

LA SOCIOLOGÍA EN LA MODA

La moda es un fenómeno cultural y social que va más allá de la simple elección de ropa. Influye y es influida por factores sociológicos como la clase social, la identidad, la economía y los movimientos culturales. En este artículo exploraremos un poco la intersección entre la sociología y la moda, destacando cómo las prendas de vestir y las tendencias reflejan y afectan la estructura y las dinámicas sociales.

La Moda como Reflejo de la Sociedad

Clase Social y Moda

La moda ha sido históricamente un indicador de clase social. En muchas sociedades, las élites han utilizado la moda para distinguirse de las clases trabajadoras.

Europa del Siglo XVIII: La aristocracia lucía vestimentas elaboradas y costosas, mientras que la ropa de las clases populares era más sencilla y funcional.

Siglo XX: El siglo XX comenzó con la moda aún influenciada por la estética del siglo XIX, con prendas



que mantenían la rigidez y estructura del pasado. Sin embargo, el cambio estaba en el horizonte. Los diseñadores comenzaron a desafiar las normas establecidas, buscando nuevas formas de expresión y comodidad en la vestimenta. Este siglo fue testigo de transformaciones radicales en el mundo de la moda. La democratización de la misma, impulsada por la producción en masa, permitió a más personas acceder a estilos que antes eran exclusivos de las élites.

Identidad y Moda

La moda es una herramienta poderosa que contribuye a la construcción de la identidad personal y grupal

Género: Las normas de género influyen en las elecciones de vestimenta. Aunque estas normas están cambiando, todavía existe una segmentación marcada en la moda masculina y femenina.

Cultura y Etnicidad: Las prendas tradicionales y los estilos de vestimenta pueden reflejar la herencia cultural. En un mundo globalizado, la moda también se ha convertido en un medio para celebrar y reivindicar identidades étnicas. La cultura de moda es la intersección entre la moda y la vida cotidiana, la forma en que nuestras elecciones de vestimenta se ven influenciadas por nuestra identidad y nuestro entorno. Se trata de cómo nuestras vestimentas nos cuentan historias sobre quiénes somos, de dónde venimos y hacia dónde vamos.





Influencias Económicas en la Moda

La Industria de la Moda

La moda es una industria global que genera billones de dólares al año. Sus dinámicas económicas influyen en la sociedad de varias maneras.

Trabajo y Producción: La producción de ropa en países en desarrollo plantea cuestiones sobre condiciones laborales y explotación.

Consumo y Publicidad: Las campañas publicitarias y las celebridades juegan un papel crucial en la creación de tendencias y en el impulso del consumo.

Fast Fashion y Sostenibilidad

El fenómeno del "fast fashion" (Un modelo de negocios que se centra en la producción de prendas al por mayor, y lo más rápidamente posible, en respuesta a las tendencias del momento) ha democratizado el acceso a la moda pero también ha generado problemas ambientales y sociales.

Impacto Ambiental: La producción masiva de ropa de bajo costo contribuye a la contaminación y al desperdicio de recursos naturales.

Condiciones Laborales: Las fábricas de ropa, especialmente en países en desarrollo, a menudo operan en condiciones precarias llevando a la esclavitud, explotación laboral, pésimas condiciones de salud y de sanidad y salarios mínimos.

Estos trabajadores saben que no pueden escapar del trabajo o mejorar sus condiciones laborales si no se crea una unidad de trabajadores o un sindicato, situación que es irreal en esta industria ya que están totalmente prohibidas las uniones de trabajadores e incluso es peligroso ya que pueden ser sancionados.

Movimientos Culturales y Moda

Moda y Revolución Social

A lo largo de la historia, la moda ha sido un reflejo de los cambios sociales y políticos.

Años 60 y 70: La moda hippie y la contracultura desafiaron las normas sociales y políticas de la época.

Años 80 y 90: La moda punk y el grunge reflejaron actitudes de resistencia y rechazo a las convenciones establecidas.

Moda y Tecnologías Emergentes

La tecnología está transformando la moda en términos de diseño, producción y consumo.

Impresión 3D: Permite la creación de piezas únicas y personalizadas.

Comercio Electrónico: Ha cambiado la manera en que las personas compran y descubren nuevas tendencias. Este crecimiento sustancial está liderado por sectores como la ropa, los accesorios y el calzado, que en 2024 se espera que representen juntos el 32,8% de todas las ventas de comercio electrónico de moda.

En el sector de la moda y la confección, **Instagram es la plataforma con mayor influencia**; de hecho, las marcas de ropa activas en esta red social registran 13.71 interacciones por cada 1000 seguidores. Esta cifra supera con creces la de las siguientes mejores plataformas, que son LinkedIn, con 1.12 interacciones por 1000 seguidores, y Pinterest, con 0.49. El sencillo diseño de Instagram logra que las fotos llamen la atención. Esto permite a los minoristas ofrecer sus productos en sus funciones, diseño y apariencia principales.

La práctica promocional **más habitual en Instagram es la colaboración con influencers**. A veces estos pueden ser famosos. Sin embargo, las marcas de moda suelen realizar colaboraciones con influencers menos conocidos, pero que cuentan con muchos seguidores. El objetivo de esta estrategia es cerrar la brecha entre la marca y los posibles clientes y contar con un rostro reconocido que promocioe los artículos de la marca.

A modo de cierre...

La moda es un fenómeno complejo que refleja formas de ser y de estar en el mundo. Entender la moda desde una perspectiva sociológica nos permite apreciar su influencia en la continua construcción y deconstrucción de nuestra identidad, en la pertenencia a determinado segmento de clase social y en la potencia de los movimientos culturales, así como también analizar sus múltiples impactos económicos y ambientales. La moda no solo es una expresión de estilo personal, sino también un espejo de la sociedad en constante cambio.



Revista Otoño Mili Garcés

¿Te gustaría **leer** la **edición completa**?

checoslovaquia.aa@gmail.com

