde se transmiten representaciones de la familia y de la vida que pueden influir en las percepciones y comportamientos de las personas. Mainstream literalmente significa dominante o “gran público”; y es un fenómeno que se emplea para un medio como un producto cultural destinado a una gran audiencia (Martel, 2012 pag.101)

Este término es de origen Anglosajón, se utiliza para describir aquellas expresiones como el arte, la música, la moda ,la literatura cuenta con una amplia difusión y aceptación dentro del público y está muy centrado en las masas y el entretenimiento en contraposición al underground que se caracteriza por ser más alternativo y menos comercial, en general es un fenómeno es similar al globalismo, que es la ideología que surge del término globalización que es un acontecimiento que implica que los aspectos de la sociedad a nivel mundial se encuentren estrechamente ligados. según, Rudiger Safransky vendría siendo el aspecto intelectual o ideológico ante el fenómeno de las globalizaciones; una ideología que trata de colocar la imagen de una sociedad de carácter mundial dentro de una presentación unidimensional. (Safransky, 2004, Pag 99)

En este caso el globalismo actúa como ideología y el Mainstream por otra parte funciona como medio a través del cual las ideas son difundidas y aceptadas por la sociedad. Por ejemplo, en el ámbito de la música el pop es un género muy Mainstream también existen otros como el reggaetón, la salsa etc., ya que sus canciones suelen abordar temas universales que conectan con una gran audiencia, en cuanto a moda el Mainstream se

refiere a las tendencias actuales que son adoptadas por personas influyentes y que luego se popularizan en la sociedad en general, el Mainstream representa la cultura popular.

Un ejemplo claro de cultura popular podría ser el reggaetón, género de música urbana que ha logrado impactar y ser impactado por la cultura Mainstream, enfatizando su papel en reflejar y desafiar estructuras profundas mientras que difunde e influye en las tendencias estéticas contemporáneas. (Salazar, 2024,pag 92) , concordante con lo anterior las estéticas del reggaetón coinciden con el auge de ropa deportiva y otros estilos como vestir cotidiano y generalizado para todas las edades, la moda urbana y el estilo popular. (Báez, 1996 , pag 5)

Hacia finales de los años noventa la categoría reggaetón no era una categoría de uso común ni siquiera los artista de género que hoy conocemos se reconocían allí , era el dance hall , el reggae, el rap o el hip hop los que situaron artistas pues solo fue hasta 2009 cuando el termino reggaetón se popularizo, por eso el reggaetón en su cruce de caminos estilísticos y musicales de dichos géneros producidos en geografías espaciales y culturales como Panamá , Puerto Rico , Jamaica o estados unidos principalmente en el corazón de sectores socio económicos históricamente oprimidos. (Salazar, 2024,pag 92)

De acuerdo a lo anterior y citando al sociólogo y filosofo Enrico Fubini quien dice que la estética se puede entender como un ámbito de realidad una dimensión del conocimiento y una experiencia de significación. (Fubini, 2007, pag 24). Se puede decir que para comprender un género musical aquí como ejemplo el reggaetón no basta solo con analizarlo desde una perspectiva sociológica también es crucial considerar su dimensión estética, contexto histórico socio cultural, su mercado la situación social del artista, la estructura socio cultural del público y sus gustos, las relaciones con el arte y las diversas plataformas de poder.

Explicando el párrafo anterior se puede decir que el reggaetón no es solo una forma de entretenimiento si no también una manifestación cultural masiva con su propia realidad conocimiento, y significado este con su ritmo característico y letras explicitas tiene una estética propia que refleja y la vez moldea la cultura urbana contemporánea, las imágenes,

sonidos, temas recurrentes del reggaetón ofrecen una experiencia sensorial y emocional que es fundamental para su comprensión. Aquí se enfatiza la importancia de entender como el arte incluido el reggaetón está íntimamente ligado a su contexto histórico esto incluye un mercado en el que se vende o no, las instituciones que lo apoyan o critican y la situación social del artista que lo crea. El reggaetón nació en los barrios de Puerto rico y Panamá y refleja las realidades de la vida de sus creadores sus temas abordan tema de resistencia, lucha entre otros y que pueden identificar e influenciar a quien los escucha pues pueden compartir experiencias similares. El éxito comercial del reggaetón y su aceptación en la industria musical global también demuestran como ha trascendido sus orígenes para convertirse en un fenómeno internacional, esto también ha sido gracias a que hoy en día es más fácil difundir la información con las diversas plataformas de poder como por ejemplo los medios de comunicación televisión, radio, prensa escrita y digital, plataformas digitales, festivales y eventos, instituciones culturales etc.

El reggaetón y su estética ha logrado compenetrar tanto en la audiencia convirtiéndose en un fenómeno masivo también gracias a la facilidad con la que hoy en día se puede propagar la información pues ha estado al alcance de todos Spotify y YouTube han permitido que el reggaetón llegue aun publico global de manera instantánea. (Salazar, 2024,pag 92)

En conclusión, el reggaetón y su estética ya no es solo un género musical si no una manifestación estética y cultural que ha logrado integrarse en el Mainstream global ya antes mencionado, gracias a su distintiva dimensión estética, su contexto histórico social y a la eficacia de las plataformas de difusión modernas.

Capítulo 5 Metodología

El método es el pensamiento que dirige la acción, es un camino para llegar a conceptualizar el fenómeno que se va a estudiar (Blumer, 1969), de acuerdo a esto para este trabajo se eligió la metodología cualitativa puesto que como lo afirma (Burns, 2008), el abordaje cualitativo permite la descripción holística del fenómeno; los investigadores intentan dar sentido e interpretan los fenómenos en los términos de los significados que las personas les otorgan, asociado a esto el alcance final de un estudio cualitativo permite comprender un fenómeno social complejo, más allá de medir las variables involucradas, se busca entenderlo, estableciendo una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías. (Sampieri, 2018)

Steve Taylor y Robert Bogdan (1989) definen, la metodología cualitativa como la investigación que produce datos descriptivos, además de ser holística al indagar como un todo y no a la reducción a variables consideradas como un todo, La perspectiva cualitativa de la investigación muestra una mayor tendencia a examinar el sujeto en su interacción con el entorno al cual pertenece. (Taylor & Bogdan, 1987) y para el caso de este estudio es fundamental analizar el entorno de los jóvenes en el contexto musical para llegar a resultados verídicos.

Por lo tanto, para lograr responder a la pregunta propuesta para este trabajo de grado: ¿Cómo influye la estética y el estilo de Karol G las decisiones vestimentarias de los jóvenes entre 15 y 25 años en Medellín, a través de la revisión de publicaciones de cuentas de TikTok durante el evento *Mañana será bonito fest* que se realizó en la ciudad el 1 y 2 de diciembre del 2023? Propuse tres objetivos específicos, y para cada uno de ellos planteé una estrategia metodológica y una herramienta de recolección de información.

El primer objetivo propuesto fue: Categorizar el vestido que utilizó Karol G en el evento *Mañana será bonito fest* en la ciudad de Medellín. Esto con la finalidad de analizar la influencia de la estética y el estilo de Karol G, pues al describir y analizar detalladamente el vestido y su impacto en redes sociales, se obtienen elementos clave sobre cómo los estilos y

elecciones de vestuario de Karol G influyen en la moda juvenil y en la formación de identidades colectivas entre los jóvenes.

El método que utilicé fue el análisis de imágenes, al respecto Belén Puebla-Martínez Laura González Díez y Pedro Pérez Cuadrado (2022) afirman que el objetivo del análisis de imágenes es proporcionar una comprensión integral de los elementos visuales capturados en movimiento, ayudando a interpretar y contextualizar las imágenes en función de su contenido y su contexto de captura.

Para cumplir este primer objetivo específico visualicé el video de los conciertos del 1 y el 2 de diciembre de 2023 y extraje capturas de cada uno de los cambios de vestuario que hizo la cantante en el transcurso del concierto *Mañana será bonito fest* en Medellín la ciudad de Medellín.

Posteriormente implementé una herramienta de codificación en la que categorice y etiquete las imágenes basándome en las variables identificadas, facilitando así su análisis sistemático. Para cumplir el objetivo tuve en cuenta las siguientes categorías, que extraje del marco teórico: vestido, moda, difusión de moda. Estas categorías fueron analizadas mediante las siguientes variables:

- Tipologías de prendas: esta variable se divide en prendas superiores, prendas inferiores, paleta de color, base textil, acabados, calzado, maquillaje peinado, diseñador.
- Universos del vestuario: para esta variable fueron tenidos en cuenta los universos descritos por él (SENA, 2009 Pag 3) y se tuvieron en cuenta: Sport, Street. Jeans, Under, Kacki y Gala Wear.
- Complementos vestimentarios: maquillaje, peinado, accesorios, calzado,
- Diseñadores: variable en la cual se hizo un compendio de los diseñadores tanto de vestuario como estilistas que acompañaron a la cantante en la parte visual se investigó a Bryan Hems, Brett Alan Nelson, Michael Ashton, Michael Smith, y marcas relacionadas como Prada, Dior, Jake mus, Muto entre otras.

El segundo objetivo específico fue: Definir las características de la estética de Karol G que están presentes en las decisiones vestimentarias de los y las jóvenes entre 15 y 25 años que asistieron al *Mañana será bonito fest* en Medellín.

En este objetivo se parte de la netnografía, que es según Robert V. Kozinets es «un método de investigación derivado de las técnicas de etnografía desarrolladas por la investigación antropológica, esto ha incrementado la posibilidad de filtrar las complejas oportunidades de información acerca de las comunidades en la World Wide Web» (.Kozinets, 2002)

Para esto se hizo un ejercicio de análisis mediante la red social TikTok, con la finalidad de recopilar y analizar datos cualitativos de las opiniones expresadas por usuarios entre 15 y 25 años, que publicaron contenido relacionado con sugerencias de outfits para la asistencia al *Mañana será bonito fest* en Medellín, entre noviembre y diciembre del 2023; pero también contenido relacionado con el estilo vestimentario elegido por los asistentes el día del concierto.

Este objetivo específico no solo ayuda a evaluar el impacto inmediato del estilismo de Karol G en un evento específico, sino que también proporciona una base para entender cómo las figuras públicas pueden influir en las tendencias de moda y en la formación de identidades colectivas entre los jóvenes. Al analizar las decisiones vestimentarias, mirar la cantidad de reacciones y sus respectivos Hashtags en TikTok, se obtiene una visión más completa del alcance de la influencia de Karol G en la moda juvenil.

Para el desarrollo de este objetivo se seleccionaron 30 cuentas, posteriormente se desarrolló una matriz de análisis de imagen en la que se analizaron las siguientes categorías: vestido, moda, difusión de moda. Estas categorías fueron analizadas mediante las mismas variables que se tuvieron en cuenta en el primer objetivo, con la finalidad de identificar elementos comunes entre Karol G y los jóvenes asistentes.

- Tipologías de prendas: esta variable se divide en prendas (SENA, 2009 Pag 3)superiores, inferiores, descripción, base textil, acabados, paleta de color.

- Universos del vestuario: para esta variable fueron tenidos en cuenta los universos descritos por el (SENA, 2009 Pag 3) Y se tuvieron en cuenta: sport, jeans, Street, under, y casual wear
- Complementos vestimentarios: maquillaje, peinado, accesorios, calzado.
- Diseñadores: variable en cual se hizo un compendio de los diseñadores tanto de vestuario como estilistas que acompañaron a la cantante en la parte visual, se investigó a Bryan HERNANDEZ, Brett Alan Nelson, Michael Ashton, Michael Smith, y marcas relacionadas como PRADA, DIOR, Jake mus, Muto entre otras.

El tercer objetivo específico fue:

3.Reconocer la influencia de la estética de Karol G en las decisiones vestimentarias de los y las jóvenes que asistieron al *Mañana será bonito fest* en Medellín.

Este objetivo se centra en identificar cómo la estética y el estilo de Karol G impactaron las elecciones de vestuario de los jóvenes asistentes al evento y proporciona una evaluación concreta y contextualizada de cómo el estilo de Karol G se traduce en decisiones de moda reales entre su público joven.

Teniendo ya la información recopilada y la identificación de las tipologías y categorización de las prendas, se realizó un cuadro comparativo que permitió visualizar las similitudes e intersecciones entre las prendas de los jóvenes asistentes al *Mañana Será Bonito Fest* y las de Karol G. El cuadro mostró las categorizaciones de ambos, resaltando las coincidencias y discrepancias en términos de estilo, tendencias, preferencias, color, silueta, universo de vestuario, etc.

Capítulo 6 Resultados

1. La estética y el estilo de figuras públicas como Karol G tienen un impacto significativo en las decisiones vestimentarias de los jóvenes entre 15 y 25 años en Medellín, como se evidencia en el análisis de imágenes y publicaciones de cuentas de TikTok durante el evento *Mañana será bonito fest*.

En la imagen de la izquierda (Figura 1), que fue tomada de la cuenta de TikTok:

@sofiamolinaa_ _ _, el 27 de noviembre del 2023, es posible visualizar que: esta foto está enmarcada dentro de un paisaje urbano, la joven se ve muy glamurosa está luciendo un set de tres piezas: brasier copa triangular, blazer y pantalón bota recta rosado con lentejuelas. los accesorios gafos oscuras y bolso pequeño brillante se puede ver que usa la tendencia y2k que alude al año 2000 pantalones descaderados bota semi amplia con tanga visible, el peinado cabello recogido, maquillaje natural.

En la imagen de la derecha, que fue tomada como captura del evento *Mañana será bonito fest*. Es posible visualizar tipologías de prendas similares a las de la foto de

@sofiamolinaa_ _ _, por ejemplo: set de dos piezas compuesto de copa triangular y pantalón silueta amplia y tiro bajo con detalles de pedrería y escarchado. Por otro lado, ambos estilos vestimentarios, se enmarcan en el street wear, que el (SENA, 2009 Pag 3) determina como un estilo para gente joven con un estilo propio. Este estilo se caracteriza por la mezcla de colores y combinaciones diferentes, dando un aire irreverente y presentando un nuevo concepto llamado INTER, que fusiona siluetas y diferentes bases textiles. En cuanto a las siluetas, hay una mezcla de varios universos vestimentarios, dando vida a nuevas creaciones y reinterpretaciones de la ropa. Estas prendas son muy oversize, describen muy poco la figura y tienen gamas de color diversas.



(Figura 1)

Tomando en cuenta lo anteriormente descrito sobre ambas imágenes, es posible retomar el concepto de difusión de moda, es decir, el proceso mediante el cual las tendencias, estilos, y estéticas se adoptan y transmiten, desde su creación inicial por diseñadores o influenciadores hasta su adopción y popularización por parte del público en general. Este proceso implica una serie de etapas, desde la presentación inicial de una tendencia hasta su aceptación por parte de la sociedad en su conjunto.

La difusión de la estética de Karol G puede relacionarse con conceptos como el de las "marionetas" de Nicola Squicciarano (1990), quien describe cómo las tendencias y modelos de comportamiento son promovidos sutilmente a través de los medios masivos de comunicación, con el objetivo de influir en las clases inferiores y fomentar un consumo dependiente. En este sentido, Karol G actúa como una figura destacada que influye en sus seguidores, abarcando diversas clases sociales, y populariza ciertas tendencias que originalmente son exclusivas de las elites económicas.

Los jóvenes que se prepararon para asistir al Mañana Será Bonito Fest no solo están mostrando su entusiasmo por la música de la artista, sino que también están tomando decisiones conscientes sobre su vestimenta para reflejar su identificación con un estilo y mensaje. La moda se convierte así en un vehículo a través del cual expresan su conexión con la música y estética de Karol G, al tiempo que revelan aspectos de su propia identidad y comunidad de fans. Esto demuestra el impacto significativo que los íconos de la cultura popular pueden tener en la forma de vestir y expresarse. Se puede apreciar cómo la moda

actúa como un puente entre la identidad individual y la cultura compartida, donde la influencia de la artista y la expresión personal de sus seguidores se entrelazan de manera creativa y significativa.

2. La influencia de Karol G en la moda juvenil va más allá de la simple imitación, ya que se observan tendencias y patrones comunes en la vestimenta de sus seguidores, lo que sugiere una reinterpretación personal de su estilo por parte de la audiencia.

La influencia de Karol G en la moda juvenil trasciende la mera imitación, pues se evidencian tendencias y patrones comunes en la vestimenta de sus seguidores, lo que sugiere una reinterpretación personal de su estilo por parte de la audiencia. Esto se alinea con la noción de que la elección de la vestimenta y la manera en que adornamos nuestro cuerpo no solo reflejan nuestra personalidad y pertenencia a grupos sociales, sino que también nos permiten expresar nuestra individualidad de manera continua (Eicher, 1992). Así, las personas interpretan y utilizan la indumentaria para comunicarse dentro de un contexto social y cultural, enriqueciendo la comprensión del cuerpo vestido como un espacio dinámico donde se entrelazan la identidad, la expresión y la transformación constante. Esto se evidencia a través de las siguientes imágenes analizadas en las matrices desarrolladas para el desarrollo de los dos primeros objetivos específicos.

En la imagen izquierda, que fue tomada como captura de la cuenta de Tik Tok @Kattfrancoo, que fue tomada el 2 de diciembre de 2023 es posible visualizar que esta imagen se ve dentro de un contexto urbano (Banqueta de una calle en Medellín) se ve muy alegre y ambiente festivo las prendas de vestir son: una minifalda en denim con textura afelpada en color rosa acompañada de una transparencia negra con detalles termofija dos botas o polainas en lona, y gafas oscuras el contexto denota una atmosfera festiva y de celebración.

En la imagen derecha que fue tomada como captura de pantalla del evento *Mañana será bonito fest* se visualizan imágenes que son análogas a la foto de @Kattfrancoo en esta foto se puede ver como los códigos vestimentarios de Karol G son coherentes con la línea de ropa elegida por algunos jóvenes para el evento predominando la paleta de color rosa, en esta foto se ve usando una camiseta en algodón, una falda con vuelo, unas medias afelpadas con botas de caña media con pompones, la piel expuesta, maquillaje muy cargados, y la comunicación no verbal (gestos y lenguaje corporal).similares ambos estilos vestimentarios, se enmarcan en el street wear, que el Sena define como un estilo para gente joven con un estilo propio. Este estilo se caracteriza por la mezcla de colores y combinaciones diferentes, dando un aire irreverente y presentando un nuevo concepto llamado INTER, que fusiona siluetas y diferentes bases textiles. En cuanto a las siluetas, hay una mezcla de varios universos vestimentarios, dando vida a nuevas creaciones y reinterpretaciones de la ropa. SENA, 2009 Pag 3



(Figura 2)

Todo lo que se elige a diario para vestir, maquillar y adornar el cuerpo puede expresar nuestra personalidad, gustos y pertenencia a determinados grupos sociales, estos elementos no solo ayudan a comunicar quienes somos y cómo queremos ser vistos, sino que también nos permiten expresar la individualidad y experimentar-comunicar con nuestra apariencia de manera continua. Joane B. Eicher, antropóloga y especialista en el estudio de los textiles y la indumentaria, plantea en su artículo *Dress and Identity*, que el vestido en un sentido amplio no se limita solo a la ropa que se usa, este incluye cualquier cosa que modifique o adorne el cuerpo como tatuajes, cirugías estéticas, aretes, objetos de mano y hasta perfumes (Eicher, 1992 pag 1)

Retomando lo propuesto por Eicher, según lo analizado desde la estética dl G, los jóvenes definen sus decisiones vestimentarias mediadas por la construcción de una identidad, como lo plantea Bermúdez et al. (2011), quien afirma que los individuos buscarán “adaptar su conducta a las características del entorno en que se desenvuelven, teniendo en cuenta que su percepción del mismo va a estar guiada por sus propias características personales” (p.30).

3.Los universos de vestuario reinterpretados de maneras diferentes y estéticas mezcladas son unas características del vestuario karol G lo que sugiere una reinterpretación personal de su estilo por parte de la audiencia.

En la imagen de la izquierda (Figura 3), que fue tomada de la cuenta de TikTok:

@provocador que fue tomada el 3 de diciembre de 2023 es posible visualizar que esta imagen se ve dentro de un contexto urbano un joven da la sensación de estar dentro de una atmosfera de glamour y fiesta está luciendo unas mangas suspendidas en textura peluda en vibrante color rosa, un jean combinado con cuadros acompañado de una correa de ojáleles plateados y los accesorios una pañoleta y gafas oscuras creando una cohesión estilística.

En la imagen derecha que fue tomada como captura de pantalla del evento *Mañana será bonito fest* se visualizan imágenes que son análogas a la foto de @Provocador esta foto se puede ver como los códigos vestimentarios de Karol G son coherentes con la línea de ropa elegida por algunos jóvenes para el evento predominando la paleta de color rosa, en esta

foto se ve usando una camiseta en algodón , una falda con vuelo, unas medias afelpadas con botas de caña media con pompones, la piel expuesta, maquillaje muy cargados, y la comunicación no verbal (gestos y lenguaje corporal).similares ambos estilos vestimentarios, se enmarcan en el street wear, que el Sena define como un estilo para gente joven con un estilo propio. Este estilo se caracteriza por la mezcla de colores y combinaciones diferentes, dando un aire irreverente y presentando un nuevo concepto llamado INTER, que fusiona siluetas y diferentes bases textiles. En cuanto a las siluetas, hay una mezcla de varios universos vestimentarios, dando vida a nuevas creaciones y reinterpretaciones de la ropa. Estas prendas son muy oversize, describen muy poco la figura pero también se usan ceñidas al cuerpo y tienen gamas de color diversas. SENA, 2009 Pag 3



(Figura 3)



Mirando a detalle la imagen se puede observar una reinterpretación de la vestimenta se puede citar este texto de Joane B. Eicher : las personas interpretan y usan la indumentaria para comunicarse dentro de un contexto social y cultural, en este sentido, en el momento de vestir el cuerpo, el sujeto improvisa y modifica las posibilidades vestimentarias para dotar de significado situaciones sociales concretas, de esta manera, el cambio constante y la incertidumbre se convierten en las únicas continuidades previsibles en la relación entre el cuerpo y el vestido. Esta perspectiva enriquece la comprensión del cuerpo vestido como un espacio dinámico en el que se entrelazan la identidad, la expresión y la transformación constante. (Eicher, 1992 pag 1).

4. Los eventos musicales desempeñan un papel fundamental en la difusión de la moda y el estilismo, especialmente entre la juventud actual. Estos eventos, como el *Mañana será Bonito Fest* en Medellín, funcionan como plataformas destacadas para exhibir no solo la música, sino también la estética de los artistas que participan en ellos, como en el caso de Karol G.

En la foto de la imagen izquierda tomada de la cuenta de Tik Tok @Estherpinb el 2 de diciembre de 2023 es posible visualizar que esta foto está enmarcada dentro de una atmósfera urbana de celebración (concierto mañana será bonito fest en Medellín) su vestuario es un minivestido de manga larga en malla con aplicaciones brillantes, silueta muy ajustada y un sobrepuesto de textura peluda en el ruedo, tiene unos botines negros y blanco acompañados por un mini bolso terciado, los materiales de este vestido aluden al body entero utilizado por Karol G para la apertura del *Mañana será bonito* se ve piel expuesta y el mismo lenguaje corporal (pose, seguridad y sensualidad.)

En la imagen de la derecha, que fue tomada como captura del evento *Mañana será bonito fest*. Es posible visualizar tipologías de prendas similares a las de la foto de @Estherpinb, en esta foto se puede ver como los códigos vestimentarios de Karol G tienen el mismo hilo conductor de algunos de los jóvenes asistentes manejando texturas y silueta muy ceñidas al cuerpo describiendo mucho la figura aquí se ve a Karol G luciendo un body entero G en

malla piel con incrustaciones de pedrería, con un sobrepuesto en la cadera, acompañado con unas botas blancas gafas oscuras los detalles brillantes son elementos clave, que también comparten los jóvenes asistentes. Ambos estilos podrían enmarcarse dentro del universo de vestuario Street wear que surge a finales de siglo y está determinado como un estilo para gente joven y estilo propio tiene mezcla de colores y combinaciones diferentes dando un aire irreverente presentando un nuevo concepto el INTER que es un estilo donde hay fusión de siluetas y diferentes bases textiles, combinaciones poco convencionales que no están sugeridas como grupo de colección, pero que son que son prendas con actitud que las armoniza quien las viste. Las bases utilizadas lo vintage, las transparencias, variedad de procesos y acabados, en cuanto a siluetas la mezcla de todo y de todos los universos dando vida a nuevas creaciones y reinterpretaciones de la ropa. (SENA, 2009 Pag 3)



(Figura 4)

Al describir esta foto se puede ver que Karol G y algunos jóvenes asistentes al festival mañana será bonito fest manejan el mismo hilo conductor en cuanto a estética, esta idea puede tener relación con el capítulo moda y difusión de moda:

La moda está definida como un fenómeno cultural y social que refleja las tendencias, gustos y valores de una sociedad en un momento específico, desde una perspectiva teórica la moda se entiende como un sistema complejo que abarca diversos aspectos como la indumentaria, el estilo de vida, el arte, la música, la tecnología y el comportamiento humano (Barthes, 2006, pag 30) Socialmente se estudia como una construcción simbólica y de identidad donde los individuos utilizan la vestimenta y otros elementos estéticos para expresar su pertenencia a determinados grupos sociales, así como para diferenciarse y destacar dentro de ellos, el simple acto de vestirse es utilizado como un medio para contar historias. (Foucault, 2005 Pag 4)

5. Las tendencias cow boy mezcladas con otras tendencias como la urbana fue una de las opciones que uso Karol G en el mañana será bonito fest manejando una estética unos códigos de vestimenta con propuestas diferentes.

En la imagen de la izquierda (Figura 5), que fue tomada de la cuenta de TikTok: @Milagroshop el 21 de noviembre de 2023, es posible visualizar que esta imagen esta en marcada dentro de un contexto interior puede ser en una tienda de moda, esta frente al espejo , está usando una camiseta oversized con estampado en el centro delantero del tour bichota season, tiene unas mangas en malla con perlas , el calzado una botas tipo cow boy , acompañadas de un mini bolso terciado color negro con plateado y un sombrero cowboy con flecos de pedrería brillantes ,

En la imagen derecha que fue tomada como captura de pantalla del evento *Mañana será bonito fest* se visualizan imágenes similares a la foto de @Milagroshop esta foto se puede ver como los códigos vestimentarios de Karol G son coherentes con la línea de ropa elegida por algunos jóvenes para el evento predominando los elementos brillantes Karol G aquí está usando un minivestido brillante con abertura lateral izquierdas acompañado de

sombrero estilo country botas a juego también lo utiliza con flor en la cabeza y la comunicación no verbal (gestos y lenguaje corporal).similares ambos estilos vestimentarios, se enmarcan en el street wear, que el Sena define como un estilo para gente joven con un estilo propio. Este estilo se caracteriza por la mezcla de colores y combinaciones diferentes, dando un aire irreverente y presentando un nuevo concepto llamado INTER, que fusiona siluetas y diferentes bases textiles. En cuanto a las siluetas, hay una mezcla de varios universos vestimentarios, dando vida a nuevas creaciones y reinterpretaciones de la ropa. Estas prendas a veces pueden verse oversized o también pueden ser ceñidas al cuerpo. SENA, 2009 Pag 3



Mirando esta imagen a detalle se puede observar cómo Karol G con su estilo único tiene un impacto notable en la moda juvenil, logrando, que los jóvenes reinventen sus prendas,

Hablando desde el contexto abordado en este trabajo, la influencia de la estética de Karol G en las decisiones vestimentarias de los jóvenes entre los 15 y los 25 años, que asistieron al *Mañana será bonito fest* en la ciudad de Medellín, siendo Karol G una reconocida figura en el género del reggaetón y la música urbana, se puede observar cómo los jóvenes pueden verse inspirados por su estilo único y cambiante, pues no solo es una figura prominente en el mundo de la música sino que también es reconocida por su impacto en el mundo de la moda y el estilo.

Acorde con lo anterior aquí es posible retomar estos aportes teóricos de Pedro Chacón y Luis Casablanca, en acuerdo con Joane B. Eicher quienes proponen que el vestido es un elemento diferenciador para el hombre, así ante una variedad de opciones las personas pueden escoger entre reproducir la imagen de otros o recrear el estilo adaptándolo a sus propios gustos, lo cual hace que pueda enriquecer su propia imagen a partir de otras imágenes proyectadas en el mundo de la cultura. Tanto Joane B. Eicher como Pedro Chacón y Luis Casablanca, coinciden en que según las necesidades culturales del entorno las personas definen sus estéticas para reflejar su identidad y en esa medida enriquecen su imagen mediante las influencias circundantes de cultura. (Pedro Chacon, 2014 pag 4)

Capítulo 7

Recomendaciones Futuras

1. Incluir una muestra más amplia y diversa de jóvenes para obtener resultados mas representativos, considerar la participación de otras plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, donde los usuarios también comparten contenido relacionado con moda y eventos, esto puede proporcionar una visión mas diversa y completa de las tendencias de moda.
2. Haber participado directamente en el festival *Mañana será bonito* y otros conciertos de Karol G para realizar *un* archivo fotográfico y de video de las elecciones de

vestuario y estilos de los asistentes para la recopilación de datos directos, para obtener un entendimiento más profundo y contextualizado.

3. Recoger información visual de otros conciertos de Karol G actuales, y capturar imágenes grupales de jóvenes para analizar posteriormente las tendencias más comunes.

Capítulo 8 Conclusiones:

Se concluye que *el Mañana será Bonito Fest* en la ciudad de Medellín sirvió como una plataforma para mostrar la estética de Karol G y que los jóvenes tienden a seguirla ya que las siluetas, texturas, colores aluden a su estilo e identidad visual.

Se define que el aporte innovador que se logrará al finalizar este estudio, es alcanzar mostrar como una tendencia actual en música, logra tener un alto impacto en la moda, el estilismo, y el consumo de determinadas prendas en la juventud actual entender esto permite identificar un mercado potencial que abre posibilidades para hacer satisfacer las necesidades y gustos de los usuarios y así siento asertivos tener prendas ganadoras en ventas y con elementos diferenciadores que todo el mundo los quiera usar.

Se concluye que el impacto de Karol G en la moda juvenil demarca la importancia de las figuras públicas en la difusión de nuevas tendencias y en la formación de la identidad cultural de las nuevas generaciones. Su influencia se manifiesta significativamente en la moda y la cultura juvenil de Medellín, su capacidad para promover la autoexpresión y conectar emocionalmente con su audiencia como un icono de moda emergente cuyo impacto estético lo reflejan los códigos vestimentarios de los jóvenes al *festival Mañana será bonito*

Bibliografía

- .Kozinets, R. V. (2002). the field behind the screen netnography for marketing research in online communities. *journal of marketing research*.
- Adorno, T. (. (1981). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Ediciones Akal.
- Attali, J. (1995). *Laberinto de cultura y sociedad*. Francia: North Atlantic libros.
- Báez, J. (1996 , pag 5). *En mi imperio": Competing discourses of agency in Ivy Queen's*. New york: centro journal.
- Barreiro. (2006). *La difusión de la moda en la era de la globalización*. Brcelona: Papers, Universidad de la coruña facultad de sociología.
- Barreiro. (2006). *La difusión de la moda en la era de la globalización*. Bracelona: Papers, Universidad de la coruña facultad de sociología.
- Barreiro, A. (2004). La construccion social del cuerpo en las sociedades modernas. *Reista de sociología*.
- Barreiro, A. (2004, pag 188). *La difusión de la moda en la era de la globalización*. la coruña: Papers.
- Barreiro, A. (2008).
- Bartes, R. (1993). *Aventura Semiologica*. Barcelona: PAIDOS.
- Barthes. (2006, pag 30). El sentido de la moda. *El museo del traje (gian Franco Merrone, 30*.
- Barthes, R. (1978). *El sistema moda y otros escritos*. Barcelona: Paidos.
- Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Barcelona: : Plaza.
- Baudrillard, J. (1998). *La sociedad de consumo sus mitos y estructuras*. Rio de janeiro: Elfos.
- Bauman, Z. (2007 Pag 213). *Sociedad de consumo y cultura consumista*. Mexico: UAM.
- Bauman, Z. (2007). *SOCIEDAD DE CONSUMO Y CULTURA CONSUMISTA*. Mexico: UAM.
- Bauman, Z. (2010). Signos de consumo. *Signos*.
- Belting, H. (2008). LA ANTROPOLOGÍA DE LA IMAGEN. *Revista Digital Universitaria*.
- Belting, H. (s.f.). *Antropología de la imagen*.
- Blumer, H. (1969). *Interaccionosmo simbolico*. California: universidad de california.
- Bordeau, P. (1999). *Meditaciones Pascalianas*. Barcelona: Anagrama.
- Braham, B. (. (2014). *Manual del diseñador G*. Madrid: Celeste.
- Braham, P. (. (1997). *Fashion: Unpacking a Culture Production"*. Londres: Production of Culture, Cultures.
- Broncano, F. (2012). *La melancolia del Cyborg*. Baecelona: Herder.

- Burns, S. (2008). *Investigación en enfermería*.
- Cansino, C. . (2019). *La influencia de la música en la comunicación comercial de las modas*.
- Castells, M. (1997). *La era de la información , economía , sociedad y cultura*. Argentina: Siglo 21 EDITORES.
- Castro, J. F. (2017). *Moda Cuerpo Y Sociedad. Actas de diseño*, 4.
- Croci, P. y. (2000). *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires: LA MARCA.
- Dantas, M. (1996). *la fragmentación de los monopolios y la monopolización de fragmentos en un mundo de comunicaciones globales*. Brasil: Contrapunto.
- Durkheim, E. (1976). *“El Suicidio”*. Mexico: Quinto sol.
- Eicher, J. (1992 pag 1). *Dressand identity. e investigación de prendas de vestir y textiles*, 1.
- Entwistle.J. (2002). *El cuerpo y la moda*. Barcelona: PAIDOS.
- Fernandez, C. S. (2016). *l cuerpo-vestido en la filosofía ciborg y el esquema de la interfaz: hacia un conocimiento de la experiencia de uso del vestido. pensamiento, palabra y obra*.
- Foucault. (2005 Pag 4). *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la Prisión, Siglo XXI*. , Buenos Aires.
- Foucault, M. (2005). *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la Prisión, Siglo XXI*. , Buenos Aires.
- frith, S. (2001 , pag 1). *Hacia una estética de la música popular*. londres: Routledge.
- Fubini, E. (2007, pag 24). *Lo sonoro, lo estético y la identidad lecturas de sociología y musica (La estetica musical desde la antiguedad hastaa el siglo xx*. Alianza.
- G, S. (1998). *La aventura*. Barcelona: PAIDOS.
- George, S. (1998). *sicología de la moda un estudio sociologico*. Brasilia.
- Goffman, E. (1951). *Symbols of Class Status . Symbols of Class Status en The British Journal of Sociology* , pág. 7.
- Goffmann, E. (1959). *LA PRESENTACIÓN DEL YO EN LA VIDA COTIDIANA*. pensilvania: Handbook.
- Goffmann, E. (1959, pag 13). *La ´resentacion del yo en la vida cotidiana*. pensilvania: Handbook.
- Gosling, P. J. (01 de 06 de 2006). *El papel de las preferencias musicales en la percepción interpersonal. PSYCHOLOGICAL SCIENCE*, págs. n. Psychological Science, 17(3), 236-242.
- Hackerman, J. G. (2012). *EL PROBLEMA ALMA-CUERPO SEGÚN EL ESPIRITISMO*. cartagena.
- Hiddens, A. (1990). *La teoria social*. ALIANZA UNIVERSIDAD.
- J, J. (2016). *¿Quién gana el juego de la moda?(moda y musica una revision de la literatura*. Springer.
- Klemens, M. K. (2011). *Influencias acústicas en el comportamiento del consumidor*. Alemania.

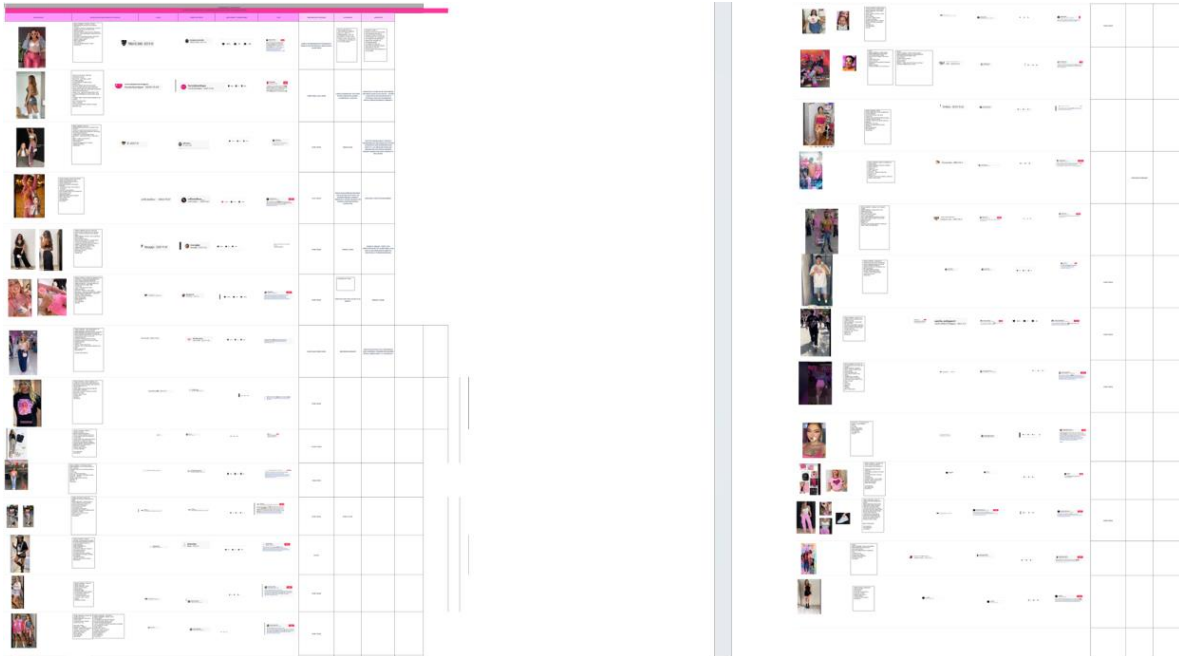
- Kriegel, J. S.-C. (2018). Moda y musica una revision literaria. *.Moda y música, Springer Series in Fashion Business*, 12.
- Kriegel, J. S.-C. (2018). Moda y musica una revision literaria. *.Moda y música, Springer Series in Fashion Business*, 12.
- Lypovetsky, G. (2002). *El imperio de lo efimero*. Barcelona: ANAGRAMA.
- Martel, F. (2012 pag.101). *El globalismo y el mainstream, sistemas CulturaMainsream como nacen(los fenomenosde las masas*. Madrid: Santillana.
- Mesa, M. T. (2023). *Moda en el Mañana sera bonito fest*. MEDELLIN: GRUPO CRISTAL.
- Mesa, M. T. (2023). *Moda en el Mañana sera bonito Fest*. Medellin: editorial del Grupo Cristal.
- Mosquera, L. (2013). Influencia de la moda en las emociones. *Revista de ciencias humana s y sociales*, 34-38.
- Nannini, V. (2016, pag 5). *Moda, Comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué*. Rosario 2016.
- Nateras, A. I. (2015). Jovenes culturas e identidades urbanas (IDENTIDAD). *Revista Rúbricas*, 9-16.
- Neuville. (2014). *Moda y música: una revisión de la literatura*. Springer.
- Neuville, j. (2014). *Moda y música: una revisión de la literatura*. Springer.
- Opio, N. (2023). *Influence of Music industry on Fshion*. Uganda.
- Ortega y Gasset, J. (1914 ,pag 9). Meditacioned del quijote. *Ediciones de la Residencia de Estudiantes*.
- Parra, M. C. (2020 pag 15). *Cuerpos disonantes en la industria musical*. Bogota: Universida d Javeriana.
- Patrik Little, ,. &. (1986). Búsqueda de sensaciones y preferencias musicales. *Personalidad y diferencias individuales.*, 7.
- Pedro Chacon, L. C. (2014 pag 4). EL HOMBRE VESTIDO. UNA VISIÓN SOCIOLOGICA,. *Cartaphilus. Revista de investigación y crítica estética*, 76.
- Pike, H. (2016). Fashion bussines , Festival Fashion(. *Moda y Musica una revision de la literatura*, 18.
- Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2007). El contenisdo y la validesz de los esstereotipos entre los estudiantes universitarios. *Psicología de la Música*, 2.
- Rodgers, D. (2021). Cómo las redes sociales están revolucionando una vez más a la industria de la moda:.. *vogue, Mexico*.
- Rodriguez, I. (2004). *El globalismo y el mainstream, sistemas globales de educación en las familias, una mirada a la pantalla de la cultura vulgar*. Guadalajara: Escritores en formacion.
- Roldán, M. (2000). ¿Globalización o mundialización? Teoría y práctica de procesos productivos.

- Safransky, R. (2004, Pag 99). *El globalismo y el mainstream, sistemas Cuanta globalizacion podemos soportar*. Barcelona: Tusquets.
- Salazar, E. (2024,pag 92). *Sociologia y musica(Aportes investigadorivos para el caso colombiano)(Cap con ropa haciendo*. Bogota: Usta.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodologias de investigacion*. Mexico: McGraw Hill Education.
- Saulquin, S. (1998). "Saturación y nuevo orden en el sistema de la moda",.
- SENA. (2009 Pag 3). *Universos de vestuario*.
<https://www.calameo.com/read/001376751208219da825e>.
- simmel. (1998 ,pag 3). *sicologia de la moda*. brasilia.
- Simmel, G. (1998). *La ventura*. Barcelona: PAIDOS.
- simmel, G. (1998). *sicologia de la moda*. brasilia.
- Simmel, G. (2005). Sobre la individualidad y las formas sociales. *Universidad*.
- Simmel, G. (2006). *Sociología: Estudios sobre las formas de socialización*. Argentina: Editor digital Titivillus.
- Singleton, J. (2000)). *The World Textile Industry*. London: Routledge.
- Squicciarino. (1990 ,Pag 166). *El vestido habla:*. Madrid: CATEDRA.
- Squicciarino, N. (1990 Pag 166). *El vestido habla:* . Madrid: CATEDRA.
- Strahle, M. K. (2018). *La musica en la comunicacion de moda*. SPRINGER.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. .. (1987). *Introducción a los métodos*. Barcelona: Editorial Paidós.
- universal. (5 de diciembre de 2023). Karol g un dreferente en la industria de la moda. *El universa,l fuentes de internet*, pág. 1.
- Universal, E. (29 de noviembre de 2023). Karol G en el mañana sera bonito fest. *El universal*.
- Velez, K. A. (2014). *Coleccion fiebre de sabado por la noche*. Medellin: Interjeccion.
- Xirau, R. (2020). Lo sagrado en el pensamiento. *comillas*.

2. Matriz de análisis de outfits recomendados para la asistencia al *Mañana será bonito fest* recopiladas en la red social TikTok

Para una mejor visualización acceder a:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1pi6aLD65JMgNpXCJBHaL7bmMRRLi3QF/edit?usp=sharing&oid=102614023953320154597&rtpof=true&sd=true>



3. Cuadro comparativo entre Matriz de análisis tipologías de prendas usadas por Karol G en el *Mañana será bonito fest* + Matriz de análisis de outfits recomendados para la asistencia al *Mañana será bonito fest* recopiladas en la red social TikTok

Para una mejor visualización acceder a:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Q01FxfW1NQfNE6HSxrHxuWiWpY3DKYbu/edit?usp=sharing&oid=102614023953320154597&rtpof=true&sd=true>

