

GRAO DE SOCIOLOGÍA  
TRABALLO DE FIN DE GRAO  
CURSO ACADÉMICO 2022/2023  
CONVOCATORIA: JUNIO

POR LA FACHA Y POR EL TRAJE, SE CONOCE AL PERSONAJE. UN ANÁLISIS DE LAS  
FUNCIONES DE LA MODA COMO EXPRESIÓN DE LA IDENTIDAD.

BY THE FACE AND THE COSTUME, YOU GET TO KNOW THE CHARACTER. AN ANALYSIS OF  
THE FUNCTIONS OF FASHION AS AN EXPRESSION OF IDENTITY.

POLA FACHA E O TRAXE COÑÉCESE AO PERSOAXE. UNHA ANÁLISE DAS FUNCIÓN DA  
MODA COMO EXPRESIÓN DA IDENTIDADE.

Eva Silva Hermo

#### Resumen

Este trabajo analiza el papel jugado por la moda en la conformación de las identidades. Para ello se realizará un análisis comparado de las funciones sociales de la moda en la actualidad con las resaltadas en La Movida y los años 90. Este estudio resulta de gran relevancia debido a que en la actualidad se desvaloriza esta función comunicativa y expresiva de la moda. El método utilizado para el análisis fue mixto: cualitativo y cuantitativo. Para ello se analizaron datos primarios y secundarios, entrevistas semiestructuradas y fuentes de imagen. A la hora de los resultados se observó que la moda si ha jugado un papel comunicativo tanto en el pasado como en el presente. Por tanto, se lograron demostrar la mayoría los objetivos de la investigación. Por todo esto se puede concluir que gracias a este trabajo se comprende parte de la importancia sociológica de la moda.

#### Palabras clave

Moda; Identidades; Movida madrileña; Papel social de la moda; Juventud

## **Agradecimientos**

El logro de este Trabajo de Fin de Grado ha sido posible gracias a la valiosa contribución de diversas personas en momentos y de formas únicas. Deseo, por tanto, dedicar unas líneas a cada una de ellas, como un sincero reconocimiento a su papel fundamental en este proceso.

A mis padres vuestro incondicional apoyo y respaldo en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida han sido fundamentales. En particular, su apoyo durante la realización de este proyecto académico ha sido invaluable. Chelo, a ti te dedico estas líneas, ya que fue gracias a tus inolvidables fiestas que surgió el tema que ha acompañado mi camino durante todo este último año académico. De este modo, esta investigación ha logrado convertirse en un hermoso y personal broche para mi Grado en Sociología.

Montse, mi tutora, agradezco sinceramente tu aceptación de acompañarme en este proceso y la libertad que me ha otorgado para desarrollar mi trabajo. Ha sido un honor seguir sus directrices y aprender de su sabiduría y experiencia

Renato, a quien le debo múltiples agradecimientos. En primer lugar, por facilitarme el contacto con tantos referentes de La Movida Madrileña y Viguera, a pesar de que algunos de ellos no pudieran participar. Y, en segundo lugar, por convertirte en un participante activo en este trabajo, al permitirme entrevistarte y enriquecer así mi investigación. A pepe y a Paco, gracias por brindarme la oportunidad de entrevistaros y compartir vuestras experiencias en las Movidas. Vuestros testimonios han sido de un valor incalculable para este trabajo. Agradecer también a todos los jóvenes que se tomaron el tiempo de completar mi cuestionario. Vuestra colaboración ha sido esencial para obtener datos significativos y enriquecer mi análisis.

Por último, pero no menos importante, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis amigas, especialmente a Noelia, y a mi pareja, Alex. Gracias por vuestro constante apoyo, por brindarme fuerzas y aliento para superar cada obstáculo que se presentó en el camino hacia la culminación de esta prueba académica.

A todas estas personas, mi profundo reconocimiento y gratitud. Su participación y respaldo han sido fundamentales para la realización de este Trabajo de Fin de Grado, y siempre serán recordados en este importante logro de mi vida.

## Índice del trabajo.

1. Introducción. ....	1
1.1. Intención de la autora y tipo de investigación a desarrollar.....	1
1.2. Presentación del problema y justificación de la investigación. ....	1
2. Objetivos e hipótesis. ....	2
3. Marco teórico. ....	5
1. La identidad.....	5
1.1. Qué es la identidad y sus formas de expresión. ....	5
1.2. La identidad en la juventud. ....	7
2. Sociología de la moda. ....	8
2.1. Concepto de moda.....	8
2.2. Las funciones de la moda. ....	9
2.3. Moda y comunicación. ....	10
2.4. Moda e identidad.....	10
3. Las subculturas. ....	11
3.1. Definiciones. ....	11
3.2. Diferencia entre la subcultura y las tribus urbanas. ....	12
3.3. Funciones de las tribus urbanas.....	13
3.4. Tribus urbanas e identidad, modo de expresión y diferenciación. ....	14
3.5. Tribus urbanas y la moda. ....	14
4. Las nuevas olas.....	15
4.1. Antecedentes para el caso español, el Londres de los años 70. ....	15
4.2. El caso madrileño, La Movida. ....	17
4.3. El caso gallego, La Movida Viguera.....	19
5. Justificación metodológica.....	20
5.1. Metodología cuantitativa: explotación de fuentes de datos secundarios y realización de una encuesta.....	21
5.2. Metodología cualitativa: análisis bibliográfico, análisis de entrevistas y análisis de imagen.....	23
6. Análisis de resultados.....	24
1. Identidad y juventud. ....	24

2.	Jóvenes y moda.....	26
2.1.	Importancia de la moda.....	26
2.2.	Funciones sociales de la moda.....	27
2.3.	Moda e identidad.....	28
3.	Tribus urbanas y juventud en la actualidad.....	29
4.	Vestuario de las tribus urbanas de La Movida.....	30
7.	Conclusiones.....	34
8.	Análisis de debilidades y fortalezas.....	37
9.	Bibliografía.....	38
10.	Anexos.....	42
1.	Análisis cuantitativo.....	42
1.1.	Objetivos y preguntas del cuestionario.....	42
1.2.	Tablas y gráficos de los análisis cuantitativos.....	48
2.	Análisis cualitativo.....	59
2.1.	Estructura de la entrevista.....	59
2.2.	Transcripción de las entrevistas.....	60
2.3.	Fotografías empleadas para el análisis de imagen.....	61

## 1. Introducción.

### 1.1. Intención de la autora y tipo de investigación a desarrollar.

La intención de este Trabajo de Fin de Grado en Sociología es realizar un estudio exploratorio de la moda como forma de expresión identitaria. Pero la novedad de esta investigación reside en su análisis comparado, en el que se contraponen las funciones de la moda en la actualidad, con las que se le conferían en uno de los movimientos contraculturales más relevantes en España durante la transición democrática “La Movida”.

Por lo que partiremos del pasado, con el análisis de la Movida, germinadora de las primeras tribus urbanas en una sociedad tardofranquista, que se amplificaron durante la década de los 90, para llegar al presente y tomar el pulso a la sociedad con el fin de conocer en un contexto bien diferente al anterior, de cultura postmoderna y consumo global, cual es el papel que tiene la moda.

Para ello se recurrirá a una metodología mixta, en la que el enfoque cualitativo nos permitirá echar la vista atrás, mientras que el cuantitativo nos servirá para indagar sobre las funciones de la moda en la década de los 90 a partir del análisis de fuentes secundarias, y entre los jóvenes en la actualidad a través de la recogida de datos primarios por medio de la aplicación de una encuesta.

### 1.2. Presentación del problema y justificación de la investigación.

El problema tratado en esta investigación es realizar un análisis comparativo sobre la moda como definidor de identidades en los jóvenes. Para eso se parte de la Movida, en que la contracultura era el máximo exponente, y la moda jugó un papel clave a la hora de definir las identidades de las diferentes tribus urbanas o subculturas. Llegando así al momento presente en el que fenómenos como el *fast fashion* han supuesto la desaparición de estos contrastes, en un escenario de supuesta homogenización cultural. Los motivos que apoyan la relevancia de este trabajo son:

- La creencia social de que la moda, y por tanto la estética ya no se concibe como una forma expresión de la identidad. Se considera que las nuevas dinámicas como la “democratización de la moda” han eliminado, de forma hipotética, una de las funciones de la moda, como es la expresión de identidades diversas entre los jóvenes.
- La aparente desaparición de las tribus urbanas desde la década de los 90, como grupos sociales (contraculturales o subculturales), vinculadas a una determinada estética.
- El retorno actual de estilos inspirados en los 80, ya sea a nivel global y genérico, como de la mano de subculturas de los años 70 y 80, como los goths o los punks.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Para completar esta información puede consultar estas dos noticias:  
Semana de la moda de Milán: Moschino vuelve al espíritu de los 80 (El Mundo, 24/02/2023)  
<https://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2023/02/24/63f8798a21efa0455d8b45a7.html>

La investigación que aquí se plantea, se inspira en otros estudios en los que se establece una relación entre la moda y las subculturas, como el trabajo de *Subculturas*, de Dick Hebdige (1979), en el que el autor realiza un retrato de las tribus urbanas del Londres en los años 70, a partir de su estética. Sin embargo, en el caso que nos ocupa, se introducen aspectos novedosos, como son el abordaje desde una perspectiva comparada de las funciones de la moda, a través del tiempo; pero también se introduce una metodología mixta, no tan usual en estudios de estas características, en las que se combinan el análisis documental (La Movida), la explotación de datos secundarios (década de los 90) y la realización de una encuesta (actualidad), todo ello acompañado de una ardua revisión bibliográfica sobre el objeto de estudio.

## **2. Objetivos e hipótesis.**

El objetivo general de esta investigación reside en analizar la relevancia de la moda en la conformación de las identidades en las personas jóvenes, desde una perspectiva comparada entre La Movida, los años 90 y la actualidad.

Mientras que los objetivos específicos que observamos son:

1. Esclarecer la diversidad de tribus urbanas existentes en la década de los 70 y 80 en España, durante La Movida.
2. Explorar la indumentaria empleada por las diferentes tribus urbanas enmarcadas en este movimiento social y cultural.
3. Conocer cuál es el poder de la moda en la actualidad como forma de expresión de la identidad, ya sea a nivel grupal como personal, a lo largo de las épocas de estudio.
4. Identificar las funciones sociales de la moda para los jóvenes.
5. Averiguar si existen tribus urbanas en la sociedad actual e identificarlas

Las hipótesis de este trabajo se vinculan directamente con los objetivos. Con la intención de clarificar esta relación, primero se presentará una tabla en las que se expliciten las hipótesis planteadas y a continuación se desarrollarán de forma más compleja estas mismas.

<b>Objetivo</b>	<b>Hipótesis</b>
Esclarecer la diversidad de tribus urbanas existentes en la década de los 70 y 80 en España, durante La Movida	No se consideran hipótesis para esos objetivos.
Explorar la indumentaria empleada por las diferentes tribus urbanas enmarcadas en este movimiento social y cultural.	
Conocer cuál es el poder de la moda en la actualidad como forma de expresión de la identidad, ya sea a nivel grupal como personal, a lo largo de las épocas de estudio.	Los jóvenes poseen una identidad muy marcada
	Los jóvenes expresan su identidad a través de la moda
Identificar las funciones sociales de la moda para los jóvenes	Las funciones sociales de la moda han sufrido una evolución o al menos un cambio en cuanto a la importancia que se le otorga a cada una de estas
Averiguar si existen tribus urbanas en la sociedad actual e identificarlas	Las tribus urbanas son algo que se mantiene presente en la actualidad

Una vez que se ha establecido las relaciones entre las hipótesis y los objetivos se va a profundizar y explicar más detalladamente cada una de estas.

- Los jóvenes poseen una identidad muy marcada.

En el contexto actual en el que el mundo es global y homogéneo se plantea la cuestión de si los jóvenes siguen poseyendo una identidad propia. Los fenómenos como las redes sociales, la globalización y la economía de consumo inmediato, nos plantean la posible pérdida de las diferencias entre las personas más jóvenes.

“Así pues, hoy en día la historia presenta el paradójico panorama de una globalización que, por una parte, tiende a borrar diversos tipos de fronteras entre los pueblos, estimula o provoca migraciones masivas y mezclas de tradiciones y culturas y parece proyectar en el futuro la existencia de una sociedad planetaria mientras, por la otra, pululan los particularismos, los secesionismos, los conflictos tribales sangrientos y las intolerancias étnicas, raciales y religiosas. Por lo general, el resultado de estas dos dinámicas opuestas es una creciente pérdida de identidad, es decir, de esa comunidad de raíces que proporcionan al ser humano una base agregada de referencia que le permiten ser él mismo y, al mismo tiempo, sentirse existencialmente parecido a otros seres humanos con quienes puede compartir la pertenencia a un patrimonio común de valores, costumbres, ideales y compromisos.” (Mordini, 2007, pp. 5)

A través de este trabajo se pretende demostrar el fenómeno contrario, que a pesar de que todos estos fenómenos han podido tener efectos sobre la identidad, los jóvenes siguen teniendo una identidad muy marcada.

- Los jóvenes expresan su identidad a través de la moda.

La ropa siempre ha sido el espejo de alma, pero en estos momentos se replantea esta relación. El motivo de esto viene de la mano de la *fast fashion*. La definición de este término es “(...) expresión empleada para aludir a un tipo de moda que se produce y comercializa rápidamente: una temprana identificación de las tendencias, una producción en serie, normalmente a bajo coste, y una vida corta, de apenas una temporada, pero muy intensa.” (FundéuRAE, 2017). A través de estas tiendas algunos teóricos afirman que se produce un fenómeno de desligue de la identidad con la moda. Dado que las personas ya no se expresan a través de esta, sino que solamente siguen las tendencias

“Con un concepto de ropa desechable inculcado en el pensamiento de las personas, la posibilidad de poder alterar la imagen personal varias veces, es cada vez más fácil, de un día para otro tenemos la posibilidad de cambiar nuestra forma de vestir, el fast fashion facilita esta opción ya que tiene una gran variedad de ropa de distintos estilos, la cual se puede adquirir fácilmente y no tiene un gran costo; puede ser visto como una consecuencia de la moda rápida, como esta nos invita a adoptar imágenes efímeras personales, sin valores por detrás y cómo esta misma nos hace olvidar lo que hay detrás de cada prenda.”. (González Morales, 2022, pp.11)

En este trabajo se pretende desmontar estos argumentos, demostrando así, que los jóvenes siguen expresando su identidad con ayuda de la moda.

- Las funciones sociales de la moda han sufrido una evolución o al menos un cambio en cuanto a la importancia que se le otorga a cada una de estas.

El vestido ha evolucionado históricamente al igual que sus funciones. Las primeras funciones que se le otorgaron al vestido fueron de abrigo. Después evolucionaron a unas más complejas relacionadas con el pudor y la comunicación y la pertenencia, como nos indica Rodríguez Córdova (2022). La evolución de las funciones de la moda es algo que ya se ha dado. Por tanto, se plantea la posibilidad de que estas hayan vuelto a cambiar o a tener una importancia diferente, de la mano del nuevo sistema de consumo globalizado.

- Las tribus urbanas son algo que se mantiene presente en la actualidad.

Debido a los nuevos fenómenos que acompañan a la modernidad líquida, ya mencionados, se plantea la cuestión de si las tribus urbanas han desaparecido. Afirmar algo así es complejo, puesto que no existen estudios que respalden la teoría de su desaparición, principalmente porque es un fenómeno complejo y con difícil identificación. Es por esto por lo que se tratara de responder a esta cuestión, partiendo de la hipótesis de que siguen existiendo. Puesto que la diferenciación de los grupos sociales es un fenómeno común y presente entre los jóvenes de todas las épocas desde los años 60.



### **3. Marco teórico.**

#### **1. La identidad**

##### **1.1. Qué es la identidad y sus formas de expresión.**

La identidad es uno de los conceptos que surge de la mano de las sociedades de la modernidad, como nos indica Giddens en 1991. Este concepto es complejo y diverso, con una gran evolución histórica basada en tres etapas, la primera de corte individualista, la segunda más sociológica y la tercera a través del grupo. Entonces, ¿qué significa realmente este concepto?

La identidad como proceso derivado de la interacción es definida como “resultado de interacciones negociadas en las cuales se pone en juego el reconocimiento (Taylor, 1993). Comprendida de esta forma, ella supone tres niveles de análisis: el reconocimiento de sí mismo, el reconocimiento hacia otros y el reconocimiento de otros hacia nosotros” (Marcús, 2011, p.108). Esta concepción de la identidad se manifiesta entre el resultado de la actuación del ser con su entorno. De esta forma su desarrollo precisa de un contexto para poder ser completado, como hemos observado a través de la cita anterior.

Identidad basada en la autoconciencia. En este modelo “la identidad se construye a partir de mecanismos de autopercepción que se inscriben en el lenguaje, en el encadenamiento del relato, en el modo de narrarse a sí mismo y en las formas de narrar el entorno.” (Marcús, 2011, p.110). Este modelo se basa en una corte individualista, en la que la identidad deriva y emana del propio individuo y la definición que este aporta al contexto.

Identidad como concepción sociológica, definición a través del grupo. Este se estructura en torno a la idea de que el individuo compone su identidad en base a mandatos y enseñanzas impuestas por la sociedad, a través del fenómeno de la socialización. De esta forma este se adapta a las expectativas del entorno sobre él y a través de las órdenes se construye a sí mismo.

A través de la comprensión de las diferentes posturas que han utilizado los autores a lo largo de la historia para definir el concepto de identidad nos surge la necesidad de definir, de forma más detenida, las dos formas principales de manifestación de la identidad, la personal y la grupal.

La identidad personal, “(...) supone conciencia refleja. Es aquello de lo que es consciente el individuo en la expresión consciencia del yo” (Giddens, 1991, p.72). Por tanto, entendemos este modelo de identidad como la parte única y diferenciadora de cada individuo, aquello que le hace ser él. Además, esta, tiene que ser mantenida en el tiempo y en el espacio.

La identidad social por su parte es “la conciencia que tenemos las personas de pertenecer a un grupo o categoría social, unido a la valoración de dicha pertenencia” (Tajfel, 1981, como se citó en Íñiguez, 2000, p.215) A través de la definición aportada observamos como la identidad social se deriva de la pertenencia a los grupos. Por tanto, podemos considerarla como uno de los componentes que derivan al desarrollo de las identidades individuales.

Una vez que hemos comprendido la profundidad de este concepto, y sus dos principales modelos, vamos a esclarecer cómo se forman estas.

La formación de la identidad es un proceso que se desarrolla a lo largo de toda la vida y se caracteriza principalmente por la contraposición. De esta forma los individuos seleccionan los valores, creencias y elementos distintivos que les definan, frente a otros que rechazan.

“En la formación de la identidad se desarrollan dos procesos: a) una exploración personal que incluye considerar actitudes, valores y opiniones, compararlas con sus alternativas y comprometerse con unos valores y posiciones vitales determinados y b) la diferenciación psicológica que supone un tomar conciencia de forma progresiva del tipo de persona que se es y de las diferencias que existen con los otros.” (Martínez Díaz, P. y Fernández-Martos, J.M., 2000, p.451)

La formación de la identidad no es equitativa a lo largo de todos los momentos de la vida, sino que esta se estructura en función de los ciclos vitales. La teoría de Erikson sobre el desarrollo de la identidad establece ocho ciclos en los que esta se enmarca. “Cada una de las ocho etapas del desarrollo implica una dificultad o crisis emocional con dos posibles soluciones, favorable versus desfavorable, siempre avanzando etapa por etapa sin poder saltarse ninguna” (Eddy Ives, 2014, p.15). Dentro de estos estadios se destaca el papel de la adolescencia, donde se pretende alcanzar la identidad propia, suponiendo esta una crisis psicosocial.

Una vez comprendido la formación cabe plantearse la siguiente cuestión, ¿Cómo presentamos nuestra identidad? Esta es expresada a través de construcciones simbólicas. Tanto es así, que la trascendencia de los símbolos aparece en todos los apartados de la vida social, pasando por el lenguaje, la disposición de los espacios, posiciones adoptadas y obviamente la vestimenta utilizada, tema central de este trabajo. Esta característica se debe a que “el símbolo tiene siempre un contenido social, la referencia a un grupo, y al mismo tiempo, puede tener unas profundas resonancias individuales.” (Aguirre et al. 1997, p.144).

El cuerpo también posee una gran relevancia a la hora de expresión de la identidad. A parte de como veremos a continuación, es el soporte o lugar en el que realizar adornos o llevar ropas que definirán nuestra identidad, también de por sí es un elemento relevante en la identidad. Los elementos corpóreos que identifican nuestra identidad son principalmente dos, el porte y la apariencia, según Giddens.

“La apariencia corporal concierne a todas aquellas características de la superficie del cuerpo, incluidas las formas de vestir y acicalarse, que son visibles a la propia persona como a los agentes y sirven habitualmente de indicios para interpretar acciones. El porte determina cómo utilizan su apariencia los individuos en ámbitos comunes de sus actividades diarias: se trata de la manera de actuar del cuerpo en relación con las convenciones constitutivas de la vida diaria.” (Giddens, 1991, 128)

En definitiva, se ha observado que la moda es un elemento indispensable para el completo desarrollo de las identidades. Esta afirmación será la guía en la cual se estructure todo

este trabajo y se tratará en mayor profundidad en el próximo apartado del marco teórico, sociología de la moda.

## 1.2. La identidad en la juventud.

La identidad para las personas jóvenes es un tema central en este periodo vital, debido a que es el momento en que está se desarrolla al máximo, como nos indicó Erikson. Al ser un elemento tan central del trabajo se decidió dedicar un apartado único a esta.

El desarrollo de la identidad en la adolescencia se caracteriza por ser un momento de rebeldía, en el que los individuos se plantean y rechazan los valores en los que habían sido socializados durante la infancia. “Por eso adopta, no pocas veces caracteres de rebeldía contra el “padre” (estado, sociedad, iglesia, etc.), de contestación, de crítica y de contracultura.” (Aguirre et al, 1997, p. 75). Esta rebeldía es el principal foco diferenciado del desarrollo de la identidad en los adolescentes y jóvenes.

Aguirre nos indica también cuáles son los cuatro principales ejes en los cuales se estructura la identidad del adolescente. Primero, la cultura del cuerpo, para el joven el cuerpo se convierte en un medio de expresión. Segundo la cultura de la comunicación sensorial, de esta forma los jóvenes se sienten muy conectados a la música y la tratan como una ramificación de su persona, como veremos qué ocurre en las tribus urbanas. Tercero, cultura a la imagen, la imagen, y aún más la imagen propia, se vuelve como su micrófono al exterior de quienes son. Es en este periodo que la ropa se vuelve un elemento indispensable para su identidad. Cuarto, cultura ritual, su forma de expresión toma una búsqueda de la ritualidad. Este fenómeno también ocurre en el fenómeno de las tribus urbanas. Estas características que expuso Aguirre nos remarcan la relación entre moda, subcultura y contracultura y la identidad adolescente.

Ya hemos aportado algunas características principales de cómo se desarrolla la identidad de los jóvenes. Pero ¿Cuál es la identidad de la juventud? La identidad grupal de la juventud es un concepto reciente que se ha desarrollado gracias a los fenómenos contraculturales de los años 60. Esta se caracteriza por una libertad de actuación, una desviación de las responsabilidades y preocupaciones, aplicación de la responsabilidad en los campos que observan como propios, gran vitalidad y posibilidades, sentimiento de falta de apreciación por el mundo adulto y limitaciones a la hora de interactuar con este, búsqueda extrema de la diversión y sentimiento de rebeldía basado en el compromiso y participación político-social, según nos establece Revilla Castro en 1998. En definitiva, podemos establecer que la juventud se basa en el tópico literario *carpe diem*, que establece que hay que vivir el momento al máximo sin esperar al futuro. Además de esto gracias a la definición de la subcultura de la juventud se observa un enlace directo con el fenómeno de las tribus urbanas. Ya que sus fenómenos de rechazo social y apoyo en el grupo de iguales les hacen muy propensos a este modelo de organización social.

Los ámbitos en los que interactúan las identidades en los jóvenes son cuatro de forma principal, los espacios de ocio, el grupo de iguales, el marco escolar y el ámbito familiar. Pero en este trabajo sólo nos centraremos en los dos primeros, ya que son los que participan en el marco de estudio del trabajo. Los espacios de ocio se caracterizan por ser

en el exterior del hogar, apropiándose así de las ciudades. “Las salidas de los jóvenes los fines de semana tienen lugar en los espacios que ellos pueden hacer suyos (...) En la ciudad los jóvenes se adueñan de ciertos barrios donde proliferan locales de diversión variada, ya sean bares, pubs o discotecas.” (Revilla Castro, 1998, p. 37) Estas son las zonas en las que los jóvenes sienten un espacio seguro donde poder expresar su identidad, ya que se observan rodeados de un grupo de iguales. Por otra parte, los grupos de iguales, en este periodo cobran gran relevancia, pero esta se va reduciendo a medida que la edad avanza. El motivo de esta importancia es que, una vez más, estos son los espacios de formación y explotación de las identidades de los jóvenes.

“Las similitudes y diferencias entre los amigos, son fundamentales en la construcción de la identidad en los jóvenes, (...) Además, en este juego de atracción-repulsión en el que se desenvuelve la identidad, los jóvenes conocen las posibilidades que existen de ser joven, los tipos de jóvenes, las señas de identidad características de cada uno, y es con estos materiales con los que se va construyendo el edificio siempre diferente y polifacético de la identidad personal.” (Revilla Castro, 1998, p. 41)

A través de esto observamos la relevancia que cobran los grupos de iguales para la conformación de las identidades, siendo la ventana al exterior, una forma de conocer las posibilidades que le otorga este periodo vital.

Una vez que hemos establecido la importancia y algunos elementos relevantes de la identidad, y más concretamente de los jóvenes, continuaremos con un análisis de la relevancia de la moda, que ya hemos destacado su nexos con la identidad.

## 2. Sociología de la moda.

### 2.1. Concepto de moda.

Al ser la moda el punto de partida de este trabajo, consideramos como un elemento indispensable hacer una definición clara de este concepto.

Migliaccio define este concepto como:

“La palabra moda procede del latín *modus*, que significa medida, y puede ser aplicada a distintos ámbitos articulados entre sí: político, intelectual y cultural [...] en el aspecto del vestir, considerándolo como una costumbre que está en boga durante algún tiempo, en determinado país con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos.” (Migliaccio, 2013, p.150)

Martínez Barreiro por su parte establece 3 clasificaciones en las que encajar la definición del concepto de moda. La primera una definición estadística, la segunda una definición sociológica y la tercera una definición de concepto sociológico enfocado únicamente en el sistema de vestimenta, que es la que nos vamos a enfocar. Esta establece que “el fenómeno social generante y generado por la constante y periódica variación del vestido.” (Reyes, 1988 como se citó en Martínez, 1995, p. 29)

A través de estas dos definiciones podemos comprender la complejidad del concepto de la moda. Llegando así a la conclusión de que en el contexto referido a la vestimenta este concepto se podría definir como la variación del vestido en una época y lugar concreto.

A parte de las características ya mencionadas, autores como Lipovetsky, Godart, Boucher, establecidos por Luceño Casal (2018) y Simmel, como nos indica Lozano (2000), establecen que la moda es una característica imperante de las sociedades modernas. Esto se debe a que la moda es un factor que promueve la movilidad social, en la que las clases bajas tratarán de emular a las clases altas a través del sistema de la moda. Esta teoría se conoce principalmente como teoría del goteo.

Una vez que ya hemos logrado esclarecer la conceptualización de moda, pasaremos a explicar las funciones que esta posee en la sociedad.

## 2.2. Las funciones de la moda.

La moda, al igual que todos los elementos que componen nuestra sociedad, posee múltiples funciones. La socióloga Martínez Barreiro, establece 5 funciones principales que son la función de distinción, de cambio social y modernizadora, expresiva y seductora, comunicativa y económica.

La función de la distinción en el sistema de la moda refleja las formas que los diferentes grupos culturales se diferencian entre sí, basándose en sus hábitos de consumo.

La función de cambio social y modernizadora se basa en la idea de que la moda es un factor que ayuda a apuntalar los cambios sociales. “Las modas promueven la incesante aceptación de innovaciones y la vigencia permanente de las relaciones de integración”. (Martínez, 1995, p.364). “En este sentido la moda prevalece hoy con holgura frente otros reguladores como la religión que pudieron desempeñar esta función reguladora en el pasado”. (Martínez, 1995, p.370)

La función expresiva y seductora, esta se basa en el grado de atracción que poseen las personas entre ellas a través de los elementos del vestido. De esta forma se establece que el gusto por el vestido es lo que empareja a las personas.

La función comunicativa, remarca la idea de que la moda, al igual que muchos otros elementos, es un lenguaje no verbal, y como tal tiene unos mensajes ocultos que son transmitidos por el sujeto a la sociedad.

“En la nueva cultura, la vestimenta en general, y la vestimenta de moda en particular, señala, vincula, separa u oculta la particular forma y condiciones en las que cada individuo se adscribe y pertenece a una clase social, a una edad, a un sexo, a una profesión, a una actividad, a una ideología, a un contexto determinado a un espacio (centro/periferia, conectado/aislado, endogrupal/cosmopolita) a una cultura, a una moral (especialmente sexual), a un grado de "contaminación" cotidiana e incluso sanitaria), etc.” (Martínez, 1995, pp.398-399)

La función económica. Esta se relaciona directamente con las reglas de mercado y el consumo que supone la moda.

Veneziani, por su parte establece 3 funciones diferentes para la moda, estas son la función de abrigo, la función de cubrirse del pudor y la función de adorno. La función de abrigo se basa en la necesidad primaria de guardar el calor que el humano produce. La función de cubrirse del pudor se relaciona con los mandatos morales y sociales, en los que se dictaminó que el cuerpo debería ser cubierto. Y la función de adorno, se relaciona con el reclamo sexual, en el cual las personas se “adornarán” para así presentarse como más atractivos para sus parejas sexuales.

Una vez establecidas las principales funciones que presenta la moda, se profundizará en la comunicación y la identidad que representa la moda.

### 2.3. Moda y comunicación.

Antes de comenzar nuestro desarrollo teórico sobre qué es la moda, se establecerá que es la comunicación y las formas de comunicación que se pueden dar.

La comunicación es entendida como “transmisión de mensajes de un punto a otro, mediante un código compartido entre el emisor y el receptor.” (Ander-Egg, 2016, p. 46) Los mecanismos que utiliza la comunicación para transmitir sus significados se dividen principalmente en dos grupos amplios, la comunicación verbal y la comunicación no verbal. La comunicación verbal es aquella que se basa en la expresión de las palabras. El lenguaje no verbal incluye “hábitos, costumbres y las creencias culturales y, los sistemas denominados sistemas de comunicación no verbal, (...) sistema paralingüístico y el sistema quinésico, (...), los sistemas proxémicos y cronémico.” (Cestero, 2014, p. 127).

A través de las definiciones aportadas podemos contemplar, la moda como un elemento de comunicación no verbal. Debido a que refleja y expresa diferentes elementos de las personas que la portan. De esta forma el lenguaje de la moda, al igual que muchos otros, conforma un lenguaje propio con sus propios códigos y normas. “El vestido descansa sobre unos códigos y convenciones, muchos de los cuales son sólidos e intocables, y están defendidos por sistemas de sanciones e incentivos.” (Martínez Barreiro, 1995, p. 242) A pesar de que exista un lenguaje del vestido este no es uniforme, sino que existen variaciones y géneros diferenciados, lo que se conoce como estilos. Comprender que existen múltiples estilos y lenguajes del vestir es un elemento fundamental.

### 2.4. Moda e identidad.

La moda ha sido uno de los elementos centrales a través de los cuales nos hemos descrito, a nosotros mismos y a los otros. Esto se debe a la conexión y reflejo que se observa entre la vestimenta que utilizamos y nuestra propia identidad. “La moda es tanto un reflejo de la identidad que representa un compromiso entre las exigencias del mundo social, el medio al que pertenecemos y nuestros deseos individuales” (Entwistle, 2000. p.173). Por tanto, a través de la moda expresamos tanto la identidad personal como la grupal.

La identidad grupal es representada por la moda a través del fenómeno principal de imitación presentado por Simmel. “La moda es imitación de un modelo dado y satisface la necesidad de apoyarse en la sociedad; conduce al individuo por la vía que todo lleva, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a un mero ejemplo.” (Simmel,

1905, p.35) Gracias a esta cita podemos establecer que las personas tienden a imitar los comportamientos de los que les rodean y son semejantes a ellos para así ser percibidos como más deseables. De esta forma se llegan a establecer estilos o códigos de vestimenta entre los diferentes grupos. A través de estos podremos diferenciar a las personas que pertenecen al mismo grupo, y también a los otros, simplemente a través de la observación de los elementos definitorios que se encuentren en su vestuario. Para poder realizar esta acción es necesario que se comprendan los lenguajes del vestir de cada grupo.

La identidad personal se refleja a través del fenómeno de distinción. Este concepto establecido por Bourdieu hace referencia a “Los esquemas de percepción, apreciación y acción a través de los cuales los sujetos aprenden el sentido del mundo, y que se adquieren mediante experiencias duraderas en determinadas posiciones del espacio social, producen a su vez categorías de la realidad.” (Vizcarra, 2002, p.65). A través de este las personas que se inscriben en un grupo desearán mostrar su *self* de forma más individual, transgrediendo, en un grado limitado, las normas de vestimenta grupales. De esta manera “estas identidades responden a la personalidad y a los deseos de quien las adquieren” (Sánchez-Contador, 2016, p.9) Es por esto por lo que podemos establecer que a través de estos mecanismos expresarán su individualidad dentro del grupo de iguales.

El vestido se convierte en un reflejo de nuestra identidad, tanto personal como grupal, al tener la capacidad de expresar múltiples características que nos definen como personas o grupo.

“Permiten comunicar, por ejemplo, la edad, el género, el lugar de origen, el rol que desempeña el sujeto, su personalidad, sus valores y actitudes, sus opiniones, el estilo de vida, sus aspiraciones políticas, su profesión, la subcultura a la que pertenece, la nacionalidad, su rango social, su condición socioeconómica, su status.” (María Noel, 2019, p.8)

Como ya hemos visto, a lo largo de los diferentes apartados de este marco teórico, la moda expresa nuestra identidad, y también nuestra identidad subcultural. Gracias a esta conclusión hemos decidido dedicar un apartado de este estudio a este aspecto, además que es una de las bases del trabajo.

### 3. Las subculturas.

#### 3.1. Definiciones.

Las subculturas son un acontecimiento con múltiples definiciones, pero todas coinciden en que surge de la contracultura. Pero ¿qué es la contracultura?

La contracultura “es una propuesta alternativa a la cultura dominante. El concepto apareció en el ámbito de los grupos de adolescentes de los años sesenta y setenta, como respuesta a la cultura de la sociedad patriarcal, en crisis después de la II Guerra Mundial.” (Aguirre et al, 1997, p. 263). A través de esta definición se observa que es un concepto reciente que se refiere al ciclo vital de la juventud que se opone a los valores mayoritarios.

Es por esto por lo que se considera la contracultura el marco en el que se inscriben las subculturas.

Las definiciones de subcultura son múltiples y utilizadas para referirse a diferentes contextos. Milton Vinger en 1960, establece 3 dimensiones diferenciales en las que se utiliza el término de subcultura con significados diferenciales.

El primero, “In some anthropological work, subculture refers to certain universal tendencies that seem to occur in all societies.” (Milton Vigner, 1960, p. 627) A través de esta definición se nos muestra las subculturas como algo común a todas las sociedades, siendo una tendencia universal. Un ejemplo que podríamos aportar para esto son los ciclos vitales.

El segundo, “used to point to the normative systems of groups smaller than a society, to give emphasis to the ways these groups differ in such things as language, values, religion, diet, and style of life from the larger society of which they are a part.” (Milton Vigner, 1960, p. 627) En este nuevo enfoque las subculturas se refieren a apartados de la sociedad que tienen un valor diferenciador respecto a la mayoría. Ejemplo de esta concepción de las subculturas son múltiples, pero podemos establecer que la subcultura de la adolescencia es un gran representante.

El tercero, “when the reference is to norms that arise specifically from a frustrating situation or from conflict between a group and the larger society. Thus, the emergent norms of a delinquent gang or the standards of an adolescent peer group have often been designated “subcultural.” (Milton Vigner, 1960, p. 628) Esta tercera definición se diferencia de la anterior debido al componente de frustración y rechazo que supone. Por tanto, adquiere las características de la anterior y le añade las mencionadas.

A lo largo de este trabajo se seguirá la segunda definición de subcultura. El motivo de esto es que es la definición más amplia que poseemos, pero no se queda sujeta solo a la conflictividad social, ya que algunos autores identifican las subculturas como un concepto ajeno al conflicto. Estos autores entienden que ambos modelos de subcultura son posibles, algunas positivas y otras conflictivas. “Por consiguiente es preciso distinguir entre: a) subculturas que emergen como respuesta “positiva” a las demandas de las estructuras sociales y culturales y, b) aquellas que su respuesta es la delincuencia”. (Costa, Pérez Tornero & Tropea, 1996, p. 63) Siguiendo esta definición no queda claro que el fenómeno estudiado sea una subcultura, por tanto, vamos a introducir también el concepto de tribus urbanas.

### 3.2. Diferencia entre la subcultura y las tribus urbanas.

El concepto de tribu urbana, al igual que en el caso de las subculturas, es un elemento controversial, que además fue introducido de la mano de los medios de comunicación. Vázquez en 1995, citado en Ayestarán 1998, expone unas características definitorias de las tribus urbanas. Estas son el seguimiento de un estilo musical, un asociacionismo no formal, marginalidad, espontaneidad, son un vehículo de expresión y de experiencia,



poseen un baremo estructural propio, hay un acuerdo sobre la acción, se aceptan los roles de los grupos dando así un fenómeno de borreguismo, un sentimiento elevado de fraternidad, voluntariedad, una forma de vida y apariencia parecidas y una relación conflictiva con los otros grupos.

A través de todas las características mencionadas podemos observar como el fenómeno que estudiamos se corresponde más con las tribus urbanas que con las subculturas. A pesar de esto, se continuará utilizando las bases teóricas de las subculturas. El motivo de esto es la cantidad de recursos teóricos respecto a este análisis y la relación y similitud entre ambos conceptos.

### 3.3. Funciones de las tribus urbanas.

Una vez que ya hemos establecido el término correcto con el cual nos vamos a referirnos a estos grupos de jóvenes, cabe plantearse la pregunta de cuáles son las funciones que estos suplían y cuál es su origen.

El origen de estos nuevos modelos de organización social ocurre en los años 50 y 60, cuando la cultura adulta de la posguerra ya no responde a las nuevas necesidades de los jóvenes de identificación social. Los motivos para que esto ocurra en el periodo histórico citado son múltiples, como nos indica la cita siguiente.

“El advenimiento de los medios de comunicación de masas, los cambios en la constitución de la familia, la organización de la escuela y el trabajo, las transformaciones en el estatus relativo del trabajo y el ocio, todo ello sirvió para fragmentar y polarizar a la comunidad de clase trabajadora, generando una serie de discursos marginales dentro de los amplios límites de la experiencia de clase.” (Hebdige, 1979, p.104)

A través de lo indicado por Hebdige podemos establecer que el motivo de emergencia de las tribus urbanas se debe a la falta de lazos grupales en el momento socio histórico de la posguerra. Haciendo así un campo de cultivo de diferentes modelos de agrupación con tendencias a la marginalidad.

Una vez establecido el motivo de origen vamos a resolver cuáles son las funciones que estas suplen. Las funciones de las subculturas son principalmente cinco. Estas son: “soluciones a nivel mágico de las contradicciones derivadas del enfrentamiento clase/generación; el estilo proporciona una identidad definida a sus miembros; constituyen una forma de solidaridad; ofrecen la posibilidad de adoptar una forma de vida expresiva; aportan al individuo elementos para que pueda resolver ciertos dilemas existenciales” (Brake 1980, citado en Costa, Pérez Tornero & Tropea 1996 p. 76). Además de estas funciones ya mencionadas Ayestarán nos propone una función nueva que es la de socialización. Esta se basa en la capacidad socializadora y de expresión de la identidad que poseen estas agrupaciones. Las subculturas ofrecen un marco donde formar su identidad al completo, no solo a nivel grupal, mencionada en Brake. “En el grupo, el

joven reconstruye no solamente su identidad personal, sino también su representación de la sociedad y su modelo de relaciones interpersonales e intergrupales.” (Ayestarán, 1998, p.24)

#### 3.4. Tribus urbanas e identidad, modo de expresión y diferenciación.

Como hemos ido observando a lo largo de las funciones de las tribus urbanas, la conformación de la identidad es un pilar fundamental, tanto en el ámbito personal como grupal.

La diferenciación es un factor clave a la hora de tratar esta temática, ya que este es el modelo de formación. A través de esto las tribus urbanas, y por tanto sus miembros, constituyen su identidad en base a lo propio y lo ajeno. Haciendo así una diferenciación entre estos. La primera diferenciación la ejercen con la sociedad al completo, apropiándose así de la marginalidad, la segunda la establecen entre tribus, estableciendo los miembros de pertenencia a cada una a través de sus símbolos, y la tercera la establecen entre miembros de la propia tribu, dejando relucir su identidad personal. Todas estas diferenciaciones las expresan a través de diferentes vehículos, pero en el que nos vamos a enfocar aquí es a través de la moda.

Por otra parte, la homogeneidad también es un factor clave en este aspecto, ya que a pesar de que los miembros de las tribus urbanas poseen diferenciaciones estas se intentan paliar cuando se presentan en sociedad, tratando así de dar una apariencia de igualdad.

#### 3.5. Tribus urbanas y la moda.

A lo largo de este aparato teórico se ha demostrado de forma ineludible la conexión que existe entre las tribus urbanas y la moda.

La relación entre la identidad y la moda ya la hemos estudiado en el apartado 2.3 y 2.4, páginas 9 y 10, de este trabajo. Pero, en el caso de las tribus urbanas esta relación se intensifica. Ya que, como hemos ido observando, la vestimenta y la identidad de estas es uno de los pilares fundacionales. “A través del estilo, como la subcultura revela su identidad “secreta” y comunica sus signos prohibidos” (Hebdige, 1979, pp.142-143). Por todo esto se establece que la vestimenta es uno de los mejores signos de identificación visual de las tribus urbanas, llegando a ser una bandera del individuo. El sentimiento de identificación con estos signos se vuelve extremo en estas agrupaciones, “señalamos la comprobación de la omnipresencia de un criterio de exhibición, tanto de imagen como de conducta”. (Costa, Pérez Tornero & Tropea 1996 p. 48) De esta forma la imagen marginal se convierte en uno más de los elementos que se utiliza como arma rupturista con el conjunto social. Este afán de diferenciación provoca una contradicción, la anti moda y la homogeneidad del estilo.

La anti moda es el fenómeno social de intento de diferenciación de las subculturas en cuanto a sus valores estéticos, que finalmente acaban volviéndose como medios de consumo de la cultura popular, por medio del capitalismo postmoderno tardío, como nos explicitan Costa, Pérez Tornero & Tropea. De esta forma establecen que el fenómeno

subversivo de este aparato comunicativo se anula. El principal motivo de que esto ocurra es la homogeneidad en el estilo. De manera que, todos los miembros de determinada tribu urbana van a utilizar los mismos complementos o prendas. A pesar de que se ha demostrado que esto ocurre, debido a la adaptación de elementos de las tribus urbanas a la moda de pasarela y orientada al común del público, como ocurre con la estética punk de la mano de Vivienne Westwood<sup>2</sup> o de la colección de estética grunge de Versace primavera-verano 2023<sup>3</sup>. Se considera que la moda si posee un poder subversivo pudiendo provocar un malestar social, ya que como cualquier otro elemento artístico la moda provoca reacciones a los observadores.

A pesar de que se ha hablado de una homogeneidad en el estilo en las tribus urbanas, también existe un arco de individualización en el estilo personal de estas. Esto se debe principalmente al diferente grado de compromiso del individuo con la tribu urbana de pertenencia, “los individuos pertenecientes a una misma subcultura pueden ser más o menos conscientes de lo que dicen con el estilo y de cómo lo están diciendo” (Hebdige, 1979, pp.169).

Una vez que ya hemos repasado la relación que existe entre la moda y las tribus urbanas finalizamos nuestra revisión teórica haciendo una estudiando los diferentes contextos en los que estas aparecen. Centrándonos en el contexto inicial y de referencia, Londres de los 70, el contexto de estudio, Madrid de los 80, y una referencia a lo más local donde también surgieron estos fenómenos contraculturales, Vigo de los 80.

#### 4. Las nuevas olas.

Las nuevas olas son una forma de referirse a los movimientos de contracultura que surgen a lo largo de los años 70 a 80, de corte principalmente juvenil. Este término se ha usado principalmente por los medios de comunicación y se ha utilizado en varios idiomas.

##### 4.1. Antecedentes para el caso español, el Londres de los años 70.

La New Wave es un movimiento juvenil que se desarrolló en Londres a mediados de los años 70, y luego se extendió por otras partes del globo. Este se caracterizaba por una oposición a la cultura dominante, inmersa en la guerra fría. Su principal foco de expresión principal fue la música. Como consecuencia de este movimiento surgieron multitud de tribus urbanas, que trataremos a continuación. “En Londres, sobre todo en el sudoeste de King’s Road, estaba cuajando un nuevo movimiento que combinaba elementos salidos de toda una serie de heterogéneos estilos juveniles” (Hebdige, 1979, pp.41). El contexto en el que surge este fenómeno se basa en una crisis económica que afectó gravemente a Gran

---

<sup>2</sup> Si desea puede revisar sus colecciones en el siguiente enlace, para así observar lo que se explica. <https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/vivienne-westwood>

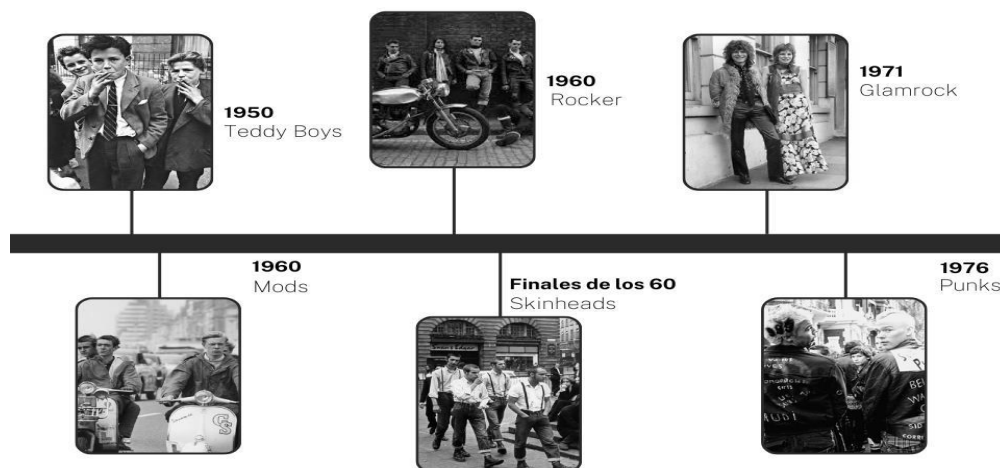
<sup>3</sup> Puede observar lo comentado en la colección. <https://www.versace.com/eu/es/world-of-versace/stories/desfiles/ss-2023-women.html>

Bretaña, sumado a un régimen político cada vez más liberal y católico que trataba de reprimir las ansias de libertad de los jóvenes.

“Observando el panorama no era de extrañar que, igual que estaba pasando en Estados Unidos y en Francia, los jóvenes académicos se movilizaran contra la sociedad tradicional, contra el Estado y sus instituciones a las que veían corruptas, contra el Gobierno el cual era una amenaza, contra los valores conservadores que reprimían las libertades de los individuos, en resumen, contra todo aquello que les era impuesto. Surge en torno a esto una cultura de protesta” (Vicente Marinas, 2018, pp.16)

Las tribus urbanas son un elemento de difícil clasificación, debido a su volatilidad y dificultad de clasificación, en algunos casos. En el Gran Bretaña han aparecido multitud de ellas, pero en este trabajo sólo nos centraremos en las 6 principales para simplificar el análisis. El motivo de esto es la dificultad que supondría tratar de abarcar todos los grupos. Para contemplarlas se ha realizado una infografía en forma de línea temporal en la que se ubica el momento de aparición de cada una de estas.

Ilustración 1. Línea del tiempo de aparición de las subculturas en Londres.



Fuente: Elaboración propia a través de Brake 1985.

Tras presentar esta infografía es necesario hacer una breve contextualización de cada una de estas subculturas, para así luego poder realizar el análisis.

Los teddy boys, subcultura que surge en los años 50 y se extiende hasta los 60, se caracteriza por ser jóvenes que buscaban resaltar el valor de lo estético del que han sido desprovistos por su condición de clase obrera. Fueron vistos desde una óptica negativa siendo definidos como violentos y sociópatas por la prensa. Su indumentaria se basa en el uso del traje, que en esos momentos se reservaba para los domingos. “Los Teds luchan contra esta vida gris al poner en juego sus disposiciones estéticas para la construcción de un mundo propio de indumentaria, música y baile.” (Fernández-Novoa, 2014)

Mods se caracterizaban por la perfecta conexión entre el ocio y el trabajo. Surgen a mediados de los 60 en ambientes burgueses. Su estética se basa en una reinterpretación

del estilo de los años 40 y 50 “los mods eran de aspecto más sutil y contenido: llevaban trajes aparentemente conservadores de colores respetables, eran pulcros y ordenados hasta lo maniático” (Hebdige, 1979, p.76-77). Además de esto un elemento definidor de este grupo social era su medio de transporte, el scooter.

Rockers, surgen a mediados de los 60 en contraposición a sus coetáneos los mods, reivindican la pureza del rock n’ roll. Su estética se basa en “tupé y patillas, cazadoras cortas y tejanos con grandes hebillas de metal e insignias dibujadas manualmente; botas camperas con punteras muy extremadas. Mujeres con cabellos teñidos, bambas y minifaldas” (Costa, Pérez Tornero & Tropea 1996 p. 118)

La subcultura skinhead surge a finales de los 60 y se componen de la juventud trabajadora londinense. Su pensamiento se basaba principalmente en la fuerza de la clase obrera, un puritanismo y los valores patriarcales. Su estética se basaba en el uso de vaqueros, camisas y botas de trabajo, según expone Sima Guerra en 2018.

El glam rock es una subcultura basada en lo andrógino y en la transgresión de los límites de la sexualidad tradicional. “Entre los rasgos más característicos del género destaca su artificialidad y sensualidad, la indumentaria extravagante y bizarra, el culto a la individualidad, el narcisismo obsesivo por alcanzar la fama, el privilegio de las formas sobre el contenido, el reciclaje de elementos del pasado fusionados con elementos futuristas o la defensa de la pluralidad” (Masía Galiano, 2019, p.11)

Los punks surgen a finales de los 70 en Londres como una forma de rebeldía y válvula de escape contra la sociedad inglesa. “Combinaciones de colores y materiales nunca vistos; lila y verde, rojo y negro, pantalones rotos, pines, alfileres, collares de perro, etc., delinearon el look punk.” (Toulemonde De Montozon, 2005, p.26)

#### 4.2. El caso madrileño, La Movida.

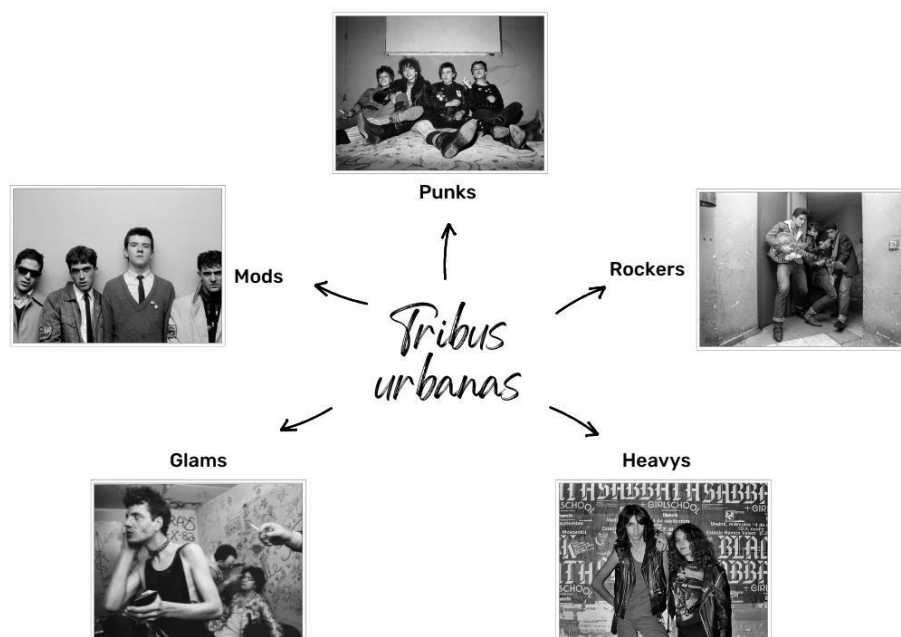
A pesar de que los antecedentes más directos a la Movida Madrileña se contemplan en Londres de los años 70, la contracultura en España no se estrena de la mano de la Movida. Sino que ya tenía un cierto desarrollo a lo largo de la década de los 70. Ciudades como Sevilla y Barcelona, son los primeros focos en los que se desarrolla la contracultura en el franquismo, siendo así unos de los primeros referentes del modelo contracultural en España.

“Así y por un lado, vamos a esbozar una primera aproximación a los focos contraculturales de Sevilla y Barcelona, ciudades en las que los experimentos contraculturales adquirieron cierta consistencia ya desde mediados de la década de los sesenta. Se trata efectivamente de dos ciudades en las que se expresaron formas de vida asociadas el hippismo, la ética beatnik y la construcción de nuevos estilos estéticos, y en las que también encontramos ciertos elementos de innovación como la mezcla musical y el nacimiento del cómic underground.” (Carmona Pascual, 2012, pp. 204)

En estas ciudades, al igual que en el caso de la Movida la estética fue uno de los principales motores de oposición a los sistemas políticos dominantes. Consiguiendo así, a través de su cuerpo, desvincularse y revelarse contra la España gris y mojigata. “Efectivamente en aquel momento la transgresión estética era, en esencia una controversia política. El aspecto de estos jóvenes y su actitud significaban una agresión a lo más sagrado y gris de las instituciones sociales franquistas.” (Carmona Pascual, 2012, pp. 207)

La movida madrileña es un movimiento sociocultural protagonizado por la contracultura. La fecha de inicio de este movimiento se suele situar a través del concierto de homenaje al cantante Canito, el 9 de febrero de 1980, y se da por finalizado a mediados de los años 80. Este movimiento surge en el contexto de apertura de España al exterior, aumento de libertades y desfalco de antiguos valores, debido a la reciente muerte del dictador Francisco Franco. Todo esto fue el impulso para construir nuevas concepciones de juventud, en las que la sexualidad era más libre y se normalizó el consumo de drogas, “se podría decir que la cultura juvenil madrileña impulsó nuevas formas de definir qué era ser joven en esta época”. (Albaga Pérez, 2020, pp.323) En este contexto de sublevación es donde los jóvenes se abren paso para demostrar su descontento con la sociedad que les precedía, a través de todo tipo de actos artísticos, siendo el principal protagonista la música. Las acciones desarrolladas por esta corriente no se basaban en una organización, sino que surgieron de manera espontánea, además no se vinculó a actos políticos, sino que se consideraba apolítico, “el fenómeno cultural que recorre las calles de Madrid no corresponde a una vanguardia sino a un movimiento espontáneo e impreciso” (Albaga Pérez, 2020, pp.322). De la mano de todas estas acciones surgen las tribus urbanas, en las que profundizaremos a continuación. Igual que en el caso anterior, tratar de abarcar todas las tribus urbanas que se desarrollaron en este periodo socio histórico es algo inconcebible, por tanto, nos vamos a centrar únicamente en las principales. Las que se han considerado como principales, debido a la cantidad de referencias a ellas son mods, punks, rockers, heavys y glams.

Figura 2. Principales tribus urbanas de la movida madrileña.



Fuente: Elaboración propia a través de múltiples fuentes, principalmente Trillo 2020.

Para evitar la repetición en este caso solo se explicará la tribu urbana de los heavies. El motivo de esto es que la estética y motivaciones son muy similares en el caso londinense como en La Movida. Además de esto, las diferentes estéticas de las tribus urbanas se tratarán con mayor detenimiento en el apartado de resultados.

El heavy se relaciona con la desconformidad con el sistema, la romantización de la rebeldía y la oposición a la autoridad. Son vistos por la sociedad desde el extremismo y la violencia, llegando a ser considerados como satánicos, según expone Martínez en 2004.

Tras exponer brevemente la Movida Madrileña pasaremos a exponer otro movimiento sociocultural que sucedió en Galicia con características similares. La Movida Viguesa.

#### 4.3. El caso gallego, La Movida Viguesa.

A pesar, de que este trabajo se centra en La Movida Madrileña, se ha decidido incorporar una breve contextualización del caso gallego. El motivo principal es la cercanía con la autora y la relevancia y similitudes de este movimiento con el caso de estudio.

El caso de la Movida Madrileña no fue un caso aislado, sino que fue un fenómeno global. Este carácter global derivó en que los movimientos contraculturales y underground se extendieran por múltiples ciudades de España, llegando también a Galicia y más concretamente a Vigo.

La Movida Viguesa fue uno de los momentos de máximo esplendor de la ciudad olívica donde sus jóvenes, al igual que en el caso madrileño, empezaron a forjar nuevas formas de expresión y rebeldía. El pistoletazo de salida de este fenómeno se establece el 27 de

diciembre de 1981 en el cine Salesianos de la mano de Siniestro Total, uno de los grupos más relevantes de este periodo en Vigo.

Al igual que pasó en el caso madrileño, este fenómeno no fue inédito en Vigo, sino que deriva de una explosión musical en los años 70, de la mano del movimiento yeyé. Por tanto, se establece que la Movida Viguesa, puede ser una prolongación de esta, con sus características propias. Las principales características que lo alejan del caso madrileño es que se basa principalmente, y casi de forma única, en el fenómeno musical. Como expone Emilio Alonso en 2011 “a música foi o elemento vertebrador ou catalizador de todo o que pasou naqueles anos”. Y además que obtuvo una falta de apoyos por parte de los medios, se redujo a una rebeldía juvenil expresada a través de la música. A pesar de esto si se dio un aprovechamiento de La Movida para promoción política. De esta forma, la alcaldía que gobernaba en ese momento dio apoyos a estos jóvenes músicos para así dar un atisbo de modernidad a la ciudad.

Por tanto, se puede establecer que ambas Movidas fueron fenómenos que coexistieron en el tiempo, con rasgos comunes, pero que el caso gallego no es una imitación del madrileño. Los principales rasgos comunes son el fenómeno de rebeldía de la juventud, el gran papel que tuvo la música, y el papel de las tribus urbanas.

## **5. Justificación metodológica.**

La metodología que se va a emplear para este trabajo será mixta. Ya que vamos a manejar elementos de la metodología cuantitativa, como el uso de unas fuentes de datos secundarias y elaboración y análisis de una encuesta propia, junto a elementos de la metodología cualitativa, como el análisis bibliográfico, la realización de entrevista y el estudio de imagen.

La combinación de diferentes metodológicos responde a la necesidad de responder a los objetivos planteados. Con la intención de esclarecer al lector el empleo de cada una de estas metodologías, se expondrá una tabla con los objetivos e hipótesis junto a la metodología empleada para lograrlos.



<b>Objetivo</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Metodología empleada</b>
Esclarecer la diversidad de tribus urbanas existentes en la década de los 70 y 80 en España, durante La Movida	No se consideran hipótesis para esos objetivos.	Revisión bibliográfica
Explorar la indumentaria empleada por las diferentes tribus urbanas enmarcadas en este movimiento social y cultural.		Análisis de imagen y entrevistas
Conocer cuál es el poder de la moda en la actualidad como forma de expresión de la identidad, ya sea a nivel grupal como personal, a lo largo de las épocas de estudio.	Los jóvenes poseen una identidad muy marcada	Análisis de datos primarios
	Los jóvenes expresan su identidad a través de la moda	Análisis de datos primarios, secundarios y entrevistas
Identificar las funciones sociales de la moda para los jóvenes	Las funciones sociales de la moda han sufrido una evolución o al menos una evolución en cuanto a la importancia que se le otorga a cada una de estas	Análisis de datos primarios y secundarios
Averiguar si existen tribus urbanas en la sociedad actual e identificarlas	Las tribus urbanas son algo que se mantiene presente en la actualidad	Análisis de datos primarios

### 5.1. Metodología cuantitativa: explotación de fuentes de datos secundarios y realización de una encuesta.

La elección del uso de metodología cuantitativa es algo novedoso, puesto que la mayoría de los estudios de las funciones sociales de la moda no contemplan este modelo metodológico para realizar sus análisis. La falta de información cuantitativa en este aspecto es lo que nos ha impulsado. Esto se plantea como una oportunidad a la vez que una dificultad.

Además de la falta de estudios similares, consideramos el uso de metodología cuantitativa como acertado puesto que te permite analizar un gran conjunto poblacional y extraer así las inferencias adecuadas de estas. Además de esto este modelo metodológico es adecuado cuando se posee una gran información teórica del tema, que como se ha demostrado en el marco teórica, esta existe y es relevante.

“la metodología cuantitativa sea más conveniente cuando exista un cuerpo teórico previo suficientemente fundamentado capaz de definir los conceptos a analizar de forma concreta y mensurable (Miquel et al., 1997; Saunders et al., 2009). Esto implica que la metodología cuantitativa se presenta como más apropiada para la verificación o el contraste de hipótesis fundamentadas en

el conocimiento teórico existente que para construir o avanzar en la formación de una teoría todavía en fase de desarrollo (Flick, 2009; Gill y Johnson, 2010)” (Ugande Blinda y Balbeste Benavent, 2010, pp.3)

Es por todo lo ya mencionado que consideramos adecuado el empleo de metodología cuantitativas, tanto de datos primarios como secundarios.

- Explotación de datos secundarios:

Con relación a la metodología cuantitativa hemos seleccionado el análisis de los datos aportados por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) MD2126 realizado en el año 94 y la realización de un cuestionario sobre la relación de los jóvenes con la moda y las tribus urbanas.

Los datos secundarios empleados vienen de la mano de la encuesta del CIS MD2126, ya mencionada, que se elaboró en el año 1994 con un tamaño muestral de 2.481 casos, de los cuales se tomaron por válidos 718, ya que para este trabajo concreto solo se utilizó la población de entre 18 a 30 años. El perfil de los encuestados son hombres y mujeres españoles que viven en municipios de más de 2.000 habitantes. En el caso de esta metodología solo se han podido emplear 2 preguntas del total de la encuesta. El motivo de esto es que el enfoque de este cuestionario se basa en la perspectiva del consumo. A pesar de esto, nos ha parecido relevante incluirlo ya que es uno de los pocos estudios cuantitativos realizados en España sobre este tema.

- Realización de una encuesta:

En el caso de los datos primarios se obtuvieron, como ya mencionamos, a través de la técnica de encuesta. Se dirigió a la población joven, de entre 18 a 30 años con un tamaño muestral de 500 casos, de los cuales se han considerado como válidos 450. La zona geográfica es amplia, pero se enfoca principalmente en Galicia, debido a que la mayoría de los casos corresponden a esta área. El perfil de los encuestados responde a hombres y mujeres de entre 18 y 30 años, principalmente residentes en Galicia, con formación académica superior y que su actividad económica, principalmente, es ser estudiantes. El cuestionario se estructuró en base a 4 bloques temáticos<sup>4</sup>. A través de este se trató de observar la opinión de los jóvenes respecto a temas como la identidad, la moda, las tribus urbanas y La Movida.

El tipo de encuesta seleccionada fue la online, pues dado que iba dirigida a la población joven se ha considerado que no se incurriría en un sesgo. Para su difusión se recurrió a las listas oficiales del alumnado de la universidad de A Coruña, motivo por el perfil se limita a jóvenes con estudios superiores como se ha indicado en el párrafo anterior. Por lo que la población objeto de estudio fue el alumnado matriculado en la Universidad de

---

<sup>4</sup> Para observar el cuestionario puede acudir al anexo páginas 43 a 48.

A Coruña durante el curso 2022/2023, incluidos estudiantes de grado, máster y doctorado, lo que asciende a 17.166 personas, según los datos proporcionados por la institución. Por lo que en base a la muestra obtenida se ha podido aplicar una encuesta con un nivel de confianza del 95% ( $Z=1.96$ ) y un margen de error de 4.56%, considerando los 450 cuestionarios válidos.

## 5.2. Metodología cualitativa: análisis bibliográfico, análisis de entrevistas y análisis de imagen.

En el caso de la metodología cualitativa se emplearán varias formas de análisis, el uso de entrevistas semiestructuradas a personalidades relevantes, análisis de imágenes y la revisión y análisis bibliográfica.

El motivo de la selección de la tipología de metodología, de análisis cualitativo, es que ya han sido empleadas por otros autores a la hora de estudiar las subculturas. Debido a que es una forma muy efectiva de enfocarse en el campo. En este estudio se sigue la misma línea que Hebdige, en su libro *Subculturas* que ya mencionamos anteriormente.

La revisión y análisis bibliográfico, se ha llevado a cabo en la primera fase de la investigación como aproximación al objeto de estudio y para sentar las bases que se recogen en el marco teórico y que guiarán el resto de la investigación desde el diseño hasta el análisis de los resultados.

Con el fin de completar la información recabada a través de la revisión documental sobre La Movida, se recurrió a la técnica de las entrevistas semiestructuradas. Se perseguía conocer el discurso de personas que hubiesen vivenciado esa época de primera mano, y que pudiesen dar cuenta de dos fenómenos de interés en esta investigación: la moda y las tribus urbanas.

Finalmente se recogieron dos narrativas, correspondientes a los siguientes perfiles diferentes, que mostramos a continuación.

E1: investigador de La Movida. Se trata de una persona que ha dedicado parte de su carrera profesional a investigar sobre la Movida, esto le ha posicionado en una posición privilegiada respecto al campo.

E2: miembro de La Movida, diseñador de las entradas del famoso local RockOla. Fue uno de los personajes, que tras la sombra, hizo posible La Movida. Puesto que, como ya mencionamos, fue el diseñador de las entradas y carteles de la sala RockOla, un famoso pub que acogió a todo este movimiento cultural. Es por esto, que su testimonio como participe directo ha sido clave en esta investigación.

El estudio de las imágenes se ha elaborado en base a la revisión de varias fuentes. La primera y principal, es el libro de “La primera Movida. Madrid in the early 80s” de Miguel Trillo. En este se hace un recopilatorio de los fanzines de Rockocó, uno de los más importante de la época. A través de este el fotógrafo nos presenta retratos de las diferentes tribus urbanas, ya clasificadas en los diferentes números de este fanzine. La segunda de

las fuentes es “Mi Movida” de Pablo Pérez-Mínguez. Este libro se basa en una recopilación de las fotografías realizadas por el fotógrafo en su estudio entre los años 1979-1985 a diferentes personalidades relevantes en esta época. De estos libros se extrajeron las imágenes más relevantes de cada tribu urbana, dando un total de 150 elementos gráficos. A pesar de que esta metodología posee limitaciones, como la acción que tiene el investigador a la hora de seleccionar y clasificar las imágenes, también tiene un gran aporte para las investigaciones debido a que “(...) los documentos formados por imágenes son testimonios de cultura. Son testimonios de una manera de pensar y de hacer; testimonios de voluntades y relaciones sociales; testimonios de dificultades y de ingenio.” (Gómez Mundó, 2015, pp. 350)

Para justificar el uso de la metodología de estudio de imágenes nos centraremos en una cita de Hooks en la que nos expone “También nos identificamos y nos construimos como seres sociales a través de la mediación de las imágenes. (...) Comprender la cultura contemporánea implica centrarse tanto en la fenomenología del espectador como en la forma cultural de las imágenes.” (Hooks, 2021, p.25) Gracias a esta cita, se nos expresa el papel fundamental que poseen las imágenes como conformadoras de identidad. Y, en base a esto, hemos considerado fundamental incluir este modelo metodológico innovador en nuestro estudio. Además de lo ya mencionado, debido a que para el análisis de la moda las imágenes, ya que no tenemos un acceso directo al campo por ser un evento pasado, son un elemento indispensable para este estudio.

## **6. Análisis de resultados.**

A continuación presentaremos el apartado de resultados. Este se estructura en bloques temáticos. La forma de presentarlos se plantea a través de la triangulación de la información recabada, interconectando así las diferentes metodologías. A pesar de esto hay aportados, como el uno y el tres, que esto no ha sido posible. Empleando solo la metodología del análisis de datos primarios, debido a la falta de datos de otras fuentes. De esta manera se pretende lograr dar respuesta a los objetivos e hipótesis que se plantearon al inicio de esta investigación.

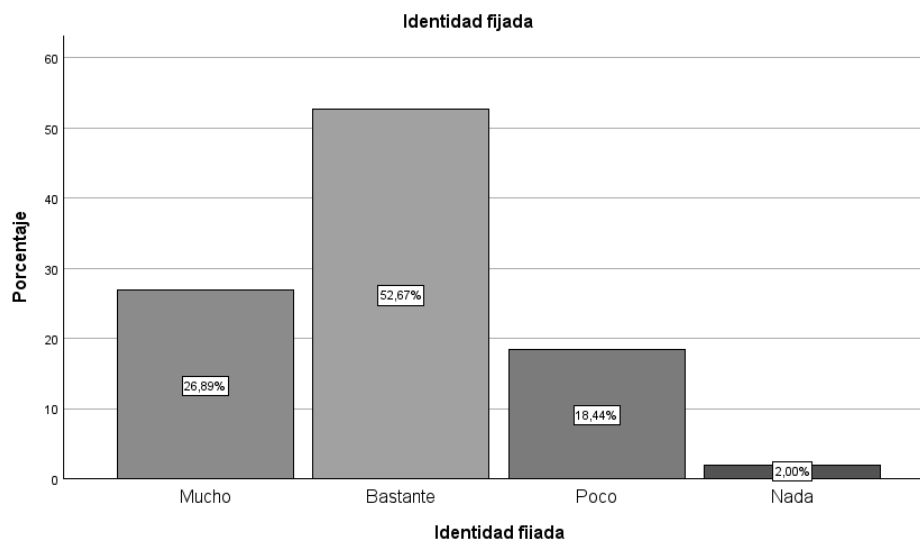
### **1. Identidad y juventud.**

La identidad ha sido uno de los temas centrales vertebrador de este trabajo. Tras haber conocido las bases teóricas que apoyan el fundamento de la identidad en los jóvenes vamos a hacer un breve análisis a partir de los resultados de la encuesta realizada a los jóvenes.

Para observar la relación entre la identidad y la juventud se va a introducir primero una tabla de frecuencias y un gráfico sobre el total de jóvenes que creen que poseen una

identidad fijada, pregunta 9. En esta tabla, adjuntada en el anexo<sup>5</sup>, se observa como los jóvenes si consideran que poseen una identidad bastante fijada. El máximo se observa con un 52.7% en la categoría bastante. Esto se traduce en que más de la mitad de los encuestados creen que tienen una identidad bastante fijada. A través de esto extraemos que los jóvenes si contemplan que posean una identidad.

Gráfico 1. Gráfico de barras de las frecuencias de p9 identidad fijada.



Fuente: Elaboración propia

Esto nos lleva a observar si existe relación entre tener una identidad y considerarse diferente de la gente de su edad y luego de sus amigos. Para esto se elaborará dos tablas de contingencia acompañadas de las pruebas de independencia, Chi-Cuadrado, y las pruebas de asociación Gamma.<sup>6</sup>

A través de estas tablas, de la 2 a la 7 presentadas en los anexos, observamos como se puede intuir cierta asociación entre las variables. Además, podemos entrever que la relación es más fuerte en el caso de referirse a la gente de su edad. En ambos casos observamos que los análisis son significativos, pero en la asociación observamos datos diferenciados. En ser diferente a la gente de su edad se contempla una relación pequeña y directa. De esta forma cuanto más identidad crean que poseen más diferente se consideran a la gente de su edad. En cambio, en ser diferentes a sus amigos nos encontramos que la relación es casi nula. De esta manera no tiene prácticamente influencia el grado de identidad sobre considerarse diferente a sus amigos.

Gracias a todo lo que se ha expuesto en este apartado podemos llegar a la conclusión de que los jóvenes sí que poseen una identidad propia. Además, se contemplan más fácilmente diferentes a la gente de su edad que a sus amigos y conocidos, a los cuales se sienten más similares.

<sup>5</sup> Para observar la tabla acuda al anexo tabla y gráfico 1

<sup>6</sup> Para observar las tablas mencionadas consulte en el anexo desde la tabla 2 hasta la 7.

## 2. Jóvenes y moda.

### 2.1. Importancia de la moda

Antes de comenzar a analizar si la moda es un vehículo que se ha utilizado para expresar la identidad en diferentes épocas, primero conviene puntualizar si ha sido importante para los jóvenes en estas épocas. Para eso se van a utilizar varias metodologías. Primero un análisis cualitativo, para el análisis del caso de La Movida. Segundo, dos análisis cuantitativos. El primero será el análisis del estudio 2126 “La moda como factor de diferenciación social” elaborado en el año 1994 por el CIS, para así sacar conclusiones sobre la importancia de esta en los 90. El segundo se realizará en base a la encuesta de elaboración propia, ya mencionada anteriormente, para extraer los resultados de la actualidad. Para el caso de las metodologías cuantitativas se utilizará la misma metodología, una tabla de contingencia. Para el análisis de La Movida, se analizará los resultados de la primera pregunta del bloque VII “¿la moda y la estética jugaron algún papel en La Movida?”, en el caso de los 90 la pregunta utilizada será la 10 “¿le da usted mucha, bastante, poca o ninguna importancia a su forma de vestir?”, mientras que en el caso de la actualidad la pregunta utilizada será pregunta 12, “¿le das importancia a tu forma de vestir?”

En el caso de la Movida observamos como ambas respuestas a la pregunta analizada son afirmativas y con mucha claridad, remarcando así que la moda si tuvo una gran importancia en este momento histórico. Además, gracias a la segunda de las entrevistas conocemos como este fenómeno no solo se basó en la estética personal, sino que también en la estética en múltiples sentidos, como la gráfica.

“Totalmente, totalmente, totalmente importante. (...)” (Entrevistado 1, investigador)

“Sí, sí, absolutamente. Y yo además es, yo creo que es la parte que más me gustó de de la movida porque. Eh? Madrid era una ciudad gráficamente muy triste. La señalética de Madrid. Me refiero a los carteles de los bares que ponen el nombre del bar del que ibas por Londres y parecía a Disneylandia, todo era precioso, cuidadísimo, maravilloso, y aquí en Madrid. Estábamos con castañas, Pepe, todavía quiero, pero no. Eso sí, que la nueva ola y la movida y rockola trajeron una buena estética. Claro que, inspirada en todo lo que se hacía en Londres y hable, soy yo. Yo hice más de 120 carteles y cambié las paredes de Madrid, o sea, si tocaban las chinas y ya está todo Madrid con la China, la China, la China y una estética moderna, muy colores planos y no había ordenadores, Eh? Cuidado todo con letra, sed y con tramitas y que el fin currado físicamente, no. No había ordenadores, De hecho, empezaron AA los 8 o 9 años y entonces cambió Madrid, no solo yo, que la artista gráfico todos. Entonces para mí eso fue muy importante en Madrid se puso de moda, hacías fotos y veías la calle Alcalá llena de carteles de de Spandauvalen, pues es qué locura. Antes había carteles de la ferretería de no sé, qué, hoteles, moñas, horribles hechos por la imprenta que llamaba por teléfono. Ponme muy grande este nombre, no, no. Ahora se estudiaba cada cartel se graba esto y eso creaba estética a la gente al vestir, y después empezaron a recibir revistas como de face, que era una revista inglesa que recibíamos todos o que nos hacíamos todos con ella. YY se une, iban vestidos ahí, pues la gente se vestía, en fin, sobre todo la gente de la música, con I que la oficina no puede ir con él, el penacho. Pero está claro.” (Entrevistado 2, diseñador gráfico del RockOla)

En el caso de los años 90, la tabla de frecuencias extraída nos muestra que el máximo se encuentra en la posición bastante con 44.4% y el mínimo en la postura ninguna con un 7.1%. A través de esto podemos extraer que los jóvenes sí que le han otorgado importancia a la moda.

En la actualidad se observa que la importancia a la hora de vestirse es relativamente alta entre los jóvenes, ya que la categoría bastante obtuvo un 40% de las respuestas totales, posicionándose como el máximo para esta pregunta. Además de esto, el mínimo se establece en nada con tan solo un 3.0%.

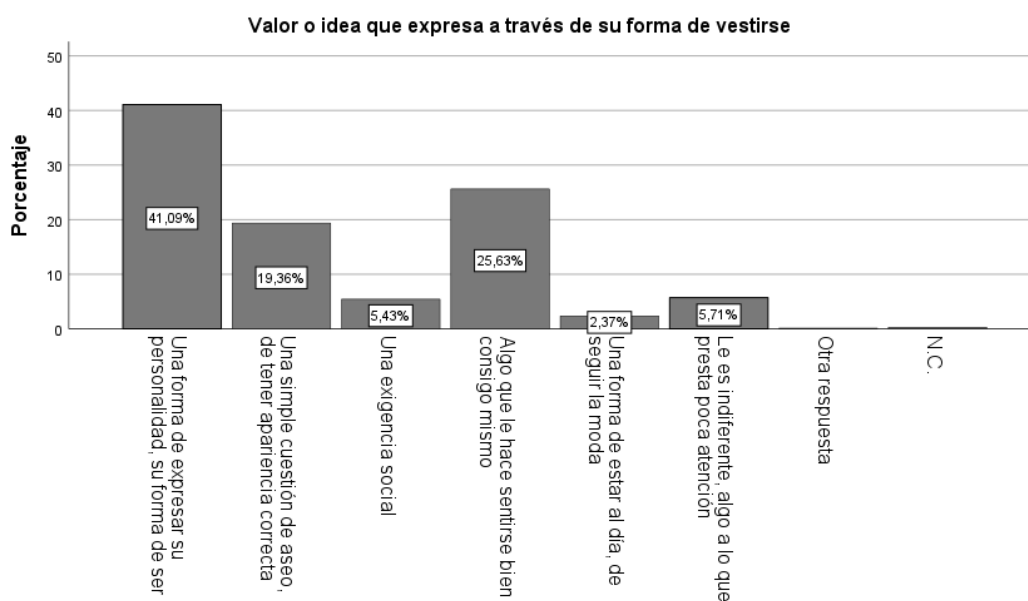
En definitiva, a través de estos análisis de las 3 etapas hemos establecido que los jóvenes si le han dado bastante importancia a la moda, pero a pesar de que esta ha coexistido en todos los periodos podemos intuir que esta se ha extendido poco a poco. De esta manera es en la actualidad donde más jóvenes le dan importancia a pesar de que el grado de importancia apenas ha variado. <sup>7</sup>

## 2.2. Funciones sociales de la moda.

Como se ha ido observando a lo largo de este trabajo la moda representa múltiples funciones en la vida. En este apartado de resultados se pretende compararlas para los años 90 y la actualidad. Para lograrlo se recurrirá al análisis de las tablas de frecuencias. Para el caso de los años 90 se analizará la pregunta 11 ¿para usted su estilo o forma de vestirse es principalmente ... ?, mientras que para la actualidad se utilizará la pregunta 13 ¿Qué función cumple la moda en tu vida?

Gracias a la tabla de frecuencias 10 junto al gráfico 2, que se encuentra en los anexos, observamos como las principales funciones que los jóvenes le otorgaban a la vestimenta en los 90 era una forma de expresar su personalidad (41.1%), seguido de algo para sentirse bien consigo mismo (25.6%) y después la consideran una cuestión de aseo (19.4%). El resto de las opciones apenas tienen representación.

Gráfico 2. Gráfico de barras de las frecuencias de p11 funciones de la moda en los años 90.

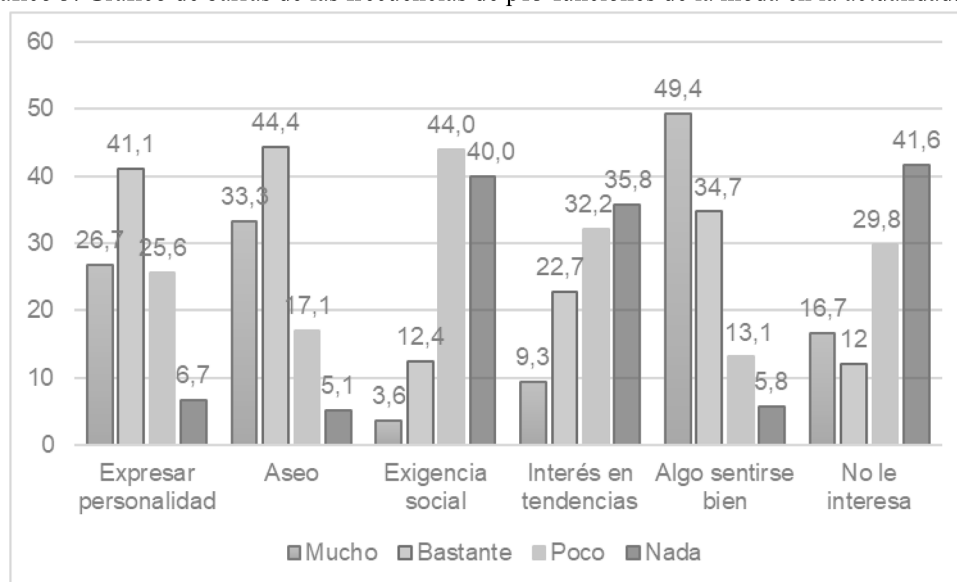


Fuente: Elaboración propia

<sup>7</sup> Para observar las tablas mencionadas en este apartado acuda a las tablas 8 y 9 del anexo

En cambio, en la actualidad observamos que el orden de las funciones ha variado, para extraerlas se ha comparado el máximo en cada una de estas tablas de frecuencias. De esta manera contemplamos que la función más importante es la de sentirse bien consigo mismo, con un 46.4% en la categoría mucho, seguido de la cuestión de aseo, con un 44,4% de respuestas en bastante, y último la expresión de la personalidad, con un 41.1% en la misma respuesta que el anterior.

Gráfico 3. Gráfico de barras de las frecuencias de p13 funciones de la moda en la actualidad.



Fuente: Elaboración propia

A través de esto observamos como las funciones se han mantenido en el tiempo, pero su relevancia para los jóvenes ha cambiado. En el siguiente apartado continuaremos con la relevancia de la identidad en la moda, que ya hemos observado que ha sufrido un ligero descenso de importancia con los años, en beneficio del poder de la autoestima producido por la moda<sup>8</sup>

### 2.3. Moda e identidad.

Una vez que ya se han analizado las funciones sociales de la moda a lo largo de las épocas se ha considerado hacer hincapié en la función de la identidad, ya que es un elemento central de este trabajo. Para ello primero se analizará la cuestión extrayendo unas tablas de frecuencias. La pregunta empleada en el caso de los años 90 será la pregunta p1401, mientras que en la actualidad se utilizará la pregunta p13A, ambas referidas a la función de la moda como expresión de su personalidad.

Mediante el análisis de las tablas y gráficos se ha podido establecer que en los años 90 los jóvenes si han contemplado la moda como un buen vehículo de expresión de la identidad, ya que el máximo se observa en el valor bastante con un porcentaje válido del

<sup>8</sup> Si desea observar todas las tablas de frecuencias mencionadas en este apartado acuda a las tablas 11 a 16 de los anexos y el gráfico 4



44.8%. Esto se ha mantenido casi sin variación hasta la actualidad, donde se ha observado un ligero descenso, poco relevante, con un máximo en la misma respuesta, pero con un porcentaje de 41.1%.<sup>9</sup>

Con motivo de este descenso en la actualidad se nos plantea la cuestión de si la nueva modalidad de consumo ha tenido alguna interacción. Es por esto por lo que se estudiará la relación entre la moda como factor comunicativo de la identidad junto al fenómeno de estas tiendas rápidas. Para lograr llegar a los resultados deseados se realizará un análisis de tablas cruzadas, primero se presentarán estas, seguido del análisis de la prueba chi cuadrado y finalizando con el análisis de la asociación a través de la prueba V de Cramer.

Con ayuda de la tabla cruzada apenas se contempla la asociación, ya que los casos no parecen seguir ninguna distribución a primera vista. Con la prueba Chi-Cuadrado demostramos que es un análisis significativo, por tanto, seguimos para analizar la asociación. A través de la prueba de asociación V de Cramer se llega a establecer que existe una asociación directa pero tan ligera que no se contempla. Por tanto, se establece que no existe relación entre las variables.<sup>10</sup> De todo esto se puede extraer que el fenómeno de consumo protagonizado por las tiendas de *fast fashion* no está afectando a la relevancia que le dan los jóvenes a la moda como factor de expresión de su personalidad.

En definitiva, a pesar de que si se ha observado un ligero descenso en la relevancia que le otorgan los jóvenes a la identidad este es muy ligero y se ha demostrado que no tiene que ver con la interacción de las tiendas de fast fashion. Pudiendo así determinar que los jóvenes han expresado, expresan y, probablemente, expresarán su identidad a través de la moda.

### 3. Tribus urbanas y juventud en la actualidad.

Las tribus urbanas son uno de los fenómenos sociales que reinaron décadas atrás, pero ¿siguen presentes en la actualidad? ¿tienen una relación más estrecha estas agrupaciones con la moda? Para responder a estas preguntas se utilizará el análisis del cuestionario que ya se ha empleado en apartados anteriores. Concretamente se analizarán las preguntas p25 referida a la existencia de subculturas o tribus urbanas en la actualidad, p29 la moda como identificativo de las tribus urbanas y p30 la mayor importancia de la moda para estos movimientos.

Lo primero que se realizará será extraer una tabla de frecuencias de la pregunta 25, para así poder observar el porcentaje de jóvenes que contemplan que existan en la actualidad las subculturas. A través de este gráfico y tabla se observa como la amplia mayoría, casi

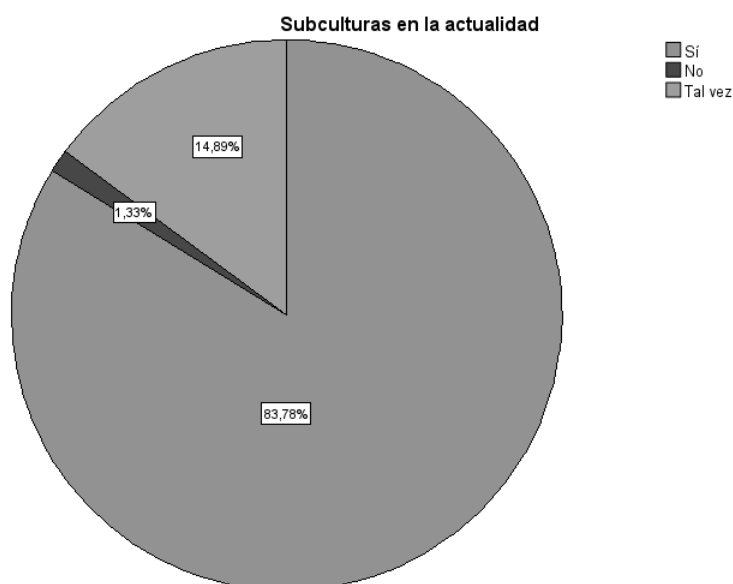
---

<sup>9</sup> Si desea observar las tablas mencionadas acuda al anexo tablas 11 y 17

<sup>10</sup> Para contemplar las tablas mencionadas en esta investigación acuda al anexo tablas de las 18 a la 20

un 84%, si contempla que existan las subculturas. Gracias a esto podemos establecer que el fenómeno de las tribus urbanas es un hecho muy presente en la sociedad actual.

Gráfico 4. Frecuencias de las subculturas en la actualidad.



Fuente: Elaboración propia.

Una vez que hemos esclarecido su presencia queremos analizar si la moda juega un papel más relevante en el caso de las subculturas. Para esto se hará, de nuevo, un análisis de las tablas de frecuencias de las preguntas 29 y 30. Gracias al análisis de estas se reafirma que los jóvenes ven una relación estrecha entre la moda y las subculturas. Debido a que los máximos para ambas preguntas se observan en el valor bastante. Así se manifiesta la clara relación que existe entre estos fenómenos, ya que contemplan a la moda como identificativa y con mayor importancia para las tribus urbanas.<sup>11</sup>

#### 4. Vestuario de las tribus urbanas de La Movida.

Para poder clasificar el vestuario que utilizaban las diferentes tribus urbanas nos basaremos principalmente en el análisis de fotografía de la época y el análisis de los verbatims de entrevistas realizadas a personalidades relevantes en la época.

De la mano de estas fotografías que se han utilizado en este apartado podemos establecer las diferentes prendas y elementos identificativos de cada uno de estos grupos juveniles.<sup>12</sup>

Primero, los Mods, observamos que los elementos más identificativos de estos son la gabardina, los trajes de domingo, las gafas de sol de forma cuadrada o rectangular, zapatos de vestir y mocasines, los pines, chapas y estampas en los trajes y gabardinas. El pelo por su parte se lleva corto y bien peinado. Las mujeres por su parte utilizan vestidos o traje

<sup>11</sup> Para observar las tablas y gráficos a los que se hace referencia en este análisis diríjase al anexo tablas 22 y 23 y gráficos 5 y 6.

<sup>12</sup> Si desea observar todas las fotografías empleadas para el análisis acuda a la página 62, de los anexos.

chaqueta de corte clásico y recto, gabardinas, acompañado de pelo cortado a capas y con diademas, zapatos como bailarinas y mocasines y también a veces adornan sus americanas y gabardinas con chapas y estampas.

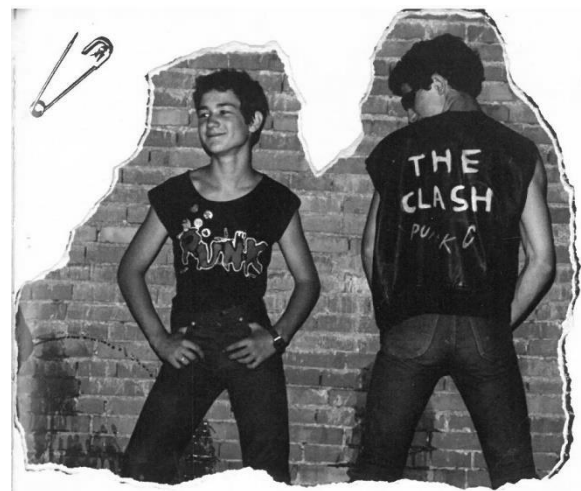
Fotografías 1 y 2. Mods.



Fuente: Miguel Trillo

Segundo, los jóvenes punks, se caracterizan por emplear ropa ceñida, chaquetas de cuero, estampados de animal, camisetas de grupos, collares de perro y cadenas, medias de rejilla, brazaletes y otros accesorios decorados con pinchos o símbolos políticos, principalmente anarquistas. En cuanto a otros elementos observamos que en el calzado predominan las zapatillas o las botas de corte militar, el pelo es en cresta o pincho y algunas veces muy largo, el maquillaje es muy recargado, principalmente en tonalidades oscuras, y a veces emula el aspecto de corrido. La principal diferencia que encontramos en el caso de las mujeres es que suman el uso de la minifalda al resto de los elementos que ya mencionamos.

Fotografías 3 y 4. Punks.



Fuente: Miguel Trillo

Tercero, los rockers, el estilo de esta tribu urbana intentaba imitar la apariencia que caracterizaba al rock de los años 50 y de Elvis, principalmente. Los elementos más diferenciadores son el uso del vaquero, ya sean en pantalones ceñidos o en chaquetas de corte biker, chaquetas de cuero y beisboleras, trajes y americanas de corte holgado, el uso de múltiples cinturones con tachuelas y corbatas vaqueras y los zapatos que emplean son zapatillas o botas, con el pelo en tupé. Las mujeres por su parte utilizan principalmente faldas largas muy amplias en corte A, camisas con pañuelos, también chaquetas beisboleras y de cuero con el mismo corte que los hombres. El pelo lo suelen llevar recogido en una coleta o suelto con volumen, y los zapatos que las caracterizan son el modelo de mary janes.

Fotografías 4 y 5. Rockers.

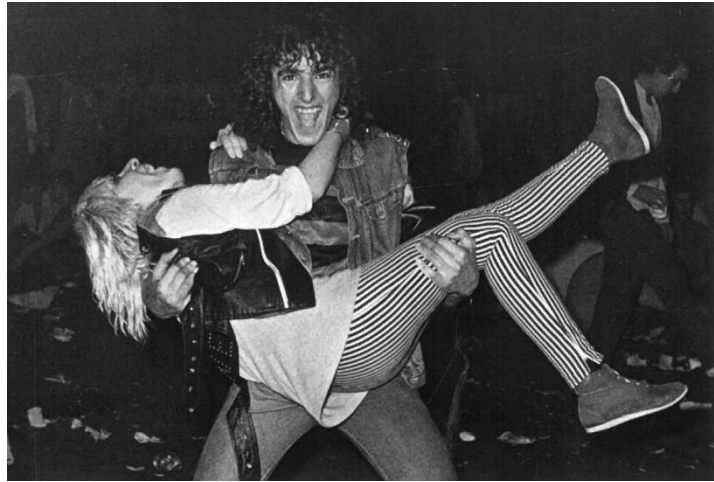
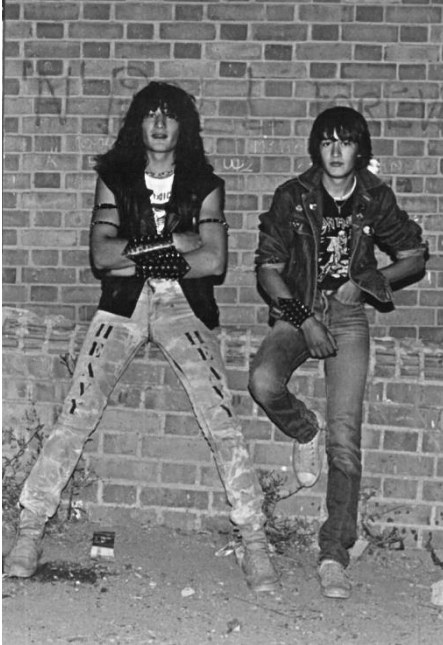


Fuente: Miguel Trillo

Cuarto, los heavys, este grupo juvenil se caracteriza principalmente por el empleo de chaquetas y chalecos de cuero o vaqueras, uso de pantalones ceñidos con telas como

vaquero o estampadas, las principales son el tie-dye y las rayas verticales, los accesorios que emplean principalmente son los brazaletes anchos decorados con pinchos. El cabello se observa principalmente en melenas cortadas a capas largas y los zapatos destaca el uso las zapatillas deportivas, principalmente las converse gastadas. En cuanto a las mujeres no se han observado diferencias a la hora de la vestimenta.

Fotografías 7 y 8. Heavys.



Fuente: Miguel Trillo

Quinto la tribu urbana del glam, esta se caracteriza por no tener un “look” característico. Sino que se basa en unos elementos e intenciones a transmitir al exterior. Las principales características de este grupo son la teatralidad, el travestismo, el morbosísimo y la transgresión. De esta forma el vestuario se compone por telas brillantes, combinaciones de colores y texturas, falta de tela dejando ver piel al desnudo, uso de prendas clásicas con reinvención, maquillajes recargados y coloridos y accesorios exagerados con tildes provocadoras. Gracias a todo esto componen un vestuario con un estilo muy creativo y provocador en el que apenas se observan las diferencias entre hombres y mujeres a la hora de vestir.

Fotografías 9 y 10. Glams.



Fuente: Pablo Pérez-Mínguez

Una vez que ya hemos establecido el vestuario gracias al análisis fotográfico completaremos este apartado con la introducción de los verbatims de las 2 entrevistas realizadas.

“Pues los góticos podían llevar falda los tipos, botas gruesas, penachos yy pintado el ojo, por ejemplo. Los moddies pues ya sabes chapita, corbatilla, bueno, yo soy moddie eh, yo tiendo más a eso. Pues eso corbatilla chaqueta, pelo cortito, pantalones cortitos, calcetines blancos, en fin. Los Rockets tupé la la cazadora perfecto, los pantalones ceñidos, los tacones. Y después no sé cuál más había con los hippies eran los desastrosos, ya no les hacía caso nadie por ahí miedos. Bueno, los heavies ya sabes, es que no te tengo que explicar como es un heavy, pelo largo yy un poco y eso sí. Después estaban los moñas, pero eso no tenían, no tenían actitud, no vestían, vestían como un estudiante de colegio mayor. Vale, eso es un poco, pues eso, jersey de piquito o Lacoste no te fueron más o menos de derechas, sino a mí me gustaron también un estilo niño pijo al estilo español y de buen gusto, y esos les gustaba Alissa Pop, les gustaba los secretos, le gustaba mamá. Y eso no era ni mods ni nada eran estudiantes de familia, para entendernos.” (Entrevistado 2, diseñador gráfico del RockOla)

Gracias a estos verbatims observamos como coincide con lo que se esclareció a través del apartado anterior, de análisis fotográfico. Llegando así a la conclusión de que el análisis que se realizó es correcto y no una simple coincidencia.

## 7. Conclusiones.

A lo largo de todo este trabajo se han expuesto diferentes perspectivas y resultados enfocados en la identidad, la moda y las tribus urbanas. En este apartado trataremos de condensar los principales.

En cuanto a la identidad, se ha observado como la juventud es el momento en que esta tiene un papel más relevante en la vida. Además, se ha contrastado, de forma práctica,

que esta ha tenido una gran relevancia a lo largo de todos los momentos estudiados y que en la actualidad sigue siendo un foco presente.

Respecto a la moda, se ha evidenciado la importancia que esta ha tenido y tiene en los diferentes momentos estudiados. Esto nos presenta un buen terreno sobre el cual seguir analizando las funciones sociales y la relación entre la identidad y la moda. En cuanto a las funciones sociales hemos observado una evolución con respecto a los años, destacando el descenso de la función de la personalidad en beneficio de la de la autoestima. De esta forma se observó un ligero descenso de la relación de la identidad y la moda, pero esta no es consecuencia de las tiendas de *fast fashion*.

Para el caso de las tribus urbanas los principales resultados obtenidos demuestran que son un fenómeno complejo y de difícil definición, pero que sigue muy presente en la vida de los jóvenes. Además, también se ha logrado esclarecer el vestuario de las tribus urbanas de La Movida, un logro para esta investigación, ya que no posee de precedentes directos.

Una vez que se han extraído las principales conclusiones de este trabajo, se expondrá la relación de estas con los objetivos e hipótesis.

Los dos primeros objetivos específicos que se han establecido en esta investigación son los que podemos considerar como más complejos y difíciles de alcanzar. El motivo de esto es que “el proceso de definición y localización de tribus urbanas es variable y huidizo. Resulta difícil de objetivar en un cuadro fijo y definitivo”. (Costa, Pérez Tornero & Tropea, 1996, p. 93). A pesar de esto se han logrado completar con éxito. De esta forma se ha podido esclarecer cuáles eran las principales tribus urbanas y el vestuario que empleaban para diferenciarse.

En cuanto al tercero, conocer cuál es el poder de la moda en la actualidad como forma de expresión de la identidad, ya sea a nivel grupal como personal, a lo largo de las épocas de estudio, podemos establecer que también se ha alcanzado. Gracias a esto se ha logrado demostrar que los jóvenes sí poseen identidades marcadas y que la expresan a través de la moda. A pesar de que se haya cumplido, ha de matizarse, que la relación ha disminuido ligeramente con los años, un elemento que nos preocupa y que esperamos que se profundice en las causas.

El cuarto objetivo, identificar las funciones sociales de la moda para los jóvenes, se ha podido demostrar. Estableciendo que las funciones se han mantenido, pero su grado de importancia ha variado. De esta forma hoy en día la moda juega un papel más relacionado con la autoestima que con la representación de la identidad, como ocurría en la década de los noventa.

Quinto, averiguar si existen tribus urbanas en la actualidad e identificarlas, este objetivo también se ha logrado, pero no por completo. De esta forma hemos podido demostrar la existencia de las tribus urbanas en la actualidad, pero no se han podido identificar. Esto

se debe a que son fenómenos volubles, por tanto es complejo identificarlas en el momento presente.

Con la intención de aportar un poco de claridad se va a utilizar la tabla de objetivos e hipótesis, ya empleada en otras ocasiones en este trabajo, para así poder indicar si los objetivos se han cumplido y en que apartado de la investigación.

<b>Objetivo</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Metodología empleada</b>	<b>¿Se ha cumplido?</b>	<b>¿En qué apartado?</b>
Esclarecer la diversidad de tribus urbanas existentes en la década de los 70 y 80 en España, durante La Movida	No se consideran hipótesis para esos objetivos.	Revisión bibliográfica	Sí	Marco teórico
Explorar la indumentaria empleada por las diferentes tribus urbanas enmarcadas en este movimiento social y cultural.		Análisis de imagen y entrevistas	Sí	Resultados
Conocer cuál es el poder de la moda en la actualidad como forma de expresión de la identidad, ya sea a nivel grupal como personal, a lo largo de las épocas de estudio.	Los jóvenes poseen una identidad muy marcada	Análisis de datos primarios	Sí	Resultados
	Los jóvenes expresan su identidad a través de la moda	Análisis de datos primarios, secundarios y de entrevistas	Sí	Resultados
Identificar las funciones sociales de la moda para los jóvenes	Las funciones sociales de la moda han sufrido una evolución o al menos una evolución en cuanto a la importancia que se le otorga a cada una de estas	Análisis de datos primarios y secundarios	Sí	Resultados
Averiguar si existen tribus urbanas en la sociedad actual e identificarlas	Las tribus urbanas son algo que se mantiene presente en la actualidad	Análisis de datos primarios	Sí	Resultados

En definitiva, podemos establecer que el fenómeno de la moda como reflejo de la identidad es un tema complejo, pero que ha estado presente en las vidas de los jóvenes desde la Movida Madrileña, en los años 90 hasta la actualidad. A pesar de que podamos decir que este trabajo ha tenido una resolución adecuada, al haber logrado demostrar los objetivos y las hipótesis, consideramos que es necesario continuar la investigación en este

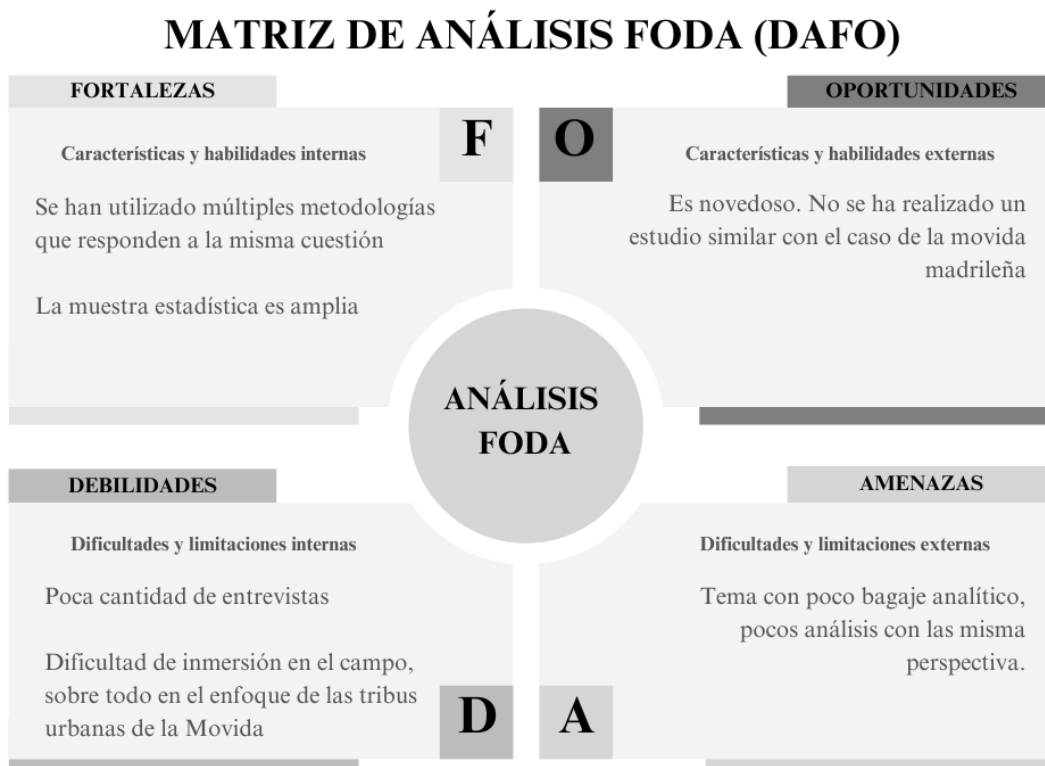


terreno, debido a que la moda es un elemento más de la vida de toda sociedad y por veces se olvida el importante papel que juega en su desarrollo.

### 8. Análisis de debilidades y fortalezas.

Este trabajo posee varias fortalezas, pero también algunas debilidades. Para presentar estas se presentará una matriz FODA. A través de esta se espera que los lectores puedan contemplar los puntos fuertes y débiles, para así obtener una visión aún más crítica.

Matriz 1. Matriz análisis FODA.



Fuente: Elaboración propia

## 9. Bibliografía.

- Aguirre, A. et al. (1997) *Cultura e identidad cultural. Introducción a la antropología*. Bardenas
- Albaga Pérez, B. (2020) A propósito de la Movida madrileña: un acercamiento a la cultura juvenil desde la historia. *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*, 21, pp. 319-329 <https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc1033111>
- Alonso, E. (2011) *Vigo a 80 revoluciones por minuto*. Xerais
- Ander-Egg, E. (2016) *Diccionario de psicología*. (3 ed.). Brujas
- Archivo Lafuente & La Fabrica (2020) *Miguel trillo. La primera movida. Madrid in the early 80s*. La Bahía
- Ayestarán, S. (1998) Movimientos juveniles y tribus urbanas. *Xuventude: retos e esperanzas* 13(27) pp 13-27
- Brake, M. (1985) *Comparative Youth Culture. The sociology of youth culture and youth subcultures in America, Britain and Canada*. Routledge
- Calefato, P. (2002) *El sentido del vestir*. (Trad. G. Vinti y C. López) [Segni di moda] Engloba
- Carmona Pascual, P. C. (2012) Autonomía y contracultura. Trabajo, revuelta y vida cotidiana en la Transición. En Espai en Blanc (Coord.) *Luchas autónomas en los años setenta. Del antagonismo obrero al malestar social* (203-226) Traficantes de Sueño
- Cestero Mancera, A. M. (2014) Comunicación no verbal y comunicación eficaz. *ELUA*, 28, 125-150. [https://www.researchgate.net/profile/Ana-Cestero/publication/274709546\\_Comunicacion\\_no\\_verbal\\_y\\_comunicacion\\_eficaz\\_ELUA\\_28\\_2014\\_pp\\_125-150/links/55fa7b6908aeafc8ac3b047e/Comunicacion-no-verbal-y-comunicacion-eficaz-ELUA-28-2014-pp-125-150.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ana-Cestero/publication/274709546_Comunicacion_no_verbal_y_comunicacion_eficaz_ELUA_28_2014_pp_125-150/links/55fa7b6908aeafc8ac3b047e/Comunicacion-no-verbal-y-comunicacion-eficaz-ELUA-28-2014-pp-125-150.pdf)
- Costa, P.O. & Pérez Tornero, J. M. & Tropea F. (1996) *Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Paidós

- Eddy Ives, L. S. (2014) La identidad del adolescente. Como se construye. *ADOLESCERE. Revista de formación continuada de la sociedad española de medicina de la adolescencia II* (2), 14-18  
<https://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/Adolescere%20Volume%20II-2%20v5.pdf#page=14>
- Entwistle, J. (2000) *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. (Trad. A. Sánchez Millet) [The fashioned body] Paidós
- Franco F. (2022) *40 anos de moda en Galicia*. Guiverny
- Fernández-Novoa, H. (2014) Dandys proletarios: Los teddys boys *ASRI - Arte y Sociedad. Revista de Investigación*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4665708>
- FundéuRAE (2017) *Moda rápida o pronta mejor que fast fashion*  
<https://www.fundeu.es/recomendacion/moda-pronta-mejor-que-fast-fashion/>
- Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. (Trad. G. Anibal Díaz) [Sociologie de la mode] Edhasa
- Gómez Mundo, a. (2015) Elementos metodológicos para el análisis de imágenes. *Actas del coloquio de educación XVIII*  
<https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTLIB/5204908>
- González Morales, I. P. (2022) *La identidad de la moda* (Ensayo crítico, Universidad de Finis Terrae) Santiago  
[http://admissiononline.uft.cl/xmlui/bitstream/handle/20.500.12254/3239/Gonzalez\\_Ignacia\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://admissiononline.uft.cl/xmlui/bitstream/handle/20.500.12254/3239/Gonzalez_Ignacia_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Guiddens, A. (1991) *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. (Trad. J.L., Gil Aristu) [Modernity and Self-identity. Self and Society in the Late Modern Age] (62 ed.) Provença
- Hebdige, D. (1979) *Subculturas. El significado del estilo*. (Trad. C. Roche) [Subculture: The meaning of the style] (3 ed.) Paidós Comunicación
- Íñiguez, Lupicinio (2001). Identidad: De lo Personal a lo Social. Un Recorrido Conceptual. En E. Crespo (Ed.), *La constitución social de la subjetividad*. (p. 209-225). Madrid: Catarata.
- Luceño Casals, L. (2018) Estudio de las paradojas de la moda. *dObras* 11(24) pp. 108-201 <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras>

- Lozano, J. (2000) Simmel: la moda, el atractivo formal del límite. *Reis* 89 (00) pp. 237-250 [https://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_089\\_11.pdf](https://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_089_11.pdf)
- Marcús, J. (2011). Apuntes sobre el concepto de identidad. *Revista sociológica de Pensamiento Crítico* 5(1), 107-114 <https://intersticios.es/article/view/6330/5750>
- María Noel, C. (2019) *La mirada semiótica de la moda*. (Trabajo de grado, Universidad nacional de Rosario) Rosario.  
<https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/14437/Tesina%20Cas%C3%A1%20C%20Maria%20Noel.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Martínez Barreiro, A. (1995) *Entre lo manifiesto y lo latente: La especificidad expresiva de la moda y su evidencia empírica*.
- Martínez Díaz, P. y Fernández-Martos, F.M. (2000) La formación de la identidad. *Razón y fé* 242(1226), 447-458  
<https://revistas.comillas.edu/index.php/razonyfe/article/view/19182/16989>
- Martínez, S. (2004) Heavies. ¿Una cultura de transgresión? En *Revista de Estudios de Juventud De las tribus urbanas a las culturas juveniles* (pp. 75-86) INJUVE
- Masía Galiano, M. (2018) *Glitter. La piel de las musas*. (Trabajo de grado, Universitat Politècnica de Valencia) Valencia  
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/127605/Masi%C3%A1%20-%20GLITTER.%20LA%20PIEL%20DE%20LAS%20NUEVAS%20MUSAS%20%20Realizaci%C3%B3n%20de%20un%20libro%20ilustrado.pdf?sequence=3>
- Migilaccio, M. I. (2013) *Fundamentos antropológicos de la moda: Magnanimidad y elegancia*. (Tesis doctoral, Universidad de Navarra).  
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/29186/1/Tesis%20In%C3%A9s%20Migilaccio.pdf>
- Milton Yinger, J. (1960) Contraculture and subculture. *American sociological review* 25(5), 625-635.  
[https://www.jstor.org/stable/pdf/2090136.pdf?refreqid=excelsior%3Aec125022db009626c49b2184d2f772fb&ab\\_segments=&origin=&initiator=&acceptTC=1](https://www.jstor.org/stable/pdf/2090136.pdf?refreqid=excelsior%3Aec125022db009626c49b2184d2f772fb&ab_segments=&origin=&initiator=&acceptTC=1)
- Mordini, E. (2007) Globalización y pérdida de identidad. *Ethos Gubernamental*
- Pérez-Mínguez, P. (2007) *Mi Movida: fotografías 1979-1985*. Lunwerg

- Quintas Froufé, N. & García González, A. (2010). La revista Galicia Moda: Un soporte para la difusión de la identidad cultural gallega. *Global Media Journal* 7(13) pp. 1-18 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68712863001>
- Revilla Castro, J. C. (1998). *La identidad personal de los jóvenes. Pluralidad y autenticidad*. CYAN, Proyectos y producciones editoriales
- Rodríguez Córdova, L. P. (2022) Identidad en el vestuario en tiempos de redes y masificación. *Comunife* 22 Enero-Diciembre 2022  
<https://doi.org/10.33539/comunife.2022.n22.2681>
- Sánchez-Contador Uría, A. (2016) La identidad a través de la moda. *Revista Humanidades* 29, 131-152  
[http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaRH-2016-29-7050/La\\_identidad\\_a\\_traves.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:revistaRH-2016-29-7050/La_identidad_a_traves.pdf)
- Sima Guera, C. (2018) *Los skinheads: Una aproximación sociológica* (Trabajo de grado, Universidad de La Laguna), La Laguna <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/9740>
- Simmel, G. (1905) *Filosofía de la moda* (s.d.) [Philosophie der Mode]. Casimiro Libros
- Toulemonde De Montozon, C. (2005) *La identidad punk, analizada desde un caso punk* (Trabajo de grado, Universidad de los Andes), Bogotá  
<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/22089/u260722.pdf?se>  
e
- Ugalde Binda, N. y Balbastre Benabent, F. (2013) Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación *Ciencias económicas* 31, (2) pp. 179-187  
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730/11978>
- Veneziani, M. (2007) *La imagen de la moda*. Nobuko
- Vicente Marinas, L. (2018) *Queen Bitch: David Bowie, el glam rock y la redefinición de la feminidad en las subculturas inglesas de los 70*. (Trabajo de master, Universidad Complutense de Madrid), Madrid  
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/54664/1/Leyre%20Marinas%20TFM.pdf>
- Vizcarra, F. (2002) Premisas y conceptos básicos en la sociología de Pierre Bourdieu *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas VIII*, (16), pp. 55-68  
<https://www.redalyc.org/pdf/316/31601604.pdf>
- Yodanis, C. (2018) *Vestirse*. (Trad. M. Enguix Tercero) [Getting dressed: Conformity and imitation in clothing and everyday life] Alianza

## 10. Anexos.

### 1. Análisis cuantitativo.

#### 1.1. Objetivos y preguntas del cuestionario.

Objetivos que se tratan de conseguir con este cuestionario.

- 1º Presentar la moda como un elemento que conforma identidades en los jóvenes
- 2º Desmentir que a través del fenómeno de la *fast fashion* la moda está perdiendo poder expresivo
- 3º Conocer la función social que los jóvenes otorgan a la moda
- 4º Averiguar si en la actualidad continúan teniendo presencia las tribus urbanas
- 5º Conocer cuántos jóvenes conocen el fenómeno sociocultural tratado en el trabajo

Las preguntas que se plantearon fueron:

O- ¿A qué grupo de edad perteneces?

- De entre 18 a 30 años.
- Mayor de 30 años

Bloque de preguntas de clasificación.

1- ¿Con que género te sientes identificado?

- Masculino
- Femenino
- Otro

2- ¿Qué edad tienes?

3- ¿Cuál es tu nivel máximo de estudios? (Alcanzado o en proceso)

- Sin estudios
- Educación primaria
- Educación secundaria o FP Básico
- Bachillerato o FP Medio
- Educación universitaria o FP Superior

4- ¿Cuál es tu actividad económica?

- Estudiante
- Ocupado
- Parado
- Otro

5- Indica el nombre de la población en la que resides

6- Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. Situándonos en una escala que va del 1 al 10, en la que 1 significa “lo más a la izquierda” y 10 “lo más a la derecha”, ¿en qué casilla te colocarías?

- Escala lineal del 1 “totalmente de izquierdas” a 10 “totalmente de derechas”

### Bloque I. Identidad social

- 7- En tu opinión, ¿te consideras diferente a la gente de tu edad?
- Mucho
  - Bastante
  - Poco
  - Nada
- 8- ¿Y diferente a tu grupo de amigos/as?
- Mucho
  - Bastante
  - Poco
  - Nada
- 9- Desde tu punto de vista, ¿crees que tienes una identidad fijada?
- Mucho
  - Bastante
  - Poco
  - Nada
- 10- ¿Como expresas tu identidad ante los demás? Selecciona máximo 3 opciones
- Mediante la estética
  - Escuchando determinada música
  - Participando como activista
  - Asistiendo a determinadas zonas o locales

### Bloque II. Moda

- 11- ¿Eres tú el que se encarga de ir a comprar tu propia ropa?
- Sí
  - No
- 12- ¿Le das importancia a tu forma de vestir?
- Mucho
  - Bastante
  - Poco
  - Nada
- 13- ¿Qué función cumple la moda en tu vida?
- a. Una forma de expresar su personalidad
  - b. Una simple cuestión de aseo, de tener una apariencia correcta
  - c. Una exigencia social, para ser como los demás
  - d. Porque me interesan las tendencias y estar al día
  - e. Algo para sentirme bien conmigo misma
  - f. No me interesa la moda, apenas le presto atención
- Mucho

- Bastante
- Poco
- Nada

14- Crees que tienes un estilo propio

- Sí
- No

15- ¿Como definirías tu estilo?

Además de presentar una definición de cada uno de los estilos se ha presentado una foto de referencia, para que sea más sencillo ver que estilo es más parecido al tuyo. Es normal que te identifiques con más de uno, pero en este caso es necesario que elijas el que creas que más te representa.

Las fotografías empleadas en esta pregunta han sido extraídas de la web de Vivian Velazquez Asesora de Imagen entrada 7 estilos universales claves en la asesoría de imagen <https://vivianvelazquez.com/descubramos-los-7-estilos-universales/>

- No tengo, me pongo lo que está de moda
- No tengo, me pongo lo primero que encuentro en el armario, me da igual que combine o no
- Natural, estilo basado en la comodidad y naturalidad con primacía de los básicos
- Clásico, estilo basado en la tradición y poco arriesgado con uso del monocromático
- Sofisticado, se basa en la actualización de lo clásico, incluyendo tendencias al estilo anterior
- Romántico, estilo basado en la “feminidad” con prendas suaves y delicadas
- Creativo, estilo basado en la innovación utilizando colores, texturas y combinaciones únicas
- Dramático, este estilo es parecido al anterior, pero con combinaciones aún más exageradas
- Seductor, estilo basado en la sensualidad utilizando escotes y prendas ajustadas

16- ¿Tu forma de vestir se parece a la de la gente de tu edad?

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada

17- ¿Y a la forma de vestir de tus amigos/as o conocidos/as?

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada

18- ¿Sigues las tendencias o te interesas por estas?



- Mucho
  - Bastante
  - Poco
  - Nada
- 19- ¿Sigues todas las tendencias a pesar de que no vayan con tu estilo?
- Mucho
  - Bastante
  - Poco
  - Nada
- 20- ¿Crees que tu forma de vestir te define?
- Escala lineal del 1 “nada” a 5 “mucho”
- 21- Indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones. La moda es...
- a. Una forma de expresar su personalidad, forma de ser
  - b. Una cuestión de demostrar mi poder económico
  - c. Una manera de sentirme bien conmigo mismo
  - d. Una forma de verme aseado y cuidado
  - e. Una manera de parecerme a mis iguales o amigos
  - f. Un modo de expresar mi posicionamiento político
- Nada de acuerdo
  - Poco de acuerdo
  - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
  - Bastante de acuerdo
  - Muy de acuerdo
- 22- ¿Consumes moda a través de las tiendas de *fast fashion*?

Las tiendas de *fast fashion* son tiendas de ropa en las que la producción y el consumo masivo cambia rápidamente junto al ritmo de las tendencias. Algunas de las principales marcas son Shein, Zara, Mango o Pull and Bear.

- Sí, habitualmente
  - Sí, pero solo ocasionalmente
  - No, nunca
- 23- Indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre las tiendas de *fast fashion*
- a. Reducen las desigualdades sociales a la hora de poder comprar ropa
  - b. Pone la moda al acceso de todos los públicos
  - c. Reduce las diferencias a la hora de vestir
  - d. Provoca que las prendas en tendencia duren muy poco
  - e. Crea un modelo de compra más rápido
  - f. Suponen un riesgo para el planeta porque generan muchos desperdicios
- Nada de acuerdo

- Poco de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo de acuerdo
- Muy de acuerdo

24- ¿Crees que la moda posee un poder de expresión grupal?

Con un poder de expresión grupal nos referimos a si la moda es un elemento que permita delimitar a diferentes grupos

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada

### Bloque III. Subcultura/ Tribus Urbanas

25- El término subcultura se usa en sociología para definir a un grupo de personas con un conjunto distintivo de comportamientos y creencias que les diferencia dentro de la cultura dominante de la que forman parte. De acuerdo a esta definición, ¿cree que en la actualidad existen estos grupos sociales?

- Sí
- No
- Tal vez

26- Ahora vamos a presentar algunas de las subculturas más populares. Indica cuales de estas conoces

- Punks
- Skins
- Góticos
- Hippies
- Mods
- Rockers
- Dark
- Raperos
- Hípster
- Emos
- Heavies
- Frikis (otakus, gamers, geeks)
- Rastafaris
- Skaters
- Chonis o canis
- No conozco ninguna de las anteriores
- Otras

27- ¿Formas o has formado parte de alguna subcultura o tribu urbana?

Para esta pregunta no hay que tomar de referencia las presentadas en el caso anterior, ya que existen muchas más que no se han puesto en este ejemplo

- Sí
- No
- Tal vez

28- De haber respondido que sí en la pregunta anterior ¿en cuál?

29- ¿Consideras la moda como algo identificativo de las tribus urbanas? Pertenezcas a alguna o no

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada

30- ¿Crees que las tribus urbanas le dan mayor importancia a la moda que el resto de la población?

- Escala lineal del 1 “nada” a 5 “mucho”

#### Bloque IV. La Movida

31- ¿Conoces el fenómeno de La Movida, que surgió en los 80 en diferentes ciudades de España?

- Sí
- No

32- De haber respondido que sí en la pregunta anterior ¿Qué crees que es La Movida?

- Un movimiento cultural
- Una manifestación política
- Una forma de rebelión de la juventud
- Otra

33- La Movida fue un fenómeno sociocultural basado en la rebeldía social de la juventud en los 80 en España. ¿Conoces a algo parecido en los últimos años?

- Sí
- No

34- De haber respondido que sí, ¿Cuál es este movimiento?

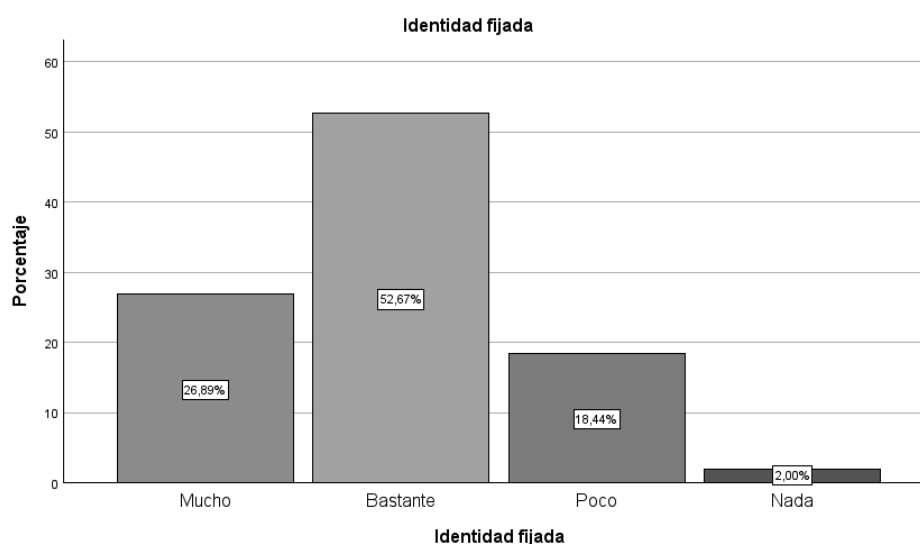
## 1.2. Tablas y gráficos de los análisis cuantitativos.

Tabla 1. Tabla de frecuencias p9 identidad fijada.

		<b>Identidad fijada</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	121	24,2	26,9	26,9
	Bastante	237	47,4	52,7	79,6
	Poco	83	16,6	18,4	98,0
	Nada	9	1,8	2,0	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1. Gráfico de barras de las frecuencias de p9 identidad fijada.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Tabla de cruzada p9 identidad fijada por p7 diferencia frente a la gente de su edad.

		<b>Tabla cruzada</b>				
Recuento		Identidad fijada				Total
		Mucho	Bastante	Poco	Nada	Total
Diferencia frente a la gente de tu edad	Mucho	14	12	4	1	31
	Bastante	61	103	29	4	197
	Poco	38	108	43	2	191
	Nada	8	14	7	2	31
Total		121	237	83	9	450

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Prueba Chi-Cuadrado de independencia entre p9 identidad fijada por p7 diferencia frente a la gente de su edad.

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,754 <sup>a</sup>	9	,027
Razón de verosimilitud	17,547	9	,041
Asociación lineal por lineal	8,578	1	,003
N de casos válidos	450		

a. 4 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,62.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Prueba Gamma de asociación entre p9 identidad fijada por p7 diferencia frente a la gente de su edad.

**Medidas simétricas**

	Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Gamma	,215	,069	3,073	,002
N de casos válidos	450			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Tabla de cruzada p9 identidad fijada por p7 diferencia frente a sus amigos y conocidos.

**Tabla cruzada**

Recuento		Identidad fijada				Total
		Mucho	Bastante	Poco	Nada	
Diferencia frente a amigos y conocidos	Mucho	4	11	2	2	19
	Bastante	31	54	26	0	111
	Poco	67	154	46	5	272
	Nada	19	18	9	2	48
Total		121	237	83	9	450

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Prueba Chi-Cuadrado de independencia entre p9 identidad fijada por p7 diferencia frente a sus amigos y conocidos.

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,794 <sup>a</sup>	9	,019
Razón de verosimilitud	18,139	9	,034
Asociación lineal por lineal	,796	1	,372
N de casos válidos	450		

a. 4 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,38.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Prueba Gamma de asociación entre p9 identidad fijada por p7 diferencia frente a sus amigos y conocidos.

### Medidas simétricas

	Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Ordinal por ordinal Gamma	-,064	,076	-,840	,401
N de casos válidos	450			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Tabla de contingencia sobre importancia a su forma de vestir en los años 90.

### Grado de importancia que otorga a su forma de vestir

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucha	114	15,9	15,9	15,9
	Bastante	319	44,4	44,4	60,3
	Poca	234	32,6	32,6	92,9
	Ninguna	51	7,1	7,1	100,0
	Total	718	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Tabla de contingencia sobre importancia a su forma de vestir en la actualidad.

		<b>Importancia a su forma de vestir</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	120	24,0	26,7	26,7
	Bastante	198	39,6	44,0	70,7
	Poco	117	23,4	26,0	96,7
	Nada	15	3,0	3,3	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

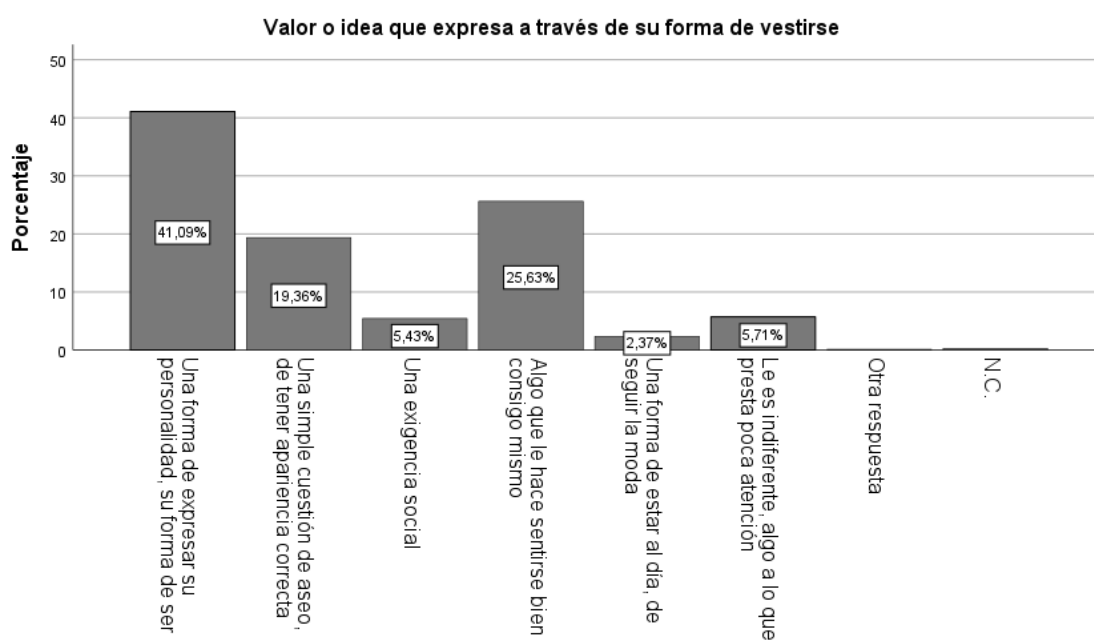
Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Tabla de contingencia sobre funciones de la moda en los años 90.

		<b>Valor o idea que expresa a través de su forma de vestirse</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Una forma de expresar su personalidad, su forma de ser	295	41,1	41,1	41,1
	Una simple cuestión de aseo, de tener apariencia correcta	139	19,4	19,4	60,4
	Una exigencia social	39	5,4	5,4	65,9
	Algo que le hace sentirse bien consigo mismo	184	25,6	25,6	91,5
	Una forma de estar al día, de seguir la moda	17	2,4	2,4	93,9
	Le es indiferente, algo a lo que presta poca atención	41	5,7	5,7	99,6
	Otra respuesta	1	,1	,1	99,7
	N.C.	2	,3	,3	100,0
Total		718	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Gráfico de barras de las frecuencias de p11 funciones de la moda en los años 90.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Tabla de contingencia sobre función de la moda en expresión de la personalidad en la actualidad.

**Función de la moda: expresar su personalidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	120	24,0	26,7	26,7
	Bastante	185	37,0	41,1	67,8
	Poco	115	23,0	25,6	93,3
	Nada	30	6,0	6,7	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia



Tabla 12. Tabla de contingencia sobre función de la moda como cuestión de aseo en la actualidad.

**Función de la moda: aseo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	150	30,0	33,3	33,3
	Bastante	200	40,0	44,4	77,8
	Poco	77	15,4	17,1	94,9
	Nada	23	4,6	5,1	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Tabla de contingencia sobre función de la moda como cuestión de exigencia social en la actualidad.

**Función de la moda: exigencia social**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	16	3,2	3,6	3,6
	Bastante	56	11,2	12,4	16,0
	Poco	198	39,6	44,0	60,0
	Nada	180	36,0	40,0	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Tabla de contingencia sobre función de la moda como interés en las tendencias en la actualidad.

**Función de la moda: interés en tendencias**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	42	8,4	9,3	9,3
	Bastante	102	20,4	22,7	32,0
	Poco	145	29,0	32,2	64,2
	Nada	161	32,2	35,8	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Tabla de contingencia sobre función de la moda como sentirse bien conmigo mismo en la actualidad.

**Función de la moda: sentirse bien conmigo mismo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	209	41,8	46,4	46,4
	Bastante	156	31,2	34,7	81,1
	Poco	59	11,8	13,1	94,2
	Nada	26	5,2	5,8	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia

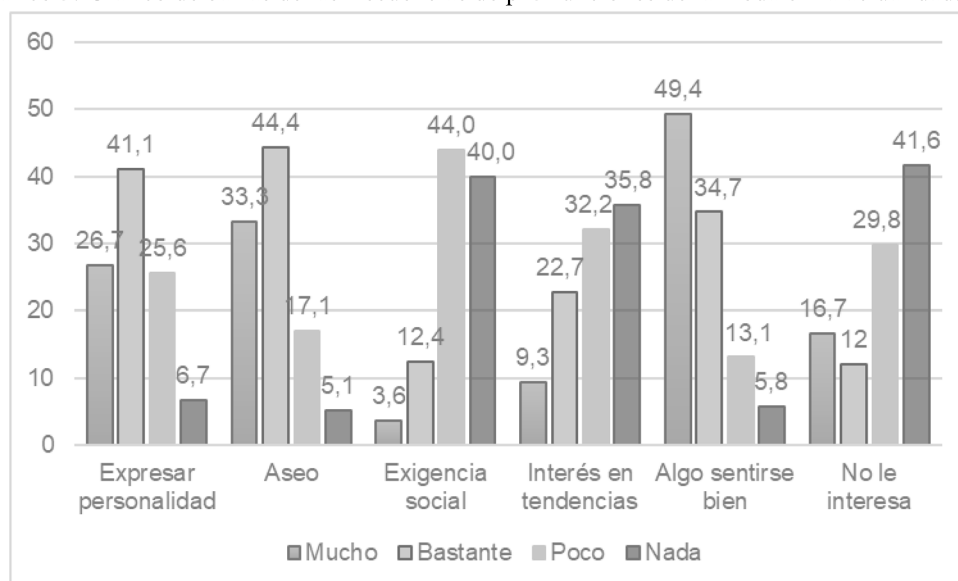
Tabla 16. Tabla de contingencia sobre función de la moda como falta de interés en la actualidad.

**Función de la moda: no le interesa**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	75	15,0	16,7	16,7
	Bastante	54	10,8	12,0	28,7
	Poco	134	26,8	29,8	58,4
	Nada	187	37,4	41,6	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3. Gráfico de barras de las frecuencias de p13 funciones de la moda en la actualidad.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Tabla de contingencia sobre la función de la moda como expresión de la personalidad en los años 90.

<b>Su personalidad, su forma de ser</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	188	26,2	26,2	26,2
	Bastante	322	44,8	44,8	71,0
	Poco	155	21,6	21,6	92,6
	Nada	50	7,0	7,0	99,6
	N.C.	3	,4	,4	100,0
	Total	718	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Tabla de cruzada p22 compra en tiendas de *fast fashion* por p13A función de la moda como expresión de la personalidad.

**Tabla cruzada Función de la moda: expresar su personalidad\*Compra en tiendas de fast-fashion**

Recuento		Compra en tiendas de fast-fashion			Total
		Sí, habitualmente	Sí, pero solo ocasionalmente	No, nunca	
Función de la moda: expresar su personalidad	Mucho	75	33	12	120
	Bastante	100	57	28	185
	Poco	55	33	27	115
	Nada	7	10	13	30
Total		237	133	80	450

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Prueba Chi-Cuadrado de independencia entre p22 compra en tiendas de *fast fashion* por p13A función de la moda como expresión de la personalidad.

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,060 <sup>a</sup>	6	<,001
Razón de verosimilitud	24,680	6	<,001
Asociación lineal por lineal	21,539	1	<,001
N de casos válidos	450		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,33.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Prueba V de Cramer de asociación entre p22 compra en tiendas de *fast fashion* por p13A función de la moda como expresión de la personalidad.

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	,241	<,001
	V de Cramer	,170	<,001
N de casos válidos		450	

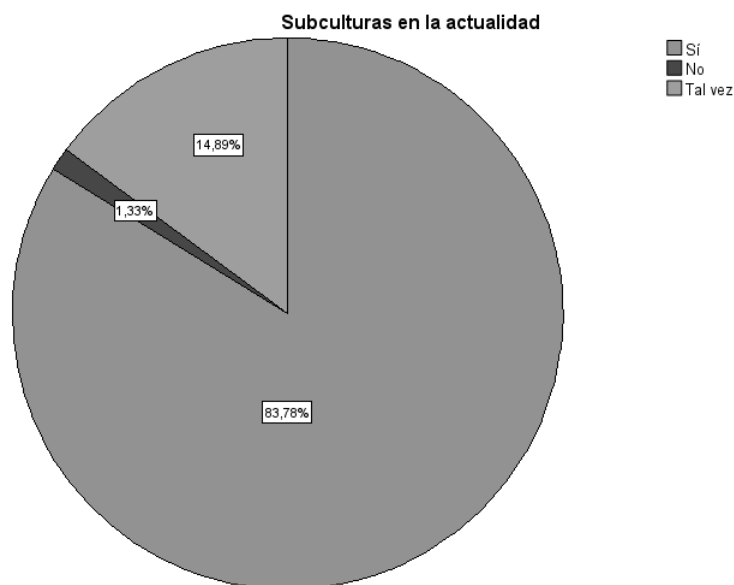
Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Tabla de frecuencias permanencia de las subculturas en la actualidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	377	75,4	83,8	83,8
	No	6	1,2	1,3	85,1
	Tal vez	67	13,4	14,9	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4. Frecuencias de las subculturas en la actualidad.



Fuente: Elaboración propia.

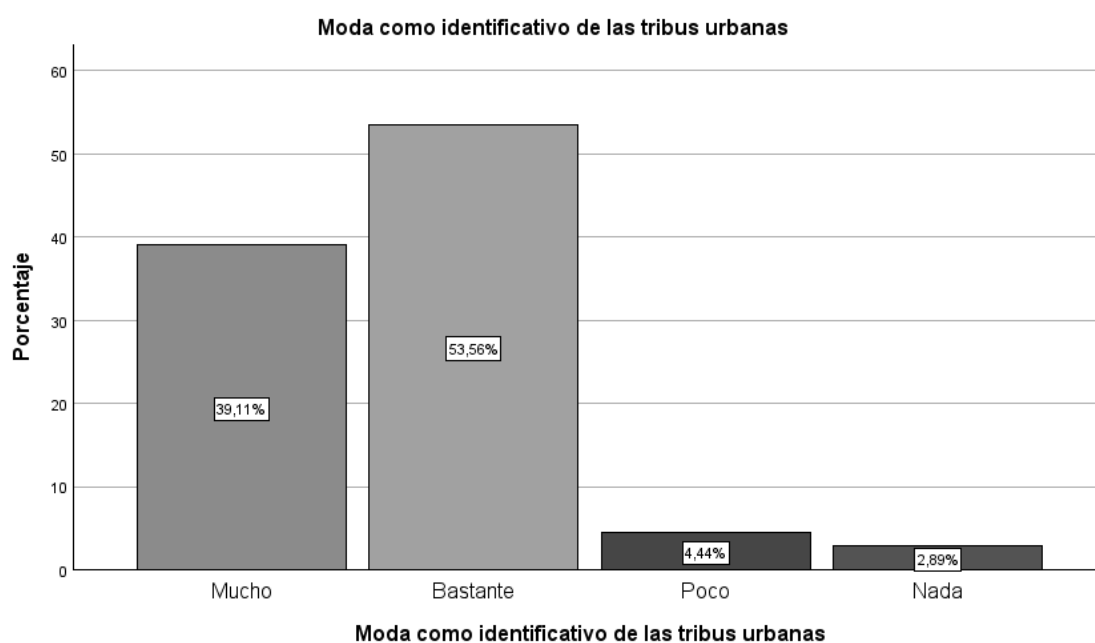
Tabla 22. Tabla de contingencia sobre la moda como un identificativo de las tribus urbanas.

**Moda como identificativo de las tribus urbanas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	176	35,2	39,1	39,1
	Bastante	241	48,2	53,6	92,7
	Poco	20	4,0	4,4	97,1
	Nada	13	2,6	2,9	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. Frecuencias de la moda como identificativo de las tribus urbanas



Fuente: Elaboración propia.

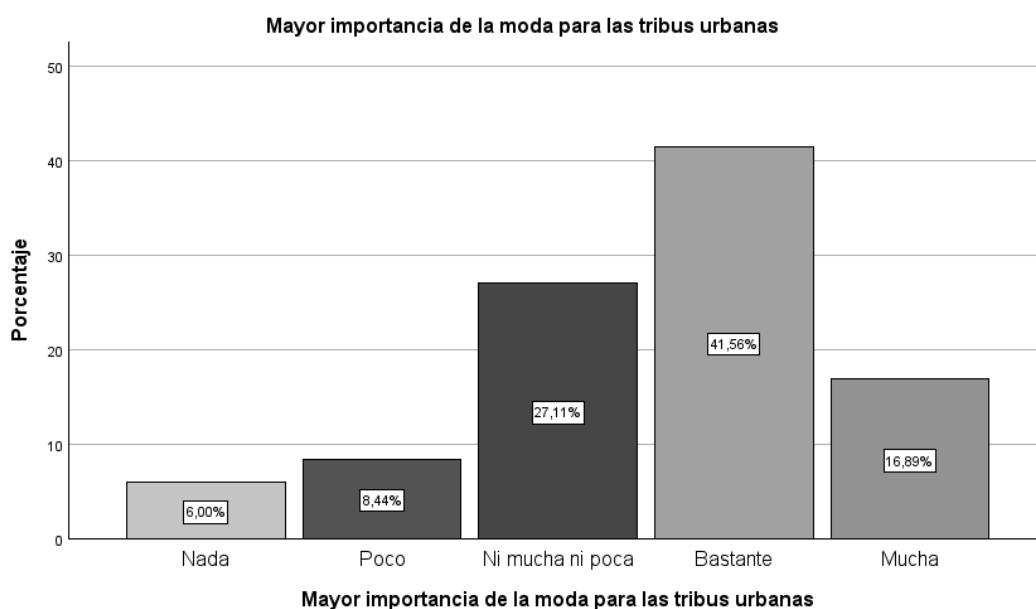
Tabla 23. Tabla de frecuencias sobre la mayor importancia de la moda para las tribus urbanas.

**Mayor importancia de la moda para las tribus urbanas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	27	5,4	6,0	6,0
	Poco	38	7,6	8,4	14,4
	Ni mucha ni poca	122	24,4	27,1	41,6
	Bastante	187	37,4	41,6	83,1
	Mucha	76	15,2	16,9	100,0
	Total	450	90,0	100,0	
Perdidos	Sistema	50	10,0		
Total		500	100,0		

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6. Frecuencias de la importancia de la moda para las tribus urbanas



Fuente: Elaboración propia.

## 2. Análisis cualitativo.

### 2.1. Estructura de la entrevista

Bloque I: relativos al papel de la persona entrevistada en ese momento.

1. ¿Qué supuso La Movida para usted?
2. ¿Cuáles fueron sus acciones más relevantes con respecto a La Movida?
3. ¿Por qué se embarcó en La Movida?
4. ¿Qué papel desarrolló usted en La Movida?

Bloque II. Si hay antecedentes a La Movida.

1. ¿De dónde surge La Movida?
2. ¿Dónde se inspiran las personas en La Movida?

Bloque III. Que personas se adherían a este movimiento y por qué. Qué suponía pertenecer a este movimiento.

1. ¿Qué tipo de personas se involucraron en La Movida? ¿Porqué?
2. ¿Era un movimiento cultural homogéneo?
3. De ser que no, ¿Qué grupos o subculturas existían?
4. ¿Cómo se diferenciaban las subculturas?
5. ¿Cómo eran las relaciones entre estos grupos?

Bloque IV.Cuál es la máxima expresión de La Movida.

1. ¿Cuál fue la máxima expresión artística de La Movida?
2. ¿Cuál fue la máxima expresión de La Movida dentro de su carrera?

Bloque V. Que dificultades tenían en el contexto del momento/ Y cuál era la percepción por parte del resto de la sociedad.

1. ¿Qué imagen se tenía de este movimiento cultural en el momento?
2. ¿Se encontraron con dificultades para desarrollar el movimiento cultural de la movida? De ser que sí ¿Cuáles?
3. ¿Existió un intento de represión del movimiento? De haber sido así, ¿por parte de quién?

Bloque VI. Que ha supuesto para España la Movida, cuáles son los hitos que se han conseguido gracias a La Movida.

1. Según su visión ¿Qué imagen se tiene en la actualidad La Movida?
2. ¿Se consiguió algún avance en algún ámbito? De ser que sí ¿en cuáles?
3. ¿Los avances que manifestó que se consiguieron se mantienen en la actualidad?

Bloque VII. El papel de la moda, y la estética dentro de este movimiento.

1. ¿La moda y la estética jugaron algún papel en La Movida?
2. ¿Qué relevancia cobró la estética personal? ¿Fue algo momentáneo o se ha mantenido en la actualidad? ¿Era algo novedoso?
3. ¿Se observaron distinciones de género en este aspecto?
4. ¿Para usted era importante?
5. ¿Había grupos que se delimitaban por su estética? De ser una respuesta afirmativa ¿a qué estética pertenecía usted?
6. ¿Dónde se inspiraban para seguir sus estéticas?
7. ¿Me podría indicar algún elemento identificador de cada una de las estéticas, si los conoce?

## 2.2. Transcripción de las entrevistas.

Para observar el completo de las entrevistas transcritas escanee el siguiente código QR





### 2.3. Fotografías empleadas para el análisis de imagen.

Las fotografías empleadas para este análisis pertenecen a dos fotógrafos diferentes, como ya se mencionó en la metodología.

Las fotografías en blanco y negro pertenecen al libro “La primera Movida. Madrid in the earlys 80s” de Miguel Trillo. Mientras que las fotografías en color pertenecen al libro “Mi Movida. Fotografías de 1979-1985” de Pablo Pérez-Mínguez.

Para poder contemplar las fotografías empleadas en este análisis escanee el código QR que se encuentra a continuación, ahí podrá observar las fotografías separadas por carpetas en función de la tribu urbana de pertenencia.

