

La Revolución Genderless: Explorando el Impacto de la Moda en la Cultura Popular

Sebastián Bolívar Ortiz

Institución Universitaria Pascual Bravo

Facultad de Diseño

Medellín

2024

Trabajo de Grado para optar el título de:
Profesional en Diseño de Vestuario

Asesoras:

María Isabel Giraldo Vásquez

Luisa Fernanda Hernández Gallego

Agradecimientos

A mi familia por motivarme y apoyarme en todo este viaje, gracias por acompañarme en cada paso, decisión y momento dentro de este proceso integral de formación, gracias, papás y hermanas. A mis asesoras María Isabel Giraldo Vásquez y Luisa Fernanda Hernández Gallego por explorar, descubrir y disfrutar este Trabajo de Grado junto conmigo, gracias por sus conocimientos, ayuda y paciencia. A quienes leen esta investigación, gracias por su tiempo e interés en este trabajo.

Contenido

Contenido

Glosario	6
Resumen	8
Introducción.....	11
Capítulo 1: Problema	14
Capítulo 2: Justificación	15
Capítulo 3: Objetivos	17
3.1 Estado del arte	18
3.2 Estado de la técnica	21
3.3. Hipótesis	24
Capítulo 4: Bases teóricas:.....	25
Conocimiento empírico	25
Conceptos y referentes teóricos:	28
Concepto 1 - Identidad.....	28
Concepto 2 – Género	29
Concepto 3- Queer.....	29
Concepto 4 – Generación Z	32
Capítulo 5: Metodología	35
Capítulo 6: Resultados.....	38
Actividad 1: Selección de las cuentas.....	38
Lo que se va a hacer	39
Cuentas seleccionadas.....	41
Actividad 2: Evidencia.....	43
Tik Tok.....	81
Actividad 3: Evaluación de impacto, datos cuantitativos.....	119
Actividad 4: Revisión de la interacción	127
Actividad 5: Evolución del contenido	134
Actividad 6: Revisión de publicaciones de tendencias.....	142
Tendencias de moda genderless.....	143

Actividad 7: Reflexiones en torno al Coolhunting y las cuestiones identitarias y de género.....	149
Capítulo 7. Conclusiones.....	165

Listado de Ilustraciones

Ilustración 1 Construcción propia a partir de las imágenes tomadas de las redes sociales de estos influencers.....	142
Ilustración 2 Foto tomada de Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/1067705024154233216/ .	143
Ilustración 3 Foto tomada de Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/1067705024154233219/ .	144
Ilustración 4 Foto tomada de Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/70791025385001191/	145
Ilustración 5 Foto tomada de Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/38280665575770068/	147
Ilustración 6 Foto tomada de Pinterest: https://co.pinterest.com/pin/567242515582104488/ ...	148
Ilustración 7 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.....	150
Ilustración 8 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.....	152
Ilustración 9 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.....	153
Ilustración 10 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.	155
Ilustración 11 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.	156
Ilustración 12 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.	158
Ilustración 13 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.	160
Ilustración 14 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.	162

Glosario

Binarismo de género: Es la forma de clasificar a las personas en las sociedades actuales. Solo existen dos categorías como únicas posibles formas de vivir: el hombre conectado con todo aquello masculino, tanto en su cuerpo, apariencia, carácter y comportamiento y la mujer conectada a todo lo considerado femenino.

Cultura popular: La cultura popular es el conjunto de prácticas, creencias y objetos que son comunes y accesibles a la mayoría de las personas dentro de una sociedad. Se identifica con las clases populares y se opone a la “cultura de élite” o “cultura letrada” propia de las clases altas.

Diversidad: La diversidad es la cualidad de poseer variedad, y generalmente es un término que se usa para referirse a la diversidad humana dentro de una organización, comunidad o sociedad. Cuanta más diversidad contiene, más personas representativas de diferentes culturas, razas, lenguas o géneros están representadas.

Genderless: Consiste en creaciones de ropa que son pensadas para que pueda lucirlas perfectamente todo tipo de persona (independientemente de su sexo e identidad de género). Antes le llamábamos ‘unisex’, pero hoy lo conocemos como moda genderless y se caracteriza por tener plena libertad e invitar a las personas a vestirse con toda creatividad según su personalidad y preferencias.

Generación Z: La generación Z es el grupo de personas nacidas a finales de la década de 1990 e inicio de los 2000 (1995-2000), y que tienen la peculiaridad de estar familiarizadas con el uso de la tecnología digital, internet y los medios sociales desde una edad muy temprana.

Género: El género es una construcción social que abarca las expectativas culturales, roles, comportamientos y características que se asocian a ser hombre o mujer en una sociedad determinada. Aunque algunas de estas características pueden tener bases biológicas, la mayoría son aprendidas y adquiridas a través de la socialización y el entorno cultural.

Identidad: La identidad se refiere al conjunto de características que hacen a una persona o colectividad única y la diferencia de los demás. También implica la conciencia de ser uno mismo y de mantener una continuidad en el tiempo.

Moda: La moda es una manifestación social. Refiere a un estilo que con rapidez se vuelve popular, especialmente en términos de ropa, calzado, accesorios y estilos de vida en general. La moda es un fenómeno cultural y social que se manifiesta en la forma en que las personas eligen vestirse y presentarse en un momento y lugar específicos. Puede estar influenciada por diversos

factores, como la cultura, la economía, la tecnología y las preferencias personales.

Queer: Queer es un término amplio utilizado por algunas personas LGBTQ para describir su sexualidad, identidad de género o ambas. Pueden preferirlo quienes consideran que otros términos como “gay” o “bisexual” son demasiado restrictivos o estrechos, así como algunas personas cuyas identidades son fluidas y evolucionan.

Revolución: Es un término que se utiliza en las ciencias sociales para hablar de un proceso político, económico y social que genera cambios estructurales en una sociedad. La revolución puede ser un proceso de corta, mediana o larga duración. Lo fundamental es que genera una transformación permanente en uno o varios aspectos de la sociedad en cuestión.

Resumen

Este trabajo de grado investiga el impacto que ha tenido la moda genderless en la cultura popular, especialmente en los jóvenes de la Generación Z de la ciudad de Medellín, quienes están integrando este estilo en su cotidianidad para poder expresar su verdadera identidad y que al mismo tiempo están transformando las normas de género que han sido impuestas por la sociedad tradicionalmente. Esta moda les permite a estos individuos tener la libertad suficiente para elegir sus prendas de vestir sin ninguna limitación y sin pensar en cómo deben actuar y comportarse en base a su género, permitiéndoles crear su propia identidad de manera auténtica.

En la introducción, este estudio menciona que históricamente la moda ha sido un reflejo de las reglas de género impuestas por la sociedad, donde todas las personas deben cumplir con ciertas especificaciones a la hora de vestir. Sin embargo, el propósito de la moda genderless es romper con todas estas barreras y permitir una expresión y una adopción de un estilo más fluido y auténtico de quienes se sumerjan en esta revolución. Por eso, las redes sociales han tenido un papel crucial en el crecimiento de esta tendencia, permitiendo que los jóvenes tengan referentes que promuevan la autenticidad y la individualidad.

Esta investigación analiza cómo la Generación Z de Medellín utiliza la moda genderless para romper con las normas tradicionales y transformar las percepciones de género tradicionales, permitiendo que cada quien construya su propia identidad y al mismo tiempo sirva como ejemplo e inspiración para quienes están a su alrededor. La moda genderless ha creado una comunidad que fomenta la autenticidad de las personas, donde las redes sociales permiten que unos

interactúen con otros y se genere un espacio de apoyo en el que los jóvenes pueden explorar su identidad y estilo sin ninguna restricción ni etiqueta alguna.

A través del análisis de algunos perfiles en las redes sociales, este trabajo evidencia cómo la moda genderless está transformando las percepciones sobre el género y la identidad hoy en día, logrando tener una audiencia que cuestiona lo que ya está estipulado socialmente y optando por un estilo de vida más libre. Instagram y TikTok han sido redes sociales clave para dicha visibilidad de la diversidad y expresión de género, permitiendo que los jóvenes puedan aprender, mostrar y compartir su verdadera identidad, estilo y esencia.

El trabajo concluye que la moda genderless no es sólo una tendencia común y pasajera, sino que representa un verdadero cambio en cómo las personas perciben lo que es la expresión y la identidad de género a través del vestuario, es un movimiento colectivo que fomenta el cambio y evolución de la moda basada en normas de género. La moda genderless está teniendo una acogida positiva y significativa por los jóvenes, los cuales se sienten inspirados y comprendidos por las personas o los creadores de contenido que comparten y promueven este movimiento que permite expresarse sin ninguna etiqueta o barrera.

Esta investigación muestra un panorama sobre cómo los jóvenes de la Generación Z y las redes sociales están impulsando la moda genderless, desafiando y transformando al mismo tiempo las normas sociales tradicionales que dictan qué es lo que se espera para cada persona según su género asignado al nacer. La moda genderless es una herramienta poderosa que está impulsando el cambio cultural, creando un espacio donde los jóvenes pueden expresar su verdadera identidad

y pueden abrazar su autenticidad, promoviendo así una sociedad más inclusiva y libre de prejuicios basados en el género.

Introducción

Durante mucho tiempo la moda se ha visto como un reflejo de las normas sociales tradicionales, mostrando a través de esta las expectativas de género impuestas por la sociedad. Aun así, en los últimos años ha nacido una revolución que rompe con todos estos estereotipos y normas convencionales, que se centra en la integración de un estilo sin género o genderless donde las personas puedan ser completamente libres a través del vestuario. El objetivo de esta revolución se basa en desafiar y romper con todas estas tradiciones y normas tradicionales que ponen una barrera entre lo que se considera masculino y femenino, optando por una visión más fluida, inclusiva y diversa de la identidad y expresión de género, haciendo que este movimiento sea un paso significativo hacia la inclusión y la igualdad en la sociedad actual.

Los jóvenes de la Generación Z han sido la clave en el crecimiento y esparcimiento de la cultura y revolución genderless. Debido a su expansión tecnológica y desarrollo mental contemporáneo, todos estos jóvenes suelen identificarse con una amplia variedad de géneros, y en muchas ocasiones, optan por no definirse ni mucho menos encasillarse en las categorías y escalas sociales tradicionales. La diversidad para ellos es un gran aspecto dentro de su construcción libre y personal, permitiéndoles tener una visión sin limitaciones ni restricciones en cuanto a su vestimenta y su apariencia física en general. La tecnología y las redes sociales son algunos de los aspectos que influyen y alimentan la importancia de la individualidad para ellos, priorizando la libertad y autenticidad en la lucha contra la injusticia y las expectativas sociales.

La moda genderless no sólo está cambiando la manera en la que las personas se visten y se

expresan con la ropa, sino que está remodelando todas estas construcciones sociales en base al género y lo que se espera de cada uno de estos, desafiando las normas que se han planteado específicamente para hombres y mujeres. Gracias a la Generación Z, la visibilidad de identidades y expresiones de género no tradicionales y comunes en la sociedad contemporánea han impulsado a que algunos diseñadores de moda, creadores de contenido de moda en redes sociales y a todos los consumidores a reflexionar sobre el significado de la moda, siendo esta una forma efectiva para la exploración auténtica y personal de cada individuo.

Esta investigación propone explorar de qué manera la moda genderless está impactando la cultura popular actual, en especial en los jóvenes que pertenecen a la Generación Z y en sus vidas cotidianas, promoviendo un entorno más inclusivo y libre. Este estudio pretende ofrecer una visión más amplia de cómo la moda genderless está desafiando todas las convenciones y normas tradicionales en base al género, destacando su importancia como una herramienta para el cambio social.

La estructura de este trabajo está compuesta por:

En primer lugar, se presenta la introducción del proyecto "La Revolución Genderless:

Explorando el Impacto de la Moda en la Cultura Popular" el cual ha emergido como un fenómeno innovador que busca romper con las etiquetas de género tradicionales en la vestimenta.

Permitiendo a las personas elegir su ropa según sus preferencias individuales, sin las restricciones de las normas de género convencionales. En segundo lugar, se expone el capítulo 1, que contiene el problema o la pregunta de investigación del proyecto. En tercer lugar, se presenta el capítulo 2, que contiene la justificación y algunas fuentes del trabajo investigado. En cuarto lugar, se expone el capítulo 3, que muestra los objetivos del proyecto, el estado del arte, el estado de la técnica y la

hipótesis. En quinto lugar, se expone el capítulo 4, que menciona las bases teóricas, el conocimiento empírico, los conceptos y referentes teóricos. En sexto lugar, se presenta el capítulo 5, que muestra la metodología elegida para desarrollar el proyecto. En séptimo lugar, se expone el capítulo 6, que muestra los resultados y perfiles obtenidos en el desarrollo del proyecto, tales como la selección de las cuentas relacionadas con el tema principal del proyecto, las evidencias, los datos cuantitativos, la revisión de la interacción de las cuentas y perfiles entre sí, la revisión de publicaciones de tendencias y las reflexiones en torno al coolhunting y las cuestiones identitarias y de género. En octavo y último lugar, se presentan las conclusiones generales obtenidas durante el desarrollo de todo el proyecto y sus respectivas investigaciones.

Capítulo 1: Problema

Pregunta de Investigación:

¿Cómo está influyendo la moda genderless en la transformación de las percepciones de género y la redefinición de identidad en la sociedad contemporánea, especialmente entre los jóvenes de la Generación Z?

Capítulo 2: Justificación

La moda genderless ha cambiado la manera en la que se percibe la moda, ofreciendo una alternativa libre de barreras de género y promoviendo la inclusión y la diversidad en la sociedad contemporánea de manera auténtica. Esta revolución, ha nacido como un fenómeno en la cultura que desafía las normas tradicionales y limitantes de género dentro de la industria del vestuario, y su influencia se expande cada vez más en la cultura popular, especialmente dentro de los jóvenes que hacen parte a la Generación Z.

La revolución genderless se ha extendido más allá que solo en el mundo de la moda, llegando a otras formas de expresiones como lo son el arte, la música y las redes sociales cambiando las percepciones sobre identidad, diversidad e inclusión en la sociedad actualmente. La moda siempre ha estado influenciada por las normas culturales y sociales que definen el concepto de género, reflejando las tradiciones impuestas desde el nacimiento de cada persona. Por esta razón, esta investigación analiza cómo la moda genderless plantea una nueva forma de expresión individual, alejándose de los significados socialmente establecidos que apoyan la idea de que ciertas prendas son exclusivas para hombres o mujeres (Águila, 2020).

La moda está pensando en las nuevas necesidades y en los verdaderos deseos de las personas, y esto se debe a algunos de los cambios por los que la sociedad está atravesando hoy en día están haciendo, los cuales están haciendo que las diferencias entre los géneros se estén volviendo cada vez más innecesarias, creando así un espacio donde estos mismo puedan vivir en armonía y

tranquilidad entre sí (Baixauli, 2017). El estilo queer ha desempeñado un papel significativo al desafiar las convenciones y celebrar la diversidad de género y sexualidad. Este estilo ha influenciado la moda actual al cuestionar las normas binarias de género y motivar la expresión creativa y auténtica de la identidad (Karaminas & Geczy, Queer Style, 2019).

Capítulo 3: Objetivos

Objetivo general:

Analizar cómo la moda genderless evidenciada en redes sociales está transformando en la cultura popular las percepciones de género y redefiniendo la identidad entre los jóvenes de la Generación Z de Medellín.

Objetivos específicos:

1. Documentar 10 cuentas de redes sociales entre Instagram y TikTok que involucren o interactúan con la moda genderless y la deconstrucción de las normas tradicionales de género en la Generación Z.
2. Identificar elementos y tendencias de la moda genderless presentes en las cuentas seleccionadas y que contribuyen a la transformación de las percepciones de género en la Generación Z.
3. Generar una reflexión a partir de un ejercicio de coolhunting para establecer relaciones entre tendencias y las percepciones de género y la identidad en la cultura popular en los jóvenes de la generación Z.

3.1 Estado del arte

Los Muxes, en la comunidad zapoteca en México, son una de las manifestaciones de identidad de género más antiguas en todo el mundo. Son personas que nacieron como hombres biológicamente o que les fue asignado el género masculino al nacer, pero a medida de su propio crecimiento, estas personas adoptan roles de mujeres a través del tiempo (Ortiz, 2024). Según la autora Diana Fernanda Velázquez Ortiz, en su artículo: Los Muxes, la identidad del tercer género, dice que los Muxes son amados y respetados por sus familias y por todo su pueblo, considerando una gran bendición tener a un Muxe dentro de la familia y su comunidad, ya que tienen la libertad y la posibilidad de transitar entre lo femenino y lo masculino (Ortiz, 2024).

La moda genderless viene del término que se utilizaba anteriormente como moda unisex, al utilizar todo tipo de prendas para todo tipo de cuerpos y personas, independientemente de su identidad de género (Varela, 2022). La autora Laura Romero, en su tesis de grado: La moda genderless se empodera de las marcas colombianas y la moda sostenible en la generación y y z, dice que la moda genderless desafía los estereotipos de género y promueve la igualdad al eliminar las diferencias binarias en la moda. Romero destaca la importancia de esta tendencia en las nuevas generaciones, especialmente en los Millennials y la Generación Z, que exigen más inclusión y que redefinen las normas establecidas (Romero L. X., 2023).

La ropa ha sido una forma en la que las personas muestran su identidad desde la antigüedad, de acuerdo a las normas específicas de cada época, pero desde hace algunos años se está comenzando a visibilizar la existencia de diferentes tipos de cuerpos e identidades sexuales y de

género a diferencia de lo que se creía en esos tiempos, lo que podría generar un cambio significativo en la percepción social acerca de estas identidades y su relación con el vestuario y su expresión estética y visual (Piratoba & Pachón, 2023).

Para avanzar como sociedad sin prejuicios, se debe romper con estos esquemas que dictan qué tipo de prendas son apropiadas para cada género limitando la expresión individual y reforzando normas sociales restrictivas sobre cómo se debe vestir según el género, para poder dar cabida a una nueva era dentro de la industria de la moda, que promueva una identidad verdaderamente libre y una generación más inclusiva y diversa (Piratoba & Pachón, 2023). Las marcas de moda pueden aportar al desarrollo de la identidad de los consumidores, formando una relación entre estos y las marcas que influyen en la construcción de su propio ser, las cuales priorizan valores de inclusión y diversidad para construir así una sociedad más tolerante (Iglesias, 2015). El cambio cultural en la sociedad contemporánea es significativo, donde la identidad de género es cada vez más diversa y convierte así la moda en un vehículo para el cambio social y la inclusión en el siglo XXI (Alexander, 2021).

La moda genderless tiene grandes raíces en muchas culturas alrededor del mundo, las cuales han desafiado todas las percepciones binarias del género mucho antes de que se popularizara el término y su significado (Peregoy, 2021). Reconocer y aceptar la diversidad de género en la moda promueve la igualdad en la industria, gracias a figuras a través de la historia que han roto barreras y han dejado una marca en el mundo de la moda sin género (Taylor, 2019). A pesar de las normas impuestas que han perjudicado a algunos individuos, hay esperanza en la generación más joven para desafiar estos paradigmas y adoptar una mentalidad más abierta hacia la moda

genderless. Actualmente, abordar estos temas de manera crítica puede generar conciencia y cambio en la sociedad (Tovar, 2022).

3.2 Estado de la técnica

Hoy en día, en el mundo de la moda, la percepción del género ha evolucionado bastante, dando paso a un concepto nuevo e interesante: “lo genderless”. Esta tendencia desafía las normas tradicionales al proponer prendas que van más allá de las restricciones que dictan qué es lo “femenino” y “masculino”, sino que celebran y proponen la fluidez del género con relación al vestuario. Desde grandes diseñadores hasta pequeñas marcas y emprendimientos, la revolución genderless está intentando abrir el panorama de la moda al fomentar la libertad de expresión.

En primer lugar, el artículo: Porque la inclusión no entiende de fechas: Indya Moore diseña una colección genderless para Tommy, por el autor Jaime Martínez, resalta la importancia de la colección de la marca Tommy Hilfiger y la actriz Indya Moore, en la promoción de la inclusión social y la visibilización de las identidades de género no binarias, en el marco del mes del Orgullo LGBTQIA+. El autor del artículo destaca el papel de la actriz como codiseñadora de la colección, así como su experiencia personal y cómo pudo comunicar su identidad y explorar su individualidad en un mundo que siempre impone normas estrictas sobre el género. El artículo resalta el mensaje detrás de la colección, que apoya la idea de que la moda no debe estar limitada por las etiquetas tradicionales de género y todas las prendas deben ser accesibles para todos los cuerpos (Martínez, 2021).

En segundo lugar, el diseñador Alok V Menon, emerge como una voz poderosa en la lucha contra las etiquetas de género en la moda. En su intervención en el evento #BoFVOCES2019, brinda una gran luz sobre el futuro sin género en el mundo de la moda, compartiendo una visión en la

que la inclusión son los pilares fundamentales en la sociedad actual. Su libro, "Beyond the Gender Binary", es una declaración en la batalla contra la discriminación causada por las restricciones tradicionales de género. Desde su experiencia personal como persona no binaria, Alok desafía las normas establecidas velando por una moda que trascienda las categorías convencionales de lo "masculino" y "femenino" (Menon, 2019).

En tercer lugar, Palomo Spain, reconocido por su enfoque en la moda genderless, es partidario de que esta tendencia no es simplemente una moda pasajera, sino una verdadera necesidad. Según la autora Marina Scofield en su artículo Palomo Spain: "La moda genderless no es una tendencia, sino una necesidad", menciona el compromiso del diseñador con la moda libre de géneros, la cual se ve refleja en cada detalle de su marca, desde la cuidadosa confección de sus prendas hasta su colaboración con marcas de moda y accesorios que fomenten y aporten a esa accesibilidad e inclusión. Según la autora, en un mundo donde la moda se redefine constantemente, Palomo Spain nace como una luz de autenticidad y diversidad, desafiando las normas tradicionales y promoviendo un futuro donde la expresión individual se celebre sin restricciones de género (Scofield, 2021).

En cuarto lugar, en el libro "Sissy", el autor Jacob Tobia lucha por una comprensión más diversa del género, donde las identidades no se limiten a la diferencia entre hombre y mujer, sino que abarquen una amplia gama de expresiones de género no normativas tales como género queer, identidades no binarias, entre otros, que desafían las categorías binarias de género y exploran la diversidad de la identidad de género humana (Tobia, 2019).

En quinto lugar, la marca Ludovic de Saint Sernin se destaca en su camino hacia la creación de una marca sin género, dirigida a una nueva generación de consumidores de lujo. En el artículo: La marca sin género de Ludovic de Saint Sernin, el nuevo uniforme de Sacai y KidSuper aprovechan Meta en la Semana de la Moda de París, la autora Stephanie Hirschmiller dice que el diseñador de esta marca sorprendió y enamoró a su público con una colección que rediseña la sensualidad y la libertad por medio de siluetas fluidas y prendas bastante refinadas, optando por prendas que se dirigen hacia cualquier persona de cualquier género. En un mundo donde la moda genderless tiene cada vez más reconocimiento, el diseñador desafía las normas tradicionales de género al ofrecer una colección que va más allá las etiquetas y reglas convencionales, celebrando la diversidad y la inclusión. Su enfoque en la moda genderless no solo refleja su visión artística, sino también su compromiso con un cambio cultural significativo en la industria de la moda, colocándola como unas de las marcas emergentes más talentosas y llamativas actualmente (Hirschmiller, 2023).

De acuerdo con esto, se puede observar que en hoy en día se refleja una implementación que crece constantemente hacia una moda genderless, donde la expresión individual y la inclusión son prioritarias. Desde la colaboración entre figuras y marcas importantes en la moda hasta el surgimiento de diseñadores que desafían las normas de género, queda claro que la moda está evolucionando hacia un espacio más diverso y abierto, no solo promoviendo la aceptación de las identidades de género no binarias, sino que también desafiando las limitaciones impuestas por las normas y etiquetas convencionales.

3.3. Hipótesis

Es posible que la moda genderless fomente la expresión personal sin ningún tipo de restricciones ni limitaciones, lo que podría impulsar algunas transformaciones y evoluciones significativas en las percepciones sociales sobre las diversas identidades de género y su autenticidad con relación al vestuario.

Se considera que la moda genderless al servir como punto de partida en las redes sociales, podría facilitar un ambiente más inclusivo, permitiendo así la eliminación de etiquetas y barreras relacionadas a las diversas identidades de género en los nuevos espacios digitales.

Es posible que la moda genderless al enfrentarse a las normas binarias y tradicionales de género estipuladas, genere más aceptación social e individual de la diversidad de expresiones de género.

Se espera que la representación de la moda genderless en las redes sociales (Instagram y TikTok) impacte de manera positiva y genere conciencia en la percepción de las personas, contribuyendo así a la normalización de las expresiones de género diversas, y a la reducción de las barreras impuestas por la sociedad.

Capítulo 4: Bases teóricas:

Conocimiento empírico

A continuación, se hizo una revisión del conocimiento empírico sobre la tendencia emergente de la moda sin género, abordada desde múltiples perspectivas en cinco artículos distintos. Todo este movimiento y revolución hacia la moda genderless no solo busca ofrecer opciones de vestuario más inclusivas y auténticas, sino que también busca desafiar las normas sociales y culturales que giran en torno al género y el vestuario y limitan la expresión de todas las personas. De acuerdo con esta información, se muestra la evolución de la moda genderless como un fenómeno cultural y social que sobrepasa las expectativas del vestuario, reflejando cambios en la percepción de la identidad de género y promoviendo la igualdad principalmente en las generaciones más jóvenes. En el artículo “Las marcas le apuestan a la tendencia incluyente de la moda Genderless o sin género”, la autora María Camila Gil destaca el crecimiento de la moda genderless en Colombia, evidenciado por la participación de jugadores importantes del retail como Falabella y Arturo Calle. Se resalta el enfoque en la diversidad LGBTQ+ como una estrategia rentable para las empresas. La moda genderless es una decisión de desarrollar prendas de vestuario que no se adhieren a estereotipos de género, sino que están enfocadas en seres humanos (Niebles, 2022). Este artículo ofrece ejemplos concretos de empresas que están adoptando la moda genderless y al enfocarse en el aspecto económico y comercial de esta tendencia. Destaca el crecimiento y la adopción de la moda genderless en Colombia por parte de jugadores importantes del retail como Falabella y Arturo Calle.

Por otro lado, en el artículo “Estas 7 marcas latinoamericanas apuestan por la moda sin género” la autora María Belén Archetto presenta siete marcas latinoamericanas que están triunfando con la

moda genderless, destacando su enfoque en la libertad y la identidad. El artículo hace hincapié en la historia y la filosofía detrás de la moda genderless, así como en su impacto en la inclusión y la creatividad en la región. Más que una tendencia, es su virtud por enaltecer la libertad de expresar el individualismo más intrínseco, abandonando toda clase de etiquetas o encasillamientos en el camino y explorando sin prejuicios el campo de la identidad (Archetto, 2021). Este artículo hace bien al destacar algunas marcas latinoamericanas como New Cross y Guillermo Jester que triunfan con la moda sin género, lo que ofrece una visión regional sobre la tendencia. Pero podría profundizar en la situación específica de cada marca mencionada o en cómo están contribuyendo a la promoción de la moda sin género en sus respectivos países o a nivel global.

La revolución de la moda sin género en la industria del lujo destaca la influencia de diseñadores y marcas que están desafiando los roles de género tradicionales. Se hace referencia a la evolución de la moda unisex a lo largo del tiempo y se resalta su creciente popularidad entre las nuevas generaciones. Aun así, la tendencia sin género se ha convertido en una evidencia al compás de la evolución de la sociedad (Hernandez, 2016). Este artículo proporciona un contexto histórico y global sobre la tendencia genderless, ofreciendo un análisis detallado de la revolución de la moda sin género en la industria del lujo. Destacando la influencia de diseñadores y marcas de renombre, pero podría mejorar al profundizar en cómo esta tendencia está siendo recibida y adoptada en diferentes culturas y contextos sociales.

En el artículo “Adiós al género, la moda rompe con lo femenino y lo masculino”, el autor Juan Carlos Rojas examina el surgimiento de la moda genderless como una respuesta a la revolución feminista y destaca la importancia de la libertad de expresión individual en la moda. Pero, mientras la sociedad busca cómo compensar todos estos siglos de machismo y falta de paridad, la moda ha ido un paso adelante: desprenderse de cualquier etiqueta que reduzca las prendas a parámetros de lo femenino y lo masculino (Rojas, 2018). Este artículo contextualiza la tendencia

genderless dentro del ámbito más amplio de la igualdad de género y la diversidad, examinando el surgimiento de la moda genderless en respuesta a la revolución feminista. Situando esta tendencia dentro de un marco social y político más amplio, pero podría profundizar en los desafíos específicos que enfrenta la moda genderless en su intento de romper con las normas convencionales de género en la moda, como la resistencia conservadora o la falta de representación inclusiva en la misma industria.

Según el autor Isamar Escobar, en su artículo “La moda unisex y la diferencia entre géneros”, explora el concepto de moda unisex y su capacidad para diluir las diferencias de género impuestas socialmente a través de la ropa. Este tipo de ropa es utilizada por las personas que quieren manifestar una conducta de igualdad e inclusión (Escobar, 2019). Se destaca el papel de la moda unisex en la promoción de la igualdad e inclusión, así como ejemplos de cómo esta tendencia está siendo adoptada en diferentes ámbitos, como la música y la farándula. Este artículo habla de cómo la moda unisex está influyendo en la sociedad, explorando el concepto de moda unisex y su capacidad para diluir las diferencias de género a través de la ropa, pero podría profundizar en las implicaciones culturales y políticas más amplias de la moda unisex, como su impacto en la construcción de identidades de género y derechos de personas diversas.

Conceptos y referentes teóricos:

Concepto 1 - Identidad

Autor 1 - Jorge Larraín

En su obra: “Modernidad e Identidad en América Latina”, el autor Jorge Larraín habla sobre cómo la modernidad ha influido y repercutido en la construcción de Identidad en las culturas y sociedades de América Latina. Jorge Larraín plantea que la identidad en América Latina todavía es una situación que evita y se resiste a las imposiciones que la sociedad actual y la modernidad plantean a nivel global. El autor dice que la identidad no es una construcción que permanece quieta a través del tiempo, sino que, por el contrario, se construye y avanza a medida que los sucesos históricos transcurren, pudiendo mezclar las situaciones globales y los sucesos locales (Larraín, 2001).

Autor 2 – Kath Woodward

En su obra “Cuestionamiento de la identidad: género, clase, nación”, la autora Kath Woodward habla sobre las dificultades de la identidad en la sociedad hoy en día, basándose principalmente en tres categorías: el género, la clase social y la nación. La autora muestra cómo las experiencias individuales están influenciadas por el contexto social y político, resaltando la relación entre el género, la clase social y la nacionalidad en la formación de la identidad personal y grupal. Kath Woodward dice que la identidad no es algo permanente y que no se puede cambiar, sino más bien una construcción social que cambia y evoluciona constantemente a través de las estructuras de poder, la globalización y los cambios culturales (Woodward, 2000).

Autor 3 - George Herbert Mead

En su obra: “Mente, yo y sociedad”, el autor George Mead dice que la identidad no es algo que se adquiere de manera natural, sino algo que surge a partir de la comunicación con el otro y con todo tipo de relaciones sociales e interpersonales. El autor dice en su obra que la mente y la conciencia de cada individuo se forman a partir de la interacción con las demás personas y el entendimiento de las normas sociales a través del crecimiento humano. George Mead hace énfasis en la capacidad de pensar sobre uno mismo desde la perspectiva de quienes nos rodean, ya que esto es lo que define la naturaleza social de la mente de los seres humanos (Mead, 1934).

Concepto 2 – Género

Autor 1 - Simone de Beauvoir

En su obra: “El segundo sexo”, Simone de Beauvoir hace una crítica a la construcción social y cultural de la feminidad y la masculinidad. Simone de Beauvoir dice que el género es una creencia que ha perjudicado y encasillado a las mujeres principalmente, y se debe optar e intervenir por el cambio y la transformación de estas normas para lograr una sociedad más justa. La autora menciona que históricamente las mujeres han sido oprimidas en la sociedad patriarcal, por lo que plantea la liberación de las mujeres de las restricciones impuestas por las normas tradicionales de género (Beauvoir, 1949).

Autor 2 - Judith Butler

En su obra “El género en disputa”, la autora Judith Butler replantea las clases binarias tradicionales de género, masculino y femenino, y propone una visión más fluida para la transformación de las nuevas identidades de género, abriendo un espacio para la diversidad y

libertad. Judith Butler dice que el género no es más que una acción que las personas repiten constantemente, construyendo así la identidad de género de cada individuo. La autora propone que el género es una construcción social y performativa que desafía las normas y expectativas sociales a las que las personas se han acostumbrado, que puede ser transformada a través de la acción y la resistencia (Butler, El género en disputa, 1990).

Autor 3 - Gayle Rubin

En su ensayo: “El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo”, la autora menciona que el género y su construcción machista y patriarcal deteriora la repartición de los recursos en el ámbito económico y político de cada individuo, controlando así también la sexualidad y el entorno social de cada individuo. Gayle Rubin habla sobre cómo el género se ha construido como un método que se mueve en muchos niveles de la sociedad, lo cual tiene consecuencias en la distribución de recursos, bienes y oportunidades de las personas (Rubin, 1975).

Concepto 3 – Queer

Autor 1 – Judith Butler

El género no es algo que una persona es o tiene, sino algo que una persona hace. Es decir, el género es un acto que se repite y que adquiere significado dentro de muchos contextos sociales específicos de acuerdo a lo que cada persona hace. Tanto el sexo como el género son construcciones sociales. Lo queer es una forma que se revela en contra de la naturaleza construida de todas las identidades de género, no existe una forma natural que determine lo que es masculino o femenino. Al no encajar dentro de las clases binarias, las personas queer

destruyen las normas tradicionales que tratan de imponer una creencia estricta entre el sexo biológico y el género social (Butler, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, 1990).

Autor 2 - Eve Kosofsky Sedgwick

El término queer para Sedgwick, en su obra “Epistemología del clóset”, representa un espacio que va más allá las clases sexuales binarias y tradicionales, sino que ofrece una mayor flexibilidad y fluidez en la identidad sexual. Lo queer no es simplemente lo opuesto a lo heterosexual, sino una forma de existencia que desafía la estabilidad de las clases sexuales impuestas. El autor propone que todas las personas tienen grandes deseos queer y que la sexualidad no es algo que pueda ser totalmente clasificado en términos rígidos, es una oportunidad para pensar la sexualidad de forma más amplia y fluida (Sedgwick, 1990).

Autor 3 - Michael Warner

Michael Warner plantea en su obra: “El problema de lo normal: sexo, política y la ética de la vida queer”, que lo queer debe mantenerse como una posición no convencional y un tanto rebelde que desafíe las normas y expectativas sobre el comportamiento sexual, brindando un espacio más seguro para las personas que lo requieran. Lo queer es una ética de la no conformidad, que celebra las formas de vida alternativas y rechaza los ideales convencionales de respeto y dignidad que están unidos a los valores tradicionales. Es de suma importancia mantener una política sexual que no reduzca lo queer a lo que es aceptable para la sociedad heterosexual (Warner, 1999).

Concepto 4 – Generación Z

Autor 1 - Corey Seemiller & Meghan Grace

En su obra: “Generación Z: Un siglo en proceso”, los autores Seemiller y Grace describen de qué manera esta generación ha sido moldeada por la tecnología y los problemas sociales actuales. Los autores plantean que los jóvenes de la Generación Z son emprendedores y globalmente conscientes, buscando propósitos y qué haceres significativos tanto en su vida personal como profesional. Por eso, la relación de estos individuos con las herramientas tecnológicas ha transformado sus expectativas respecto a la comunicación y el consumo de contenido, lo que los diferencia de generaciones anteriores y los convierte en figuras importantes en la transformación de las actividades sociales y laborales (Seemiller & Grace, 2018).

Autor 2 - Mark McCrindle

En su obra: “Generación Alfa: comprender a nuestros hijos y ayudarlos a prosperar”, McCrindle analiza los valores de la Generación Z, destacando su enfoque en la adaptabilidad y la fluidez en aspectos como la identidad, el género y la cultura. Según el autor, estos jóvenes valoran la inclusión, la sostenibilidad y el consumo ético, lo cual refleja una visión crítica del mundo. McCrindle también sugiere que las características de esta generación están impulsando cambios significativos tanto en la cultura como en el mercado, preparando el terreno para que las futuras generaciones adopten incluso más flexibilidad y fluidez en sus vida (McCrindle, 2021).

Autores 3 - David Stillman & Jonah Stillman

Stillman y Stillman exploran en su obra *El trabajo de la Generación Z: cómo la próxima generación está transformando el lugar de trabajo*, cómo esta generación está cambiando la dinámica y las actividades en el lugar de trabajo. Los autores dicen que los jóvenes valoran la

estabilidad, la diversidad y la flexibilidad, y que su enfoque práctico los lleva a priorizar un equilibrio entre trabajo y vida personal. Además, resaltan la preferencia de estos individuos por ambientes laborales inclusivos, donde el uso de la tecnología desempeña un papel fundamental en su desarrollo profesional. La independencia y la búsqueda de crecimiento personal son también valores esenciales que esta generación aporta al ámbito laboral (Stillman & Stillman, 2017)

Concepto 5 – Cultura Popular

Autor 1 - John Storey

El autor John Storey en su obra *Teoría cultural y cultura popular: una introducción*, menciona cómo el análisis de subculturas, el estructuralismo y el marxismo han sido de gran vitalidad en la creación y replantación de la cultura popular. John Storey dice que los medios de comunicación principalmente, la moda, el cine y la música han sido intermediarios en la creación de normas sociales que dictan el comportamiento de las personas. El autor plantea que la cultura popular se ve afectada por factores sociales, políticos y económicos, lo que hace que este término evolucione y se adapte a nuevas representaciones e ideologías, haciendo que la cultura popular sea una cuestión influenciada por hechos actuales (Storey, 2018).

Autor 2 - Henry Jenkins

El autor Henry Jenkins en su obra *Cultura de convergencia: donde chocan los viejos y los nuevos medios*, menciona cómo los medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión, y los nuevos medios digitales como las redes sociales, están relacionándose e interactuando en la época actual, transformando la manera en la que las personas pueden acceder a estos medios y cómo pueden interactuar y participar en ellos. Henry Jenkins dice que los consumidores de estos

medios son capaces de darle sentido y significado a los medios que usan de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias, transformando las audiencias y la manera en que hacen uso de estos productos culturales, fomentando una nueva dinámica en la creación y difusión de la cultura popular (Jenkins, 2006).

Autor 3 - Néstor García Canclini

El autor Néstor García Canclini en su obra *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, menciona cómo las culturas populares latinoamericanas se relacionan y forman un vínculo con las formas modernas y globales de cultura, creando una unión que él llama como culturas híbridas. El autor dice que cultura no es complemente natural, sino que está en una constante evolución y transformación debido a toda la información universal que se comparte a través de los medios de comunicación. Canclini analiza cómo las culturas cercanas o locales se relacionan con la modernidad, creando nuevas identidades o híbridos dentro de la cultura popular, mezclando elementos tradicionales y modernos (Canclini, 1990).

Capítulo 5: Metodología

La metodología cualitativa puede utilizarse para dar voz a grupos marginados o señalados, contribuyendo así al empoderamiento y cambio social al permitir que algunas perspectivas alternativas puedan expresar sus ideologías, creencias y sentimientos (Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln, 2018). La metodología cualitativa facilita la creación de nuevas teorías o replanteamiento de teorías que ya existen, explorando datos y situaciones a través de la observación, contribuyendo al conocimiento de los eventos estudiados (Corbin & Strauss, 2014).

La metodología cualitativa es un enfoque sistemático y reflexivo para situaciones investigativas que busca comprender sucesos humanos y sociales desde la perspectiva de las personas que de una u otra forma estén involucradas. Este enfoque no busca la recolección y análisis de datos cuantitativos, tal como la investigación cuantitativa, sino que busca entender el contexto de las situaciones y experiencias humanas, utilizando en la mayoría de veces técnicas como entrevistas, observaciones y análisis de escritos (Maxwell, 2013).

La metodología cualitativa es un proceso que implica la construcción de suposiciones a partir de las experiencias y algunos datos de las personas involucradas. La autora Kathy Charmaz, en su obra *Construyendo una teoría fundamentada*, dice que la construcción de estas teorías se basa en la importancia de la recopilación y el análisis de dichos datos de cada individuo involucrado en la investigación, llevando a una comprensión más profunda y significativa del tema principal que se está analizando. La autora menciona que este enfoque cualitativo le permite a los investigadores

generar sus propias conclusiones o suposiciones a partir de las experiencias y perspectivas de las personas analizadas (Charmaz, 2014).

El análisis cualitativo no sigue un solo enfoque, por el contrario, puede tener una combinación bastante amplia de métodos y técnicas según las necesidades del proyecto o de las personas analizadas. Los autores Miles, Huberman y Saldana, en su obra *Análisis de datos cualitativos: un libro de consulta de métodos*, mencionan la importancia de la creatividad flexibilidad a la hora de recopilar e interpretar los datos de la investigación. Los autores hablan sobre la importancia de tener sensibilidad y respeto en un proceso que requiera una apreciación de datos dentro de la investigación cualitativa, ya que existe la posibilidad de que haya múltiples perspectivas y enfoques en el respectivo análisis (Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana, 2014).

RUTA METODOLÓGICA	
ENFOQUE	Cualitativo
ROL	Inductivo
ESTRATEGIA	Descriptiva: Esta es una técnica de investigación que puede utilizarse bajo distintos marcos teóricos y para diferentes propósitos (López, 2004).
UNIDAD DE ANÁLISIS	Transformación de la moda genderless en las percepciones de género en la sociedad contemporánea.
MUESTRA	10 cuentas de moda por y para el público de moda genderless en redes sociales TIKTOK e Instagram.
CATEGORÍAS o VARIABLES	Identidad, Género, Cultura Popular, Generación Z, Queer.
MÉTODO	Netnografía: La Netnografía se presenta como un nuevo método investigador para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales (Gebera, 2008).
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Redes sociales Fotos Coolhunting
ANÁLISIS DE DATOS	Redes sociales: Comparación Fotos: Clasificación Coolhunting: Descripción

CRONOGRAMA

Título del proyecto-B2:H9B2:H8G 7B2-H19	La Revolución Genderless: Explorando el Impacto de la moda en la Cultura Popular					
Problema a resolver, pregunta del proyecto	¿Cómo está influyendo la moda genderless en la transformación de las percepciones de género y la redefinición de identidad en la sociedad contemporánea, especialmente entre los jóvenes de la Generación Z?					
Objetivo general	Analizar cómo la moda genderless evidenciada en redes sociales está transformando en la cultura popular las percepciones de género y redefiniendo la identidad entre los jóvenes de la Generación Z de Medellín.					
Objetivo específico 1	Documentar 10 cuentas de redes sociales entre Instagram y Tik.Tok que involucren o interactúan con la moda genderless y la deconstrucción de las normas tradicionales de género en la Generación Z.	Herramienta metodológica	Fecha de realización	Resultado	Recomendaciones	Conclusiones
Actividad 1	Selección de las cuentas: Se revisarán las cuentas de Tik.Tok e Instagram para observar cómo los usuarios seleccionados publican contenido relacionado con la moda genderless y cómo rompen con las normas tradicionales de género.	Análisis cualitativo de usuarios de la moda genderless.	Agosto 2024.	Identificación de cuentas clave que interactúan con la moda genderless.	Crear un informe detallado sobre cómo estas cuentas rompen con las normas de género.	Las cuentas seleccionadas proporcionan ejemplos claros de cómo se puede documentar la moda genderless y su impacto en la comunidad.
Actividad 2	Evidencia: Se revisarán algunas de las publicaciones y comentarios de estas cuentas, permitiendo conocer cuál es su estilo, tipo de contenido y las reacciones de las personas frente a esto.	Análisis de contenido visual en redes sociales.	Agosto 2024.	Identificación de la respuesta general del público hacia la moda genderless y su impacto en la percepción del género.	Utilizar los datos obtenidos para crear campañas orientadas a romper estereotipos de género en moda.	Los comentarios positivos y el alto número de interacciones confirman que la moda genderless está transformando las normas sociales sobre el género en la Generación Z.
Actividad 3	Evaluación de impacto, datos cuantitativos: Se evaluará el alcance de estas cuentas a través del número de seguidores, comentarios, likes y compartidos, para entender cómo influyen en la comunidad de la Generación Z y qué tanto impacto genera en el público.	Observación y análisis de contenido visual en redes sociales.	Septiembre 2024.	Datos cuantitativos sobre # seguidores, frecuencia de posteo de historias y de post, promedio de likes de los últimos 10 post, promedio de comentarios por post y compartidos la publicación.	Seguimiento durante 3 días.	La evaluación del impacto cuantitativo es crucial para medir el alcance de estas cuentas.
Actividad 4	Revisión de la interacción: Se analizará cómo estas cuentas interactúan con otros influencers, marcas y su comunidad para entender la colaboración y promoción de la moda genderless en un contexto más amplio.	Revisión y análisis de contenido visual en redes sociales.	septiembre 2024.	Entendimiento de las colaboraciones entre cuentas, marcas y seguidores.	Fomentar colaboraciones entre influencers y marcas genderless.	revelan cómo los creadores de contenido promueven la moda genderless en un contexto colaborativo.
Objetivo específico 2	Identificar elementos y tendencias de la moda genderless presentes en las cuentas seleccionadas y que contribuyen a la transformación de las percepciones de género en la Generación Z.	Metodología	Fecha de realización	Resultado	Recomendaciones	Conclusiones
Actividad 1	Evolución del contenido: Dado que estas cuentas tienen más de tres años de trayectoria, se estudiará cómo han evolucionado sus contenidos desde que comenzaron y cómo han influido en las nuevas tendencias de moda genderless.	Estudio de las interacciones (comentarios, likes, compartidos) en las publicaciones más relevantes de las cuentas genderless.	Septiembre 2024.	Registro de la evolución de las tendencias genderless en los últimos tres años.	Crear un timeline de la evolución de la moda genderless de en los usuarios elegidos.	La evolución de las cuentas muestra cómo la moda genderless ha ganado terreno en la cultura popular.
Actividad 4	Revisión de publicaciones de tendencias: MODOBORDAR de 20 imágenes seleccionadas al azar de las 10 cuentas, que evidencien ese cuestionamiento a la moda y el acercamiento a lo genderless.	Seguimiento de publicaciones relacionadas con tendencias de moda genderless y la evolución de estas en cuentas clave.	Octubre 2024.	Identificación de patrones y cambios en las tendencias relacionadas con la moda genderless.	Las marcas deben seguir estas tendencias para adaptar sus productos a la demanda del público joven.	La moda genderless sigue evolucionando y adoptando nuevas formas que se alinean con la deconstrucción de las normas tradicionales de género.
Objetivo específico 3	Generar una reflexión a partir de un ejercicio de coolhunting para establecer relaciones entre tendencias y las percepciones de género y la identidad en la cultura popular en los jóvenes de la generación Z.	Metodología	Fecha de realización	Resultado	Recomendaciones	Conclusiones
Actividad 1	Reflexiones en torno al Coolhunting y las cuestiones identitarias y de género: Analizar cómo la moda genderless hace presencia en espacios públicos y comunes, en este caso el CC Viva Envidado de la ciudad de Medellín.	Análisis de personas y su forma de vestir e integrar la moda genderless.	Octubre 2024.	Obtención de datos cualitativos sobre el impacto de la moda genderless en la cotidianidad.	Incentivar a las personas a que sean completamente auténticos en su forma de vestir.	La moda genderless hace parte y puede ser manifestada por cualquier persona en cualquier espacio.

Capítulo 6: Resultados.

De acuerdo con la ruta metodológica escogida y a las actividades planteadas para ejecutar cada uno de los objetivos, el proceso ejecutado y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Objetivo específico 1: Documentar 10 cuentas de redes sociales entre Instagram y TikTok que involucren o interactúan con la moda genderless y la deconstrucción de las normas tradicionales de género en la Generación Z.

Actividad 1: Selección de las cuentas.

Se revisarán las cuentas de TikTok e Instagram para observar cómo los usuarios seleccionados publican contenido relacionado con la moda genderless y cómo rompen con las normas tradicionales de género.

- **Totalmente genderless:** Cada cuenta seleccionada pertenece a usuarios que promueven activamente una identidad genderless. Esto se refleja en sus contenidos relacionados con la moda, donde no existen las divisiones tradicionales entre ropa masculina y femenina. Estas cuentas cuestionan las normas de género y exploran la fluidez en la presentación de la moda.
- **Generación Z:** Todos los usuarios pertenecen a la Generación Z (nacidos entre 1995 y 2010), ya que son los principales promotores del cambio en la moda y la identidad de género.
- **Más de 2000 seguidores:** Las cuentas elegidas tienen un seguimiento considerable, con más de 2000 seguidores cada una. Esto indica que tienen un alcance significativo y pueden influir en las percepciones y tendencias de un público más amplio, lo que es crucial para evaluar su impacto en la moda y la cultura genderless.
- **Son paisas:** Todas las cuentas pertenecen a personas de Medellín, una ciudad que está emergiendo como un centro importante para la moda y las tendencias culturales en Colombia.

- Más de 3 años de trayectoria: Cada una de las cuentas seleccionadas tiene al menos tres años de trayectoria publicando contenido relacionado con la moda genderless. Esto garantiza que los usuarios no solo son parte de una tendencia pasajera, sino que están comprometidos con el movimiento a largo plazo.
- Interacción activa con la moda: Además de ser creadores de contenido, estos usuarios participan activamente en la escena de la moda genderless, ya sea como diseñadores, influencers o modelos. Su experiencia y dedicación al movimiento genderless los convierten en figuras clave para analizar el impacto de esta estética en la cultura popular.

Lo que se va a hacer

El estudio de las cuentas de Instagram y TikTok seleccionadas, que promueven una identidad genderless, busca documentar cómo estas plataformas y sus usuarios interactúan con la moda y las normas tradicionales de género dentro de la Generación Z. A través de un análisis profundo de estas cuentas, se intenta descubrir cómo la moda genderless está ganando fuerza y popularidad entre los jóvenes, particularmente en Medellín, donde estas tendencias están teniendo un impacto notable.

Documentación y análisis: Se revisarán las cuentas de TikTok e Instagram para observar cómo los usuarios seleccionados publican contenido relacionado con la moda genderless y cómo rompen con las normas tradicionales de género.

Evaluación de impacto: Se evaluará el alcance de estas cuentas a través del número de seguidores, comentarios, likes y compartidos, para entender cómo influyen en la comunidad de la Generación Z y qué tanto impacto genera en el público.

Revisión de la interacción: Se analizará cómo estas cuentas interactúan con otros influencers, marcas y su comunidad para entender la colaboración y promoción de la moda genderless en un contexto más amplio.

Evolución del contenido: Dado que estas cuentas tienen más de tres años de trayectoria, se estudiará cómo han evolucionado sus contenidos desde que comenzaron y cómo han influido en las nuevas tendencias de moda genderless.

Elementos a analizar:

A. ¿Quién es?

Son creadores de contenido de la Generación Z que viven y promueven la moda genderless. Son jóvenes estilistas, diseñadores y artistas que usan las plataformas de redes sociales, especialmente Instagram y TikTok, para mostrar su visión personal de la moda y la fluidez de género.

B. Alcance y comunidad

Contemplan un número de seguidores mayor a 2.000, sus audiencias son jóvenes, principalmente de la Generación Z, que se sienten identificadas con la propuesta y autenticidad de estos creadores.

C. Interacción y representación auténtica

Ya sea mostrando su proceso creativo, sus outfits diarios o sus experiencias personales, se percibe una representación genuina de quienes son, sin pretensiones ni dramatizaciones. La interacción que generan no solo es sobre moda, sino sobre la conexión emocional y la libertad de expresión que acompaña la fluidez de género.

D. Espacios cotidianos

Los entornos comunes sirven para normalizar la moda genderless y demostrar que no requiere escenarios especiales para existir. Al mostrar su estilo en espacios del día a día, refuerzan la idea de que la moda fluida es algo natural, parte de la vida diaria y no un evento especial o fuera de lo común.

E. Comunicación visual

A menudo, lo que no se dice verbalmente está presente de manera muy clara en las imágenes que publican. La comunicación no verbal cuenta historias sin necesidad de explicaciones y juega un rol crucial en cómo se percibe lo genderless.

F. Lo genderless como cotidiano

La moda genderless se manifiesta de manera natural y cotidiana, como parte integral de quienes son. Esta normalización refleja cómo la Generación Z ha incorporado la fluidez de género en sus vidas, sin verlo como algo extraordinario o que necesite una constante explicación o validación.

Cuentas seleccionadas.

A partir de los criterios de selección de las cuentas, se realizó un filtro y se seleccionaron las siguientes cuentas:

A. @moisescatanoo

B. @rrrevertt

C. @lorenarobledo.mod

D. @divinestdive

E. @margo.col

F. @diegomarchetti16

G. @jerijeroo

H. @juancamiloac11

I. @simoncarmonaa

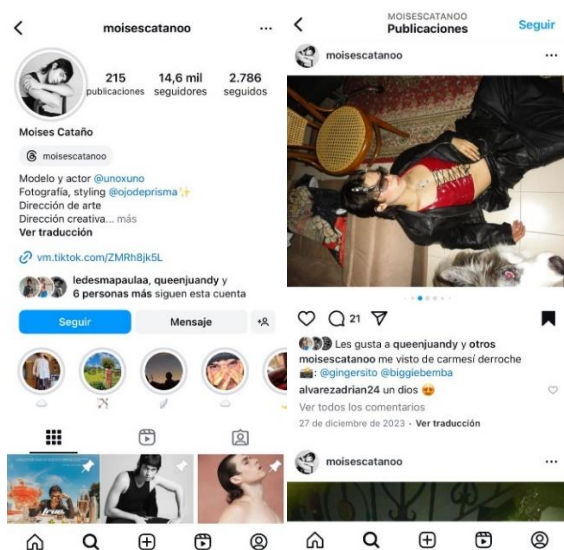
J. @_gingersito_

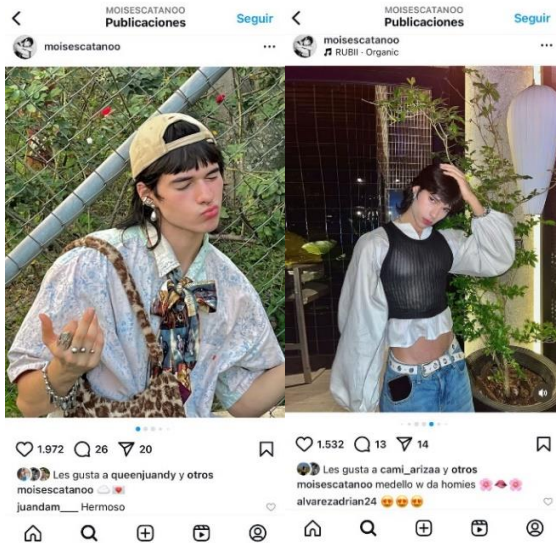
Actividad 2: Evidencia.

Se revisarán algunas de las publicaciones y comentarios de estas cuentas, permitiendo conocer cuál es su estilo, tipo de contenido y las reacciones de las personas frente a esto.

Instagram

- **@moiescatanoo**





¿Quién es?: Moisés es un modelo, actor, estilista y creador de contenido de moda de la Ciudad de Medellín. A sus 21 años, su contenido se basa en estilismo, modificación de sus prendas y algunos detrás de cámara de cómo es su preparación para sus actividades diarias o eventos relacionados con la moda. Su objetivo es enseñar a su público a customizar sus prendas de una manera divertida y totalmente genderless. El perfil de Moisés no necesita decir "esto es genderless", lo que verdaderamente comunica es lo que se ve: la fluidez de género expresada a través de la moda y su estilo de vida. La estética visual es suficiente para transmitir este mensaje sin recurrir a palabras.

Alcance y comunidad: Con 14.000 seguidores, Moisés ha construido una base sólida dentro de la comunidad Gen Z, donde las interacciones en forma de comentarios y likes muestran un verdadero interés por su contenido. No es solo un número, sino una comunidad activa que se siente identificada con su estilo y visión.



betto_perez1 2 sem · ❤️ del autor

Icónico!!! 🔥

Responder



angievccccccc 2 d · ❤️ del autor



Que talentoso eres mi niño hermoso 😍



Responder Ver traducción

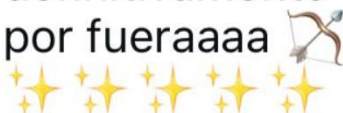


1



mispolainas 2 d · ❤️ del autor

babyyyy qué hermosuraaaaa 😍😍😍😍
definitivamente un angelito por dentro y
por fueraaaa 🏹 me encantó



1

En algunos de los comentarios que se revisaron, se puede observar que Moisés recibe comentarios positivos acerca de su contenido en su cuenta de Instagram, gran parte de estos enfatizan en el talento de este creador de contenido de moda genderless. Podría decirse que la mayoría de estos se sienten identificados con sus publicaciones y estilo. Estos comentarios utilizan un lenguaje juvenil y muy amigable, haciendo uso de emojis y símbolos que le den peso y valor al comentario, típico de la Generación Z, que opta por una comunicación más fácil, llamativa y fresca por ser una comunidad joven y tecnológica.

Interacción y representación auténtica: La comunidad que lo sigue no está solo consumiendo contenido visual; están comprometidos con sus mensajes de moda sustentable y genderless. Su

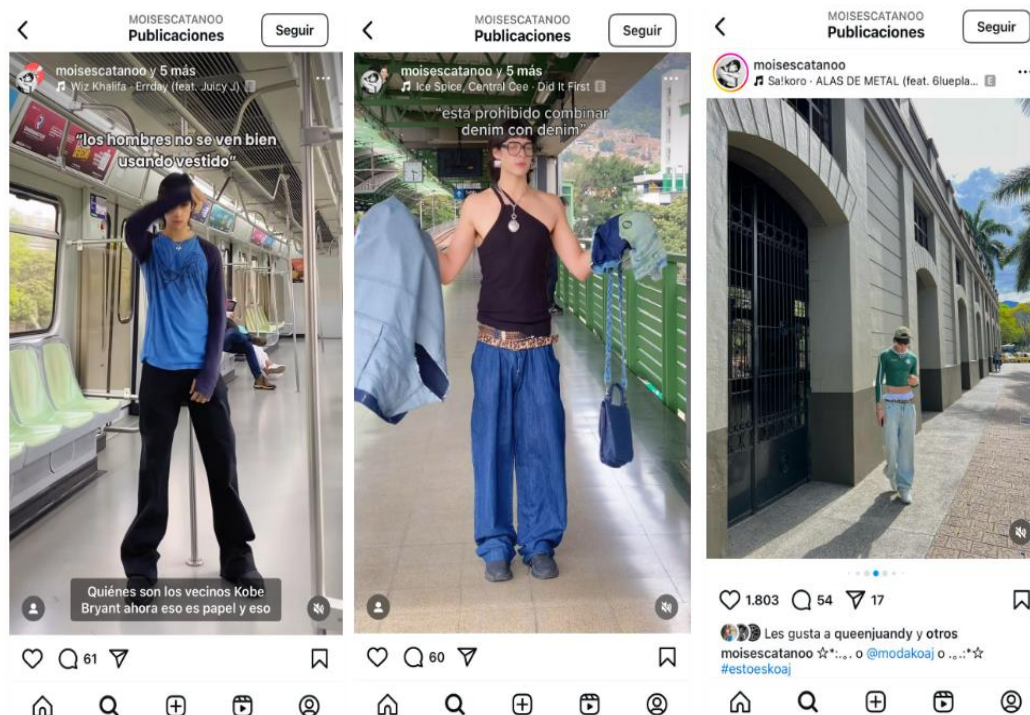
reconocimiento muestra que su influencia está más allá de las cifras.

-  **daniversaceprof** 3 sem · ❤️ del autor
Yop algún día 😭👉 gorgeous fashion teacher 
2
- [Responder](#)
-
-  **la.mikiss** 9 sem · ❤️ del autor
que chimbaaa eres un teso ojalá trabajar con vos 
1
- [Responder](#) [Ver traducción](#)
-
-  **manuelarubio** 9 sem · ❤️ del autor
Uffff!!!! Gran iniciativa 🍷🍷🗨️💙 puro amor!!!! 
3
- [Responder](#) [Ver traducción](#)

Se puede observar en los comentarios la gran admiración que Moisés causa en sus seguidores, incentivándolos a optar por una moda generosa con el planeta y totalmente auténtica al mismo tiempo. Se evidencia cómo la comunidad de Moises siente atracción y respeto por su labor y contenido, dirigiéndolos a unas prácticas sostenibles y creativas como consumidores y posibles creadores de contenido.

Espacios cotidianos: Moisés utiliza lugares comunes y accesibles como su casa, la calle, el sistema de transporte público o la universidad para transmitir una estética cercana y real. Estos espacios ordinarios son parte esencial de su mensaje: lo genderless no necesita un escenario extraordinario para ser auténtico. Su naturalidad conecta mejor con la Generación Z, quienes

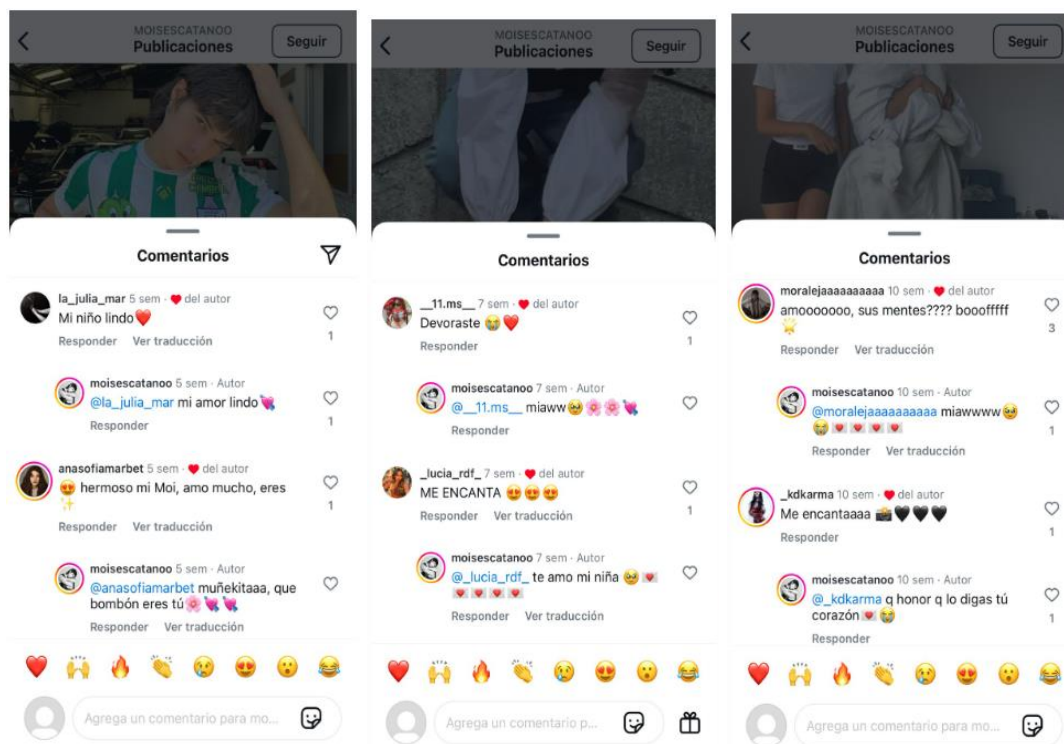
valoran lo real sobre lo producido. Usa la calle como pasarela, mostrando que la moda no tiene fronteras entre lo público y lo privado, ni entre lo masculino y lo femenino. En ese sentido, democratiza la moda, haciéndola accesible y relevante para su generación.



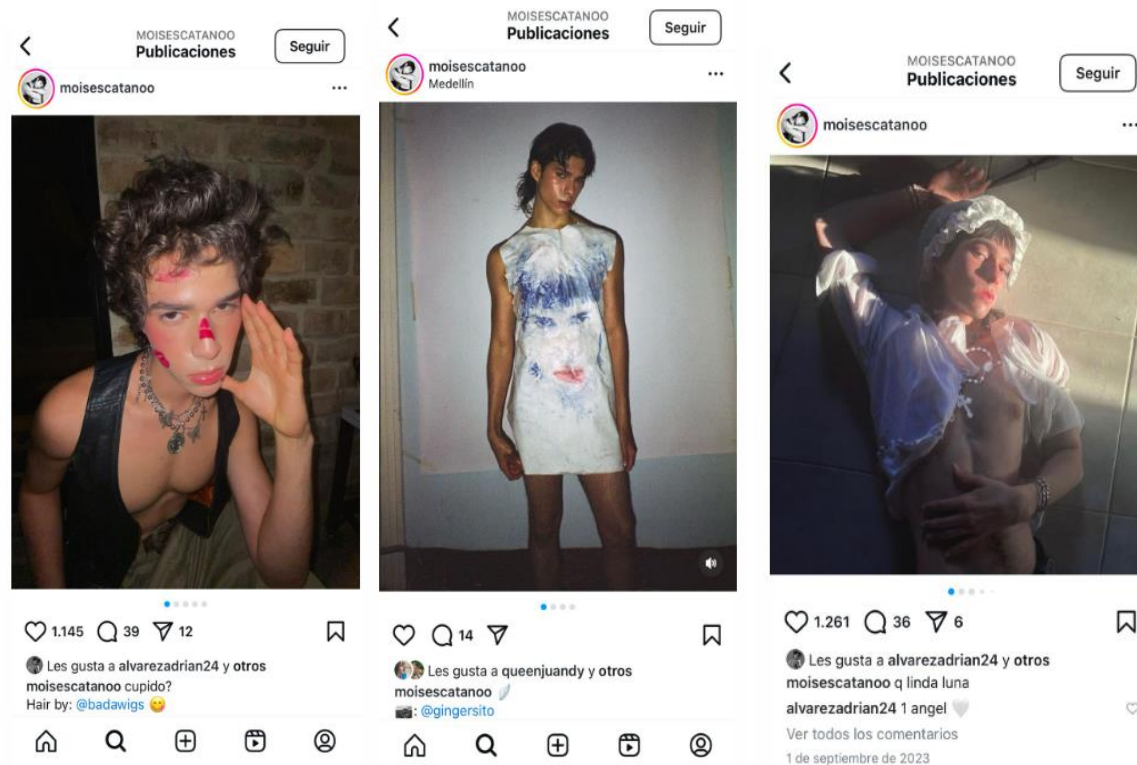
Para Moises, la transparencia consigo mismo es de suma importancia, y siendo la moda genderless una gran parte de su vida, también debe reflejar esa naturalidad y frescura en su día a día. Por eso, en la mayoría de sus publicaciones, Moises se muestra tal y como es, tal y como vive y se presenta ante la sociedad en su cotidianidad, habitando espacios públicos, comunes, normales y ordinarios desde su autenticidad y su estilo.

Comunicación visual: La moda, la expresión corporal y los entornos en sus imágenes son los que realmente cuentan la historia. Esta omisión consciente de términos como "genderless" demuestra que, para Moisés y su público, la fluidez de género es una realidad tan normalizada que no requiere explicación. En una generación inmersa en la cultura visual, la estética y el estilo de

Moisés son suficientes para comunicar un mensaje genderless sin la necesidad de textos explícitos. Sus outfits, el upcycling¹ y su propio ser en los espacios que habita transmiten una noción de fluidez que su audiencia ya entiende sin que se lo tengan que decir.

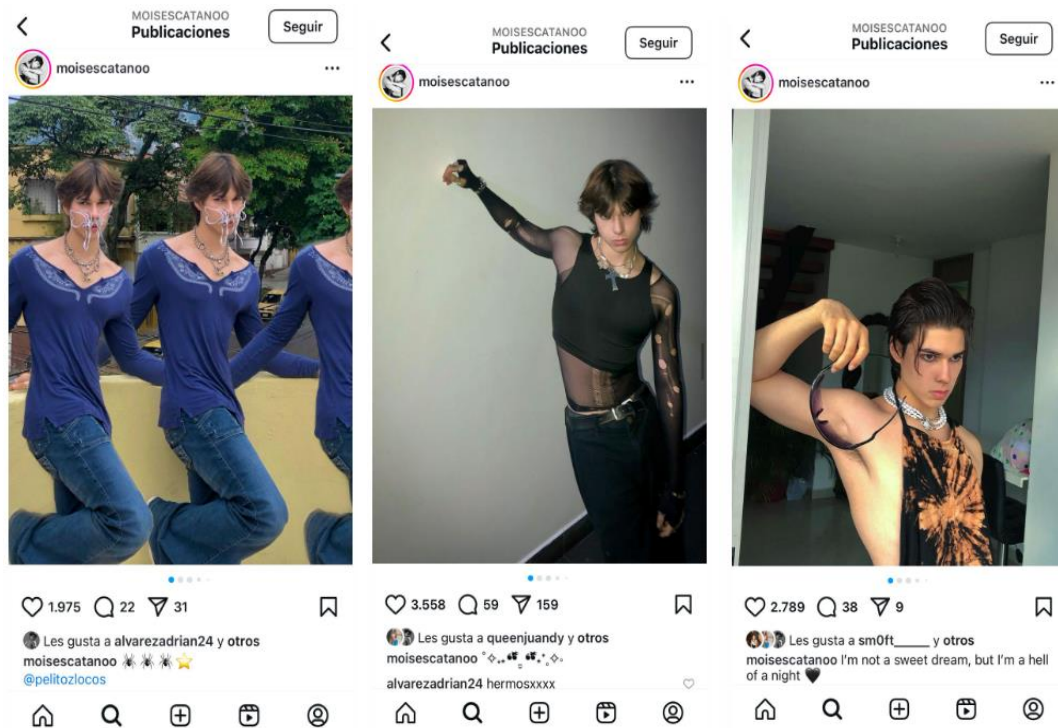


¹ En su obra *Craft of Use: Post-Growth Fashion*, Kate Fletcher cuestiona los principios tradicionales de la moda al proponer un enfoque que pone énfasis en el uso prolongado de las prendas en lugar del consumo masivo. Fletcher argumenta que la moda no debe centrarse exclusivamente en la producción y venta de nuevas piezas, sino en cómo las prendas pueden ser reutilizadas, reimaginadas y resignificadas a lo largo del tiempo. El libro propone la idea del upcycling y otras prácticas sostenibles como alternativas a la moda rápida, mostrando cómo el ciclo de vida de la ropa puede extenderse y transformarse de manera creativa (Fletcher, 2016).



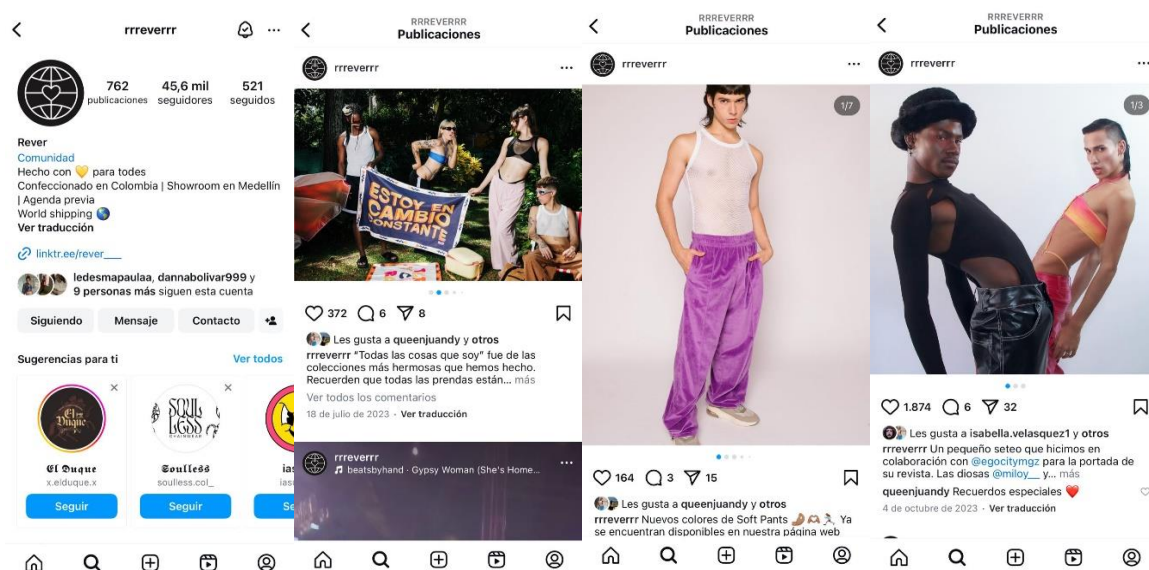
Se puede notar cómo el público de Moises reacciona e interactúa con su contenido desde la mayor naturalidad y genuinidad. Para ellos es normal ver este tipo de publicaciones y apreciaciones, enriquece sus conocimientos y percepciones personales, expande su lado creativo y les posibilita el poder ser. Estos comentarios reflejan el respeto y apreciación que tienen los seguidores de Moises a un contenido diferente, que educa e inspira a crear y expresar auténtica y creativamente. Se nota cómo este personaje vive en su totalidad a partir de esta moda, su comunicación visual es realmente artística y llamativa con un transcurso transparente y sano.

Lo genderless como cotidiano: Su uso de prendas customizadas por él mismo y la mezcla de géneros en su vestuario demuestran que la moda genderless no tiene que ser elitista o exclusiva, sino que puede encontrarse en lo cotidiano, en prendas renovadas y reutilizadas. Esto refuerza un mensaje de sostenibilidad y fluidez.



Se evidencia cómo Moises customiza sus propias prendas y las hace parte de su cotidianidad, practicando la moda sostenible e incentivando a personalizar las prendas de su comunidad de una manera divertida y única. Moises también enseña cómo él estiliza y porta estas prendas todos los días de su vida, reafirmando el hecho de que la moda genderless no es algo exclusivo sino más bien algo diario y fluido.

- @rrreverrr



¿Qué es?: Con 6 años de trayectoria, Rever es una marca de moda urbana de la ciudad de Medellín. Su objetivo se basa en que la moda no es sólo un producto sino un vehículo para la expresión personal sin limitaciones de género, donde todas las personas sin importar su género se pueden sentir cómodas y únicas de manera divertida, familiar y disruptiva. Su perfil y contenido visual comunica mucho más que las palabras, especialmente en cómo representa la fluidez de género desde la moda. No es necesario que escriba genderless en sus publicaciones porque sus prendas ya cuentan esa historia por sí solas.

Alcance y comunidad: Con 40.000 seguidores, REVER ha logrado construir una comunidad comprometida dentro del universo de la Generación Z. El interés genuino que muestran sus seguidores no es solo por las prendas, sino por la filosofía que la marca promueve. REVER ha creado un espacio que supera más que la venta y promoción de prendas street, sino un vehículo para la expresión personal sin limitaciones de género.



linajmorato7 12 sem

🔥🔥🔥💕💕💕 por más marcas como Rvrrrr

Responder Ver traducción



la_julia_mar 1 sem · ❤️ del autor

Ay juep*taaaaaa qué es esta deliciaaaa

Responder



3



gabrielaibanezm 6 sem · ❤️ del autor

Hermoso trabajo

Responder

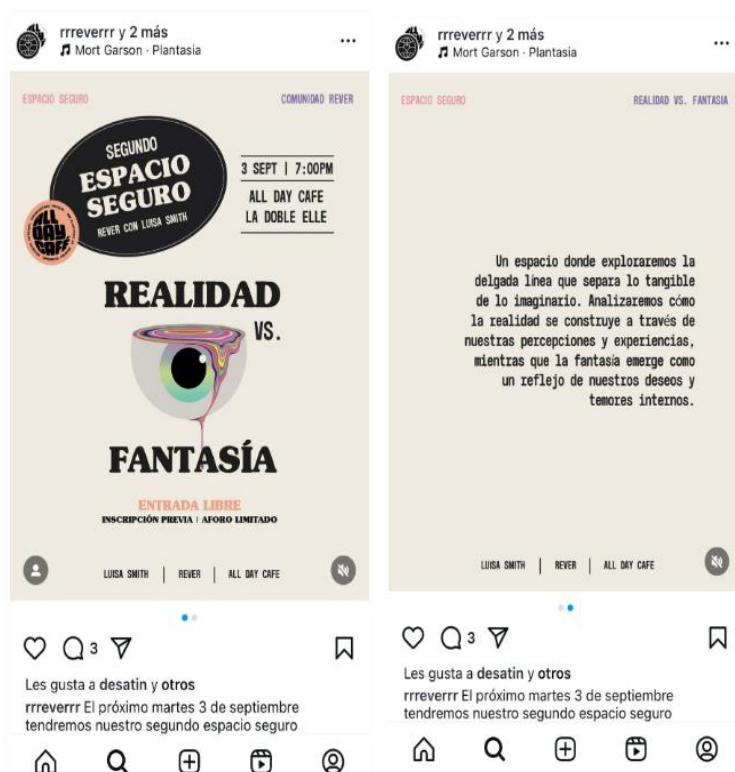


1

Se puede observar cómo los seguidores de Rever están conectados con su trabajo y su labor. En la mayoría de los comentarios se puede apreciar que la comunidad de Rever está impulsada por su filosofía humana y colectiva, que vela y brinda un espacio donde todas las personas se sientan cómodas, escuchadas y puedan hacer su proceso de autodescubrimiento y autoexpresión de manera autónoma. De estas reseñas se puede ver la acogida que los seguidores de Rever le dan a su marca. Se nota un lenguaje juvenil y directo, propio de la Generación Z, que dice lo que tiene que decir de una manera enérgica cuando algo los mueve de manera positiva.

Interacción y representación auténtica: REVER no solo vende ropa, crea una comunidad y fomenta discusiones sobre temas como el amor propio y la aceptación. Al integrar estas

conversaciones dentro de su contenido, REVER se convierte en una plataforma para que la Generación Z explore temas relevantes de identidad y autoexpresión. La moda se convierte así en un vehículo para un mensaje más amplio: la validación de la diversidad y la normalización de la fluidez de género. La colección "Todas las cosas que soy" refleja la filosofía de REVER: la aceptación de la pluralidad de identidades sin la necesidad de encasillar o limitar. Este nombre celebra la multiplicidad de facetas que componen a cada individuo, permitiendo que las personas se expresen a través de la moda sin preocuparse por ajustarse a categorías fijas. La colección muestra que no es necesario encajar en un solo rol o identidad, se trata de aceptar todas las versiones de uno mismo.



Se puede evidenciar que Rever no es sólo una marca de ropa, es un vehículo y un medio que facilita el proceso del “Ser” y todo el descubriendo que este trae consigo mismo. Para Rever es de importancia poder brindar un espacio donde su comunidad pueda compartir sus sentimientos sin temor a ser señalados, por el contrario, Rever es el lugar seguro donde sus seguidores pueden crecer individualmente y en conjunto, y esto se puede observar en detalle en gran parte de sus publicaciones.

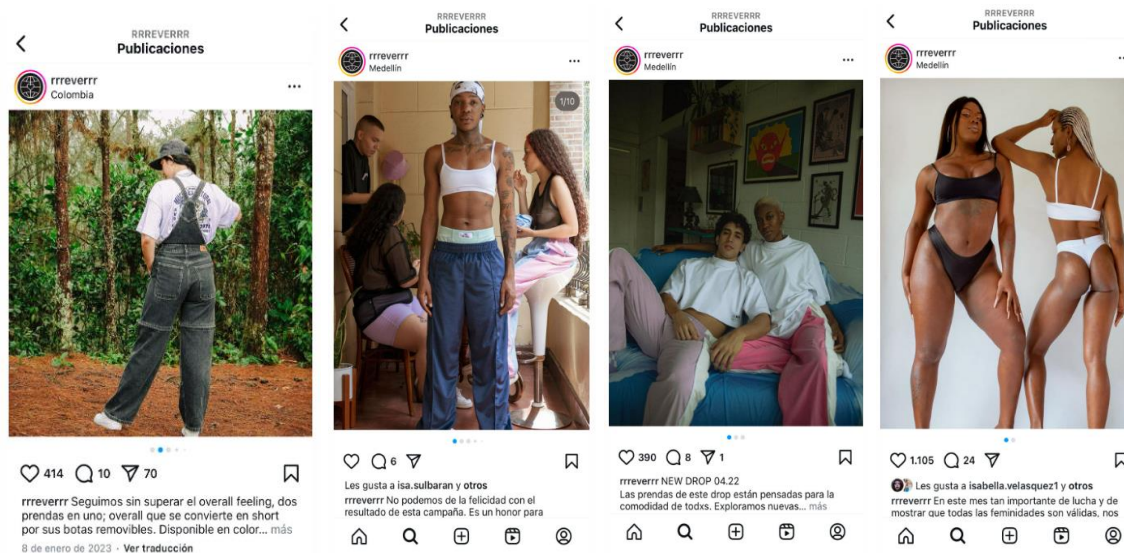
Espacios cotidianos: REVER se caracteriza por utilizar ambientes comunes en sus campañas y redes sociales: calles, casas, e incluso espacios verdes. Estos escenarios no solo son accesibles, sino que refuerzan la idea de que la moda genderless es parte de la vida diaria, sin necesidad de escenarios complejos. La autenticidad que proyecta desde estos espacios casuales conecta con la Generación Z, quienes buscan una estética que refleje la realidad sin adornos artificiales. Al usar espacios accesibles, REVER muestra que la moda fluida no requiere un contexto extraordinario para ser relevante.



Se evidencia cómo la cotidianidad es indispensable para el desarrollo de cada persona, por eso, Rever habita todos estos espacios reales y comunes que potencian y ayudan a la exploración y construcción del ser. Se puede notar cómo todos estos tipos de lugares cotidianos hacen parte de la comunidad Rever, donde este proceso humano que se expresa a través de la moda no necesita

un lugar extraordinario y fantástico para ser importante y relevante.

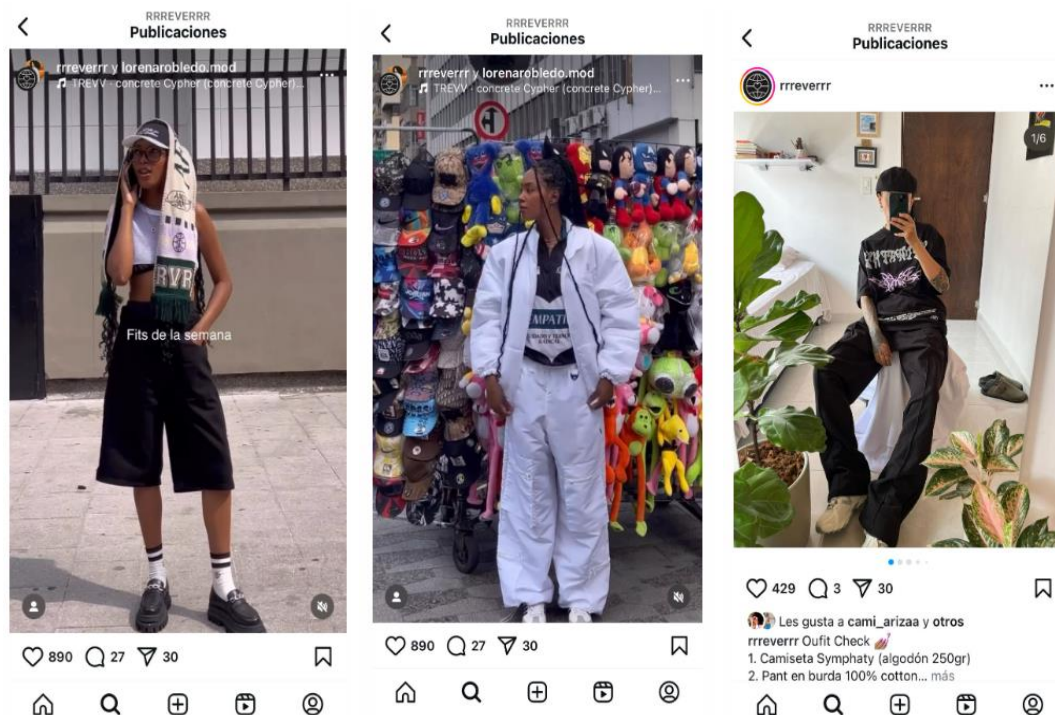
Comunicación visual: La intención detrás de las imágenes de REVER es clara, representar una visión auténtica de libertad personal. Las fotos no son un performance ni un espectáculo, sino una expresión genuina de individualidad. La moda genderless es una manifestación de esta libertad, y REVER busca mostrar cómo es parte del día a día. El uso de modelos diversos en términos de género y estilo de vida, junto con entornos accesibles, refuerza esta autenticidad.



Se puede apreciar cómo la comunidad de Rever es la expresión genuina de individualidad, y cómo su comunicación visual se apodera de este término. Se nota cómo el objetivo de Rever es mostrarse como una marca real y transparente, por eso se apropia de espacios y situaciones reales y comunes a partir de personas auténticas y genuinas, creando un ambiente accesible y cotidiano para su gran comunidad.

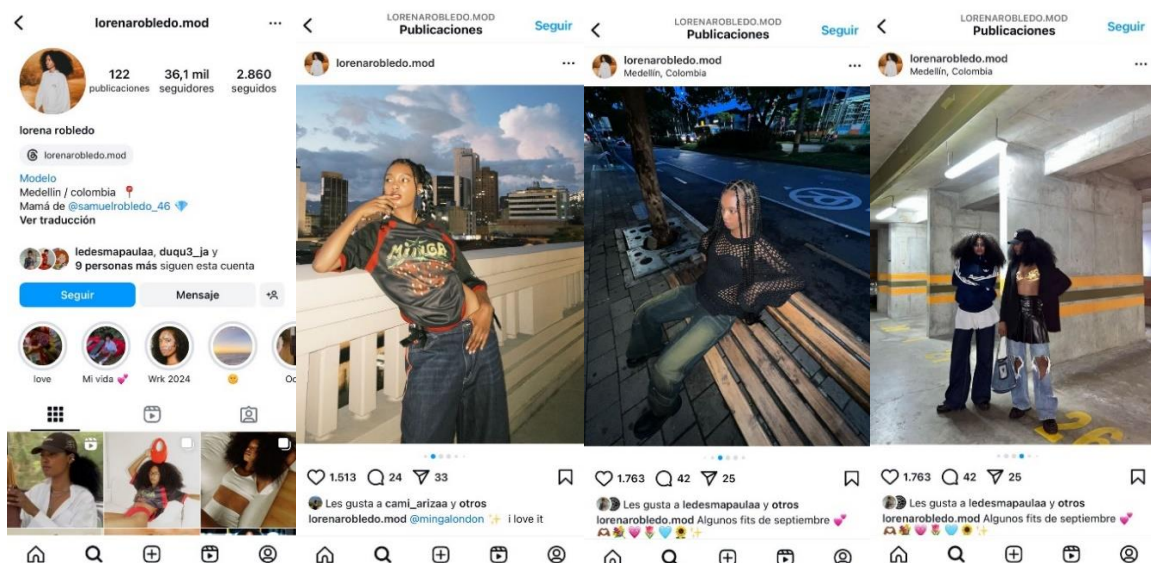
Lo genderless como cotidiano: El concepto de fluidez de género está tan profundamente integrado en la estética y el mensaje de la marca que no necesita ser declarado. Las campañas y

colecciones de REVER ya transmiten una reflexión sobre la libertad de género y la autoexpresión. El enfoque en no encasillar refuerza que lo genderless es una parte fundamental de su identidad, y la audiencia ya lo comprende sin necesidad de etiquetas.



Rever hace parte de las situaciones y los lugares más normales y cotidianos, ya que su enfoque en no limitar ni encasillar es uno de sus pilares principales debe ser ejecutado y compartido en todos los rincones de la vida corriente. Se observa cómo Rever logra ser una marca y un lugar fluido, donde su filosofía puede ser compartida y extendida a los lugares de la vida común.

- **@lorenarobledo.mod**



¿Quién es?: A sus 27 años, Lorena es una modelo y creadora de contenido de moda de la ciudad de Medellín. Su contenido se basa en GRWM, estilismo, vlogs y colaboraciones con marcas. Su objetivo es mostrar a su público cómo estilizar prendas "femeninas" y "masculinas" en un mismo look de manera fresca y conservando el toque street. El perfil de Lorena y las descripciones de sus looks tienden a ser ligeras, mientras que el poder de sus imágenes radica en cómo comunican una ruptura con las normas de género sin que tenga que ser verbalizada explícitamente, siendo suficientes para transmitir su mensaje sin la necesidad de etiquetas.

Alcance y comunidad: Con 30,000 seguidores, Lorena ha construido una comunidad auténtica. A través de su contenido de estilismo y GRWM, promueve la moda genderless de una manera que no necesita ser explicada, su estética visual lo transmite por sí sola.

Permitiéndole a sus seguidores encontrar inspiración genuina en su propuesta, identificándose con su estilo de vida y moda.



dianamarquinez_ 16 sem · ❤️ del autor

Originally 🥰🥰🥰 ✨🌟🌟🌟

Responder Ver traducción



mcamilala 6 sem · ❤️ del autor

Dios mío qué cosa tan hermosa 🥰

Responder Ver traducción



1



stuki_night 6 sem

Me encanta tu estilo 🥰

Responder Ver traducción



En los comentarios, hay una admiración que sienten los seguidores por Lorena, la mayoría de estos hablan sobre el gran estilo que tiene esta creadora de contenido y cuán bien se sienten sus seguidores con sus publicaciones. Dichos comentarios denotan inspiración y fidelidad por el contenido de Lorena, gran parte de estos hacen uso de emojis que complementan y dan un peso positivo, expresivo y divertido a las frases, haciendo que su comunidad (Generación Z), esté más activa.

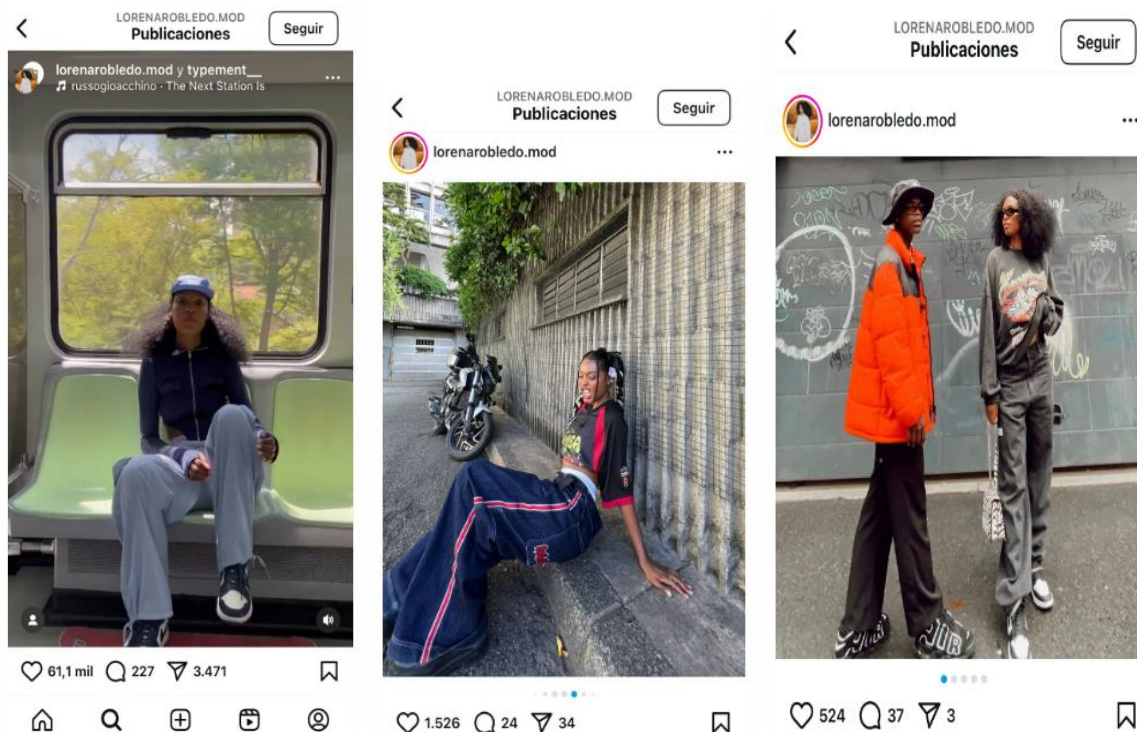
Interacción y representación auténtica: Lorena no solo comparte looks; también ofrece a su audiencia una forma de mezclar prendas tradicionalmente "femeninas" y "masculinas" sin adherirse a los estereotipos de género. Su enfoque cercano y genuino en la creación de contenido

permite que su audiencia, especialmente la Generación Z, vea en ella un referente accesible. Esta autenticidad se ve reflejada en las interacciones que recibe, donde sus seguidores comentan sobre su capacidad para integrar la moda genderless de manera fresca y relevante.



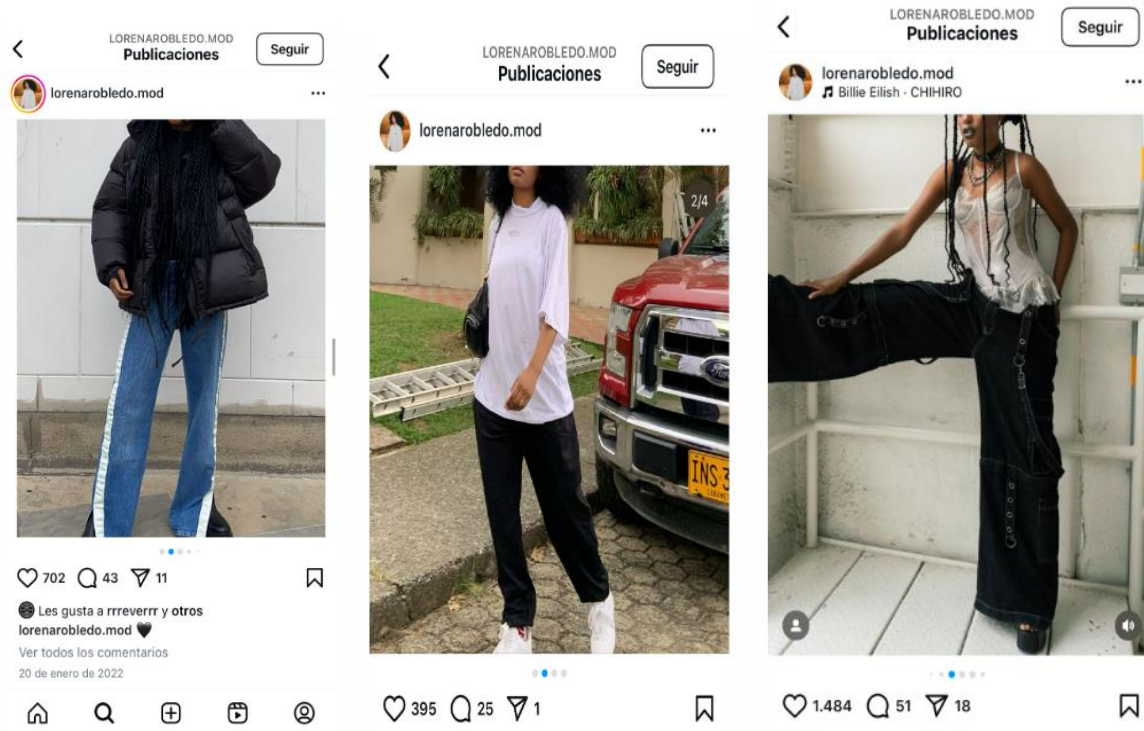
La comunidad que tiene Lorena, dice estar inspirada y maravillada por ella, por compartir sus looks sin temor alguno y permitir a sus seguidores tener una referencia en el mundo de la moda. Se puede notar cómo los seguidores de Lorena la llaman cool, y esto se debe a su capacidad de integrar la moda a lo callejero, a lo común y lo cotidiano, haciendo el mundo y cada parte de este un lugar apto y seguro para expresarse de la manera que se quiera a través de la moda.

Espacios cotidianos: Al igual que otros creadores genderless, Lorena utiliza espacios cotidianos como su casa, la calle o la universidad para mostrar su estilo. Estos lugares comunes refuerzan la idea de que la moda fluida no necesita escenarios elaborados para ser relevante. La presentación de su contenido en entornos tan familiares y accesibles resuena fuertemente con la Generación Z, que valora la autenticidad por encima de la producción excesiva.



Lorena se apropia de los lugares más comunes, cotidianos y accesibles para ser y expresar lo que ella realmente es, sin necesidad de forzar ni mostrar una imagen ficticia. A través de estas imágenes Lorena muestra entornos familiares que corroboran la idea de que la moda debe ser fluída, genuina y apta para todos.

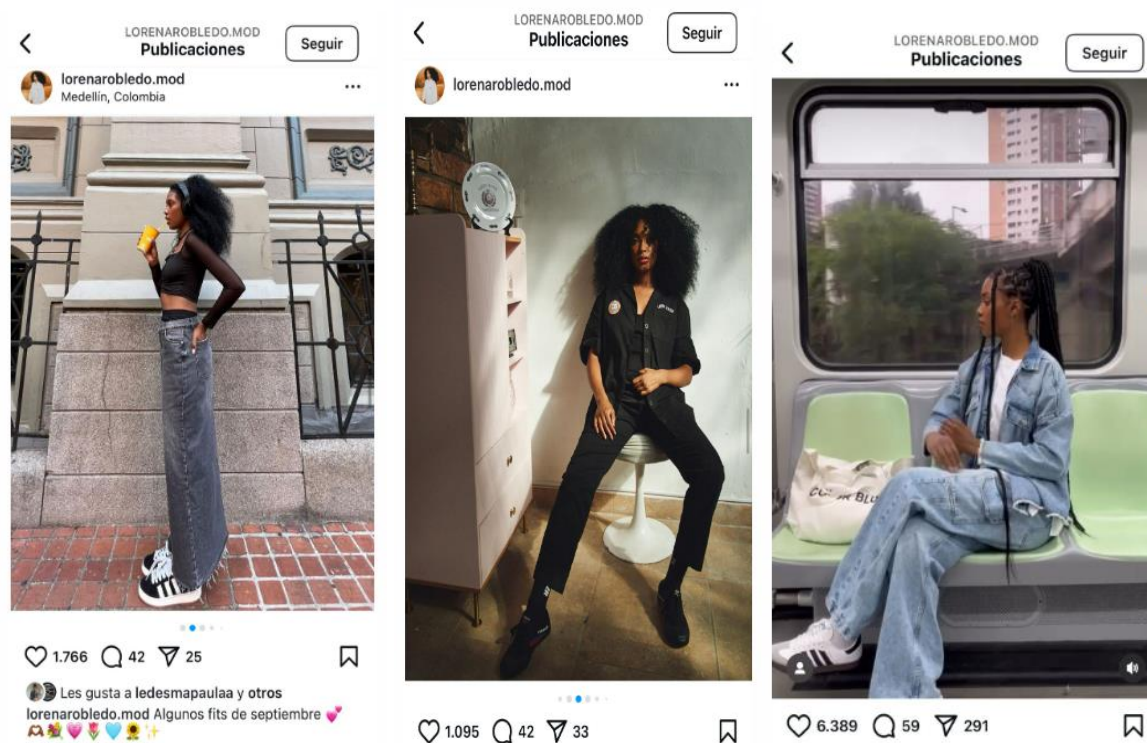
Comunicación visual: En sus publicaciones, Lorena no necesita etiquetar su estilo como genderless. El simple hecho de combinar prendas "masculinas" y "femeninas" sin esfuerzo ya transmite el mensaje de fluidez de género que la caracteriza. Esto es algo que su audiencia comprende de manera intuitiva. Las descripciones de sus looks tienden a ser ligeras, mientras que el poder de sus imágenes radica en cómo comunican una ruptura con las normas de género sin que tenga que ser verbalizada explícitamente, siendo suficientes para transmitir su mensaje sin la necesidad de etiquetas.



Lorena hace de sus publicaciones algo real y genuino, sus imágenes no son sobrecargadas ni sus descripciones pesadas y relevantes, lo que hace que destaque es su naturalidad y frescura, que es lo que ha hecho que las personas empiecen a seguir su contenido y estilo de vida, porque es una persona que habita espacios reales y se muestra de manera real sin exageraciones ni pretenciones, cautivando así a su comunidad.

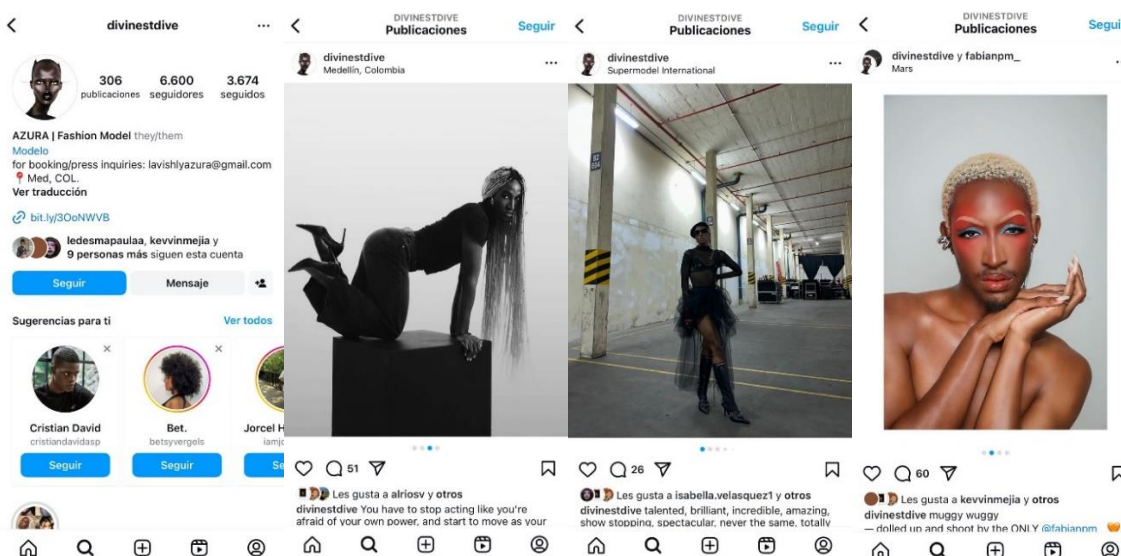
Lo genderless como cotidiano: Para Lorena y su audiencia, la fluidez de género no es una novedad ni un concepto radical. Es una normalización dentro de su entorno y su estilo de vida. Al no tener que mencionar constantemente lo genderless, Lorena refuerza la idea de que la moda puede ser cualquier cosa que uno quiera sin la presión de definirse bajo una categoría fija. Lorena utiliza la calle como un espacio libre donde la moda fluida puede manifestarse sin límites. Al hacerlo, normaliza lo genderless, demostrando que la moda no debe estar confinada a pasarelas o eventos especiales. En cambio, puede ser parte de lo cotidiano, visible y accesible para todos. Su

estilo de streetwear fluido conecta especialmente con la Generación Z, que busca formas de expresión auténticas y libres de restricciones.



La moda para Lorena es parte de lo visible, accesible y común. Para Lorena la calle es su mayor fuente de inspiración y su lugar seguro, allí es donde puede vivir, compartir y explorar su vida sin límites. Esto mismo es lo que ha influido en su conexión con su público Generación Z, ya que estos se sienten atraídos e identificados por las formas de expresión auténticas y libres de restricciones y limitaciones.

- @divinestdive



¿Quién es?: A sus 24 años, Azura es una modelo, artista Voguing y creadora de contenido no binarie de la ciudad de Medellín. Su contenido se basa en GRWM, estilismo y activismo. Su propósito en las redes es compartir sus experiencias como modelo, performance y creadora de contenido de moda siendo una activista no binarie. El perfil y contenido de Azura no necesita explicar cada aspecto de su estilo y estética, ya que las imágenes lo dicen todo. Para su público, que ha crecido con estos conceptos, la visualidad es más que suficiente, lo que muestra es el verdadero lenguaje de la moda y revolución genderless.

Alcance y comunidad: Con 6.000 seguidores, su presencia como modelo, artista de Voguing ²y activista no binarie le permite construir una relación íntima con su audiencia, principalmente

²Madison Moore, en su libro *Fabulous: The Rise of the Beautiful Eccentric*, explora cómo la extravagancia y la estética queer desafían las normas sociales y de género. Moore argumenta que lo fabuloso no es solo un estilo, sino una forma radical de resistencia y autoexpresión, particularmente entre las personas queer y las comunidades marginadas. A través de análisis del voguing, la cultura ballroom y otras prácticas estéticas, Moore destaca cómo estas formas de expresión ofrecen a los individuos espacios de libertad para desafiar las expectativas convencionales sobre género, raza y sexualidad (Moore, 2018).

dentro de la comunidad genderless y queer. Los comentarios y la interacción que recibe sugieren que su mensaje resuena fuertemente, especialmente en temas de autoaceptación y visibilidad de personas diversas.



hallemariewilson 7 sem · ❤️ del autor

The body is tea, the skin is glowing, the aura is blinding, the fit is sickening I'm just in awe!!!! An artist at WORK 🙌✨🙌



1

[Responder](#) [Ver traducción](#)



tomatesoy 1 sem · ❤️ del autor

Gracias por aceptar esta invitación, por ser cómplice y por tu voz que es tan importante ❤️



2

[Responder](#) [Ver traducción](#)



carlygram4 1 sem · ❤️ del autor

Orgulloso de ti siempre ❤️



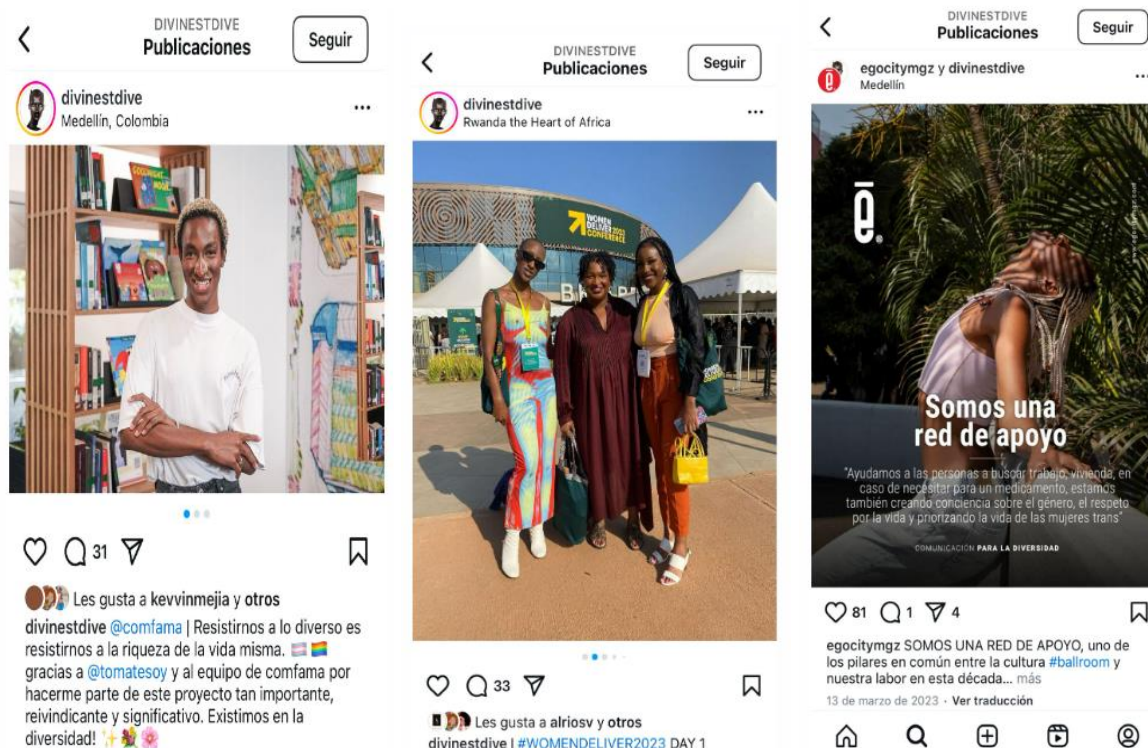
1

[Responder](#) [Ver traducción](#)

Los comentarios de las publicaciones de Azura se basan en la admiración y respeto que tiene su comunidad hacia él. La mayoría de estos se sienten inspirados y agradecidos por el mensaje que lleva Azura como artista y persona no binarie, por eso los halagos, cumplidos y emojis giran en torno al amor, gratitud y respeto. Siendo algunos de estos comentarios en inglés, Azura está compartiendo su voz en muchos rincones del mundo y necesita ser escuchado por una audiencia global, en su mayoría jóvenes Generación Z, que de por sí giran en torno a la admiración por sus

influenciadores y por otras maneras de comunicarse, como el lenguaje inclusivo y las mismas identidades y expresiones diversas.

Interacción y representación auténtica: Azura combina activismo y moda de manera natural, lo que atrae a una audiencia que busca inspiración más allá de lo superficial. La comunidad que la sigue se identifica no solo con su estilo, sino con su mensaje de identidad y fluidez de género. Su esencia está basada en la autenticidad y en la capacidad de compartir experiencias reales como modelo no binarie, lo que la convierte en una figura influyente para quienes comparten o buscan explorar una identidad fuera de las normas tradicionales.



noemiavend 1 sem · ❤️ del autor

Te admiramos hermosa

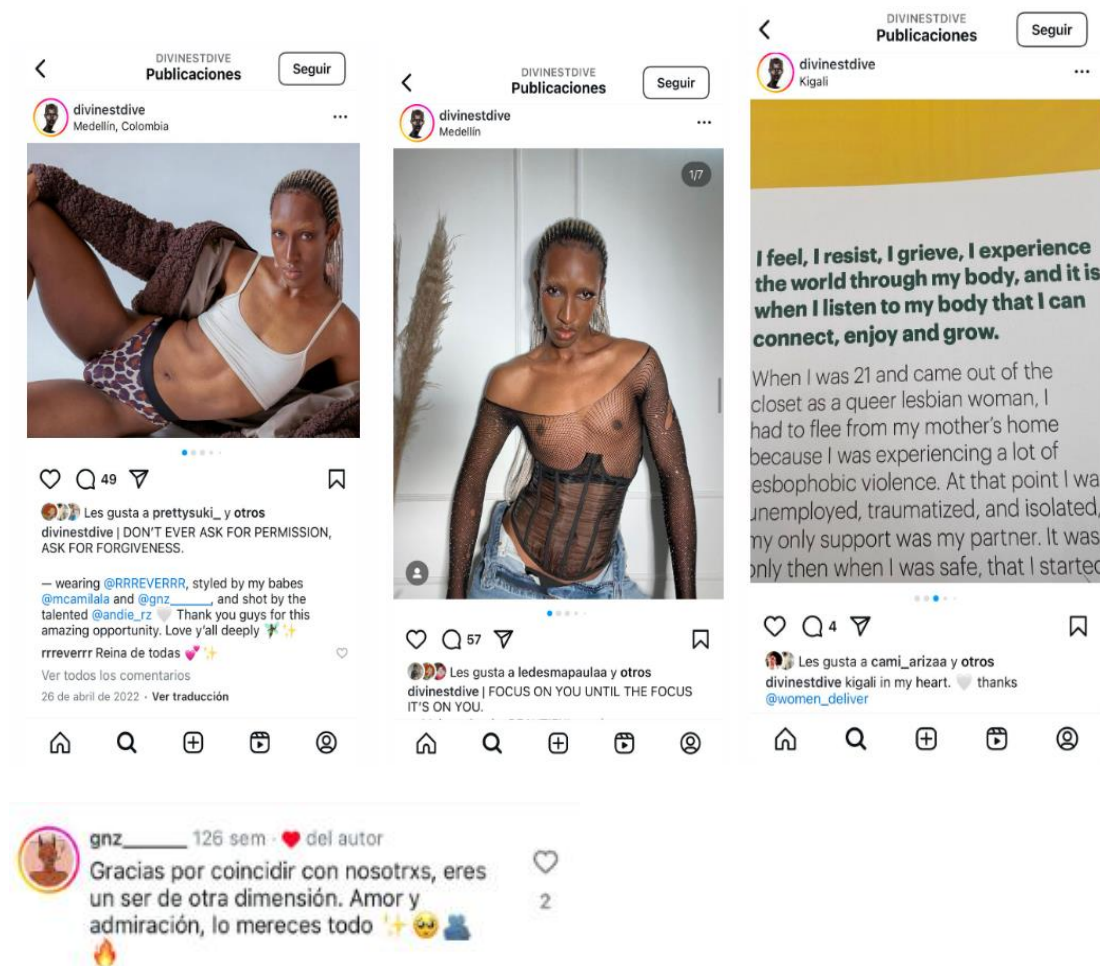
Responder Ver traducción



1

Azura ha exparcido y compartido su voz alrededor del país y en otros lugares del planeta. Azura es un referente para aquellas personas que hacer parte de una identidad diferente, y su propósito es inspirar a todas las personas a que sean auténticas y reales consigo mismas. Gran parte de sus publicaciones son alusivas a la importancia de la protección de la diversidad, siendo sus redes sociales un punto de referencia para aquellos que se sientan identificados.

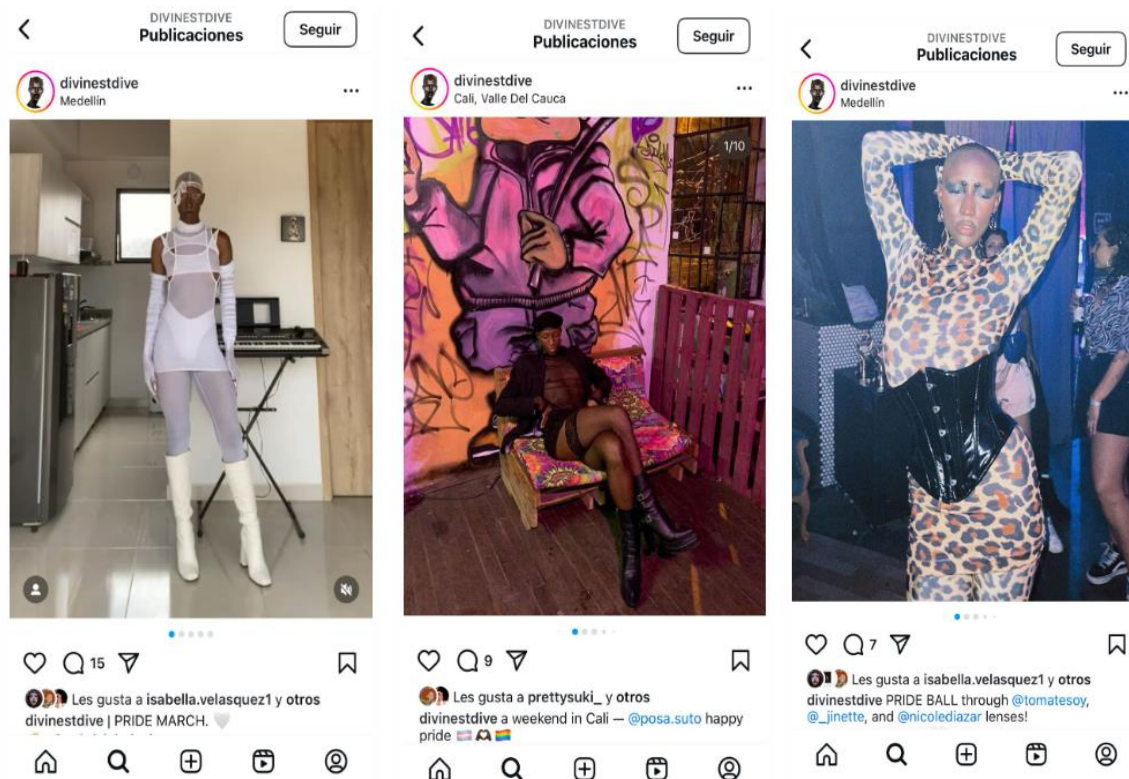
Comunicación visual: La moda y la expresión corporal de Azura hablan más que sus palabras. Su audiencia ya ha internalizado la idea de la fluidez de género y no requiere etiquetas. A través de su estilo y la forma en que se mueve en los diferentes espacios, Azura comunica su identidad no binarie sin necesidad de un discurso formal. En una generación tan visual como la Generación Z, las imágenes de Azura son suficientes para comunicar su identidad y fluidez de género. Sus seguidores pueden ver claramente en sus atuendos y su forma de presentarse que está desafiando las normas de género, por lo que no es necesario que se explique o etiquete constantemente como genderless.



Azura se expresa a través de sus publicaciones sin decir quién es o qué es la mayoría del tiempo. Su comunidad sabe y conoce su labor y filosofía, por lo que no está escribiendo de manera explícita su identidad y lo que hace en todos sus posts, simplemente elle lo sabe y sus seguidores también. Se observa cómo algunos de los comentarios en sus publicaciones hablan sobre lo mágica que es Azura y sobre el amor y admiración que le tiene su comunidad, una comunidad que no necesita explicaciones de nada, sino que quiere un mundo libre y tranquilo.

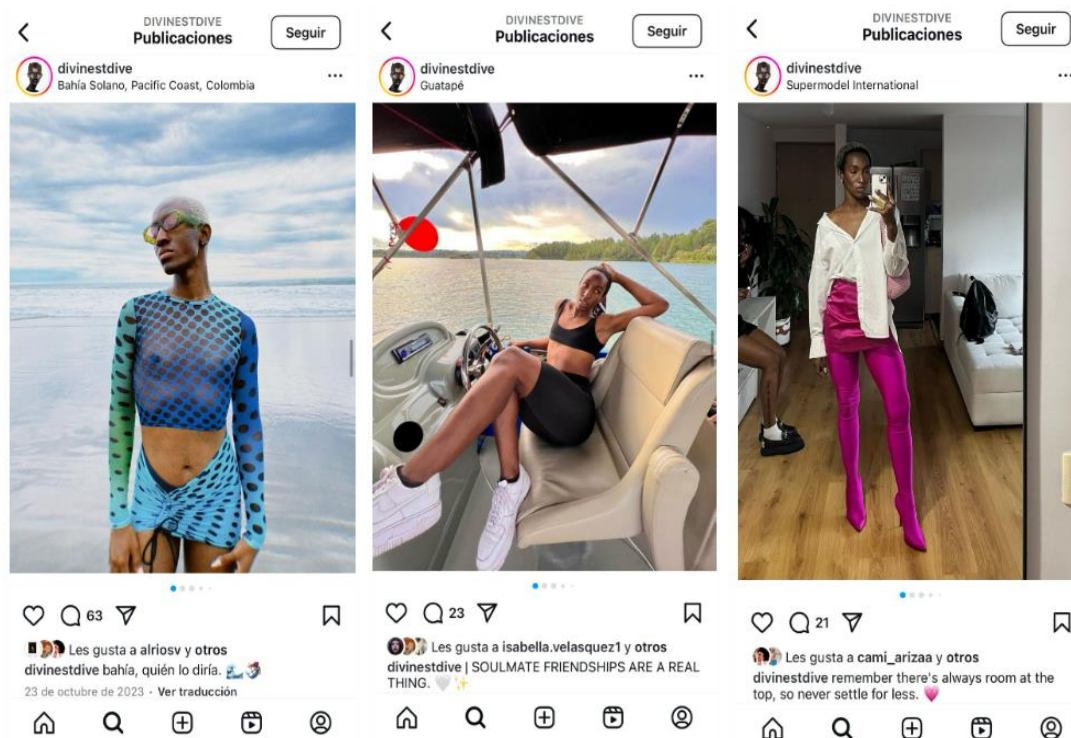
Espacios cotidianos: Azura promueve un estilo genderless a través del uso de prendas accesibles en espacios accesibles, lo que refuerza un mensaje de naturalidad y fluidez. Sus elecciones de

moda no están basadas en las tendencias o en la exclusividad, sino en la personalización y la expresión individual, lo que es clave para la Generación Z, una generación que opta por ser fieles a sus gustos sin pretender ser personas que no son, habitar lugar que no habitan y portar prendas que no van con ellos.



Azura habita todos los lugares comunes y reales que están dentro de su alcance. Para Azura es un ritual sagrado poder expresarse y ser en todo lugar, por eso, la calle y la cotidianidad son sus mejores amigos, porque son espacios reales y accesibles que fomentan la expresión individual.

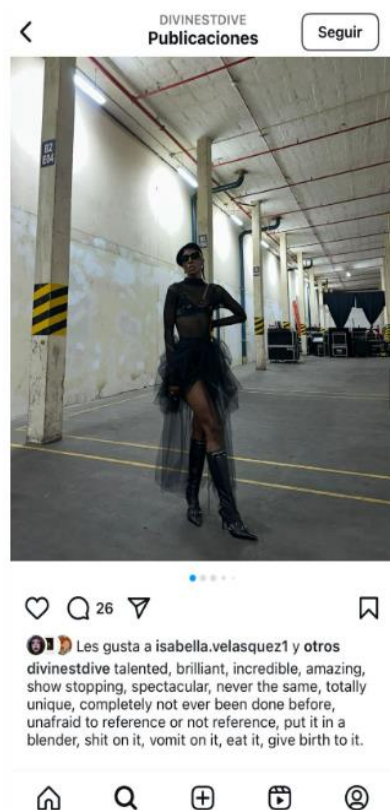
Lo genderless como cotidiano: Azura trata la fluidez de género como una parte normal y cotidiana de su vida. No necesita justificar o aclarar su identidad en cada post, porque su comunidad ya ha interiorizado estos conceptos. Esto refleja un cambio en cómo la Generación Z percibe el género, viéndolo como algo flexible y sin necesidad de definiciones constantes.



Para Azura la cotidianidad y lo normal son partes esenciales de su vida. Se puede observar cómo la vida común hace parte de la vida de Azura, y cómo es su desenvolvimiento auténtico y fluído en estos espacios, siendo estos completamente genuinos y reales. Azura tiene interiorizados los conceptos que sólo le competen mostrar o no a él, pero prefiere disfrutar de su existencia y su identidad de manera flexible.

Audiencia internacional: Azura publica en inglés en gran parte de su contenido, lo que puede reflejar una estrategia para llegar a una audiencia más amplia. El uso del inglés en plataformas como Instagram y TikTok no solo permite que su mensaje llegue más allá de Medellín, sino que también conecta con la Generación Z global, que está acostumbrada a consumir contenido en

múltiples idiomas.



Según algunos de sus posts, se puede observar cómo Azura ha llevado su voz a un segundo idioma, todo esto por una mayor recepción de su mensaje y de su voz. Azura ha participado en grandes corporaciones a nivel mundial que velan por el derecho de las mujeres y comunidades diversas, por eso, la mayoría de sus publicaciones son en inglés, para que su historia pueda ser vista y alguna persona en algún lugar del mundo se sienta identificada.

Visibilidad: Azura utiliza pronombres en inglés como una forma de visibilizar su identidad no binarie en un contexto internacional donde los pronombres "they/them" se han convertido en una referencia estándar para personas no binarias. El uso del inglés por parte de Azura refleja una comprensión de cómo su audiencia se relaciona con este tipo de contenido y cómo el idioma puede ser un puente para conectar con personas que comparten experiencias similares de

identidad y género.

< **divinestdive** ...

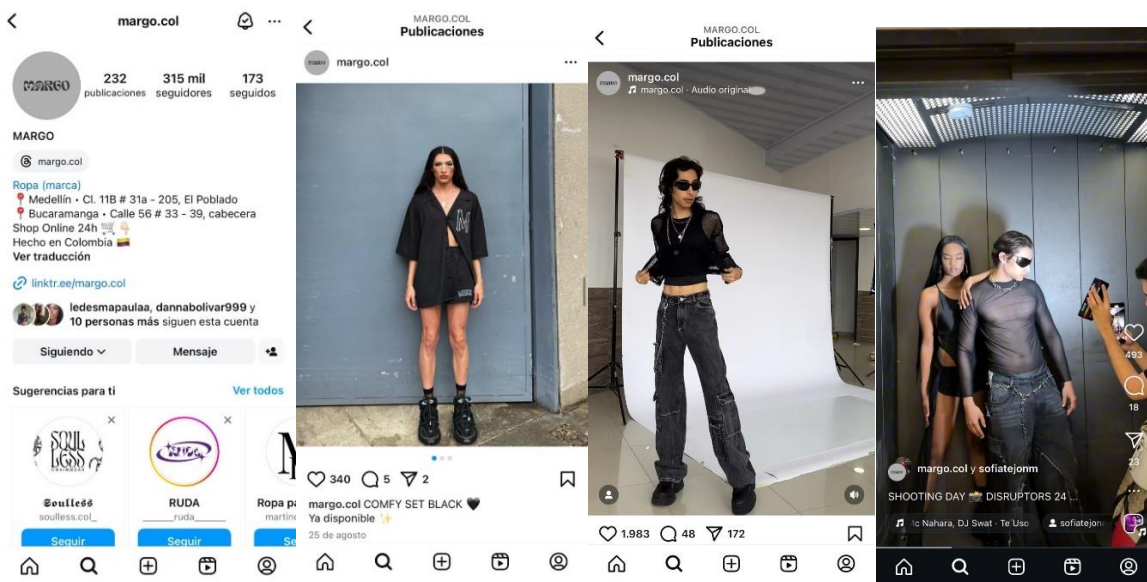


307 publicaciones **6.605** seguidores **3.676** seguidos

AZURA | Fashion Model they/them
[Modelo](#)
for booking/press inquiries: lavishlyazura@gmail.com
📍 Med, COL.
[Ver traducción](#)

Según su perfil de Instagram, Azura se denomina como una persona no binarie pero en el idioma inglés, debido a su crecimiento y proyecto personal trabajando como vocera con diferentes empresas y compañías a nivel mundial que velan por el bienestar de las personas con una identidad, expresión o sexualidad diversa. Para así tener un mayor alcance e impacto.

- @margo.col



¿Qué es?: Con 5 años de trayectoria, Margo es una marca de ropa urbana que no sólo vende prendas de vestir, sino que tiene una filosofía que dicta que el estilo no está atado a ningún género. Ofreciendo a sus usuarios experiencias que los ayuden a sentirse cómodos y únicos sin importar su género a través de la moda. No necesita explicar cada detalle porque las fotos hablan por sí solas. Para su audiencia, lo que muestra es suficiente, reforzando la idea de que la estética puede ser más relevante que las palabras.

Alcance y comunidad: Margo, con sus 300.000 seguidores, está claramente posicionada como una marca que no solo vende ropa, sino una idea: la de que el estilo no tiene que estar atado a géneros. El nivel de posicionamiento, comentarios y likes confirma que su comunidad es vibrante y está conectada con esta visión fluida de la moda. Su audiencia, mayormente Generación Z, interactúa desde una relación emocional con las prendas que, más allá de ser un producto, les permite sentirse únicos y auténticos.



En la mayoría de los comentarios de Margo, se puede observar cómo sus seguidores se sienten identificados con la idea de la marca de no sólo vender ropa, sino que fomenta una conexión auténtica con su comunidad, promoviendo la idea de que todos pueden ser quienes realmente son, en cualquier lugar y en cualquier momento. De esta manera, Margo es una marca que celebra la autenticidad y la accesibilidad en la moda a través de un street style que trasciende las convenciones de género.

Interacción y representación auténtica: Margo siempre utiliza modelos de todos los géneros, tonos de piel y contextos. Esto no es casualidad, sino una estrategia consciente para reflejar la diversidad real que existe en la calle. En lugar de limitarse a un nicho, la marca amplifica la inclusión, sabiendo que su público se identifica con estas representaciones diversas. La colección "Disruptor" encapsula el espíritu de la marca. Margo no solo vende ropa, sino una

idea de disrupción, de romper las reglas de género, de ser diferente y de hacer que eso sea lo normal. Sus colecciones llevan títulos que hablan directamente a la Generación Z, tales como Disruptors y The Panthers, que buscan lo diferente y lo disruptivo.





delmar.font 6 sem

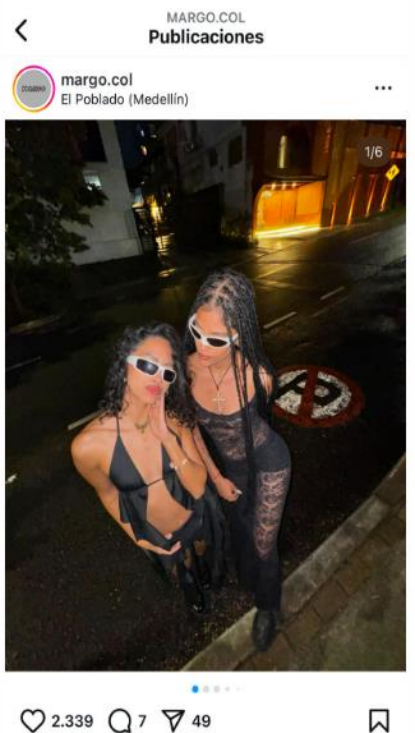
Whattttt?? Amo mal 🖤 ✨



Responder

Para Margo, el romper con las normas establecidas de género se ha convertido en su filosofía, y para ellos es indispensable que sus usuarios puedan hacer parte de esta filosofía y este movimiento. Por eso, Margo siempre se ha encargado de que su comunidad se sienta identificada con cada aspecto de la marca, desde los nombres de sus colecciones hasta la elección de los modelos en sus campañas, optando por una mayor inclusión y una mayor representación en sus redes, haciendo que las personas que siguen y consumen la marca, se sientan incluidos y empoderados.

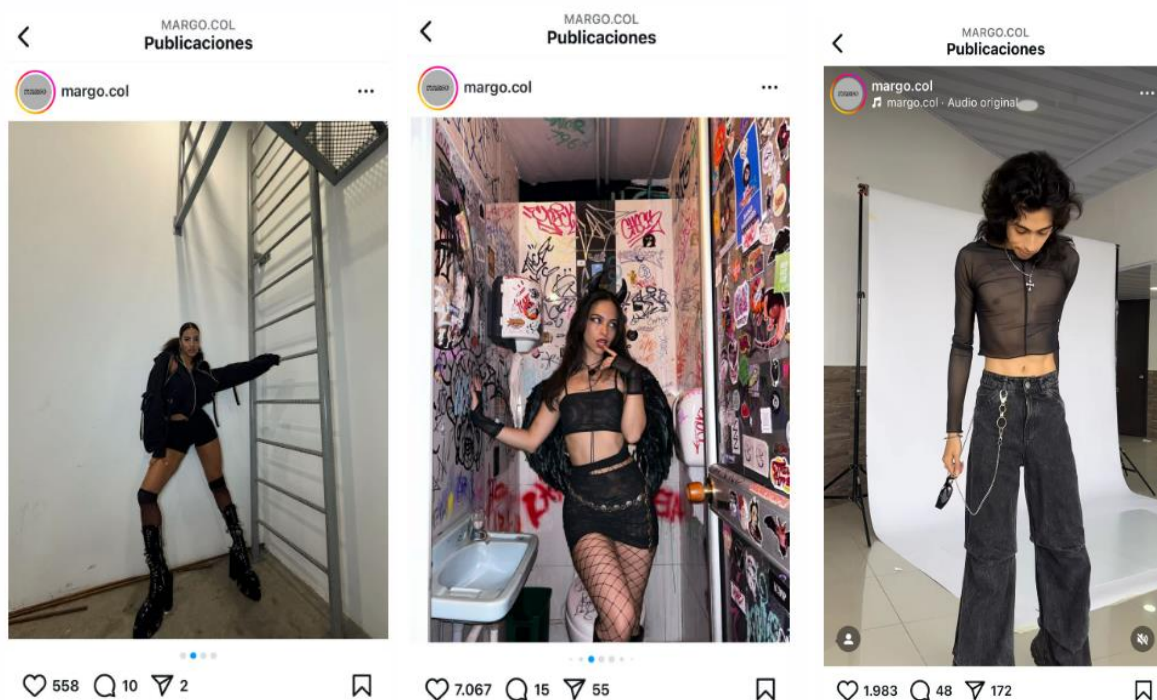
Espacios cotidianos: La marca utiliza escenarios urbanos accesibles: calles, casas, universidades y discotecas. Todo se ve real y cercano, lo que refleja una estética genderless naturalizada, donde lo cotidiano se vuelve un escenario de libertad. Estos lugares son el epicentro de la vida de su audiencia y la marca lo sabe. Su ropa no está pensada para desfiles o eventos extraordinarios, sino para el día a día, mostrando que ser genderless es simplemente una forma de existir.



Para Margo, la calle se ha convertido en el lugar donde toda su comunidad puede expresar su

individualidad, tomando como escenario los espacios cotidianos accesibles y mostrando que la moda genderless es simplemente una manera natural de existir. Para sus usuarios, esta idea representa la naturalidad de la moda genderless, donde todas las personas pueden explorar su lado creativo y auténtico en la moda desde lugares cercanos y reales.

Comunicación visual: Las imágenes de Margo no están diseñadas para impresionar, sino para conectar. Reflejan un street style auténtico y accesible. Cada campaña pareciera decir: "Tú puedes ser quien quieras, como quieras, donde quieras". Hay una clara intención de mostrar que no se necesita un escenario llamativo para lucir fabuloso. Margo se apoya en la calle como su principal escenario. Aquí, las normas de género no existen, y eso se refleja en cada colección. Lo que más resuena es el mensaje de que la moda genderless no es algo extraordinario, sino algo tan cotidiano como caminar por el barrio o salir de fiesta. Esto convierte a la marca en un referente para aquellos que ven la fluidez de género como parte natural de sus vidas.





Al utilizar la calle como su escenario principal, Margo comparte un poderoso mensaje con sus seguidores, que dice que la moda genderless es una expresión cotidiana que no requiere de un contexto extraordinario para ser significativa, y su lenguaje visual es quien corrobora esta idea. Margo invita a las personas a abrazar su identidad y estilo sin las limitaciones de las normas tradicionales, convirtiéndose en un referente para quienes ven la fluidez de género como una parte natural de su vida.

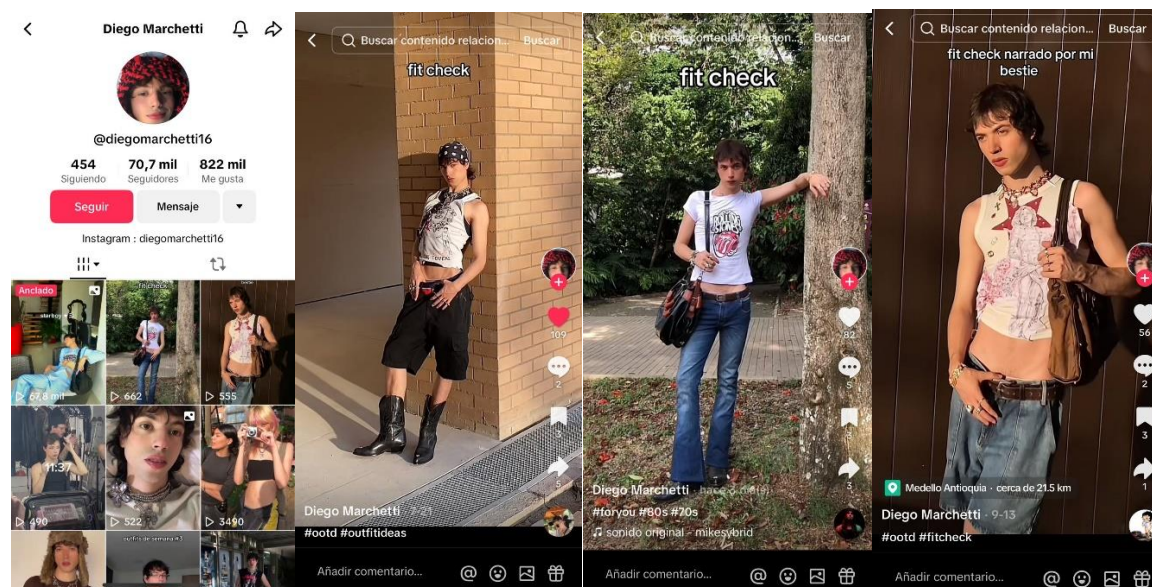
Lo genderless como cotidiano: Es evidente en cada foto, en cada prenda, en la forma en que eligen modelos de todos los géneros, que lo genderless es parte de su ADN. No tienen que decirlo porque, para ellos y su público, es normal. Esto hace que todo fluya sin esfuerzo, mostrando que la moda ya ha trascendido la necesidad de explicaciones.



Al no sentirse la necesidad de verbalizarlo, Margo comunica de manera efectiva que la fluidez de género es normal y cotidiana, lo que permite que su mensaje resuene auténticamente con su audiencia. Este enfoque elimina las barreras y promueve una comprensión más profunda de que la moda puede ser un espacio inclusivo y libre de etiquetas, donde todos pueden expresarse sin restricciones.

TikTok

@diegomarchetti16



¿Quién es?: A sus 22 años, Diego es un modelo, actor y creador de contenido de moda de la ciudad de Medellín. Su contenido se basa en upcycling, estilismo, bisutería y vlogs donde comparte sus experiencias y vivencias como artista con su público. El perfil de Diego presenta una moda que simplemente es, sin la necesidad de ponerle nombres o explicaciones. Para él y su audiencia, es tan normal como cualquier otra tendencia. Esto demuestra cómo la moda genderless ha alcanzado una normalización dentro de su círculo, convirtiendo esto en uno de sus principales objetivos.

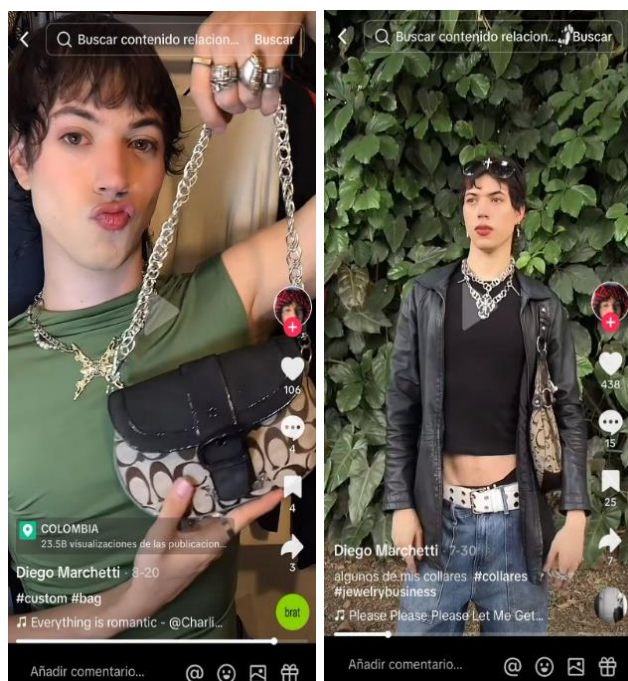
Alcance y comunidad: Diego, con 70.000 seguidores, tiene una audiencia significativa y comprometida. Su verdadero valor está en la autenticidad que transmite, lo que le permite generar

conversaciones reales. Su contenido, que mezcla upcycling, moda y experiencias personales, ha resonado de manera especial con aquellos que buscan una relación más personal y sostenible con la moda.



Según algunos comentarios en sus posts, puede notar cómo los seguidores de Diego se sienten identificados con él, nombrándolo un ícono e ídolo, lo que refuerza la idea de que este personaje tiene una gran influencia y un gran impacto dentro de la moda genderless en Medellín. Su comunidad realmente ve a Diego como una gran inspiración en la moda, los ha impactado de manera positiva y les ha permitido reflejar y compartir su forma de expresión vestimentaria a través de él.

Interacción y representación auténtica: Diego no necesita decir "esto es genderless" porque para su audiencia ya es evidente, lo que verdaderamente comunica es lo que se ve: la fluidez de género expresada a través de la moda y su estilo de vida. La estética visual es suficiente para transmitir este mensaje sin recurrir a palabras. Es un diálogo implícito que la Generación Z entiende porque ya está interiorizado en su percepción de la moda y el género. Diego presenta una moda que simplemente es, sin la necesidad de ponerle nombres o explicaciones. Para él y su audiencia, es tan normal como cualquier otra tendencia. Esto demuestra cómo la moda genderless ha alcanzado una normalización dentro de su círculo.



Uri

Amo amo tu trabajo

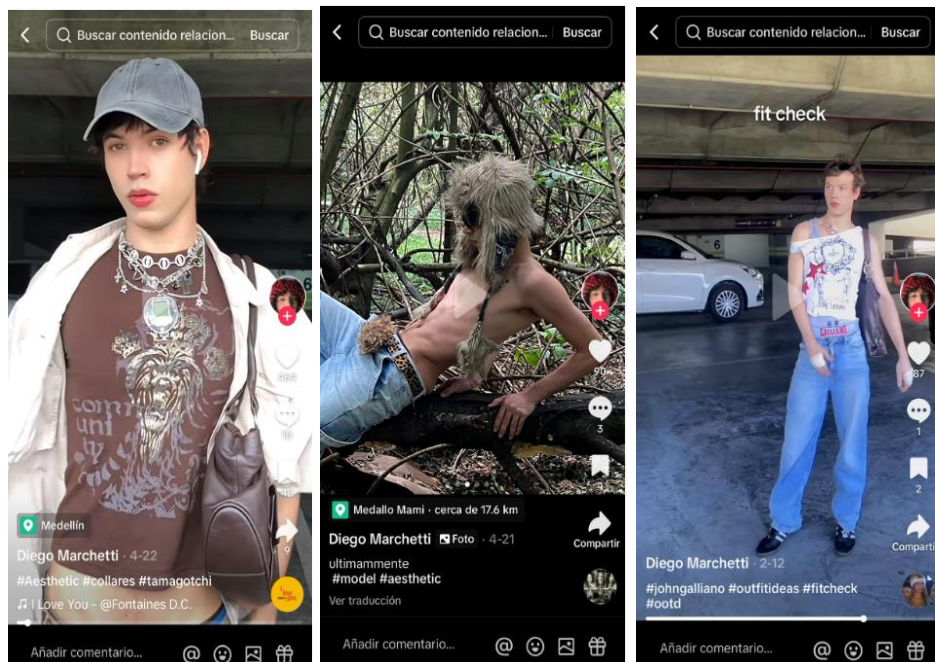
8-8 Responder





La comunidad de Diego está relacionada y aprecia la moda genderless, y esto puede notarse a través de los comentarios de algunos de sus seguidores que mencionan el amor y el aprecio por su trabajo y su forma de vestir. Para sus seguidores, el término genderless no tiene que ser escrito explícitamente, su propia forma de expresarse y comunicarse con la moda es suficiente para él y para su público. Sus seguidores aman su trabajo, aman lo que él es, su esencia, su trabajo y la manera en que la comunica y comparte.

Espacios cotidianos: El uso de escenarios como su casa, la calle o incluso la universidad le da a su contenido una cercanía genuina. Estos lugares comunes refuerzan la idea de que ser genderless no es algo reservado para espacios extraordinarios o producciones sofisticadas. Al contrario, lo que Diego muestra es que la moda genderless fluye con naturalidad en la cotidianidad de su día a día. Sus seguidores lo ven como alguien que es como ellos, que camina por los mismos lugares y enfrenta las mismas realidades.



Nestor David

te quedó muy lindo

4-22 Responder



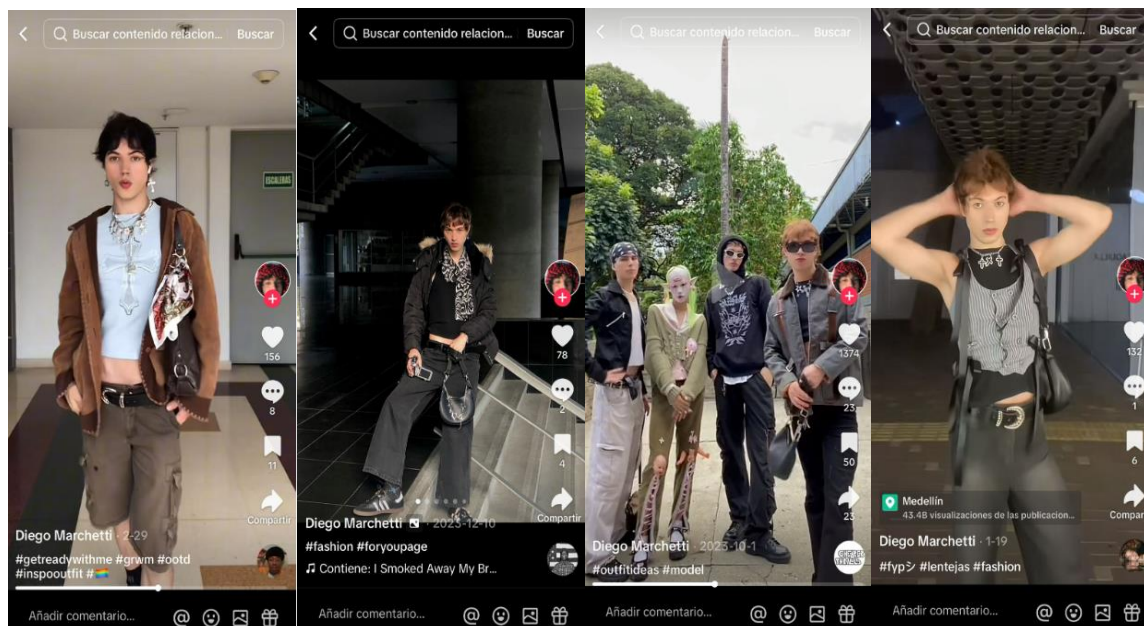
Emmanuel Rendon

wow todo

7-30 Responder

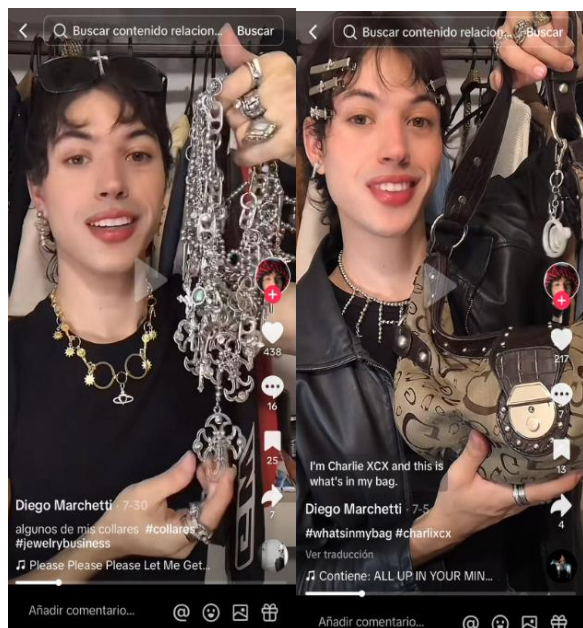



Las imágenes de Diego no están enfocadas en impresionar o crear una estética inalcanzable. Son un reflejo de su vida diaria, de sus elecciones personales y de su deseo de vivir su identidad sin compromisos. Su enfoque visual es mostrar que la fluidez de género no es algo a lo que se aspire, sino una manifestación de autenticidad que ya está presente en su vida cotidiana.



Diego integra la moda genderless en su vida cotidiana, su comunicación visual es fresca y concisa, hace de su vida diaria un espacio para manifestar su estilo y su forma de vivir la moda genderless. Para su audiencia, Diego es un sinónimo de transparencia y accesibilidad, mostrando la singularidad y sencillez de las cosas en todo lo que hace, permitiendo a sus seguidores ver la moda genderless como algo común.


Lo genderless como cotidiano: Diego refuerza lo genderless en todo lo que hace, ya sea con prendas upcycling, bisutería personalizada o looks que fusionan géneros de manera natural. Su street style es una extensión de su visión personal de la moda, donde no existen fronteras rígidas entre lo masculino y lo femenino. Su forma de vestir es una declaración en sí misma: ser auténtico y cómodo sin importar el género que sea asignado.



 **Alejandra Estremor**
me encanta tu estilo ❤️

7-5 Responder



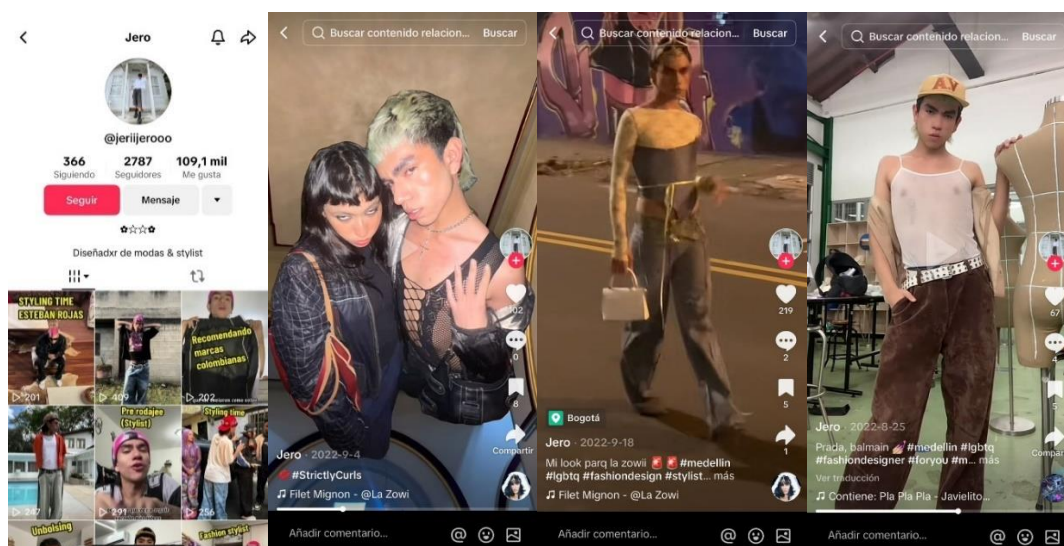
 **hopeless_boyy**
Style iconnn ⭐⭐⭐
Primer comentario

8-5 Responder



Según algunos comentarios de sus seguidores en sus posts, se puede observar cómo el público de Diego ama su naturalidad y autenticidad, siendo estos los pilares de su propia filosofía de vida. Diego no necesita fingir ni imponer su forma de expresión, para él y su comunidad la moda genderless es otra parte de su cotidianidad, no es ni más ni menos que otras situaciones, simplemente existe y se manifiesta de manera genuina.

- @jerijeroo



¿Quién es?: A sus 21 años, Jerónimo es un Diseñador de moda, estilista y creador de contenido de moda de la ciudad de Medellín. Su contenido se basa en estilismo, GRWM, vlogs y creación de prendas de moda para su marca Arpía. Su objetivo es compartir el proceso creativo como stylist detrás de producciones de moda, en su mayoría, con un enfoque genderless, para así mostrarle a sus seguidores lo que es la moda como medio de expresión personal. Su contenido comunica mucho más que las palabras, especialmente en cómo representa la fluidez de género desde la moda. No es necesario que escriba genderless en sus publicaciones porque sus prendas y estilismos ya cuentan esa historia por sí solas.

Alcance y comunidad: Con 2.000 seguidores, su audiencia está formada por seguidores leales que realmente conectan con su enfoque único hacia el diseño y estilismo. Cada interacción refleja un interés auténtico por lo que hace, especialmente cuando comparte su proceso creativo, lo que genera un impacto más profundo.



Según algunos comentarios de sus seguidores, se puede observar la admiración y apoyo que la comunidad de Jerónimo siente por él. Las personas que lo siguen están realmente conectadas con su impacto y estilo, no necesitan una explicación o descripción de su contenido, su mera existencia habla por sí sola y atrae a personas con el mismo interés por la moda genderless. Su autenticidad y sencillez es lo que hace que las personas amen su trabajo.

Interacción y representación auténtica: En este contexto, Jerónimo no necesita etiquetar su trabajo como genderless porque para su audiencia, eso ya está implícito en su estilo y en las piezas que diseña o en sus producciones como stylist. Para sus seguidores, especialmente

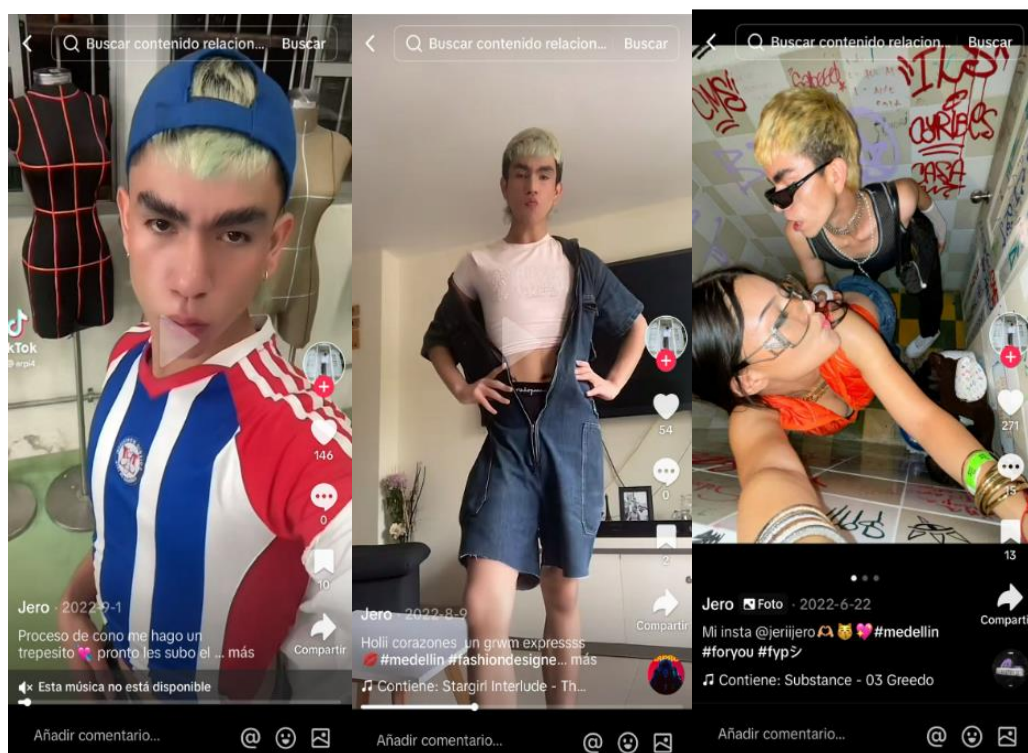
dentro de la Generación Z, la fluidez de género es algo natural, no es un concepto que necesita ser marcado. La moda genderless es simplemente lo que es, y Jero lo incorpora de manera fluida en su contenido sin que necesite ser verbalizado.



-  **Lufinn**
no estoy soportandooooo 🙄🙄🙄🙄🙄
2023-1-15 Responder  
-  **alterneaa**
Amo todooo
9-13 Responder  
-  **Daniela Vélez**
omg
2023-1-15 Responder  
-  **mariaclara_mkp23**
Muy prooooo! ❤️❤️❤️
Primer comentario
6-15 Responder  

La fluidez y transparencia tanto del contenido de Jerónimo como de los comentarios de sus seguidores crean una comunidad real y natural. Para su audiencia y para él mismo, definirse como genderless no es necesario, ya que esto está implícito en su trabajo y en su esencia, y eso es suficiente para celebrar y apoyar este tipo de contenido de la manera más genuina y sana posible.

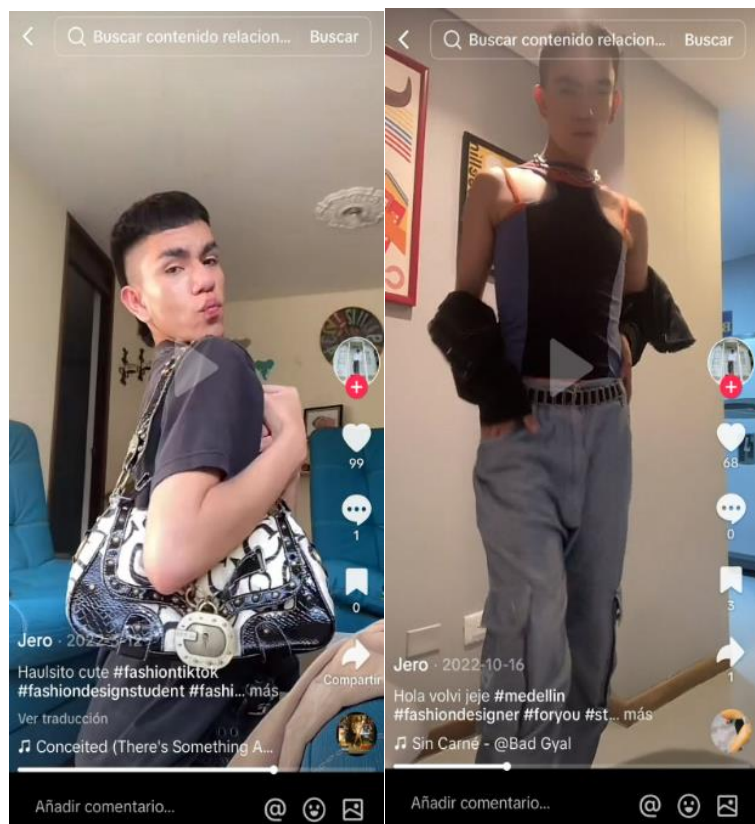
Espacios cotidianos: Jerónimo utiliza espacios ordinarios como su casa, la calle, la universidad o incluso las discotecas para mostrar su estilo y proceso creativo. Estos entornos tan comunes ayudan a crear una sensación de autenticidad, ya que lo que transmite no es aspiracional ni inalcanzable, sino parte de su vida real. Esto resuena mucho con la Generación Z, que aprecia lo genuino sobre lo producido. Sus seguidores lo ven como alguien accesible, alguien con quien podrían toparse en el día a día, y eso le da fuerza a su mensaje.



La moda genderless no es algo extraordinario en la vida de Jerónimo, sino que simplemente habita como otra parte natural de su vida. Para él es imprescindible mostrarse tal cual es en todos

los espacios que habita, desde su propia casa hasta la universidad y las noches de diversión en discos y clubes. La esencia y estilo de Jerónimo es genuina, su mera existencia es una prueba de que la moda genderless es algo cotidiano.

Comunicación visual: Las imágenes de Jero no buscan sorprender ni impresionar, sino compartir momentos reales de su proceso creativo. Desde sus GRWM hasta sus vlogs mostrando cómo se prepara para un proyecto de estilismo, Jerónimo quiere transmitir autenticidad. No está creando un personaje, sino mostrando quién es de verdad. Esta transparencia es lo que conecta con su comunidad, porque les permite ver más allá del producto final y entrar en su mundo. Los posts de Jerónimo suelen ser simples, a menudo describiendo su día o su proceso creativo de forma ligera. Sin embargo, lo que no se dice es lo que más impacta. Su contenido visual comunica mucho más que las palabras, especialmente en cómo representa la fluidez de género en su moda. No es necesario que escriba genderless en sus publicaciones porque sus prendas y estilismos ya cuentan esa historia por sí solas. La Generación Z ya está sintonizada con esta estética y no necesita que se lo expliquen.

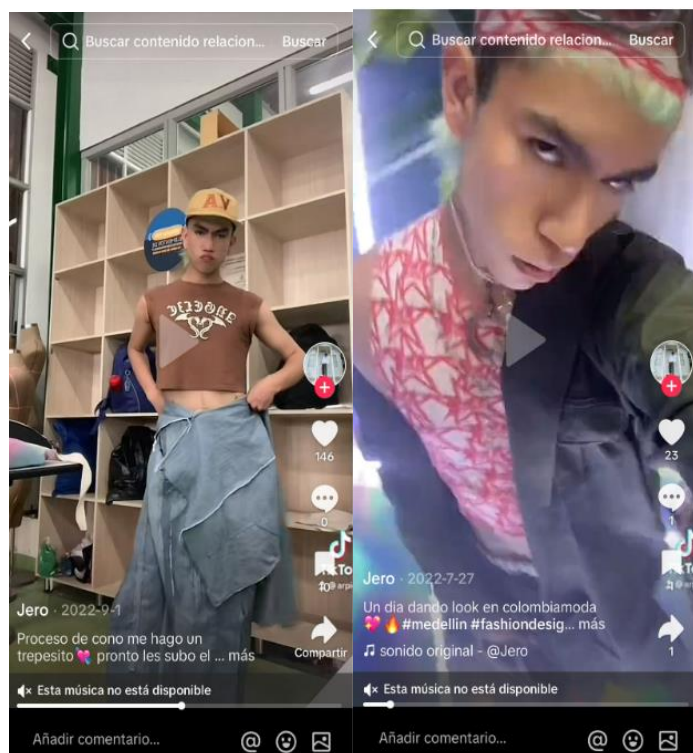


El lenguaje y comunicación visual de Jerónimo habla de su estilo y personalidad sin necesidad de utilizar palabras que hagan alusión a la moda genderless. Sus seguidores están tan inmersos en el tema que no necesitan explicación alguna, para ellos es simplemente un referente y un ícono en la moda genderless de la ciudad de Medellín. Para él y su comunidad lo que se ve y se transmite es lo que realmente importa.

Lo genderless como cotidiano: El street style ³es una plataforma perfecta para él, porque le permite mostrar cómo lo genderless puede estar presente en cualquier rincón de la ciudad, desde

³ A diferencia de las marcas y diseñadores conocidos, esta tendencia es creada por los mismos usuarios a través de la ropa que usan en su cotidianidad, definiendo así la propia personalidad de cada individuo. El street style es una revolución y una muestra de inconformidad frente a las normas y expectativas que la sociedad ha impuesto a través

la universidad hasta una noche en discoteca. Su moda es accesible y reflejo de su identidad, no algo planeado para impresionar.



migue ☆

súper chic 🍷

2022-7-29

Responder



1

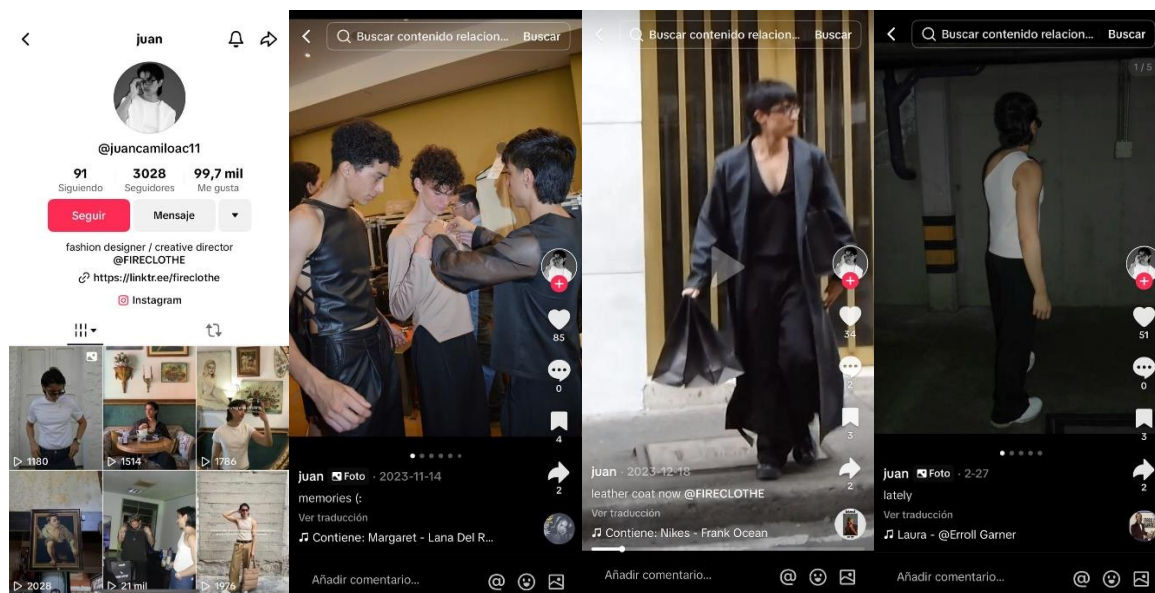


Para Jerónimo lo genderless no es algo que tenga que planear, para él lo genderless es algo espontáneo y cotidiano. Su estilo es accesible y genuino, presente en cada rincón de su vida y en

de los años, ya que expresa la verdadera esencia y creatividad de las personas a través del vestuario que usan y que los representa todos los días de sus vidas. Esta tendencia también ha sido fuente de gran ayuda e inspiración para grandes firmas, permitiendo conocer los intereses, deseos y gustos de sus usuarios a través de lo que la persona está usando en la vida real (Torres, 2023).

los lugares que frecuenta, haciendo que su voz y su ejemplo sea algo que cualquier persona pueda tomar, vivir y disfrutar en cualquier espacio.

@juancamiloac11



¿Quién es?: A sus 24 años, Juan Camilo es un Diseñador de moda y creador de contenido de moda de las ciudades de Cali y Medellín. Su contenido se basa en compartir el proceso creativo de su marca de moda Fire, vlogs y GRWM, inspirando y mostrando su vida en la moda como director creativo y artista, siendo este su principal objetivo. El perfil y las publicaciones de Juan Camilo no necesitan explicar cada detalle, porque la estética puede ser más relevante que las palabras y las fotos hablan por sí solas.

Alcance y comunidad: Juan Camilo, con 3,000 seguidores, refleja el interés genuino de su audiencia en su evolución como diseñador. A través de su marca Fireclothe.co, comparte el proceso creativo de una manera que permite a sus seguidores sentirse parte de su desarrollo. Esta cercanía crea una conexión profunda con su comunidad, haciendo que su impacto sea significativo.



deiber_01

THE BESTTTT ✨💖

8-8 Responder 

idad de modelos 2
Herencia: 210-433-482



Juan Porras

Transmites una vibra muy hp 💖

9-12 Responder 

Jaco

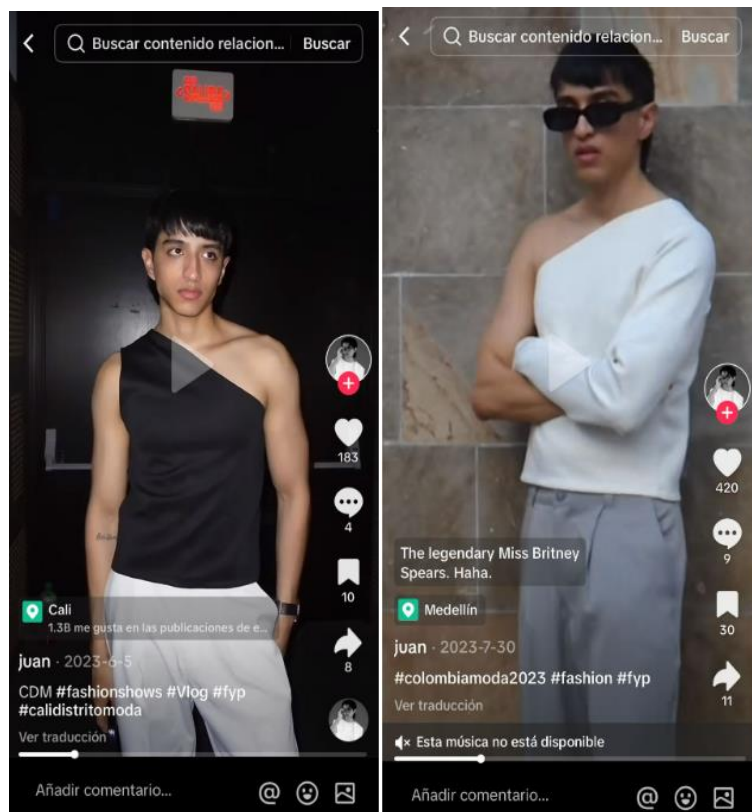
Fan de tu trabajo! Eres una obra de arte ✨

9-2 Responder 

Según algunos comentarios de sus seguidores, se puede observar cómo la comunidad de Juan Camilo siente admiración por su trabajo, considerándolo el mejor en lo que hace, con su marca y con su estilo personal. Su gente aprecia el valor y autenticidad de su contenido de manera transparente y espontánea, creando un espacio donde la moda y el diseño se vuelven fuente de aprendizaje y ejemplo, desde la expresión y creatividad.

Interacción y representación auténtica: Juan no necesita usar la etiqueta genderless en cada publicación porque su estilo y su enfoque ya lo dicen todo. La Generación Z ha interiorizado esta fluidez de género, por lo que lo visual se convierte en la norma. La moda genderless de Juan se presenta de forma natural, lo que permite a su audiencia verlo como un estilo de vida, no como

una tendencia que necesita ser explicada.

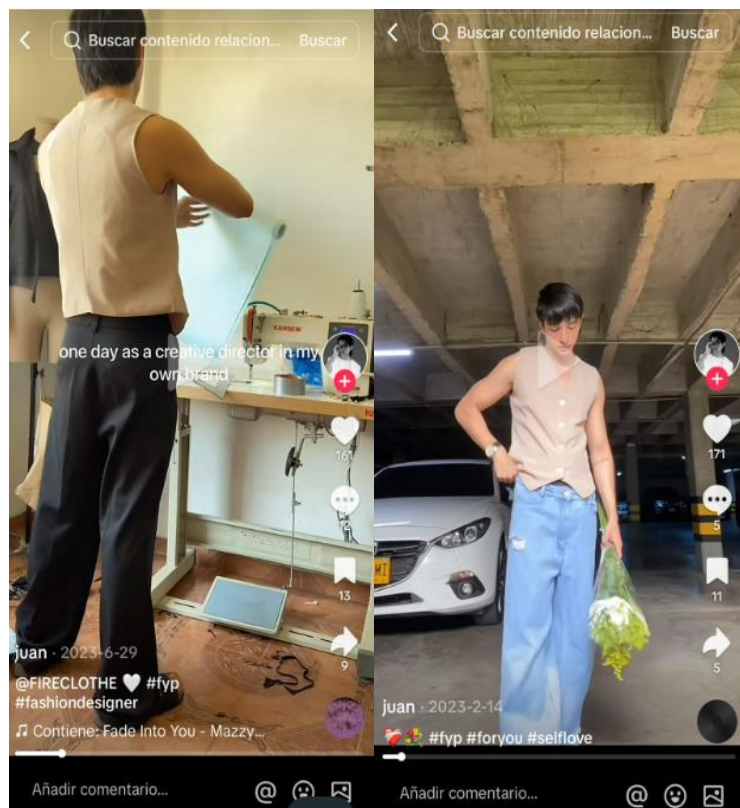


-  **JUANF_C**
Me encantaaaaa
6 d Responder   1 
-  **Juanjoseperez**
Que bonito 🥰
9-9 Responder   1 
-  **Soycarlosgabriel • te sigue**
Admirándote cada día más! 💕
9-2 Responder   1 

El estilo y la manera en la que Juan Camilo vive la moda genderless es fluida y natural, él no necesita ponerse etiquetas o ser genderless en ocasiones especiales, por el contrario, para él es un estilo de vida. Sus seguidores hacen parte de todo su proceso como diseñador, director creativo y

de su vida, ya que lo genderless para él radica en todo lo que hace, siendo una inspiración y ejemplo para las personas que lo ven.

Espacios cotidianos: El uso de ambientes comunes en su contenido es clave para Juan. Al compartir su día a día en su casa, en su taller y hasta en la calle, logra que su audiencia se identifique con él. Estos espacios normales reflejan que la moda genderless no es algo que solo se ve en pasarelas, sino que puede integrarse en la vida cotidiana. La autenticidad de estos escenarios conecta con la Generación Z, que busca lo real y accesible en un mundo lleno de apariencias.



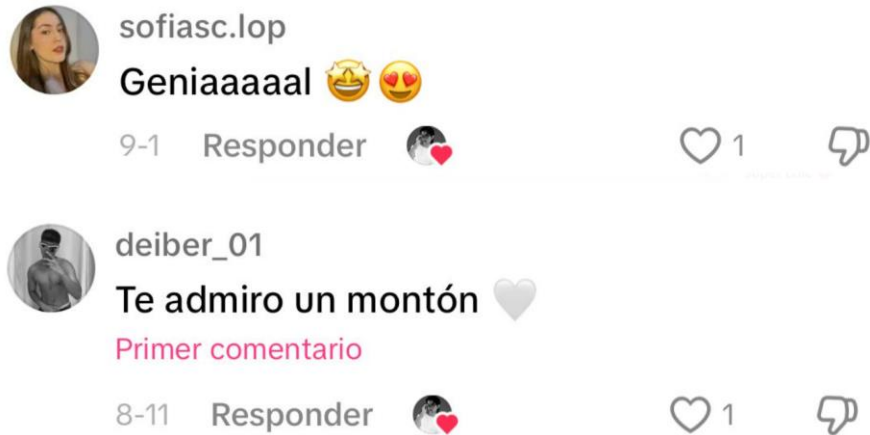
La Caleña

BRUTALLLLLLL ✨

9-1 Responder

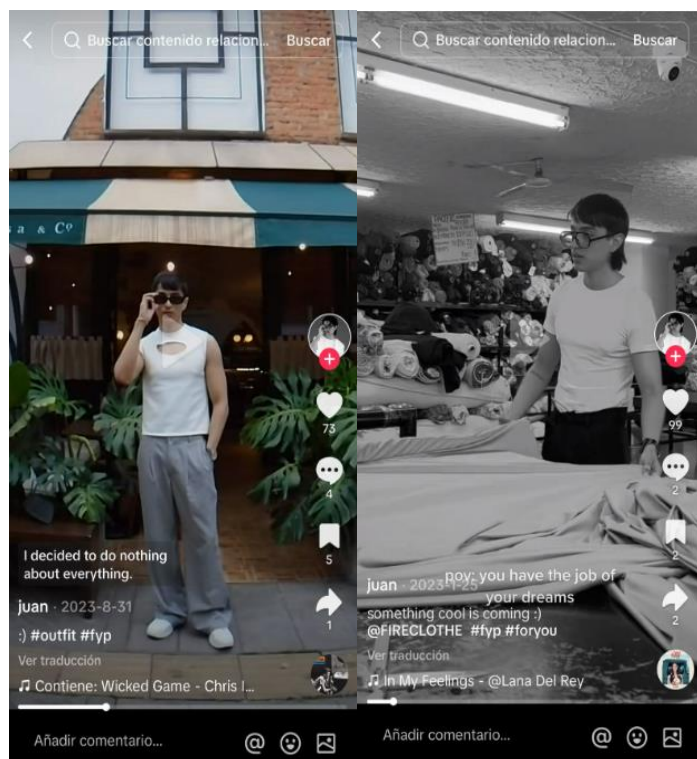
1





Según algunos de los comentarios de sus seguidores y sus propios posts, se puede observar que la moda genderless hace parte de la cotidianidad de Juan Camilo, y eso es lo que ha impulsado a que las personas que lo ven sientan admiración por su trabajo. El uso de espacios normales en la creación de su contenido ha hecho que Juan Camilo tenga una relación cercana con su comunidad, creando un ambiente que muestre la fluidez de la moda genderless.

Comunicación visual: El enfoque de Juan en el contenido visual es bastante potente. Sus posts suelen ser informativos, pero lo que realmente destaca son las imágenes que capturan su proceso creativo. A menudo, no necesita explicar cada detalle porque las fotos hablan por sí solas. Para la audiencia, ya familiarizada con el concepto de genderless, lo que muestra es suficiente. Esto refuerza la idea de que la estética puede ser más relevante que las palabras. Las imágenes de Juan están llenas de autenticidad y creatividad. No busca solo mostrar productos, sino compartir su viaje como creador, sus inspiraciones y el proceso detrás de sus diseños. Su contenido visual refleja una libertad personal que invita a otros a explorar su propia expresión. La intención no es impresionar, sino conectar y compartir una narrativa que resuena profundamente con su audiencia.



Soycarlogabriel • te sigue

Eres un increíble diseñador ✨

8-8

Responder



johanAndres

necesito aprender a vestirme así 😭

Primer comentario

6-30

Responder



Alejandro

Fashion iconnnnnnnn

7-4

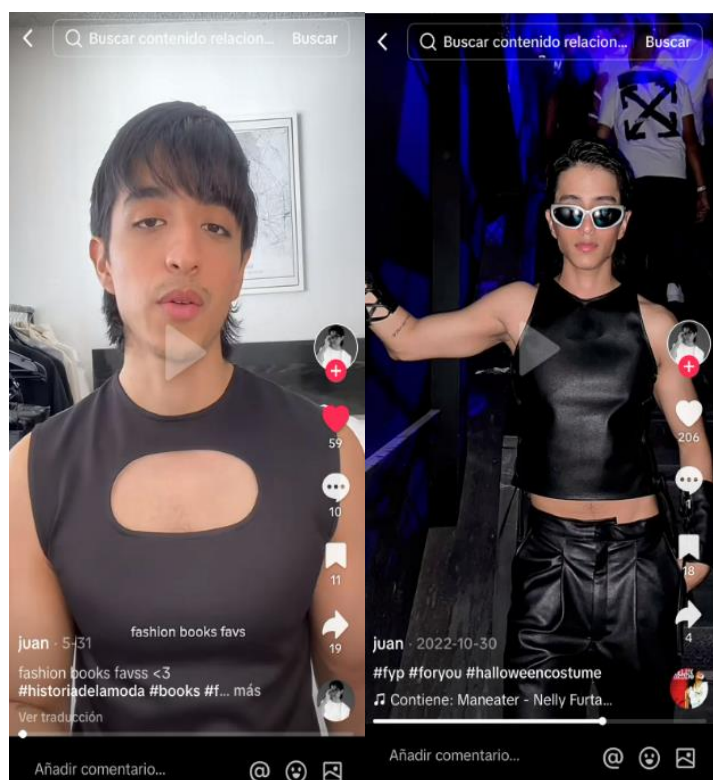
Responder



Lo que Juan Camilo muestra en sus posts es lo que realmente importa, y sus seguidores son los que corroboran esta idea. Para su comunidad, Juan Camilo se ha convertido en un diseñador

referente y un creador de contenido talentoso, siendo un ejemplo para personas que vean la moda genderless como una forma de expresión auténtica, creativa y cotidiana. Su lenguaje visual es fresco y casual, convirtiéndose en algo accesible para toda su comunidad.

Lo genderless como cotidiano: Juan demuestra que la moda genderless puede ser parte de la vida diaria. Al mostrar cómo integra sus diseños en su día a día, desde el estilo más casual hasta los looks más elaborados, sabe que la moda no necesita ser exclusiva. Su estilo personal, accesible y auténtico, permite que otros se sientan cómodos explorando su propia fluidez.



Yor

WwaOoooo q talento

2023-10-6

Responder





Juan David de la Cruz

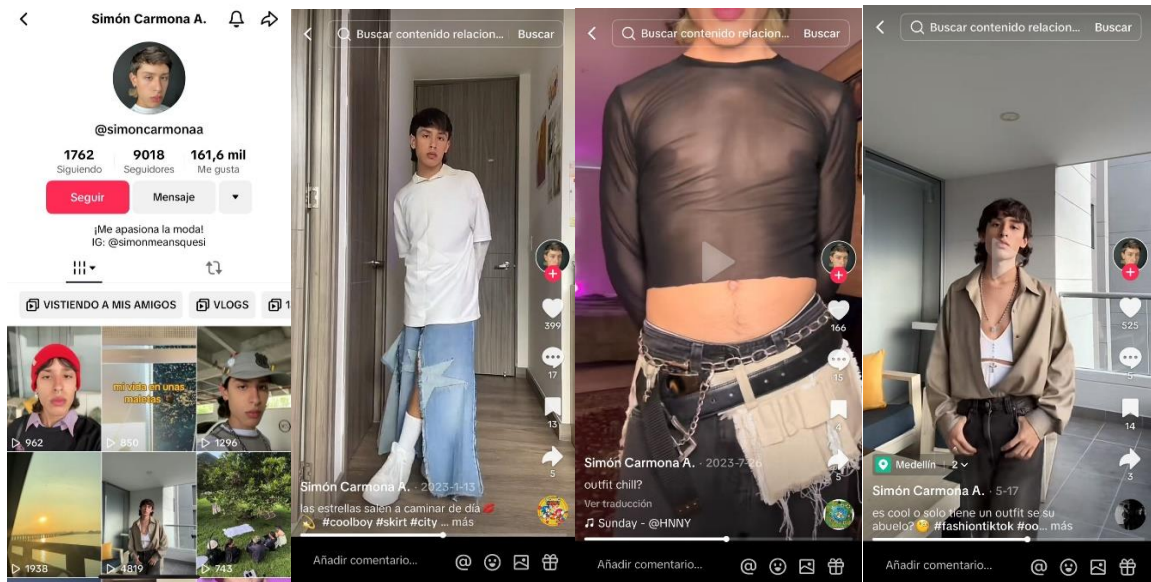
He is a Icon

2023-9-23 Responder



Según algunos comentarios de sus seguidores, se puede observar cómo la autenticidad de Juan Camilo está presente en todos los espacios que frecuenta. Él le muestra a su público que la moda genderless no es algo exclusivo o extraordinario, y que puede ser parte de los momentos cotidianos. Para sus seguidores es un creador de contenido talentoso, que simplemente existe y muestra su vida y su estilo tal cual es.

- @simoncarmonaa



¿Quién es?: A sus 22 años, Simón es un Diseñador de moda, stylist y creador de contenido de moda. Su contenido se basa en estilismo, GRWM, vlogs y creación de prendas de moda. Su objetivo es compartir su vida y conocimientos en el mundo de la moda, creando un impacto positivo en sus seguidores al mostrar la cotidianidad de la moda genderless, siendo esta un medio para que las personas se comuniquen y expresen. Simón no necesita explicar cada aspecto de su estilo porque las imágenes lo dicen todo, lo que muestra es el verdadero lenguaje de la moda genderless.

Alcance y comunidad: Con 9,000 seguidores, Simón está trazando un camino significativo en la moda genderless. Su autenticidad brilla a través de las interacciones que recibe, mostrando un compromiso genuino por parte de su audiencia, quienes conectan profundamente con su estilo y su valiosa participación en la moda. Este nivel de

resonancia e impacto es clave para formar una comunidad auténtica, personas que realmente se sientan atraídas y bienvenidas con lo que Simón hace.



David

Amoooooo tu estilo 😍

2023-1-13

Responder



Evelin Hernandez

💔💔💔😭😭😭 Eres el mejor del mundo entero y Dios siempre tiene grandes cosas para ti ❤️

7-30

Responder



Sebastian Castillo

Eres lo mejor! Que grandes días ❤️

5-16

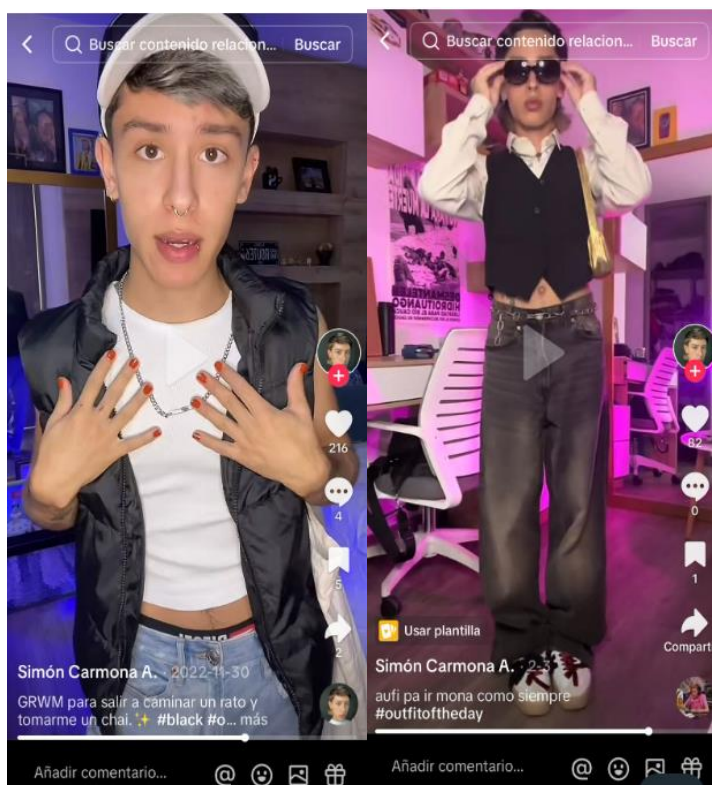
Responder



Según algunos comentarios de sus seguidores, se puede observar que Simón tiene un impacto positivo en el mundo digital, la gente que lo sigue aprecia su estilo y el contenido que comparte en sus redes. La autenticidad de Simón es lo que ha ayudado a formar su comunidad, una comunidad que busca la transparencia y realidad detrás del mundo de la moda genderless, donde las apariencias pasan a un segundo plano y la genuinidad es lo que importa y perdura.

Interacción y representación auténtica: La estética de Simón es tan clara que no necesita

decir explícitamente que es genderless. Sus prendas y la forma en que se presenta comunican esa fluidez de género de manera natural. La Generación Z ha interiorizado este estilo, y para ellos, no hay necesidad de etiquetas porque la forma en que se viste y se expresa ya es un testimonio de la normalidad de la moda genderless.



Emilyn Arcila / UGC COL

Aaaa me encanta

2023-8-3

Responder



1



juliananniato

No puedo con tanto 🤯💕

2023-1-13

Responder



1



Emilyn Arcila / UGC COL

amo estos vídeos 🥰

2023-1-4

Responder

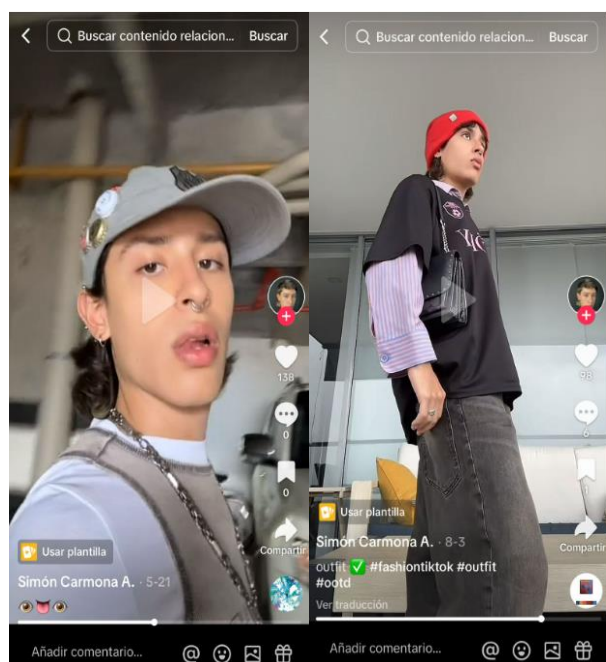


1



Para Simón, la moda genderless es simplemente una extensión de su esencia, donde sus seguidores han encontrado cierta fluidez y transparencia, haciendo que la moda genderless se convierta en algo que puede ser interiorizado y plasmado por todos en cualquier lugar. Su comunidad se identifica con su contenido y estilo debido a expresión y contenido natural, que es lo que ha hecho de su moda genderless un referente para las personas que lo siguen.

Espacios y cotidianos: Simón opta por espacios comunes para su contenido, lo que ayuda a desmentir la moda. Al mostrar su vida desde su casa, en la calle o en la universidad, hace que el estilo genderless se sienta accesible y parte de la vida diaria. Estos escenarios, que pueden parecer simples, son en realidad potentes, permiten que su audiencia se vea reflejada y sienta que puede experimentar esa misma libertad en su propia vida.



Cristian Leon Varon

Me encantó el outfit, de dónde es la falda?

2022-7-25

Responder



1



Para Simón, la libertad con la que crea su contenido puede verse reflejada en cada una de fotos. Para él, sus espacios cotidianos como su casa y la calle son donde él puede habitar de manera genuina y tranquila. Y aunque parezcan simples, Simón ha convertido estos lugares en su principal fuente de inspiración y expresión, ya que su accesibilidad le brinda más versatilidad a la hora de existir y crear. Para sus seguidores es un gran recurso que este personaje pueda compartir la idea de que lo genderless está en la cotidianidad, ya que convierte esta moda en algo común.

Comunicación visual: El equilibrio entre sus posts y las imágenes es clave en su narrativa. Simón opta por comentarios ligeros, pero el verdadero mensaje está en las fotos que captura. No necesita explicar cada aspecto de su estilo porque las imágenes lo dicen todo. Para la Generación Z, que ha crecido con estos conceptos, la visualidad es más que suficiente, lo que muestra es el verdadero lenguaje de la moda genderless. Las imágenes de Simón reflejan su personalidad y estilo de vida auténtico. No busca crear un espectáculo, más bien, quiere compartir su viaje y sus procesos como creativo. Cada foto es una ventana a su mundo, donde la moda genderless es parte de su día a día, mostrando que este estilo es una expresión transparente de quién es.





Felipe Correa

Dios mío, necesito esa falda en mi vida 🙄



2023-1-13

Responder



❤️ 3



Username

Espectacular 🥰👑

2022-7-22

Responder



❤️ 1

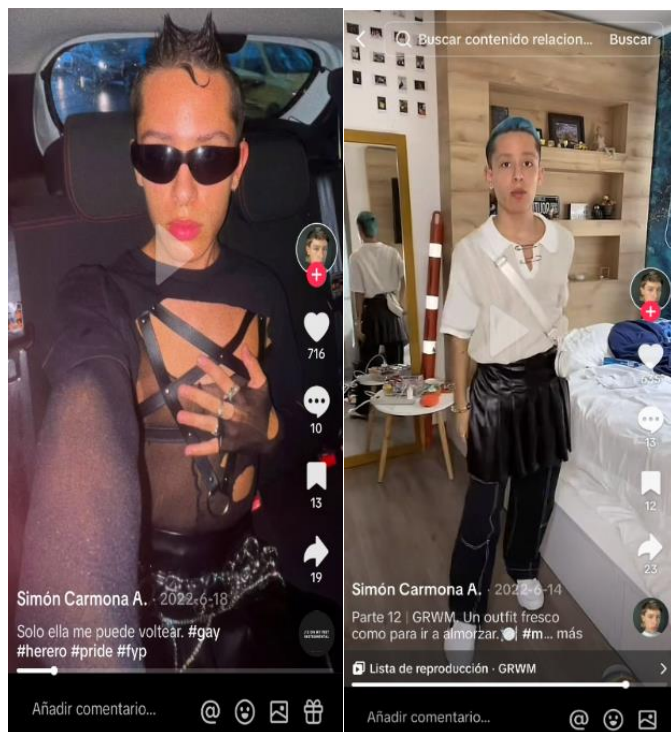


Federico Makeup 📌

Amo tu outfit, ok?

Teniendo en cuenta algunos comentarios de los seguidores de Simón, se puede observar que estos están enterados del lenguaje visual que él maneja, y no necesitan que haya una descripción o un término alusivo a lo genderless para admirar el estilo y la esencia de este creador de contenido. Su estilo es una expresión auténtica de lo que es, y esto lo muestra a través de sus publicaciones y todo el contenido que crea alrededor de la moda, por eso su comunidad se siente identificada y les gusta su esencia.

Lo genderless como cotidiano: La mezcla de géneros en su vestuario y su enfoque en el estilismo cotidiano hacen que la moda genderless sea un tema central en su vida. Simón demuestra que este estilo no tiene que ser exclusivo, puede ser parte de la rutina diaria y del *street style*. Al llevar la moda a la calle, rompe barreras entre lo masculino y lo femenino, presentando un enfoque que invita a su generación a experimentar y expresarse libremente en su día a día.



Mariana Ríos

You are the fucking starrrrr ⚡⚡⚡⚡

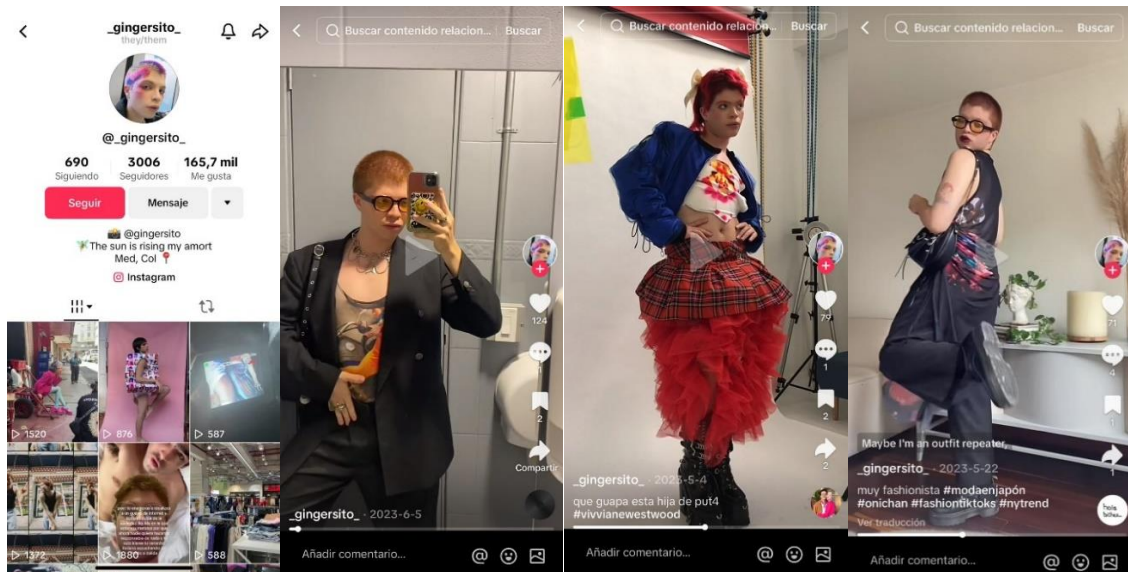
2022-4-23

Responder



Con base a algunos de sus posts, se puede observar que para Simón la moda genderless no es exclusiva, es parte de su rutina y vida diaria. Su filosofía invita a sus seguidores a experimentar y simplemente ser en cualquier espacio, la moda genderless no es para ocasiones y momentos extraordinarios, sino de vivirla en la cotidianidad de manera natural. Sus seguidores están familiarizados con esta idea, por eso Simón es un gran referente dentro de su comunidad de seguidores.

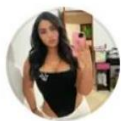
- @_gingersito_



¿Quién es?: A sus 24 años, Ginger es un estilista y creador de contenido de moda. Su contenido se basa en la dirección creativa de campañas de moda, mostrando así el proceso creativo y artístico detrás de producciones de estilismo y de moda, compartiendo su esencia y su trabajo como fuente de inspiración a sus jóvenes espectadores la idea de que la moda es más que simples de vestir, sino un vehículo que lleva hacia la exploración y descubrimiento personal de manera divertida. Su perfil y sus publicaciones son quienes cuentan la historia. Sus outfits y el proceso creativo que muestra hablan por sí mismos, eliminando la necesidad de explicaciones y dejando las palabras y etiquetas en un segundo plano. Ginger no necesita definirse ni encasillarse, simplemente es un ser completamente artístico y revolucionario.

Alcance y comunidad: Con 3.000 seguidores, Ginger ha creado un espacio auténtico en el mundo de la moda. Cada interacción, cada like y cada comentario refleja un interés genuino por sus

procesos creativos y su estilo personal. Ginger está formando conexiones significativas, lo que demuestra el interés de su comunidad por su creatividad y aporte en el mundo de la moda genderless.



MP

Si eres lo más teso que existeeeeeeee

2023-4-10

Responder



grabiolo

omg wao

2023-9-27

Responder



Chuleta Prieto

Me encanta

2023-9-27

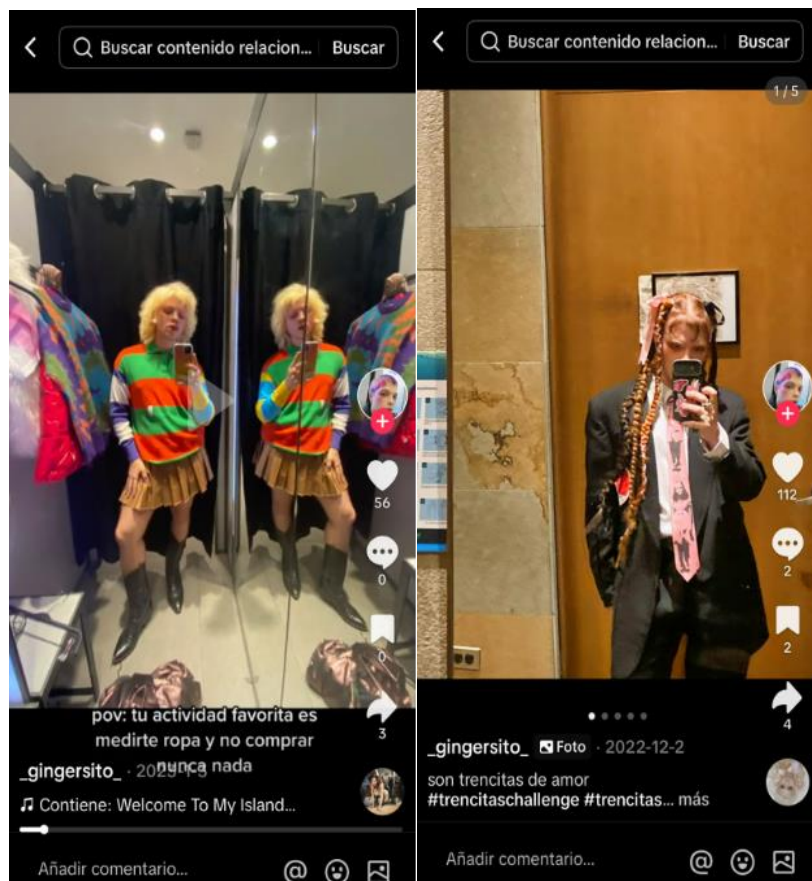
Responder



Según algunos comentarios, se puede observar la admiración de algunos de los seguidores de Ginger por su trabajo y estilo. Para su comunidad, Ginger ha generado un interés y ha despertado cierta creatividad, convirtiendo sus plataformas en un lugar de inspiración y conexión entre sus fieles seguidores, poniendo la moda genderless como un espacio de expresión personal y diversión.

Interacción y representación auténtica: La estética de Ginger es clara y expresiva, no necesita etiquetar su estilo como genderless. Las imágenes que publica transmiten esta fluidez de género

de forma natural. Para su público, la moda genderless ya es parte de la norma, lo que elimina la necesidad de justificaciones. Esta normalización demuestra que la fluidez de género está integrada en el día a día de la Generación Z.



Sofía

Amo

2023-10-7 Responder



Yannina Rojas

Gorgeoussss amo el outfit 🍷

2023-5-22 Responder



Kristina Hoyos269 🇪🇸 🇵🇪

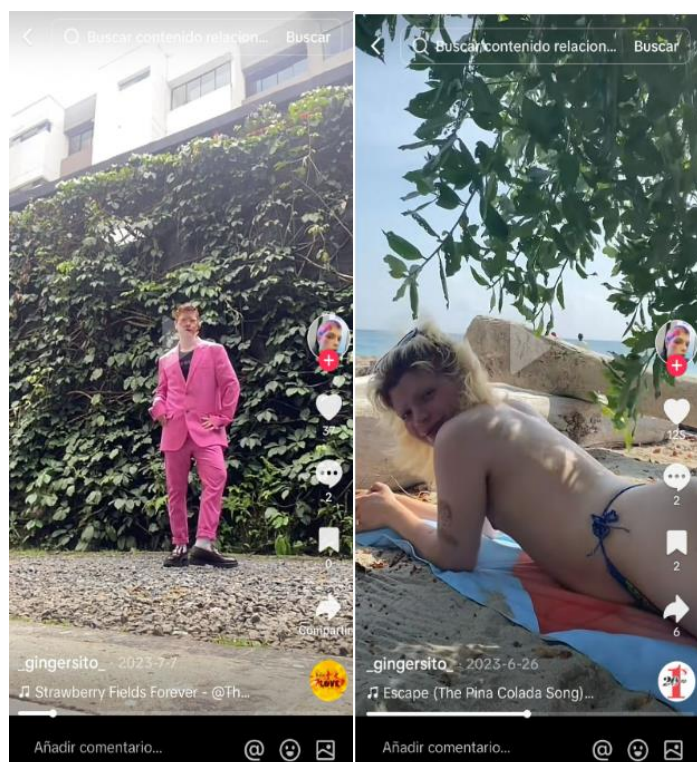
te amo, el siendo el mejor en lo suyo..

2023-4-5 Responder



A través de su lenguaje visual, Ginger transmite la fluidez de género de manera natural, y para él y su público, la moda genderless ya hace parte de la norma. Teniendo en cuenta algunos de los comentarios de sus seguidores, se puede observar la aceptación e integración de la moda genderless dentro de los universos de cada uno de ellos, lo que refuerza la idea y la intención de Ginger, la normalización de esta moda sin necesidad de poner o mencionar ninguna etiqueta.

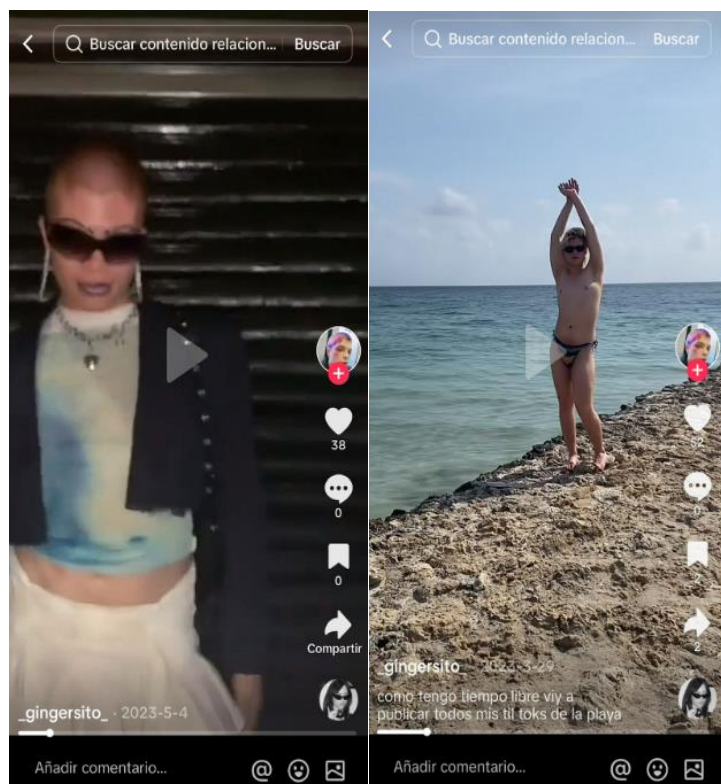
Espacios cotidianos: Ginger opta por escenarios sencillos y cotidianos para sus publicaciones. Su casa, las calles de Medellín, y lugares como discotecas se convierten en su escenario de expresión. Al elegir estos espacios, transmite un mensaje poderoso, la moda puede y debe ser accesible. Lo cotidiano se vuelve relevante, permitiendo a su audiencia verse reflejada en su estilo.





Para Ginger, los lugares cotidianos que suele habitar han sido pilares fundamentales para su expresión. Para él, la calle y sus rincones son un reflejo de que la moda genderless es accesible y normal, ya que, al elegir estos espacios, se convierte en sinónimo de frescura y naturalidad. A través de algunos de los comentarios de sus seguidores, se puede observar el impacto positivo y la admiración que siente su comunidad por su trabajo y estilo.

Comunicación visual: El enfoque de Ginger en sus posts es ligero y fresco, lo que le permite conectar con su audiencia sin forzar mensajes. Las imágenes cuentan la historia. Sus outfits y el proceso creativo que muestra hablan por sí mismos, eliminando la necesidad de explicaciones. La Generación Z, inmersa en el lenguaje visual, entiende que lo que se ve es lo que importa, dejando las palabras en un segundo plano. Las imágenes de Ginger son una representación de su proceso creativo y autenticidad. No busca crear una fachada, sino compartir su visión real de la moda. Cada publicación refleja su vida diaria y cómo incorpora la moda genderless sin pretensiones. Ginger está más interesado en mostrar su realidad que en impresionar, lo que resuena con su audiencia.



Sofía Valero

qué top 😍

2023-5-31 Responder



technicolorbyvee

el maquillajeit's amazing

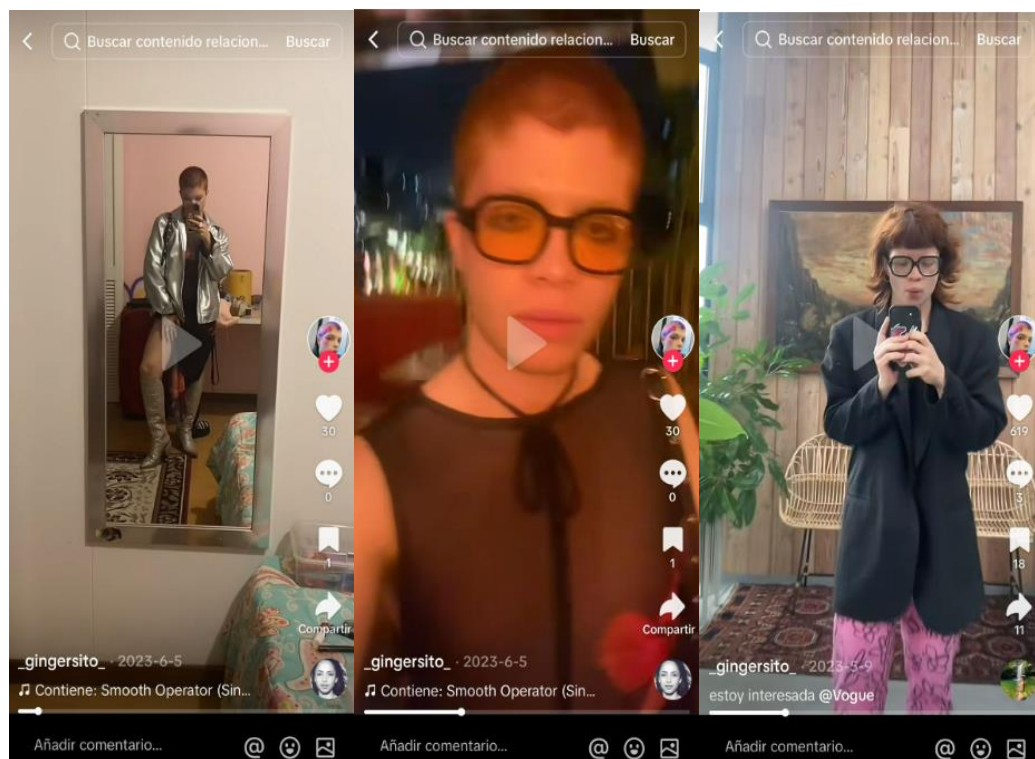
2022-12-8 Responder



A través de su lenguaje visual, Ginger comparte su visión real de la moda, sin pretensiones ni explicaciones, su mera estética visual comunica lo que las palabras no. Sus fotos e imágenes son la documentación de sus procesos creativos, y según algunos de los comentarios de sus seguidores, esto es simplemente maravilloso, no sólo porque brinda inspiración y creatividad,

sino porque es un ejemplo de que la moda genderless hace parte de todo y habita en todo lugar de manera genuina y natural, por lo que cualquier persona puede hacer uso de ella.

Lo genderless como cotidiano: A través de su estilismo y dirección creativa, Ginger logra que lo genderless sea parte de la vida cotidiana. Su uso de prendas variadas y la dirección creativa que muestra en sus vlogs demuestran que la moda no tiene que ser exclusiva, puede ser un reflejo de la diversidad. Ginger fusiona lo personal y lo colectivo, creando un street style que no solo es atractivo, sino que también es inclusivo, permitiendo a su generación explorar y expresar su identidad.



Coiffeurstory ✂️ POWER CUTS
Slayyyy 🍷

2023-4-29 Responder



Para Ginger, su autenticidad es lo que se ha apoderado de sus redes y su estilo de vida. Para él, la

moda genderless es una extensión de su expresión en todo lugar y en todo momento, no sólo un espacio momentáneo, sino un reflejo de la diversidad y versatilidad de esta moda según cada persona. Según algunos comentarios de sus seguidores, esta manifestación de naturalidad y cotidianidad de Ginger es lo que inspira y atrae a toda su comunidad.

Actividad 3: Evaluación de impacto, datos cuantitativos.

Se evaluará el alcance de estas cuentas a través del número de seguidores, comentarios, likes y compartidos, para entender cómo influyen en la comunidad de la Generación Z y qué tanto impacto genera en el público.

@moisescatanoo

A. Número de seguidores= 14.600 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 3

Día 2= 2

Día 3= 0

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 0

Día 2= 0

Día 3= 1

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 1.310 likes

E. Promedio de comentarios por post= 40 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 10 compartidos

@rrreverrr

A. Número de seguidores= 45.600 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 2

Día 2= 2

Día 3= 2

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 1

Día 2= 1

Día 3= 1

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 534 likes

E. Promedio de comentarios por post= 20 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 15 compartidos

@lorenarobledo.mod

A. Número de seguidores= 38.400 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 3

Día 2= 2

Día 3= 2

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 0

Día 2= 0

Día 3= 0

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 1.881 likes

E. Promedio de comentarios por post= 29 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 22 compartidos

@divinestdive

A. Número de seguidores= 6.600 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 3

Día 2= 2

Día 3= 3

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 0

Día 2= 0

Día 3= 1

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 659 likes

E. Promedio de comentarios por post= 60 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 15 compartidos

@margo.col

A. Número de seguidores= 313.00 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 3

Día 2= 2

Día 3= 1

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 1

Día 2= 0

Día 3= 0

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 1.300 likes

E. Promedio de comentarios por post= 17 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 15 compartidos

@diegomarchetti16

A. Número de seguidores= 70.600 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 0

Día 2= 1

Día 3= 2

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 0

Día 2= 1

Día 3= 0

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 150 likes

E. Promedio de comentarios por post= 10 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 5 compartidos

@jerijeroo

A. Número de seguidores= 2.700 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 1

Día 2= 0

Día 3= 0

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 0

Día 2= 0

Día 3= 0

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 70 likes

E. Promedio de comentarios por post= 15 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 5 compartidos

@juancamiloac11

A. Número de seguidores= 3.032 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 1

Día 2= 0

Día 3= 1

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 1

Día 2= 0

Día 3= 1

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 150 likes

E. Promedio de comentarios por post= 15 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 10 compartidos

@simoncarmonaa

A. Número de seguidores= 9.000 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 1

Día 2= 0

Día 3= 0

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 0

Día 2= 0

Día 3= 0

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 200 likes

E. Promedio de comentarios por post= 10 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 4 compartidos

@_gingersito_

A. Número de seguidores= 3.003 seguidores

B. Frecuencia de posteo de historias

Día 1= 0

Día 2= 0

Día 3= 0

C. Frecuencia de posteo de post

Día 1= 0

Día 2= 0

Día 3= 0

D. Promedio de likes de los últimos 10 posts= 100 likes

E. Promedio de comentarios por post= 5 comentarios

F. Promedio de compartidos por publicación= 2 compartidos

Actividad 4: Revisión de la interacción

Se analizará cómo estas cuentas interactúan con otros influencers, marcas y su comunidad para entender la colaboración y promoción de la moda genderless en un contexto más amplio.

A. @rrreverrr x @lorenarobledo.mod



Esta unión ofreció una visión fresca y visualmente potente de la moda fluida, mostrando que la autoexpresión no necesita etiquetas ni barreras. Con esta colaboración, Rever y Lorena invitaron a sus audiencias a abrazar la libertad de ser quienes realmente son a través de la moda, rompiendo con las normas tradicionales y creando un espacio donde la autenticidad y la creatividad se elevan por encima de los límites de género.

B. @rrreverrr x @divinestdive



La colaboración entre Rever y Azura fue una declaración poderosa de autenticidad y fluidez en la moda urbana y el activismo genderless. Para los seguidores de Rever, la presencia de Azura reforzó los valores fundamentales de la marca: la moda como un medio de expresión personal, sin barreras de género. Para la comunidad de Azura, esta colaboración fue una extensión de su activismo visual, mostrando que la moda puede ser un espacio de libertad y resistencia.

C. @rrrverrr x @moisescatanoo



Juntos, demostraron que la moda es un espacio donde la individualidad y la creatividad pueden coexistir sin restricciones de género. La colaboración resonó profundamente en sus comunidades, inspirando a sus seguidores a experimentar con sus propios estilos, a romper con las normas establecidas y a adoptar una visión más fluida y disruptiva de la moda urbana. Esta unión fue una manifestación visual de libertad, autenticidad y evolución en la moda genderless, fortaleciendo la identidad de ambas audiencias en un espacio donde lo familiar y lo disruptivo coexisten.

D. @_gingersito_ x @moisecatanoo



Esta colaboración fue una invitación a todos sus seguidores a participar activamente en la conversación sobre la moda genderless, inspirándolos a explorar su propio estilo sin miedo a romper las normas. La autenticidad de Ginger, sumada a la propuesta disruptiva de Moises, reforzó la idea de que la moda no solo se viste, sino que se vive y se siente como una herramienta para desafiar lo establecido y celebrar la diversidad. Para ambas comunidades, esta colaboración fue un testimonio de que la moda puede ser un reflejo de identidad y libertad creativa en su máxima expresión.

E. @moisecatano0 x @lorenarobledo.mod



Esta colaboración fue más que una campaña visual, simbolizó un espacio seguro donde la identidad fluida y el descubrimiento personal se integran sin esfuerzo en cada prenda, sin necesidad de etiquetas ni definiciones. La colaboración inspiró a los seguidores de Moises y Lorena a explorar su propio estilo, celebrando la moda como un reflejo de quiénes son en lugar de limitarse a las tendencias o a las normas sociales.

F. @divinestdive x @lorenarobledo.mod

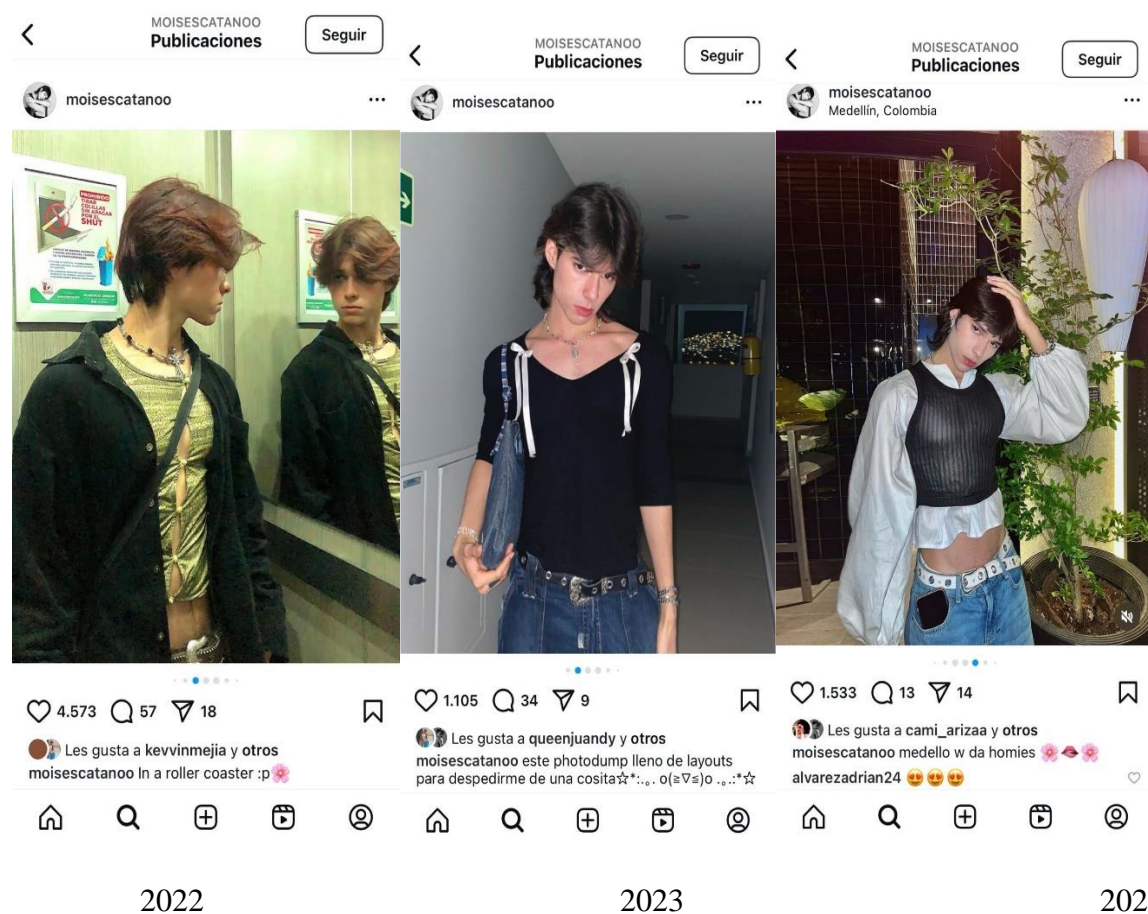
Esta unión habló por sí misma, dejando claro que la moda es una plataforma para contar historias, romper moldes y desafiar las etiquetas convencionales. La comunidad de ambas creadoras de contenido fue testigo de una manifestación artística que impulsa la libertad creativa, dando a todos la confianza de redefinir su estilo personal y, en última instancia, su identidad.

Objetivo específico 2: Identificar elementos y tendencias de la moda genderless presentes en las cuentas seleccionadas y que contribuyen a la transformación de las percepciones de género en la Generación Z.

Actividad 5: Evolución del contenido

Se tomó los últimos 3 años para analizar el crecimiento y el impacto en las redes de cada uno de estos creadores de contenido. Se describió cuál fue la evolución de cada uno de ellos en cada uno de los 3 años.

A. @moiscatanoo



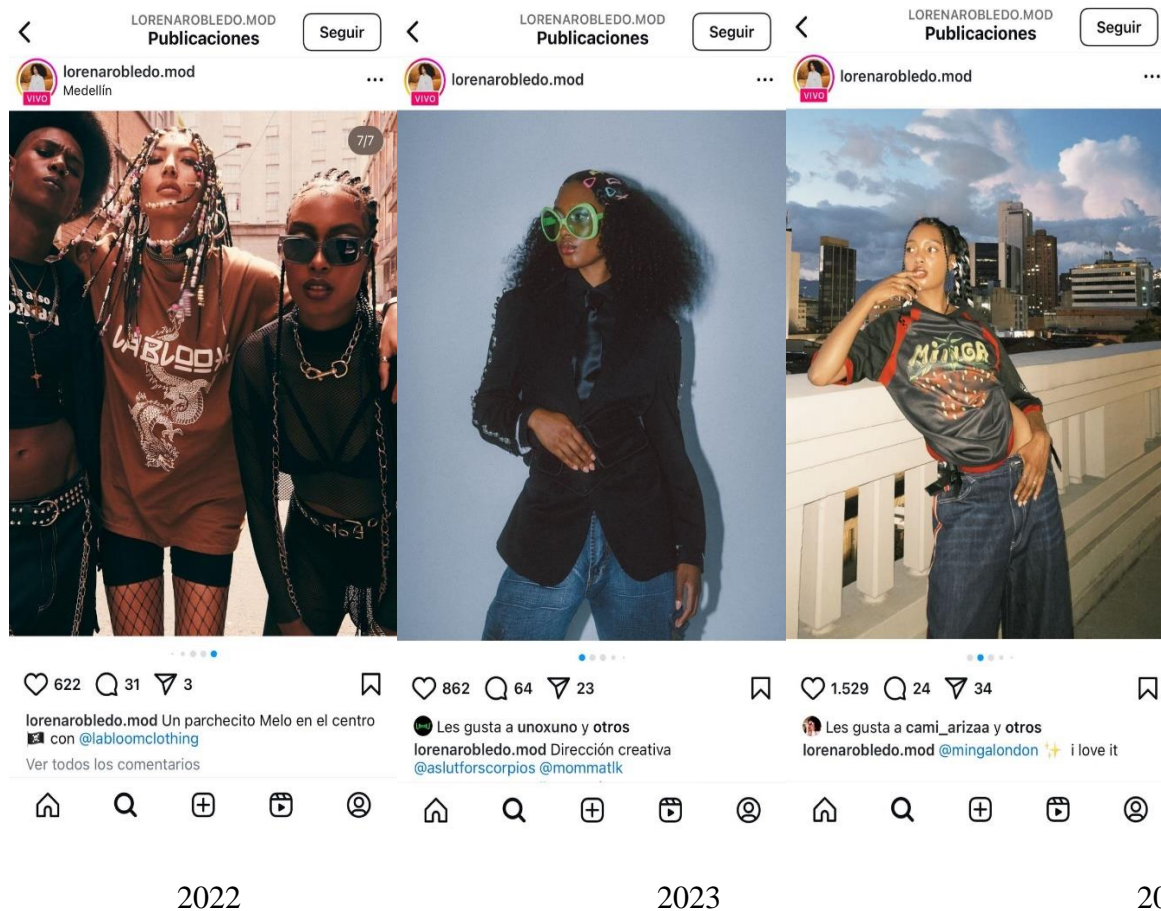
Año 2022: Moisés se estaba convirtiendo en un personaje que tenía toda la intención de proponer

nuevas formas de expresión en las redes sociales a través de la moda. Su constancia y creatividad lo ayudaron a construir una comunidad con el mismo lenguaje e idea que él, la de romper con los estereotipos tradicionales de la moda y divertirse y expresarse libremente a través de esta.

Año 2023: Moisés empezaba a trabajar y colaborar con marcas locales, impulsando y expandiendo su mensaje de autoexpresión, innovación y autenticidad que puede significar la moda en cada persona. Su comunidad se interesaba más por su propuesta natural y disruptiva, lo que significaba el impacto que había tenido en las personas que lo seguían.

Año 2024: Hasta ahora, Moisés ha creado una comunidad abierta al cambio y a las nuevas formas de expresarse, él mismo ha creado su propio camino dentro de las redes sociales, y gracias a su particular forma de modificar y estilizar las prendas, se ha mantenido y es considerado por sus seguidores como un ejemplo en el mundo de la moda genderless en la ciudad de Medellín, conservando su esencia que apoya y celebra todas las manifestaciones artísticas que impulsan la libertad creativa.

B. @lorenarobledo.mod



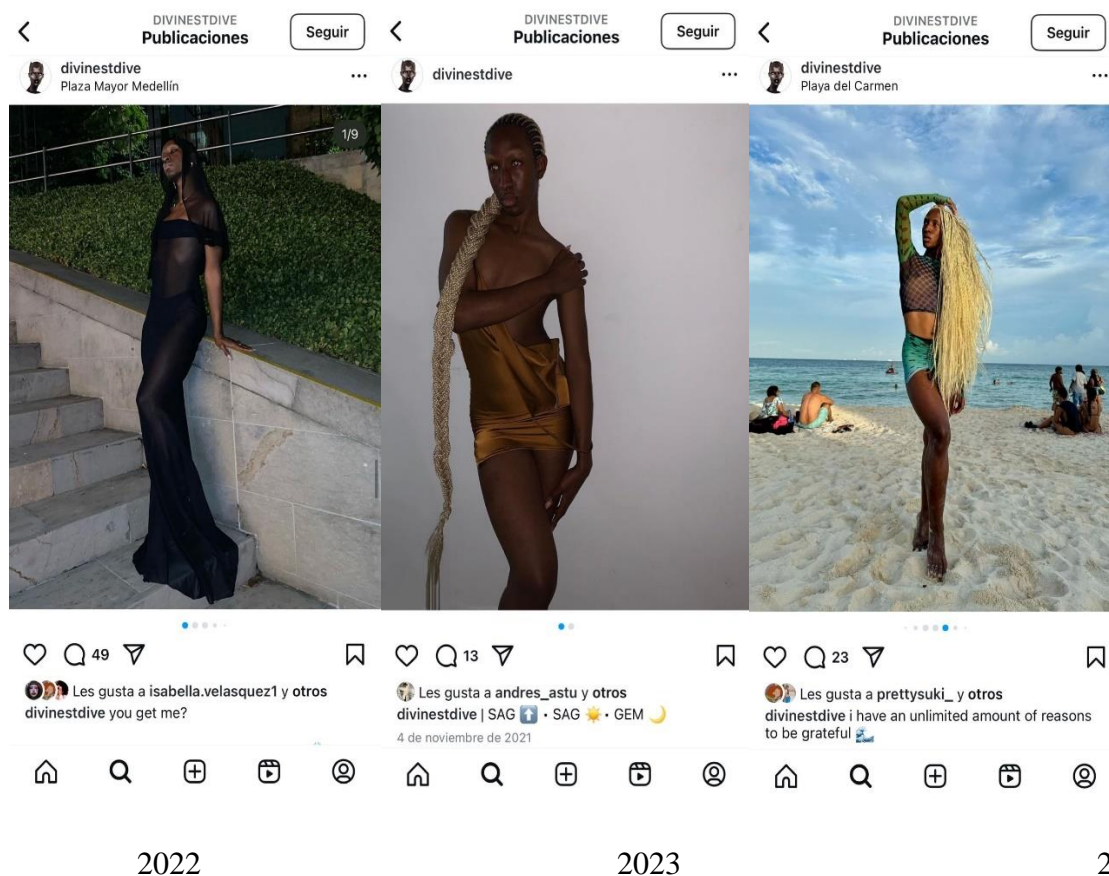
Año 2022: Lorena se posicionaba como una potencial modelo local, empezando a trabajar con productoras y empresas en la ciudad de Medellín. Su talento y estilo particular no demoró en destacar, y es donde aquí decide empezar a compartir con sus seguidores su vida a través de la autenticidad, que tanto para ella como para toda su audiencia pueden encontrar en la moda.

Año 2023: Lorena logró destacar en las redes por su estilo único y el mensaje que siempre ha compartido, el crear un espacio de expresión y libertad personal para sus seguidores como filosofía de vida. Lorena impactó las redes sociales e hizo que muchas personas identificadas con ella pudieran tener un referente sobre lo que la moda significa, redefinir el estilo personal y la identidad.

Año 2024: Hasta ahora, Lorena ha logrado llevar y compartir su mensaje en toda su audiencia, y

esto se refleja en el crecimiento constante de seguidores y personas que, como ella, no se conforman con la norma y buscan nuevas formas de expresión, libertad y creatividad a través de la moda.

C. @divinestdive



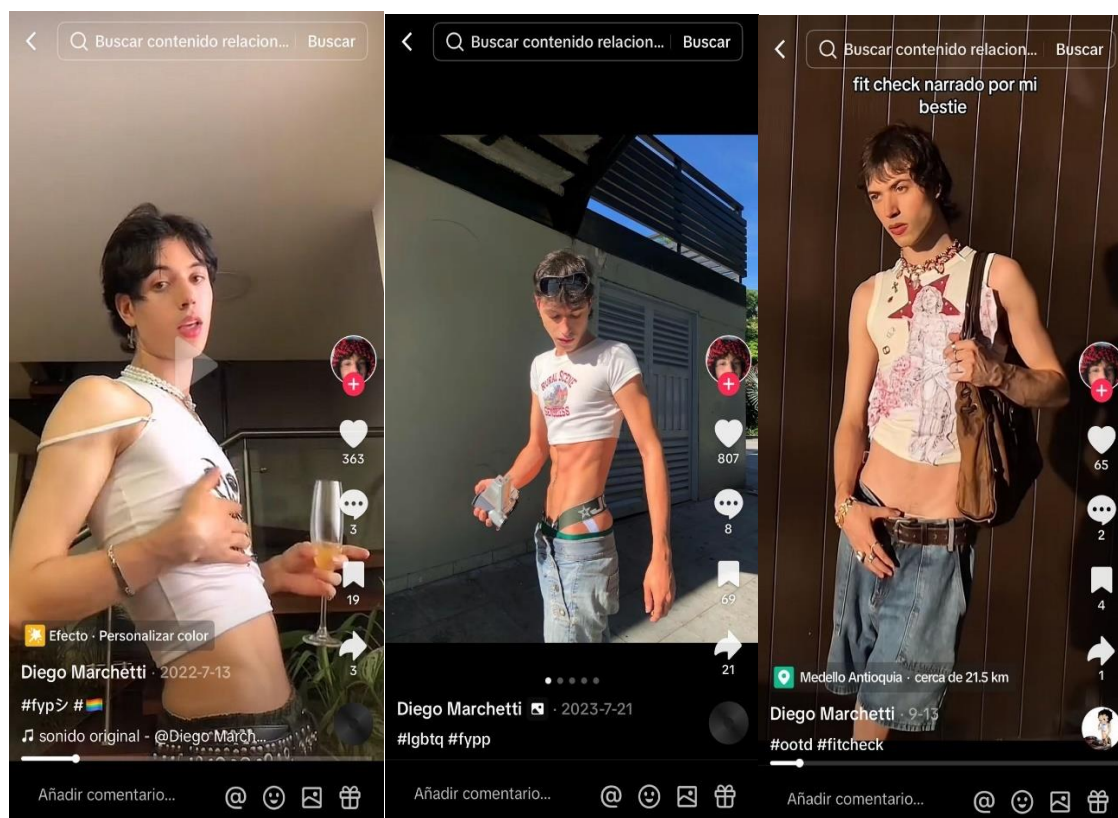
Año 2022: Azura hacía un par de años había surgido como una creadora de contenido referente en Instagram, su particularidad y estilo único habían captado la atención de los que hoy en día son su audiencia. Desde el primer momento, la ciudad de Medellín tenía la atención y grandes campañas para ella. Su mensaje de autenticidad y respeto por el ser, empezaban a encaminarla por el mundo de las redes.

Año 2023: Azura protagonizaba algunas campañas locales como modelo, su nombre era reconocido y su actitud espontánea y auténtica eran quienes estaban detrás de esto. Azura empezó a compartir un poco más de vida como modelo no binarie y a acudir y pertenecer a asociaciones

que trabajan con el tema de identidad diversa.

Año 2024: Azura está expandiendo sus redes de manera nacional e internacional a través de campañas y asociaciones que velan por los derechos de las comunidades diversas y las mujeres, convirtiendo sus plataformas no sólo como un medio de su propia expresión artística a través de la moda y el vestuario, sino como una voz que comparta la importancia del cuidado de los derechos de las personas diversas.

D. @diegomarchetti16



2022

2023

2024

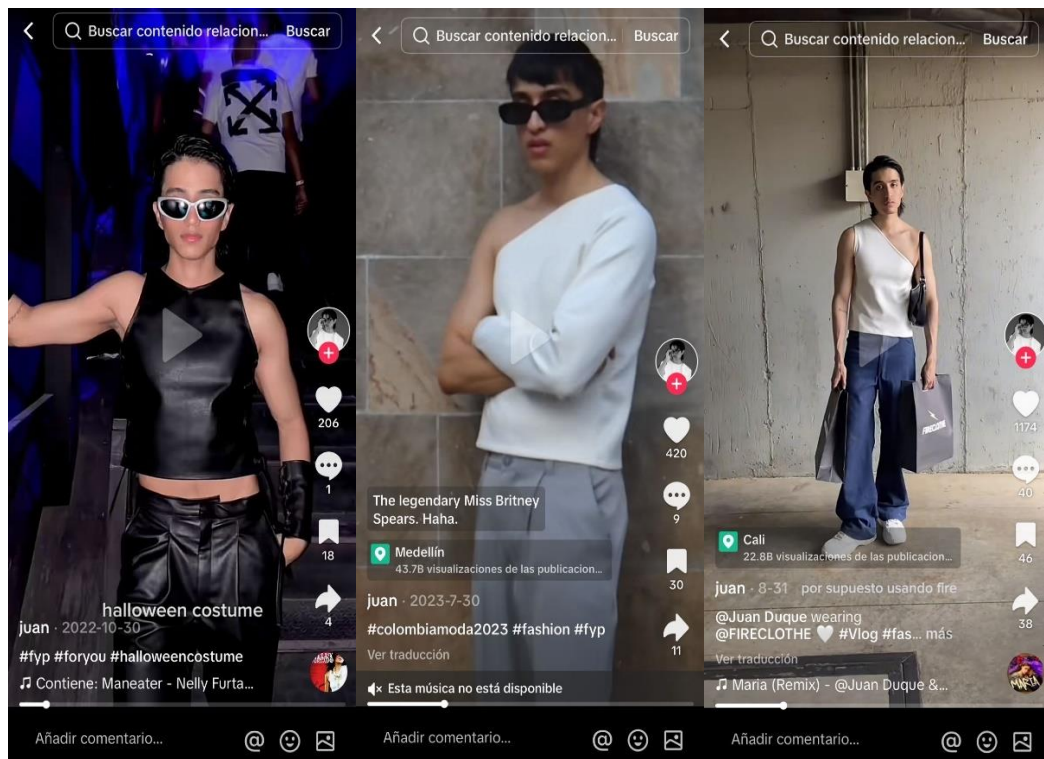
Año 2022: Durante la pandemia del Covid19, Diego se había convertido en un persona muy conocido en las redes sociales, mientras los jóvenes Generación Z permanecían en sus casas,

Diego se dedicaba a crear contenido de moda genderless, por lo que su audiencia creció gracias a su creatividad y estilo particular. En este año, Diego ya contaba con una comunidad fiel y sólida.

Año 2023: Diego empezó a trabajar con marcas locales y nacionales, ahora no sólo creaba contenido en su casa y sus alrededores, sino que había expandido su imagen gracias a su autenticidad y su contenido inspirador.

Año 2024: La moda genderless es lo que hasta ahora sigue moviendo a Diego, su comunidad se mantiene vigente y todavía se dedica a crear su contenido cotidiano y genuino, al mismo tiempo que trabaja para marcas que en su mayoría celebran la diversidad y autenticidad, continuando con su filosofía que es inspirar a sus seguidores a ser ellos mismos a través de la moda y poder expresarse libremente.

E. @juancamiloac11



2022

2023

2024

Año 2022: Siendo uno de sus primeros años en el mundo de las redes sociales, Juan Camilo empezó a tomar cierto reconocimiento por la comunidad genderless de Tik Tok, donde fue impulsando y dando a conocer su marca y su trabajo como director creativo y stylist.

Año 2023: La admiración y apoyo por su trabajo por parte de sus seguidores fue creciendo, llegando a participar en algunos eventos de moda nacionales y a tener un impacto significativo en su comunidad.

Año 2024: Juan Camilo se dedica completamente en el crecimiento de su marca Fireclothe.co, su audiencia ha permanecido a través de los años y gracias a esto, su trabajo cada día ha tomado más fuerza y renombre, llegando a trabajar y colaborar con otros artistas del mundo de las redes sociales y el entretenimiento.

Actividad 6: Revisión de publicaciones de tendencias.

Se analizó algunas de las publicaciones de estos creadores de contenido elegidos donde se mostraron algunas de las tendencias genderless actuales, y posteriormente se agruparon en un moodboard. También se profundizó un poco y se ilustró con algunas imágenes de referencia sobre estas tendencias.



Ilustración 1 Construcción propia a partir de las imágenes tomadas de las redes sociales de estos influencers.

Tendencias de moda genderless

A. Drapeados



Ilustración 2 Foto tomada de Pinterest: <https://co.pinterest.com/pin/1067705024154233216/>

El drapeado es una tendencia de moda que se puede encontrar en diferentes prendas de vestir como lo son las blusas y vestidos principalmente. Esta tendencia se basa en el recogido específico de la prenda creando una forma de ondas sobre el cuerpo. El drapeado puede generar la sensación de movimiento en la ropa, volviendo así su existencia como una prenda básica y versátil en todas las ocasiones de uso, desde la más casual hasta la más formal (Colección, 2024).

Esta tendencia se integra perfectamente al mensaje que la moda genderless ha intentado comunicar, su versatilidad y comodidad es apta para cualquier género y para cualquier tipo de ocasión, permitiendo la exploración de la identidad de cada persona, mostrando un enfoque más inclusivo y auténtico en la moda genderless, especialmente en los jóvenes de la Generación Z. A medida que las marcas y los creadores de contenido de moda adoptan y promueven esta tendencia, se contribuye a un entorno donde la diversidad y la inclusividad son celebradas.

B. Y2k



Ilustración 3 Foto tomada de Pinterest: <https://co.pinterest.com/pin/1067705024154233219/>

El término Y2K traduce literalmente “años 2000”, lo que significa que esta tendencia revive la estética y el estilo de estos años, inspirándose en la música, el cine y las figuras representativas de

esta época. El estilo Y2K mezcla e integra lo moderno con lo retro, mostrando el brillo, prendas extrapequeñas, cinturas bajas, mini bolsos, botas anchas y colores vibrantes. Esta época se caracteriza por el uso de pañuelos, zapatos de plataforma y logotipos de marcas estampados (Colección, 2024).

La tendencia Y2K y la moda genderless promueven la autoexpresión y la fluidez de género, ofreciendo un espacio donde las personas pueden explorar su identidad a través de la moda sin las limitaciones de las etiquetas tradicionales. Al hacer uso de elementos de la tendencia Y2K, la Generación Z no solo está rescatando una época pasada, sino también redefiniendo lo que significa ser auténtico en el presente.

C. Cut outs



Ilustración 4 Foto tomada de Pinterest: <https://co.pinterest.com/pin/70791025385001191/>

Los cut outs son una tendencia que se basan en cortes de las prendas para así dejar descubierta la piel en zonas específicas del cuerpo. Los cortes varían en tamaño y formas dependiendo de la intención de la prenda, dándole un toque original al look. Esta tendencia permite a sus usuarios mostrar algunas partes de su piel de manera creativa y elegante, integrándose en ocasiones tanto casuales como un poco más formales y elegantes (2023, 2023).

La tendencia de los cut outs juega con las proporciones del cuerpo y la exposición de la piel, derribando la barrera entre lo que tradicionalmente se consideraba masculino o femenino. En la moda genderless, la fluidez de género busca específicamente romper con esas distinciones. Al incorporar los cut outs en prendas genderless, se desafía la idea de qué partes del cuerpo deben ser mostradas o cubiertas según el género, permitiendo a las personas expresar su identidad de manera más libre.

D. Transparencias



Ilustración 5 Foto tomada de Pinterest: <https://co.pinterest.com/pin/38280665575770068/>

Esta tendencia permite a las personas que la usan explorar diferentes y creativas maneras de mostrar su piel, buscando un estilo auténtico, moderno y algo vanguardista. La versatilidad de las transparencias hace que su uso sea completamente adaptable a cualquier tipo de ocasión o situación, ya que sugiere una exploración de formas y siluetas en el cuerpo de manera elegante (nada, s.f).

Las transparencias permiten una expresión más libre del cuerpo, sin estar atadas a las normas de género. Todas las personas sin importar su género pueden incorporar transparencias en sus looks, creando muchos estilos únicos que eliminan las barreras de lo binario en el género, fusionando el mensaje fluido de la moda genderless y la esencia libre y versátil de la tendencia de las transparencias.

E. Oversize



Ilustración 6 Foto tomada de Pinterest: <https://co.pinterest.com/pin/567242515582104488/>

La tendencia oversize consiste en usar prendas muy grandes u holgadas, generando siluetas que no van ajustadas al cuerpo. Esta tendencia tiende a exagerar determinadas partes de la prenda de quien la porta, ya que su esencia de libertad y comodidad opta por volúmenes grandes, amplios y sueltos. Lo oversize ha pasado de ser una tendencia casual a ser una gran parte del estilo formal, convirtiéndose en una tendencia versátil y útil en cualquier espacio y en cualquier ocasión de uso, brindando un estilo fresco y sofisticado a la vez (PM, 2023).

La tendencia oversize, al no estar diseñada para ajustarse a las formas específicas y tradicionales

del cuerpo, propone una silueta que no está pensada a las expectativas de lo que es femenino o masculino. Esto genera una sensación de libertad y comodidad, valores que son también fundamentales en la moda genderless.

Actividad 7: Reflexiones en torno al Coolhunting y las cuestiones identitarias y de género.

El ejercicio de observación no participativa sucedió el día 8 de octubre del 2024 en el centro comercial Viva Envigado. Se realizó una caminata por los principales corredores del centro comercial durante las horas de la noche para observar y evidenciar la moda genderless en los jóvenes Generación Z. Se presenta a continuación los resultados del ejercicio en función de la relación con las tendencias anteriormente mencionadas, generando, además, una reflexión a partir de los conceptos enunciados en el marco teórico de este trabajo de grado que permite establecer la reflexión en torno a las percepciones de género y la identidad en la cultura popular.



Ilustración 7 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Y2K y Oversize

Esta persona está usando como prenda superior un buso cropped blanco ajustado y una mochila negra con taches plateados a la altura de la cadera. Como prenda inferior está usando un jean oversize o baggy azul oscuro acompañado de un cinturón negro con hojales plateados.

Para una mujer, vestir con prendas que no acentúen su figura o denoten su “feminidad”, ha sido un acto de revolución que traspasa las barreras de género. La ropa ancha y manejar un estilo descomplicado no ha sido propio del género femenino, ya que se espera que las mujeres se vean lo suficientemente femeninas y sexys para cumplir sus objetivos y desarrollarse como personas.

Aun así, la moda genderless ha permitido que las mujeres y todas las personas sean auténticas sin importarles lo que se espera de ellas por el género que se les ha asignado. Este ejemplo, tal como

lo señala Halberstam (2011), en *El arte del fracaso Queer* (en donde señala que el fracaso puede ser una forma de resistencia a las expectativas normativas de género) está relacionado con la posibilidad de permitirse romper con las convenciones y y expresar una identidad que no se ajusta a las normas tradicionales de éxito en términos de género. Este autor reflexiona sobre cómo el fracaso, que se entiende como el no seguir con los estándares de éxito convencionales, puede convertirse en una manera de romper o contrarias las normas tradicionales relacionadas a la heteronormatividad. En ese sentido, el fracaso, o la “no alineación” a los patrones o estándares “convencionales”, que para este caso incluyen las formas de vestirse, se vuelven un acto de resistencia, si bien, apalancadas por unas “tendencias” de la industria de la moda, permiten una especie de “liberación” de roles de género que regularmente son impuestos. El uso de prendas genderless, no sigue las expectativas “convencionales” de género, lo que sería una especie de fracaso en lo que respecta a las normas, optando por prendas que o encajan con lo convencional o lo estrictamente binario. Se podría decir también que es una manera de resistencia.



Ilustración 8 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Oversize

Esta persona está usando un overol holgado de denim azul claro, lleva una camiseta oversize blanca, unas botas Timberland cafés y una mochila grande de la marca Supreme con un estampado a cuadros en tonos cremas y negro.

La moda genderless ha posibilitado que las personas puedan expresarse a través del vestuario, posibilitando la idea de que todos pueden ser quienes realmente son en cualquier lugar y en cualquier momento sin importar lo que llevan puesto y lo que se cree que debería ser. Se ha creído que las mujeres por el simple hecho de ser mujeres no deben explorar mundos que no tengan relación con la “feminidad” y todas las creencias que dictan una conformidad con las expectativas de género. Continuando con el mismo autor, mencionado en el ejemplo anterior, esta sería una forma más de resistir a las expectativas de las normativas de género y sexualidad a

través del fracaso. El autor rechaza la creencia de que el éxito se debe medir por los estándares que predominan en la sociedad, y explora cómo el fracaso puede abrir nuevas formas de expresión y existencia que desafían las convenciones tradicionales de género (Halberstam, *The Queer Art of Failure*, 2011). En el ejercicio de usar prendas oversize, se opta por vestirse de una manera que no encaja con esas normas binarias, particularmente cuando se piensa en el género femenino usando este tipo de prendas, entonces en el ejercicio de verse y comportarse según su género, aparece el fracaso, que, para este caso, se convertiría en una declaración de libertad, permitiendo explorar nuevas formas para existir y habitar desde la moda, en el mundo.



Ilustración 9 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Y2K y Oversize

Esta persona está usando una camiseta beisbolera blanca con rayas verticales negras oversize, un croptop azul oscuro y un pantalón negro oversize o baggy.

La piel ha sido designada como símbolo de sensualidad y estilo “femenino”, encasillando y señalando a las personas que buscan romper son estos estereotipos de género e identidad y que buscan desarrollar su personalidad y estilo genuinamente. La moda genderless, la piel y el desenvolvimiento fluido a través del vestuario son las herramientas que incrementan la importancia de la expresión creativa como fuente de autenticidad. Este ejemplo da cuenta de lo que María Valeria Tuozzo y Natalia López (2021), en *El entramado psicológico y social de la moda y el género* han llamado la era de la hipermoda, donde las barreras de género están siendo redefinidas gracias a la influencia de los medios digitales, permitiendo que las personas exploren su autenticidad y expresión sin limitaciones. La era de la hipermoda, en donde las redes sociales y los medios digitales ejercen un papel más influenciador y rápido en la difusión de las tendencias, posibilitando que las convenciones sociales sobre género se flexibilicen y que a través de la moda se establezcan espacios donde sea posible la expresión libre de la personalidad sin limitarse a las normas convencionales. Se podría decir que gracias a la hipermoda hay menos temor a la censura y que estos dos tipos de tendencias evidenciados en la fotografía enunciada muestran como se traslada lo que se ve en redes sociales a la vida cotidiana de la generación Z, permitiendo un ejercicio de comunicación en doble vía: lo que se ve en redes, es lo mismo que se ve en la cotidianidad, en la calle, y esto también permite una democratización de la moda: los usuarios de redes, los influencers son los mismos creadores de tendencias.



Ilustración 10 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Y2K y Oversize

Esta persona está usando en la parte superior una camiseta blanca cropped y una camisa leñadora a cuadros verdes, marrones y blancos oversize. En la parte inferior está usando un short holgado a mitad de la espinilla y unos tenis negros clásicos de la marca Vans, acompañada también de un pequeño collar en color plata. Aquí, podemos pensar en lo que señala Halberstam (2005), en *En un tiempo y lugar Queer*: una posibilidad de relacionarse o transitar por la vida de manera alternativa, sin seguir el patrón lineal de la vida “convencional”, en este caso, a través de la moda, que permite generar espacios alternativos para establecer nuevas formas de relacionarse con el género y al mismo tiempo, romper con los tradicionalismos de la binariedad o las estructuras sociales establecidas. Se permite entonces la posibilidad de pensar que puedan existir otras maneras de estar por fuera de las expectativas heteronormativas convencionales. Mezclar prendas

tradicionalmente "femeninas" y "masculinas" sin adherirse a los estereotipos de género es una de las posibilidades que brinda la moda genderless. Las expectativas convencionales sobre género han designado para cada persona una serie de especificaciones de acuerdo a lo que se espera que sean o deben ser, interfiriendo con el libre desarrollo de la identidad y la expresión auténtica y creativa.



Ilustración 11 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Oversize

La persona del lado izquierdo de la foto está usando como prenda superior una chaqueta de cuerina negra oversize, como prenda inferior un jean cargo azul oscuro oversize y unos tenis blancos. La persona del lado derecho de la foto está usando como prenda superior una camisilla blanca oversize acompañada de una mochila en cuerina negra, como prenda inferior un jean cargo azul oscuro oversize y unos tenis blancos y negros.

La fluidez de género es una realidad tan normalizada que no requiere explicación, por eso la moda genderless en la Generación Z acoge a todas las mujeres y todas las personas de cualquier género a expresarse libremente a través de las prendas. Tal como lo manifiesta el autor Nihan Akdemir en el artículo *Deconstrucción de estereotipos de género a través de la moda*, es claro que la sociedad impone ciertos roles y expectativas basadas en el sexo biológico de las personas, lo que lleva a la integración de las normas de género convencionales. En contraposición a esto, dice también que la moda genderless permite a los individuos expresar su identidad de género de manera que puedan no adaptarse y acoplarse (intencionalmente) a todas estas expectativas sociales, brindándoles libertad y autenticidad. (Akdemir, 2021). Es entonces aquí que se destaca el papel de la moda genderless, que actúa como una especie de plataforma (socialmente “permitida”) para la libre expresión, que permite además, normalizar la diversidad de género, y en la que muchas marcas de moda están produciendo colecciones que no se hacen parte de las barreras de género tradicionales, posibilitando visibilización, democratización y flexibilización de la moda, de las identidades y de las posibilidades de habitar el mundo. Akdemir menciona, además, que estas colecciones brindan una expresión real de la fluidez de género y normalizan las diversas identidades, ayudando a las personas a ganar confianza en la expresión de ser quienes son más allá de las etiquetas sociales (Akdemir, 2021).



Ilustración 12 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Y2K y Oversize

Esta persona está usando como prendas superiores una camiseta ajustada y una chaqueta de cuero negra oversize, como prendas inferiores está usando un jean ajustado negro y unas botas negras efecto piel de plataforma. Como accesorios porta un reloj y lleva sus uñas extra largas en un color nude.

El enfoque principal de la moda genderless se basa en no limitar ni encasillar a las personas por lo que llevan puesto, sin pensar ni creer en las normas tradicionales que hablan sobre el género y lo que le corresponde a cada uno de estos. Esto refuerza la idea de que la moda puede ser cualquier cosa que uno quiera sin la presión de definirse bajo una categoría fija, permitiendo que

los hombres, mujeres y personas de todos los géneros hagan uso y se expresen a través de las uñas largas y coloridas, hasta textiles y materiales poco convencionales como la cuerina y las transparencias. Estas ideas se soportan en el artículo *Analizando las tendencias de moda sin género de los consumidores*, en donde las autoras Hyojung Kim y Minjung Park mencionan e investigan las percepciones de la moda genderless en sus usuarios. Las autoras dicen que la moda genderless representa un cambio significativo en la cultura actual, ya que esta permite que los individuos puedan expresarse sin las barreras de los roles de género tradicionales y conservadores (Kim & Park, 2022). A lo largo del análisis que las autoras hacen, se observan varios elementos que pueden influir en la aceptación e implementación de esta moda genderless, incluyendo el uso de las redes sociales, la influencia de algunas celebridades y el deseo de autenticidad entre los consumidores más jóvenes. Este factor, sumando a las redes sociales y al poder de los influencers, han permitido que la moda genderless tenga un carácter mayor de aceptación y se

considere aspiracional, mostrando que las barreras de género puedan ser derrumbadas, valorando la autenticidad y la libertad de expresión, puntualmente en la generación Z.



Ilustración 13 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Y2K

Esta persona está usando como prenda superior una camisa manga larga en tonos verdes con un miniprint estampado, como prendas inferiores está usando un pantalón de vestir negro ajustado y unos botines negros en efecto piel. Como complementos lleva un pequeño collar dorado y un bolso negro pequeño de mano.

La moda genderless se ha convertido en un vehículo para comunicar un mensaje bastante amplio y contundente: la validación de la diversidad y la normalización de la fluidez de género son la clave para una expresión y libertad auténtica. Dicho esto, la moda genderless se ha encargado de

optar por una existencia fuera de las barreras y las tradiciones de género impuestas, permitiendo que todas las personas puedan hacer uso de todo tipo de grafías, siluetas, cortes y colores sin siquiera pensar en el género al que por expectativas sociales le fue asignado. Este asunto se soporta, por ejemplo, en la obra *Educación y Sociedad, Pensamiento e Innovación para la Transformación Social*, de la autora Susana Bena Villaseñor quien plantea una crítica profunda sobre cómo la cultura y los estereotipos de género influyen en la educación y en la vida social de las todas personas. La autora menciona que a pesar de los avances tecnológicos y de la moda en el siglo XXI, todavía existen controversias respecto al vestuario según el género, lo que muestra una resistencia cultural a cambiar las percepciones y actitudes tradicionales de la sociedad. Villaseñor dice que la sociedad juega un papel fundamental en la formación de la identidad social de las personas, llevando a la identificación con estos estereotipos de género. Esto, a su vez, puede influir en la discriminación y exclusión de aquellos que no se acoplan a dichas normas establecidas. La autora resalta que la educación tiene el poder de transformar estas actitudes y fomentar una igualdad de género real, pero para ello es necesario deconstruir los estereotipos que han sido normalizados a lo largo del tiempo (Villaseñor, 2022). Esta postura se relaciona de manera directa con aspectos de la moda genderless pues esta termina siendo un desafío a las barreras y expectativas que se imponen sobre el cuerpo y sobre el vestir. Igual que en la educación, la moda debe deconstruir estereotipos de género con el fin de alcanzar una igualdad y poder pensar en un cambio social.

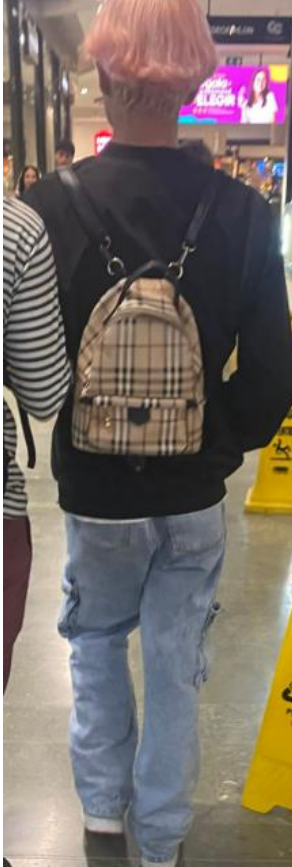


Ilustración 14 fotografía de autoría propia. Tomada en C.C Viva Envigado.

Ejemplo de Y2K y Oversize

Esta persona está usando como prendas superiores un buso negro holgado y una mochila pequeña con un estampado de cuadros cafés en su espalda. Como prendas inferiores está usando un jean cargo azul claro holgado y unos tenis blancos de plataforma. Como complemento lleva un color de cabello en un tono rosa vibrante.

Claramente, las estructuras sociales y culturales siguen imponiendo barreras sobre el vestuario, a pesar del continuo reconocimiento de la diversidad en la identidad de género. La presión social afecta el cómo se ven las personas y también el cómo son percibidas. Esta presión, que a la larga

se convierte en una especie de roca o de estructura social es lo que la moda genderless permite romper, al desafiar lo convencional o lo que sería “apropiado” o “inapropiado” de vestir para cada género. Son estos, aspectos tratados en su trabajo de grado: *Los estigmas de la moda*, los autores Lorena Villarino Quintana y Alejandro Rino Mendo quienes dicen que, a pesar del aumento de la diversidad en las identidades de género, las estructuras sociales y culturales imponen barreras sobre el vestuario y la indumentaria, lo que afecta la manera en que las personas se comportan y son percibidas en la sociedad. En su obra, los autores mencionan que el vestuario es relacionado al contexto social de cada persona, y aquellos que se no están dentro de las normas establecidas corren el riesgo de ser marginados (Quintana & Rino Mendo, 2016). Quintana y Mendo dicen que las presiones sociales influyen en la elección de vestimenta. En ambientes más tradicionales y reservados, las restricciones sobre el cuerpo, especialmente el de las mujeres, son más notables. Esto se refleja en la forma en que las celebridades femeninas son criticadas por sus elecciones de vestuario, mientras que los hombres, a menudo vestidos de manera similar en trajes, pasan desapercibidos (Quintana & Rino Mendo, 2016).

Entonces, la moda genderless es un sistema de autoexpresión que permite a las personas explorar su identidad de manera auténtica a través del vestuario. La moda genderless invita a comunicar lo que cada persona desea mostrar al mundo mediante su estilo. El cabello, los accesorios, la ropa y todos los complementos que hacen parte de la moda son de gran importancia para esta exploración personal. La moda genderless posibilita a todas las personas a utilizar estas herramientas sin preocuparse por cumplir con las normas tradicionales de género, promoviendo una interacción transparente con los colores, las formas, las texturas y los elementos visuales. De esta manera, permite que todas las personas disfruten de su estilo personal de manera autónoma y real, sin limitaciones basadas en estereotipos de género, fomentando una expresión más diversa

en todas las personas.

Capítulo 7. Conclusiones

Moda genderless y la Generación Z en Medellín: En Medellín, los jóvenes de la Generación Z están adoptando esta moda como una expresión de identidad, desafiando las normas culturales y celebrando la diversidad, impulsando así la autenticidad y la exploración de cada persona. La moda genderless propone que la ropa no debe estar delimitada por el género sino por el contrario, que todas las personas puedan disfrutar de cada prenda sin tener en cuenta para qué género fue diseñada principalmente.

Impacto cultural: Estas cuentas no solo redefinen la moda, sino que también influyen en la cultura popular al crear un espacio más inclusivo, en el que las etiquetas de género pasan a segundo plano. En Medellín, se observa una creciente aceptación y adaptación a esta tendencia que ofrece a todas las personas una expresión más creativa y diversa a través del vestuario.

Comunidad activa: Gracias a la constante interacción con seguidores y otros creadores de contenido, se ha formado una comunidad comprometida con la moda genderless que le apuesta a la exploración creativa de cada individuo a través del vestuario. Esta comunidad resalta cómo la moda puede ser una herramienta poderosa para la autoexpresión y la resistencia, incrementando la autenticidad y la libre expresión de cada persona.

Fuentes de tensión en redes y medios: Las tensiones entre moda genderless, género y estilo se reflejan en redes sociales, los medios y la crítica social. Las personas y marcas que adoptan un enfoque genderless deben encontrar un equilibrio entre autenticidad y relevancia, mientras

responden a las demandas de su audiencia de mayor inclusividad y visibilidad. En este contexto, la conversación en torno al género y estilo resulta clave para comprender cómo evoluciona la moda en una sociedad que valora cada vez más la diversidad.

Innovación en la moda: Los perfiles analizados destacan por su capacidad de innovación, no solo en cómo usan la moda, sino en cómo la comunican, rompiendo continuamente con las normas tradicionales de la sociedad que dictan qué se espera que sea para hombres y para mujeres por separado. Este enfoque abre paso a una rama donde lo masculino y lo femenino se mezclan y coexisten de manera natural en un mismo lugar, permitiendo que cada persona pueda expresar y mostrar su esencia de manera genuina y natural.

Cambio social y cultural: La moda genderless no es solo una moda pasajera, sino un movimiento que está creando un cambio cultural profundo en la percepción de la identidad de género, especialmente entre los jóvenes de la Generación Z que están más relacionados con el impacto de las redes sociales y el surgimiento de nuevas formas y expresiones. Este cambio promueve la eliminación de las barreras de género, la individualidad y la diversidad en la forma en la que las personas se visten, especialmente en entornos cotidianos

Recepción positiva de los perfiles: En general, los perfiles han sido bien recibidos por la comunidad de la Generación Z, los cuales muestran un gran apoyo hacia estos creadores y el contenido que comparten, llegando a identificarse y sentirse comprendidos e inspirados por el mensaje de seguridad que estos creadores esparcen. La autenticidad y el compromiso con la moda genderless fortalecen el vínculo entre los creadores y su audiencia, mientras se fomenta una mayor aceptación e inclusión en gran parte de la sociedad contemporánea.

Visibilidad y representación: Las cuentas enfocadas en la moda genderless en Medellín han desempeñado un papel fundamental en la visibilidad de la diversidad de género, haciendo que las personas puedan explorar su verdadera identidad sin ningún tipo de restricción y que puedan disfrutar de ello genuinamente. A través de redes sociales como Instagram y TikTok, los jóvenes de la Generación Z encuentran un espacio donde pueden expresarse sin las restricciones impuestas por roles de género tradicionales que limitan su identidad.

Bibliografía

- 2023, T. d. (s.f de s.f de 2023). Obtenido de FLASHY BLOG:
<https://www.flashy.com.co/blogs/moda/tendencia-de-cut-outs-en-la-moda-para-el-2023#:~:text=Los%20cut%20outs%20son%20una,toque%20original%20a%20la%20prenda.>
- Águila, M. J. (2020). La indumentaria genderless como una forma de comunicación de equidad de género entre los alumnos de la carrera de Diseño y Gestión en Moda de la UPC en Lima en la actualidad. *Tesis de grado*, 4-28. Lima, Perú: UPC.
- Akdemir, N. (2021). Deconstrucción de estereotipos de género a través de la moda. *European Journal of Social Science*, 1-6.
- Ash, J. (2017). *Fashion and Gender*. Editorial Académica: París.
- Baixauli, C. S. (2017). Las consecuencias de la tendencia en moda ungendered en el cambio de estereotipos y la difuminación entre las líneas divisorias entre géneros. *Tesis de grado*, 7-15. Castelló, España: Universitat Jaume I.
- Beauvoir, S. d. (1949). *El segundo sexo*. París: Les Éditions Gallimard.
- Braña, P. T. (2023). *Metamorfosis: La evolución de la moda contemporánea*. 4-79.
- Butler, J. (1990). *El género en disputa*. Nueva York: Routledge.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Nueva York: Routledge.
- Butler, J. (1990). *Problema de género: feminismo y subversión de la identidad*. Nueva York: Routledge.
- Canclini, N. G. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Colección, I. t. (s.f de s.f de 2024). Obtenido de AUDACES:
<https://audaces.com/es/blog/tendencias-primavera-verano>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. California: SAGE Publications, Inc.
- David, A. M. (2015). *Gender Bending Fashion*. Berlín: Ediciones Vanguardia.
- Halberstam, J. (2005). *In a Queer Time and Place: Transgender Bodies, Subcultural Lives*. Nueva York: NYU Press.
- Halberstam, J. (2011). *The Queer Art of Failure*. Durham: Duke University Press.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press.
- Karaminas, V., & Geczy, A. (2019). *Queer Style*. Londres: Avant-Garde.
- Karaminas, V., & Geczy, A. (2019). *Queer Style*. Londres: Avant-Garde.
- Kim, H., & Park, M. (2022). Analizando las tendencias de moda sin género de los consumidores. *Fashion and Textiles*, 2-5.
- Larraín, J. (2001). *Modernidad e Identidad en América Latina*. México: Siglo XXI.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: SAGE Publications, Inc.
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- McCrindle, M. (2021). *Generation Alpha: Understanding Our Children and Helping Them Thrive*. Sídney: Hachette Australia.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- nada, T. c. (s.f de s.f de s.f). Obtenido de LVR Magazine: <https://www.luisaviaroma.com/es-mx/lvr-magazine/trends/tendencia-transparencias>
- Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Methodologies*. California: SAGE Publications, Inc.
- PM, A. (20 de Julio de 2023). *Estilo Oversize: Qué es y Cómo Llevarlo Correctamente 2024*. Obtenido de CLOTSY BRAND: <https://www.clotsybrand.com/blogs/blog/estilo-oversize-que-es-y-como-llevarlo-correctamente#:~:text=En%20la%20moda%2C%20la%20tendencia,algunas%20partes%20de%20la%20prenda>.
- Quintana, L. V., & Rino Mendo, A. (20 de Julio de 2016). Los estigmas de la moda. *Los estigmas de la moda*. Segovia, España, España: Universidad de Valladolid.
- Rubin, G. (1975). *El tráfico de mujeres: notas sobre la 'economía política' del sexo*. San Francisco, California: Woman's Salon.
- Sedgwick, E. K. (1990). *Epistemology of the Closet*. Berkeley, California: University of California Press.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2018). *Generation Z: A Century in the Making*. Londres: Routledge.
- Smith, J. (2022). *Beyond Fashion*. Los Ángeles: Editorial Moderna.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. Nueva York: HarperBusiness.
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. Londres: Routledge.

- Tran, E. (2023). *Genderless: Fashion for a New Paradigm*. New York: Editores de Vanguardia.
- Tuozzo, M. V., & López, N. (2021). El entramado psicológico y social de la moda y el género, una perspectiva transdisciplinar. *Hipermoda. Parte II*, 1-11.
- Varallo, F. T. (2020). *Fashion for Everyone: The Rise of Genderless Design*. Londres: Thames & Hudson.
- Villaseñor, S. B. (2022). *Educación y Sociedad: Pensamiento e Innovación para la Transformación Social*. España: DYKINSON, S.L.
- Warner, M. (1999). *The Trouble with Normal: Sex, Politics, and the Ethics of Queer Life*. Nueva York: The Free Press (una división de Simon & Schuster).
- Woodward, K. (2000). *Questioning Identity: Gender, Class, Nation*. Londres: Routledge.