

**VIOLENCIA, MODA Y SU CONEXIÓN EN PROCESOS DE RECUPERACIÓN DE
VÍCTIMAS DE MALTRATO INTRAFAMILIAR.**

**MARIANA CANO BARRERA
LEYDI LORENA GARCÍA PÉREZ**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO TEXTIL Y DE MODA
MEDELLÍN
2016**

**VIOLENCIA, MODA Y SU CONEXIÓN EN PROCESOS DE RECUPERACIÓN DE
VÍCTIMAS DE MALTRATO INTRAFAMILIAR.**

**MARIANA CANO BARRERA
LEYDI LORENA GARCÍA PÉREZ**

Trabajo presentado y dirigido para obtener el título de tecnólogo en gestión del
diseño textil y de moda.

Asesor
Alina Gómez Cardona
Diseñadora de Modas
Filósofa

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO TEXTIL Y DE MODA
MEDELLÍN
2016**

Nota de Aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, 16 de Noviembre de 2016.

AGRADECIMIENTOS

A Dios que es mi guía
A mi familia que es mi fuerza
A Alina por el apoyo, la confianza y la paciencia
Y a Lorena, mi compañía eterna en estos 4 años.
Mariana Cano.

A Dios, a la vida, al destino, al cosmos, a las estrellas o a cualquiera que sea el ente que hace que todo pase, que todo sea posible y que me puso en este punto de mi camino, a mi familia por ser incondicionales, a nuestra asesora Alina por hacernos esforzar y dar lo mejor de nosotros para el desarrollo de este proyecto y a Mariana por el apoyo constante, sin ella todo hubiese sido aún más difícil.

Lorena García

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	18
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	20
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
2. OBJETIVOS	22
2.1. OBJETIVO GENERAL	22
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	22
3. JUSTIFICACIÓN	23
4. MARCO DE REFERENCIA	26
4.1. MARCO CONTEXTUAL	26
4.2. REFERENTES TEÓRICOS	26
4.3. MARCO TEÓRICO	27
5. DISEÑO METODOLÓGICO	30
5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN Y ENFOQUE METODOLÓGICO	30
5.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	31
5.2.1. FUENTES DE INFORMACIÓN.	31
5.2.2. TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	31
6. CAPITULOS	32

6.1. VIOLENCIA-ADOLESCENCIA-MUJER	32
6.1.1. LA VIOLENCIA ¿UN TEMA DE CULTURA?	32
6.1.2. VIOLENCIA INTRAFAMILIAR	35
6.1.3. LA BUSQUEDA DE IDENTIDAD EN ADOLESCENTES.	36
6.1.4. DESAJUSTES EN LOS COMPORTAMIENTOS DE LOS ADOLESCENTES: VIOLENCIA.	37
6.1.5. PERFIL DE UNA MUJER MALTRATADA	39
6.1.6. FASES DEL MALTRATO	41
6.1.7. CAUSAS DE MALTRATO	43
6.2. DESDE LA MODA	47
6.2.1. IDENTIDAD	47
6.2.2. AUTOESTIMA	50
6.2.3. CUERPO Y MODA	52
6.2.4. ASESORIAS DE MODA PARA MUJERES MALTRATADAS.	55
6.3. PSICOLOGIA DEL COLOR.	64
6.4. "...LA MODA ES UNA FORMA DE EXPRESIÓN CULTURAL, ES UN FORMA DE EXPRESIÓN SOCIAL...ES UNA FORMA DE YO LIBERAR EL ALMA" GUSTAVO TOBÓN.	75
6.5. "LO IMPORTANTE ES QUE EL VESTUARIO SEA ACORDE CON NUESTRA FORMA DE PENSAR Y NOS HAGA SENTIRNOS CÓMODOS Y SEGUROS CON NOSOTROS MISMOS..." ULDY CEPEDA.	86

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1, División de actividades por sexo.....	32
Ilustración 2, Colores cálidos	Ilustración 3, Colores fríos 56
Ilustración 4, Silueta reloj de arena	57
Ilustración 5, Silueta triangular	58
Ilustración 6, Silueta triángulo invertido.....	59
Ilustración 7, Silueta rectangular	59
Ilustración 8, Silueta óvalo.....	60
Ilustración 9, Rostro redondo	60
Ilustración 10, Rostro ovalado	61
Ilustración 11, Rostro cuadrado.....	61
Ilustración 12, Rostro triangular.....	62
Ilustración 13, Rostro corazón.....	62

GLOSARIO

Aliciente: es un estímulo o una incitación. El concepto, que procede del vocablo latino *alliciens*, se emplea con referencia a aquello que atrae o que tienta.

Ambiguo: el término es usado como adjetivo hace referencia a una persona que con sus palabras o comportamientos no define claramente sus actitudes u opiniones, es decir, es incierto o dudoso. En referencia a este punto, el término ambiguo hacia una persona puede ser visto como una característica negativa ya que se puede llegar a la conclusión de que aquella persona es poca honesta o sincera y oculta quien es realmente

Anarquía: la etimología del término designa, de una manera general, aquello desprovisto de principio director y de origen. Esto se traduce por «ausencia de apriorismo», «ausencia de norma».

Asesoría de imagen: es el método a través del cual se busca armonizar la imagen externa de una persona o empresa a fin de potenciar las cualidades personales y/o grupales, formando al cliente en hábitos y comportamientos para que pueda comunicarse más y mejor.

Autónomo: se denomina autónomo o autónoma a una persona que puede desenvolverse sin ayuda externa. El término también puede aplicarse a un elemento, a un proceso, etc.

Cognitivo: es aquello que pertenece o que está relacionado al conocimiento. Éste, a su vez, es el cúmulo de información que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje o a la experiencia. La palabra cognitivo proviene del latín *cognoscere*, que significa conocer. Así, tanto la psicología cognitiva como los procesos cognitivos hacen referencia a la capacidad de conocer a través de los sentidos y la razón que todos los individuos poseemos.

Consanguinidad: la consanguinidad es la relación de sangre entre dos personas: los parientes consanguíneos son aquellos que comparten sangre por tener algún pariente común; los parientes no consanguíneos son aquellos que no presentan un vínculo de sangre, pero que son parientes por un vínculo legal (matrimonio o adopción). A esta otra relación de parentesco se le denomina afinidad.

Cualitativo: es un adjetivo que se emplea para nombrar a aquello vinculado a la cualidad (el modo de ser o las propiedades de algo), por lo tanto, está orientado a revelar cuáles son las características de alguna cosa. De este modo, lo cualitativo se centra en la calidad, a diferencia de lo cuantitativo que está enfocado a las cantidades.

Cuantitativo: es un adjetivo que está vinculado a la cantidad. Este concepto, por su parte, hace referencia a una cuantía, una magnitud, una porción o un número de cosas.

Desasosiego: es la inquietud interior, la preocupación que roba la paz del alma. La persona experimenta un grado de intranquilidad notable que afecta a su estado de ánimo ya que la persona experimenta la sensación que hay algo que le aleja de la tranquilidad.

Difusión: es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín *diffusio*, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.

Ensimismamiento: concentración en lo que se hace o se piensa hasta llegar a aislarse de lo demás

Esfínteres: es el nombre que recibe, en Anatomía, el músculo anular que se encuentra ubicado en el orificio de una cavidad del cuerpo, cuya función es abrirse y se cerrarse, permitiendo o impidiendo el paso de una secreción o sustancia hacia otra cavidad o hacia el exterior. El control de esfínteres o aprendizaje de “ir al baño” es el proceso por el cual se enseña a los niños a controlar la vejiga y los intestinos.

Esoterismo: es un término genérico usado para referirse al conjunto de conocimientos, doctrinas, enseñanzas, prácticas, ritos, técnicas o tradiciones de una corriente sectaria que son secretos, incomprensibles o de difícil acceso y que se transmiten únicamente a una minoría selecta denominada iniciados, por lo que no son conocidos por los profanos.

Estereotipos: es una imagen, idea o modelo generalmente asociado a un grupo social, que es atribuido a sus conductas, cualidades y habilidades, así como a otras características que lo identifican y que, por lo general, son inmutables.

Estético: denota en general lo bello, y en la filosofía tiene diversas definiciones: por un lado es la rama que tiene por objeto el estudio de la esencia y la percepción de la belleza. Por otro lado puede referirse al campo de la teoría del arte, y finalmente puede significar el estudio de la percepción en general, sea sensorial o entendida de manera más amplia.

Estilismo: es buscar qué accesorios, qué peinados, qué maquillajes, etc. es el que mejor sienta a cada persona para lograr obtener el mejor partido de la imagen y de la estética, el estilismo brinda los elementos adecuados para cada situación.

Heráldica: parte de la historia que describe e interpreta los escudos de armas de cada linaje, persona o ciudad, así como el código de reglas que permite representarlos correctamente.

Heterónimo: sujeto a un poder externo o ajeno que impide el desarrollo de su voluntad y naturaleza.

ICBF: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, es la entidad del Gobierno de Colombia que trabaja por el bienestar de los niños, las niñas, los adolescentes y sus familias. Nuestro ideal es que la niñez sea feliz. Nos esforzamos para que todos los colombianos alcancen desarrollo integral, protección, garantías y el restablecimiento de sus derechos.

Identidad: es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una comunidad. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás. La identidad también es la conciencia que una persona tiene respecto de sí misma y que la convierte en alguien distinto a los demás. Aunque muchos de los rasgos que forman la identidad son hereditarios o innatos, el entorno ejerce una gran influencia en la conformación de la especificidad de cada sujeto

Ideologías: es un conjunto normativo de emociones, ideas y creencias colectivas que son compatibles entre sí y están especialmente referidas a la conducta social humana. Las ideologías describen y postulan modos de actuar sobre la realidad colectiva, ya sea sobre el sistema general de la sociedad o en uno o varios de sus sistemas específicos, como son el económico, social, científico-tecnológico, político, cultural, moral, religioso, medio ambiental u otros relacionados al bien común.

Incipiente: este término se puede considerar como su definición lo que está iniciándose o empezando. Esto se extiende también al inicio del uso o consumo de algo. Por extensión se utiliza para hablar de algo que está en ciernes o en estado primario.

Indumentaria: (También llamada vestimenta, atuendo o indumentaria) es el conjunto de prendas de vestir y de adorno que usa una persona generalmente textiles fabricadas con diversos materiales y usadas para vestirse, protegerse del clima adverso y en ocasiones por pudor.

Inhibición: vergüenza, miedo o freno que impide a una persona actuar de acuerdo a sus sentimientos, deseos o capacidades.

Ley sálica: fue originalmente el código legal de los francos salios (de ahí su nombre), compilado y publicado en latín en el siglo V bajo el reinado de Clodoveo I. Se la conoce sobre todo por la regulación que hace de la sucesión monárquica a favor de los varones, pero se ocupaba asimismo de otros muchos asuntos: herencias, crímenes, lesiones, robos, hechicerías y maleficios... Esta ley sería la base de la legislación de los antiguos reyes francos hasta su extinción y la aparición del moderno reino de Francia entre los siglos X y XI.

Moda: se trata de un conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un período de tiempo determinado. Se trata de una tendencia adoptada por una gran parte de la sociedad, generalmente asociada a la vestimenta.

Patriarcado: organización social primitiva en que la autoridad es ejercida por un varón jefe de cada familia, extendiéndose este poder a los parientes aun lejanos de un mismo linaje.”

Performance: es una muestra escénica, muchas veces con un importante factor de improvisación, en la que la provocación o el asombro, así como el sentido de la estética, juegan un papel principal.

Plebiscito: consulta que el gobierno de un estado hace a los ciudadanos mediante una votación para aprobar o rechazar alguna cuestión política.

Potestad: es un término jurídico que contiene un concepto híbrido entre poder, derecho y deber. La potestad supone una derivación de la soberanía y coloca a su titular en una posición de superioridad, lleva implícita una capacidad de fuerza.

Psicodélico: es una forma de manifestación de la mente o del alma. El término surgió en la década de los 60 cuando aparecieron las drogas alucinógenas como el LSD, que altera la percepción de la realidad y produce diversos efectos. Es un estado psíquico de una persona que está bajo la influencia de un alucinógeno. Este hace que el individuo tenga una percepción de aspectos de la mente hasta ahora desconocidos, y altera la conciencia, trayendo sensaciones similares al sueño, psicosis y éxtasis religiosos.

Psicosomático: se denomina aquel trastorno psicológico que se origina en la psiquis y luego se manifiesta en el cuerpo, provocando alguna consecuencia en el organismo. La palabra, como tal, es un adjetivo que se compone de psico-, que significa 'alma' o 'actividad mental', y somático, 'natural', 'corpóreo'. En este sentido, considerar como psicossomática alguna dolencia o afección significa que le atribuimos un origen emocional o psíquico. Como tal, puede considerarse como psicossomática una enfermedad en la cual que el factor psicológico contribuye a que la enfermedad física se inicie o empeore.

Psíquico: se designa aquello perteneciente o relativo a la mente y las funciones psicológicas. Como tal, es un término asociado a la psiquis y la psicología. Podemos considerar como psíquicos todos los procesos y fenómenos que tienen lugar en nuestra mente, como, por ejemplo, las sensaciones, las percepciones, la memoria o el razonamiento. Asimismo, cuando algunas de estas funciones se ven alteradas, hablamos de trastornos o desequilibrios psíquicos.

Pudor: es sinónimo de recato, modestia o decoro. La palabra, como tal, proviene del latín pudor, *pudōris*, que significa 'vergüenza'. En este sentido, el pudor es el sentimiento de vergüenza que se experimenta con relación a temas de índole sexual, como la desnudez del cuerpo propio o ajeno. Asimismo, el sentimiento de pudor puede proceder no solo del hecho de la desnudez misma, sino incluso de ideas relacionadas con lo físico y lo carnal. De allí que el pudor también se haya asociado a la timidez y al recato.

RAE: es la sigla correspondiente a Real Academia Española, una entidad cultural cuya fundación tuvo lugar en 1713 en Madrid. El responsable de su creación fue Juan Manuel Fernández Pacheco y Zúñiga, un noble que se inspiró en las academias de Florencia y Francia.

Ratifica: significa confirmar, validar, aprobar, comprobar o reafirmar algo que se ha dicho o prometido, un acto o un escrito.

Secuela: es la alteración persistente de una lesión, consecuencia de una enfermedad, un traumatismo o una intervención quirúrgica.¹ Se considera secuela a partir del momento en que no se pueden resolver las consecuencias o complicaciones de un problema de salud. Generalmente el paciente suele precisar una adaptación física y/o psíquica a su nueva situación vital.² Aparecen en cualquier edad de la vida.

Sexista: discriminación sexual o discriminación de género, es el prejuicio o discriminación basada en el sexo o género, también se refiere a las condiciones o actitudes que promueven estereotipos de roles sociales establecidos en diferencias sexuales.¹ Las actitudes sexistas se sostienen en creencias y estereotipos tradicionales sobre los distintos roles de género. El término se utiliza para referirse a la discriminación de ambos sexos.

Sociología: es la ciencia social que se encarga del análisis científico de la estructura y funcionamiento de la sociedad humana o población regional. Estudia los fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los seres humanos, dentro del contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos.

Superstición: es la creencia contraria a la razón que atribuye una explicación mágica a la generación de los fenómenos, procesos y sus relaciones.

Tenue: Este adjetivo permite calificar a aquello que tiene poca fuerza, es suave o evidencia una resistencia escasa.

Todas estas tareas, se realizarán con un objetivo específico o motivación acorde a una necesidad del cliente sobre la que asesor y asesorado han llegado a una conclusión y se ha acordado una metodología específica de trabajo a fin de lograr la meta.

Violencia intrafamiliar: se denomina el tipo de violencia que ocurre entre miembros de una familia, y que puede tener lugar en el entorno doméstico o fuera de él. La violencia intrafamiliar se registra cuando se producen situaciones de abuso o maltrato entre personas emparentadas, bien por consanguinidad, bien por afinidad. Comprende todos aquellos actos violentos, desde el empleo de la fuerza física, hasta el hostigamiento, el acoso, o la intimidación, que se producen en el

seno de un hogar, y que perpetra por lo menos un miembro de la familia contra algún otro familiar.

RESUMEN

El presente trabajo gira entorno a la problemática social surgida a raíz del maltrato intrafamiliar, teniendo como foco específico a la mujer y las afecciones sufridas por ésta a través de dichas vivencias, concentrándonos no en la prevención de este tipo de violencia sino en la recuperación de quienes ya la han padecido, involucrando la moda como elemento fundamental en los procesos de restauración física, psicológica y emocional de la afectada, buscando renovar no solo su imagen exterior, sino también ayudando a que la mujer a reencontrarse consigo misma, fortaleciendo su autoestima e identidad a través de diferentes estilismos, cambios y asesorías de imagen con todo lo que las mismas involucran.

El vestido, los accesorios, el maquillaje y peinado, de forma directa o indirecta, han servido a lo largo de la historia como medio de comunicación entre quien los usa y quien los observa, siendo estos elegidos a partir los gustos y preferencias que se van surgiendo a medida que el individuo se desarrolla, influenciado por las distintas vivencias y costumbres adquiridas en su entorno. Es por lo antes expuesto, que el haber sido sometida a constantes episodios de violencia entra a afectar de forma negativa la manera en la que la persona se ve a sí misma y con esto, su forma de mostrarse a los demás; modificando también el comportamiento frente a las situaciones y a las personas con las que se ve en la necesidad de interactuar.

Basados en lo anterior, lo que se busca es involucrar la moda dentro de procesos que contribuyan a la mejora social, retirándole la etiqueta de “superficialidad” con la que muchos la asocian, dándole la importancia que merece dentro del proceso de desarrollo y construcción integral del ser.

ABSTRACT

Proyecto: Violencia, moda y su conexión en procesos de recuperación de víctimas de maltrato intrafamiliar.

Por: Leydi Lorena García Pérez
Mariana Cano Barrera

Asesora: Alina Gómez Cardona

The present work revolves around the social problematic arising as a result of family mistreatment, focusing specifically on the woman and the affections suffered by her experiences, concentrating not on the prevention of this type of violence but on the recovery of Who have already suffered it, involving fashion as a fundamental element in the processes of physical, psychological and emotional restoration of the affected, seeking to renew not only their external image, but also helping women to find themselves, strengthening their self-esteem and Identity through different styles, changes and image consulting with all they involve.

The dress, accessories, makeup and hairstyle, directly or indirectly, have served throughout history as a means of communication between those who wear them and who observes them, these being chosen from the likes and preferences that go Arising as the individual develops, influenced by the different experiences and customs acquired in their environment. for the mentioned before, that having been subjected to constant episodes of violence enters to affect in a negative way the way in which the person sees himself and with this, his way of showing himself to others; Modifying also the behavior, facing the situations and the people with whom it is the necessity to interact.

Based on the above, what is sought is to involve fashion within processes that contribute to social improvement, removing the label of "superficiality" with which many associate it, giving it the importance it deserves within the process of development and integral construction of being.

Keywords: costume, fashion, domestic violence, image consultancy, identity.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se desarrolla en el marco de dos temáticas importantes:

La moda, vista como uno de los tópicos que mueve al mundo, con su capacidad infinita de generar cambios, determinar épocas y modificar, descartar o afirmar pensamientos y formas de vida, gracias a la posibilidad que tiene de abarcar cualquier campo, desde lo demográfico hasta lo cultural. Sin embargo, basadas en nuestro rol como diseñadoras de moda, el enfoque para el presente trabajo se presenta en lo que concierne a temas de estética y vestuario ligados directamente a la imagen personal.

Lo segundo es el maltrato intrafamiliar, eligiendo como foco la mujer como víctima de este tipo de violencia. Las cifras en Colombia sobre este tipo de casos no son alentadoras, por lo que la presente investigación parte de la necesidad y el deber de aportar, desde el campo profesional que elegimos, en este caso la moda, a un mejoramiento social, encaminadas no a la prevención, si no a la recuperación de quienes ya han sido afectadas.

Tenemos pleno convencimiento de que el habitual gesto de vestirnos a diario tiene implicaciones más profundas que el hecho de sea una acción netamente mecánica, el trasfondo que se halla al momento de la elección de una prenda, un peinado o un estilo en específico está estructurado en base a toda vivencia sociocultural de las cuales hemos sido parte, ya sean positivas o negativas, y es por esto, que el haber estado involucrada como víctima en periodos o episodios de violencia pueden repercutir en la forma en la que una mujer se ve a sí misma, ocasionando que no solo base su autoestima e identidad en sus propios criterios, sino también en los de sus victimarios, dando como resultado pérdida de su autoimagen y de la importancia del yo; y es en esta área donde la moda, con todo lo que incluye asesorías y cambios de imagen, entraría a formar parte del proceso de recuperación de esta mujer, utilizándola como herramienta de trabajo, con sus colores, siluetas, texturas y formas siendo todas estas partes de un alfabeto visual que van a ayudar no solo en la tarea de rehabilitar su feminidad, sino en atribuirle a la mujer un nuevo aire de empoderamiento en su proyección tanto para sí misma como para el exterior.

Para lo anterior, se generaron entrevistas desde el frente de la psicología y se desarrolló la investigación bajo la opinión y supervisión constante de una diseñadora de modas, de forma que cada uno pudiese dar su perspectiva a la presente iniciativa, además de la consulta con entidades ligadas al caso y la

investigación independiente a través de diversos artículos y libros en los que se estudiaron los temas tratados.

1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El vestir, visto inicialmente, como una respuesta a la necesidad de protegernos de las inclemencias del medio ambiente y por asuntos de pudor, ha venido transformándose hasta convertirse en una de las principales cartas de presentación de todos aquellos que por sus oficios, profesiones, por una cuestión de influencias estéticas proyectan su imagen que al verse cuestionada por el exterior puede verse afectada o cambiada en su totalidad de acuerdo a situaciones que causen un impacto directo (positivo o negativo) en la persona, modificando la imagen que se tiene de sí mismo y con esto, lo que se muestra a los demás. El vestir, ligado al concepto de moda, que entre sus diferentes significados se entiende como un “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos” (definición extraída de la Real Academia Española), se relaciona directamente con cuerpo y la percepción y aceptación que se tiene del mismo, ocasionando con esto, que las prendas que se visten tengan una conexión inmediata con el estado emocional y psicológico de una persona.

Esta idea la afirma la Doctora Trinidad Aparicio Pérez en un artículo que publicó llamado “la psicología del vestir” en el que expresa que “La manera de vestir transmite información sobre la propia persona, comunica determinados aspectos de su personalidad. Es una manera de expresión y de darse a conocer. Podemos decir por tanto, que es una forma de comunicación no verbal.”

Basado en lo anterior, la moda que sigue cada persona, está enfocada en lo que se desea mostrar al entorno y ese estilo estaría enmarcado en las diferentes costumbres, creencias, formas de crianza, hábitos o vivencias a las cuales se ha enfrentado y que la han afectado de forma significativa, como lo puede ser la pérdida (sea de una persona, de su hogar, matrimonio, trabajo), el abuso sexual, psicológico, físico, financiero, enfermedades, experiencias religiosas, viajes y demás, dichas vivencias pueden afectar radicalmente la forma de pensar y actuar.

En Colombia el maltrato a la mujer es un tema que siempre ha estado presente, apoyándose en la común idea de que la mujer es el “sexo débil” o debido a diferentes factores como el socioeconómico, político y religioso se ha maltratado y desvalorizado el papel que ésta tiene en el país, desarrollando un sin fin de casos de abusos, tanto físicos como emocionales, que tienen como principal víctima al género femenino, dejando secuelas que afectan su calidad de vida.

Es por esto que la recuperación psicológica y emocional de una mujer que ha sido sometida al maltrato en cualquiera de sus formas, conlleva un proceso largo y no siempre satisfactorio, por lo que se busca dar a conocer como a través de la moda se puede construir una nueva forma de tratamiento para esta persona.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo podrían beneficiar las asesorías de imagen e identidad, vistas desde la moda, dentro del proceso de recuperación física, psicológica y emocional de una mujer que ha sufrido maltrato intrafamiliar en nuestro país?

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Sensibilizar sobre la relación existente entre la moda y la recuperación de la identidad y la imagen de aquellas personas, especialmente mujeres, que han sufrido maltrato intrafamiliar.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Identificar la posible relación entre aspectos de la moda como: identidad, imagen, cuerpo, con la recuperación físicopsíquica de una mujer maltratada.
- ❖ Conocer los conceptos de moda y asesoría de imagen, como siluetas, psicología del color y demás, que contribuyan a la recuperación de la confianza y autoestima de la víctima.
- ❖ Estudiar e investigar las principales afecciones de una mujer víctima de maltrato intrafamiliar para así poder incluir la moda dentro del campo de soluciones de las mismas.
- ❖ Reconocer, mediante investigaciones y estudios, la conexión existente entre el uso del color con las sensaciones, sentimientos y actitudes de quien los lleva, dependiendo de las características de cada uno y su influencia al momento de crear una apariencia e identidad propia.

3 JUSTIFICACIÓN

Vivimos en un país en el que anualmente se celebran grandes eventos de moda como Colombia Moda y Colombiatex de las Américas en Medellín, Expocali, Ixel Moda en Cartagena, Plataforma K en Barranquilla, el International Footwear and Leather Show en Bogotá y además de contar con Inexmoda, una entidad dedicada a la investigación, comercialización e innovación sobre todo lo relacionado con moda, diseño y textiles aún no se ha utilizado la moda como parte de campañas o proyectos sociales en contra del maltrato a la mujer, que es lo que se busca implementar en este proyecto.

En Colombia se cuentan con leyes para proteger a la mujer, siendo la más representativa la ley 1257 del 2008, conocida como equidad de género, con la cual se permite que cualquier persona denuncie la agresión física de una mujer por parte de la pareja, dicha ley dicta “por violencia contra la mujer se entiende cualquier acción u omisión, que le cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico, económico o patrimonial por su condición de mujer”, también se cuenta con una importante campaña como lo es “Ni con el pétalo de una rosa” ideada por Casa Ensemble y liderada por la actriz Alejandra Borrero, en la que se busca crear conciencia frente al maltrato al que ha sido sometida la mujer en el país y con esto evitarlo. Entre las actividades desarrolladas se cuenta con obras de teatro, charlas, ciclo rutas, performances por la ciudad y campañas masivas a través de redes sociales en las cuales se resalta la fuerza y tenacidad de la mujer las cuales cuentan con la participación de personas influyentes del país tales como actores, políticos y cantantes lo que ocasiona que se genere una difusión más rápida y con esto un impacto mayor.

En contacto con los organizadores de esta campaña, nos comparten el proyecto realizado entre ellos (Casa E) y la Fundación Avon, llamado “Historias Poderosas” en el que se desarrollan una serie de 6 obras, cada una de 15 minutos, en las cuales se da una muestra de los diferentes eventos históricos que han enmarcado la historia de la mujer en el mundo y con ello mostrar el empoderamiento femenino. Lo interesante del proyecto, aparte de lo evidente que es el apoyo a la mujer, es que para el decidieron unirse no solo personalidades del mundo del teatro, si no que trabajaron mano a mano con diseñadores de vestuario colombianos, lo que ellos llaman “una fascinante mezcla de moda y teatro.” Los diseñadores María Luisa Ortiz, Lina Cantillo, Juan Pablo Socarrás, Sandra Cabrales, Ricardo Pava y Silvia Andrade fueron los encargados de proyectar a través de la moda los diferentes escenarios históricos en los que se desarrollaba cada obra, las cuales fueron: “Os declaro máquina y mujer” la cual trata de la llegada de la máquina de coser a Colombia, “Rojas” que habla del derecho al voto, “Rende-Vouz” acerca de la revolución sexual y la aparición de la Píldora

anticonceptiva, “Letras y Encajes” sobre el acceso a la educación universitaria, “Labiodental” que trata del lápiz labial y “Pina´s pants” y el uso del pantalón para la mujer.

En investigación con la Secretaría de la Mujer de Medellín, el proceso que desarrollan con las mujeres que buscan ayuda al ser víctimas de maltrato se inicia con la comunicación a la línea de emergencias 123 Mujer, una vez informado el caso, se procede a trasladar a la víctima, junto con sus hijos en caso de que los tenga, y es instalada en un hogar de acogida por un lapso 40 días.

Estos sitios, son casas de familia en las cuales acogen a la mujer como un miembro más, y por parte de la secretaria se les brinda no solo este hogar de acogida, sino también acompañamiento psicológico para ella y sus hijos y asesoría jurídica en caso de que la soliciten. A los 30 días de estar en estas casas se debe tener establecida una red de apoyo para la mujer, familiares o amigos a los que pueda acudir finalizada la temporada de aislamiento. También se les otorga la posibilidad de ser preparadas en alguna área de su interés, para establecer una independencia financiera.

También se maneja otra línea de atención nacional para acompañamiento y orientación a mujeres maltratadas que es la 155, en lo que va del año se han generado 165.501 llamadas, los departamentos con más índice de llamadas son Cundinamarca, Valle del Cauca y Antioquia. Mujeres entre los 25 y 35 años son las que más llaman, buscan en su mayoría apoyo psicológico y asesoría jurídica. En promedio reciben 1000 llamadas al día. (Datos brindados por Martha Ordoñez, consejera presidencial para la equidad de la mujer, en entrevista para RCN el 02/09/2016).

Lo que se busca, es lograr que en esta campaña y/o como iniciativa de otras entidades o personas se implemente la moda e imagen personal como proceso importante dentro del camino de recuperación de quienes han sido víctimas.

“Nuestras prendas forman demasiada parte de nosotros para que la mayoría nos sintamos totalmente indiferentes por su estado: es como si la tela fuera una extensión del cuerpo o incluso su espíritu” (Entwistle 2002, p.14) cita a Quentin Bell (1976 p.19, en el desarrollo de su idea de la conexión que presenta el vestir con el cuerpo.)

Lo que se busca dar a conocer, continuando con lo citado anteriormente, es que el vestir y la moda, forma parte importante y fundamental de cada ser humano, ya que es uno de los principales medios utilizados para exponerse, expresarse e interactuar con el exterior y al entender esto, utilizarlo como aliciente para la recuperación de una mujer afectada por el maltrato y que se encuentra dispuesta a entrar en un proceso de cambio y sanación.

4 MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO CONTEXTUAL

El presente proyecto se desarrolla desde la Institución Universitaria Pascual Bravo, ubicada en la ciudad de Medellín-Colombia a través de la carrera Diseño textil y producción de Moda, en el cual, de acuerdo a los conocimientos allí impartidos se busca crear una conciencia colectiva de la importancia que tiene la moda en la forma en que las personas generan una comunicación no verbal con su entorno a través del vestir y como la misma puede afectar de forma positiva el proceso de recuperación de una mujer que ha sufrido maltrato, teniendo en cuenta que las cifras en el país sobre este tipo de casos continua siendo alarmante.

Según un informe entregado por el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, para el año 2015 se denunciaron 16 mil casos de violencia sexual y fueron asesinadas 1.007 mujeres, teniendo a Bogotá D.C, Antioquia y Valle del Cauca, en ese orden, como los departamentos con más reportes de violencia hacia la mujer.

Además, el director de dicha institución, Carlos Eduardo Valdés, expuso que se registraron más de 37 mil casos en los que se manifestaba violencia sexual y psicológica contra la mujer. De acuerdo a esto, en el reporte se concluye que en el país cada 13 minutos una mujer está siendo víctima de violencia.

4.2 REFERENTES TEÓRICOS

La D^a Trinidad Aparicio Pérez, psicóloga especialista en infancia y adolescencia publica un artículo llamado “la psicología del vestir”, en que entre otras ideas, expresa lo siguiente “El primer concepto que una persona desconocida va a tener sobre nosotros va a depender de nuestra apariencia física y, por tanto, de nuestra manera de vestir. La forma en que vamos vestidos habla de nosotros, transmite información.” Otra exponente que trato sobre este tema fue Karen J. Pine, psicóloga e investigadora británica de la Universidad de Hertfordshire (HERTS) la cual publica un libro titulado “Mind What You Wear: The Psychology of Fashion”, (Fíjese en cómo se viste: La psicología de la moda), publicado en inglés, que desvela las fascinantes consecuencias cognitivas, sociales y emocionales de lo que llevamos puesto, en el que expresa “no solo somos lo que vestimos, sino que además nos convertimos en lo que llevamos puesto”.

Existe también un libro llamado El cuerpo y la moda: una visión sociológica por Joanne Entwistle, que trata sobre la conexión que hemos de establecer entre el cuerpo, la moda y el vestir desde una perspectiva histórica y sociológica, estableciendo como punto focal de su investigación que el entablar comunicación a través de símbolos e imágenes es algo innato en los seres humanos y que la indumentaria, adornos y vestimenta forman parte de las situaciones cotidianas en las que la moda se convierte en un modo de lenguaje y comunicación no verbal.

En cuanto a los estudios relacionados con los índices de violencia contra la mujer e incluso casos que llegan a ser fatales, el Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses nos lo brinda porcentajes de los mismos.

La psicóloga Graciela Ferreira también habla del tema del maltrato en su libro “La mujer maltratada” en el cual indica la influencia que tiene el hombre, cuando se está en un entorno de pareja, en la forma de vestirse de la mujer que está siendo víctima, expresando lo siguiente “No la deja comprarse cosas para ella o la obliga a vestir como él quiere; puede ser de una manera muy recatada o muy provocativa según el caso” (Ferreira, 1989, pg. 54)

Se utilizaron como referentes para la validación de las causas psicológicas del maltrato los artículos “Consecuencias psicológicas del maltrato doméstico en las mujeres y en sus hijos e hijas” y “La dependencia emocional por parte de la víctima hacia el maltratador”) escritos por la Dra. Irene Zubizarreta Anguera y Josefina Castillo respectivamente.

4.3 MARCO TEÓRICO

En un artículo escrito por la Dra. Irene Zubizarreta Anguera titulado “Consecuencias psicológicas del maltrato doméstico en las mujeres y en sus hijos e hijas” describe que las consecuencias que trae consigo el maltrato a la mujer serían la ansiedad, depresión, pérdida de autoestima, sentimientos de culpa, aislamiento social, trastornos psicosomáticos y trastornos sexuales.

Si bien, cada uno de ellos tiene un valor importante al momento de tratar a una mujer que se encuentra en proceso de recuperación, en el presente proyecto se generará enfoque sobre los síntomas concernientes a la depresión y pérdida de autoestima, ya que son los que pueden afectar de forma más directa el modo de vestir de estas mujeres.

“El abuso emocional está integrado por ciclos o hechos que avergüenzan, humillan y hacen descender el nivel de autoestima de la persona. Este tipo de abuso no es tenido en cuenta y, no obstante, es la principal fuente de deterioro psíquico para cualquier ser humano. Las mujeres suelen manifestar que la herida íntima provocada por los insultos, duele y permanece en la conciencia mucho más que un golpe físico” (Ferreira, 1989.)

La depresión definida por la RAE como “Síndrome caracterizado por una tristeza profunda y por la inhibición de las funciones psíquicas, a veces con trastornos neurovegetativos.” se instala en la mujer maltratada luego del vivir de forma frecuente el abuso por parte del maltratador al notar que no puede cambiar su conducta o salir de esa situación, lo que ocasiona que en ella se genere un sentimiento de desesperanza, lo cual altera su capacidad y voluntad para cuidar de sí misma, es decir que pierde esa necesidad y voluntad de crear hábitos que contribuyan a su salud y bienestar, que a su vez le proporcionen un sentimiento de tranquilidad y satisfacción tanto con su entorno como consigo misma.

La autoestima por su parte es la “Consideración, aprecio o valoración de uno mismo” (Diccionario de la lengua española © 2005 Espasa-Calpe), y esta consideración puede verse gravemente afectada si se vive en un entorno de maltrato, desvalorización, ridiculización y demás posturas adoptadas por el maltratador para tener control sobre la víctima y si la mujer tiene una idea o imagen negativa sobre sí misma es esa idea la que va a proyectar al exterior a través no solo de cómo actúa, sino también de lo que viste.

“El abuso emocional consiste en un proceso constante en el que las ideas, sentimientos, características de personalidad y percepciones de una persona son rebajados y despreciados hasta que llega un momento en que la víctima empieza a ver estos aspectos de sí misma como gravemente dañados o incluso ausentes. Es decir, se produce una destrucción de su sentido del yo, de su identidad personal.” (Castillo, J. n.d).

La identidad es parte fundamental de la percepción que cada quien tiene de sí mismo, es en definición la “Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.” (RAE) o como lo expresa la socióloga Susana Saulquin en una entrevista brindada para el periódico argentino Página 12 “la identidad se forma a partir de lo que vos sos, quién sos, por eso en la medida en que te conocés más la identidad es más fuerte; cómo los demás te ven, y qué aspiras a ser.”, pero en una mujer que vive o vivió en un entorno de constante abuso, esa

fuerza en su identidad puede estar ausente o pérdida a causa de las constantes alteraciones sufridas al ser partícipe de una relación o situación dañina.

Esta socióloga también expresa que en la identidad también está implícita la apariencia y con esto la forma en la que se muestra al otro, y como se ha expresado anteriormente, el vestir en una de las formas más directas de las que se hace uso para proyectarnos al exterior, por ende si se trabaja con la mujer víctima en salir de la depresión y en la recuperación o construcción de su identidad y autoestima, esta comenzará a cuidarse y a darle importancia a la nueva imagen que tiene de sí misma y como desea proyectarla al mundo.

La meta final es que la mujer se convierta en su propia dueña, que esté dispuesta a tomar las riendas de su vida y se sienta libre de mostrarse al mundo, que se asuma no como objeto de otro, sino como su propia protagonista y que al adoptar esta posición se modifique con ella la forma en la que hace uso de la moda y con esto la importancia que le da al vestir para identificarse.

5 DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN Y ENFOQUE METODOLÓGICO

En el presente proyecto se llevará a cabo una investigación exploratoria, ya que se está hablando de dos temas importantes como lo son el maltrato a la mujer y la importancia de la moda, pero unificándolos dentro de un mismo contexto, buscando que se vea la moda desde un aspecto social, de manera que pueda ayudar a mujeres que han sido maltratadas; de ambos temas se ha hablado en variadas ocasiones, pero tratándolos siempre por separado.

El tipo de enfoque que se le dará a la investigación será mixto ya que se incluyen mediciones numéricas por parte del estudio obtenido del Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses sobre las cifras del maltrato a la mujer y el maltrato intrafamiliar en Colombia, por lo que esta sería la parte cuantitativa y también incluiríamos el enfoque cualitativo ya que las opiniones de moda y comportamientos por parte de las mujeres maltratadas se toman de análisis que han generado u observado personas que han trabajado estos temas, pero sin entrar a probar ninguna de las anotaciones descritas.

5.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

5.2.1 Fuentes de información.

- **Primarias:** Como fuentes de información primarias fueron realizadas entrevistas a profesionales en el ámbito de la psicología, además de que todo el desarrollo del proyecto se hizo bajo la supervisión y revisión de una diseñadora de modas. También se incluye información de los libros “La mujer maltratada” por Graciela Ferreira, “El cuerpo y la Moda: Una visión sociológica” por Joanne Entwistle y “Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón” por Eva Heller.
- **Secundarias:** Se busca información relacionada con los temas tratados en el proyecto a través de páginas de internet, de las que se extraen diferentes artículos, noticias y opiniones utilizadas en la investigación.

5.2.2 Técnicas para recolección de información.

Se obtuvo comunicación con personas conocedoras de los temas tratados y se generaron diferentes entrevistas anexas al proyecto, además fueron ubicados libros en bibliotecas y se generó consulta directa en páginas web, blogs, diarios y periódicos digitales, para de esta forma recopilar la información dependiendo del tema que se estuviese desarrollando.

6 CAPITULOS

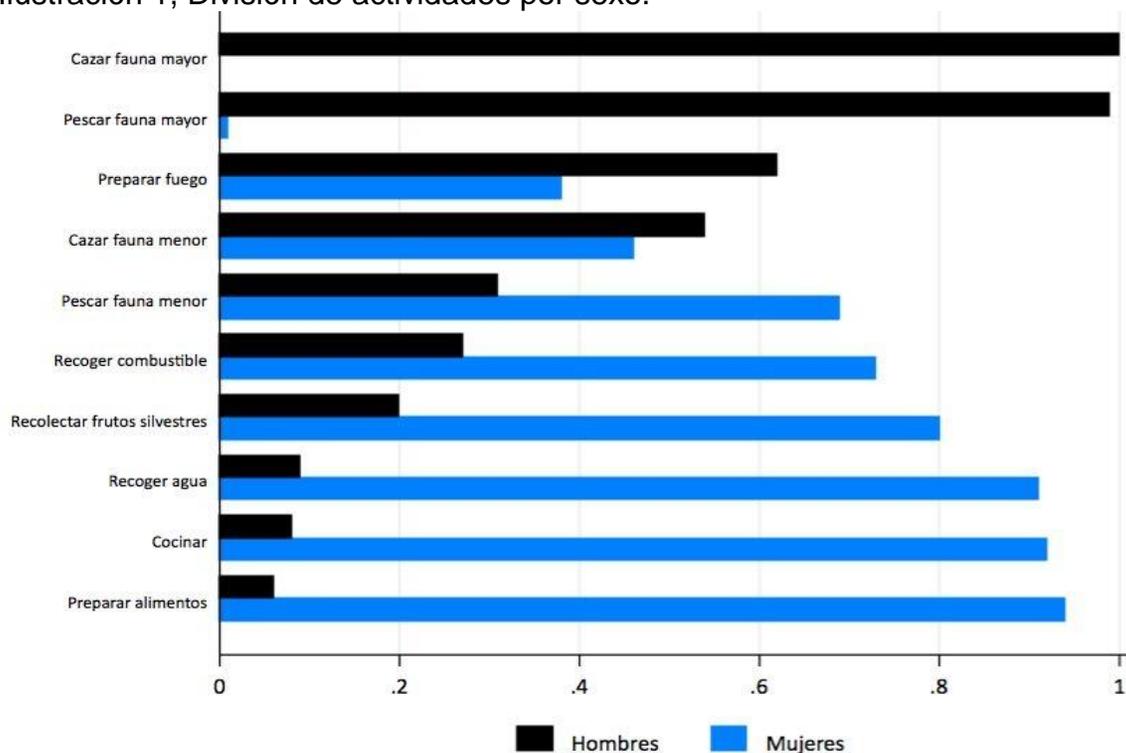
6.1 VIOLENCIA-ADOLESCENCIA-MUJER

6.1.1 LA VIOLENCIA ¿UN TEMA DE CULTURA?

Para nadie es un secreto que la violencia de género tiene sus inicios desde la creación de la humanidad por diferentes situaciones y creencias que a lo largo de la historia han transcurrido.

Todo comienza hace miles de años atrás cuando los humanos se organizaban en grupos de cazadores y recolectores, todos contribuían dependiendo de sus capacidades, por ejemplo, cazar y pescar eran actividades masculinas y generalmente, mujeres y niños recogían agua y frutos silvestres y los que sufrirán de algún tipo de discapacidad o se encontraban en la vejez colaboraban con lo podían. En el siguiente cuadro se ilustra la división del trabajo por sexo en sociedades primitivas.

Ilustración 1, División de actividades por sexo.



Fuente: Murdock and Provost (1973)

Nota: Para cada actividad se ha calculado un índice de masculinidad y feminidad basado en la información cualitativa. Fauna menor también hace referencia a insectos, moluscos, e incluso huevos

“Con el sedentarismo, la agricultura y ganadería y los cambios tecnológicos e institucionales, se reforzó el vínculo consanguíneo y, por consiguiente, la familia.” La actividad agrícola fue necesitando una cuantiosa mano de obra y además cada vez se volvía más intensa lo que conllevó a que se masculinizara el campo, los asentamientos estaban sufriendo de una elevada mortalidad, debido a esto la mujer empezó a adentrarse a una faceta meramente reproductiva y con el paso del tiempo a lo que se estaba acostumbrado y las normas sociales cambiaron y se convirtieron en leyes y la desigualdad de género se formalizó. Para dar un ejemplo a esto, La ley sálica que fue “la base de la legislación de los antiguos reyes francos hasta su extinción” no permitía que las mujeres heredaran algún poder político y de ahí hacia adelante la subordinación legal de la mujer era cada vez más acogida por las sociedades, tribus, asentamientos etc.

En el artículo “Génesis y evolución histórica de la violencia de género” por Lisett D. Páez Cuba, se expone que la violencia de género ha sido parte de nuestra cultura desde la antigüedad, basados en el conocido patriarcado a la mujer se le ha subordinado a papeles de inferioridad desde tiempos inmemorables. Allí cita a Bebel (1879), dirigente socialdemócrata alemán, en su obra “La mujer y el socialismo” en la que indica que la discriminación a la mujer en los diferentes papeles y situaciones que asume en la sociedad, representó la primera manifestación de explotación existente, poniéndola incluso por encima de la aparición de la esclavitud y es que algunos hechos de esta desigualdad datan del año 400 A.C, en el cual las leyes del Bizancio declaran que el marido era un dios al que la mujer debía adorar, su lugar era tan insignificante que no tenía derecho a recibir ningún tipo de beneficio o herencia.

Otros ejemplos se dan en India, donde luego de enviudar la mujer era condenada, en una ceremonia llamada Sati, a morir quemada al lado del cadáver de su marido, considerando esto como parte de los deberes que tenía que cumplir como esposa. En Grecia, cuando una familia era acusada de algún delito, el castigo se interponía únicamente en la mujer, o en Roma, al pater-familia se le daba la autoridad sobre todas las personas que pertenecieran a su hogar, y con la mujer, tenía el derecho y la potestad para decidir si venderla, maltratarla o matarla según prefiriera en sus deseos.

Un ejemplo claro, centrándonos en nuestro país, es que la mujer no obtuvo su derecho al voto sino hasta el año 1954, ejerciéndolo por primera vez en el

plebiscito del 1 de Diciembre de 1957 y aunque puede parecer que esto ocurrió hace mucho tiempo, se debe tener en cuenta que los inicios del voto en Colombia datan del año 1810 así que se estarían hablando de 144 años en los cuales el país tardó en considerar a la mujer como una ciudadana y concederle el derecho de elegir sus gobernantes.

También se encuentra la religión en un ámbito que influye para la creación de estereotipos de género, que crea ideologías que influyen en la idea de que la mujer es más débil o inferior al hombre. Cada cultura tiene sus costumbres y cada quien su propia religión, pero en su mayoría, la mujer es relegada a un segundo plano.

En Arabia Saudita por ejemplo, que tiene sus bases religiosas en el Corán, la mujer es tratada literalmente como objeto, es comprada, adornada y ocultada en casas que son consideradas como su hogar en las que se encuentran absueltas de cualquier derecho de opinión o decisión por sí misma, y si bien, se crea un avance con el hecho de que para el año pasado se les habilitara la posibilidad de participar en elecciones y muchas de ellas hayan accedido al derecho de votar y también al de ser elegidas en cargos públicos, en el oriente aún continúa arraigada una mentalidad machista, como la del terapeuta árabe Khaled Al Saqaby el cual publicó un video a inicios de este año en el que entre diferentes opiniones y enseñanzas dirigidas a los esposos para que conozcan y apliquen la forma adecuada de castigar a sus esposas y que objetos utilizar para ello, declara que "Desafortunadamente, algunas esposas quieren vivir una vida de igualdad con su marido. Eso es un problema muy grave."

En el seno oficial de diversas religiones, sobre todo las monoteístas, se establece y promueve el mantenimiento de las diferencias de género, relegando generalmente a las mujeres a un papel secundario, de sumisión u obediencia al hombre.

Pero no hay que ir demasiado lejos, en Colombia, donde prima la creencia católica, se ha golpeado, abusado y denigrado a la mujer de todas las formas posibles, como ejemplo, las cifras de este año concernientes al maltrato a la mujer no son muy alentadoras, aferrados entre otros, a un capítulo de la Biblia en que se habla de la sujeción por parte de la esposa "Las casadas estén sujetas a sus propios maridos, como al Señor", pero siempre se les olvida mencionar o recordar que en mismo capítulo también se estipula que el esposo debe amar a su esposa "Maridos, amad a vuestras mujeres, así como Cristo amó a la iglesia, y se entregó a sí mismo por ella" (Efesios Capítulo 5 versículos 22 y 25 respectivamente) y donde hay amor, no hay cabida para el maltrato y la destrucción.

6.1.2 VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

Se entiende por violencia intrafamiliar o doméstica todo tipo de maltrato, sea físico, psicológico, sexual o económico, sufrido por una persona a manos de algún miembro de su grupo familiar, hasta el tercer grado de consanguinidad, o por parte de su conyugue, pareja o expareja sentimental. A este concepto se le asocia también la violencia a la mujer, el maltrato infantil, violencia filio-parental (violencia de los hijos a los padres) y abuso a los ancianos.

En datos obtenidos por el portal virtual de noticias El Tiempo, para el año 2015 en Colombia, según los datos brindados por la Dirección de la Policía Nacional, se presentaron un total de 74.972 reportes de violencia intrafamiliar, teniendo un aumento del 36% en comparación con el año anterior, en el que se presentaron 48.427 casos, ocasionando que en Colombia se presentaran un promedio de 205 reportes diarios denunciando violencia en el ambiente familiar.

Y aunque las cifras anteriores son preocupantes, el hecho de que hasta Septiembre del presente año los casos de este tipo de violencia aumentaran en 8.782 en comparación con el mismo periodo en el año anterior, según los datos brindados por el director de Medicina Legal Carlos Eduardo Valdés, es impresionante, además indicó que no solo es alarmante el incremento en las cifras, sino también el crecimiento en la gravedad de las lesiones. “El foco de violencia al interior de la familia es la que más preocupación nos asiste, allí es donde deberían estar las relaciones más sanas, de mejor convivencia.”

La familia, vista desde una perspectiva ideal, sería el lugar en el cual la persona se sienta más resguardada, protegida y amada, sin embargo basados en las cifras anteriores, en Colombia queda un complejo camino por recorrer para llegar a este ideal, dado la cantidad de factores que la afectan como lo son el económico, social, psicológico y social. Influenciados por diferentes causas como la dependencia emocional, el abuso de diferentes sustancias psicoactivas, la frustración, los traumas obtenidos de la niñez, la depresión y demás, hacen uso y abuso de su estatus de autoridad utilizando las diferentes formas de violencia para ejercer control sobre su familia, ya sea con su pareja, hijos o ambos.

6.1.3 LA BUSQUEDA DE IDENTIDAD EN ADOLESCENTES.

La adolescencia es quizás la etapa más importante para el desarrollo de la personalidad y la identidad, ya que es en ella en la que debemos tomar la decisión sobre lo que queremos ser para tratar de dar respuesta a la radical pregunta ¿quién soy?

Después de atravesar las etapas de infancia y niñez, en las que los principales objetivos eran agradar a los padres y buscar su aprobación mediante el buen rendimiento en las áreas escolares como las extracurriculares, se llega a la adolescencia y allí el objetivo es totalmente diferente.

Este periodo generalmente se desarrolla entre los 12 y 20 años, aunque puede variar de persona a persona, en el, el adolescente enfrenta todo tipo de cambios entre físicos, emocionales, sociales y demás, y comienza a analizar todas las creencias y hábitos con los que fue criado, además de que la aprobación que busca ya no es la de sus padres, sino la de la sociedad y la de sí mismo. Hay en esta etapa una serie de objetivos a cumplir como lo son la lucha por la independencia paterna, la preocupación por el aspecto corporal y el deseo de marcar la diferencia, el desarrollo de relaciones interpersonales fuertes y duraderas y la creación y construcción de una identidad propia.

Son varios los factores que influyen en esta construcción, como la forma en la que enfrenta los constantes cambios de humor y la aparición de sentimientos contradictorios tan propios de esta época, el paso a paso de su evolución personal, los modelos de ejemplo que ha recibido tanto de sus padres como de la comunidad en general, el periodo histórico en el que le ha tocado vivir, ya que no se va a tener el mismo resultado si se crece en una época de abundancia y paz en comparación con una de escases y guerra, y la historia personal de cada individuo, ya que situaciones fuertes como la pérdida de alguien cercano, sufrir maltrato, abandono, abusos, pasar por dificultades económicas importantes o tener que abandonar de forma repentina tu lugar de crianza, pueden influir y afectar de forma negativa la evolución de esta identidad.

Según el artículo “La identidad del Adolescente. Como se construye” por L.S Eddy Ives, en algunos el paso por la adolescencia es casi imperceptible, tranquilo, en cambio hay con quienes la transición es totalmente evidente y critica, pero sea cual sea la situación, va a ser influenciada por la forma en la que hayan sido superadas las etapas anteriores, ya que tienen una repercusión directa en el modo en el que va a desarrollar el ciclo actual. En la infancia (0-12 meses) haber logrado la confianza, en la que tiene gran importancia la relación y conexión con la madre;

en la niñez temprana (1-3 años) desarrollar de forma eficaz la autonomía, en la que influyen ambos padres y colaboran con la implementación de límites que ayuden al infante con el control de esfínteres y con esto la voluntad y la decisión; en la edad del juego (3-6 años) se consigue la iniciativa al compartir con otros niños, llevar a cabo diferentes juegos e inventar otros mediante el implemento de la imaginación; y en la edad escolar (7-11 años) la competencia y la laboriosidad mediante la obtención de logros en diferentes ámbitos, en esta etapa los maestros tienen un papel fundamental al tener la tarea de brindar un apoyo y refuerzo en el trabajo que realice el niño, sin dejar a un lado la imaginación y la creatividad.

Después de culminadas las anteriores etapas se llega la adolescencia, en las que comienza a tener responsabilidades que antes no conocía, se da, como se mencionó anteriormente, más importancia a la aceptación recibida por parte de sus pares, prefiriendo en ocasiones poner mayor esfuerzo en la imagen que están viendo los demás de él que en lo que siente realmente ya que se instala en ellos un miedo gigante a quedar en ridículo en público. También está la búsqueda de modelos de liderazgo e ideales a seguir, además de la creación de relaciones significativas y la incursión en el descubrimiento de nuevas culturas, tradiciones, pensamientos, religiones y/o formas de vida y demás, que le ayuden a elegir y decidir con cual se identifica y en cual encuentra comodidad y plenitud.

6.1.4 DESAJUSTES EN LOS COMPORTAMIENTOS DE LOS ADOLESCENTES: VIOLENCIA.

La violencia en etapa de adolescencia tiene un grado de afectación mayor, ya que cuando el joven está atravesando este ciclo, se encuentra en un estado de vulnerabilidad dado la serie de cambios físicos, hormonales, sociales y emocionales por los que se encuentra atravesando. Y si a los sentimientos y situaciones comunes en esta etapa como el miedo al futuro y a la toma de decisiones, falta de entusiasmo, cambios de humor, desajustes transitorios de la conducta, cuestionamiento hacia todo, el estar en la búsqueda de una identidad propia y demás aspectos, se le suman otros como discriminación, injusticias, golpes, insultos, amenazas, intimidación, acoso, juicios, entre otros estados de violencia, van a generar traumas permanentes en el adolescente, ocasionando no solo heridas físicas, sino también una pérdida de identidad y sentido de pertenencia hacia sí mismo.

El ICBF en su reporte anual informó que para el mes de Diciembre del año 2015 tenía un total de 21.666 procesos de protección a causa de maltrato infantil, en el que se conoció que los departamentos con más casos de este tipo son Valle con 2.216, Nariño con 1.712 y Antioquia con 1.337, en los cuales estaban de

manifiesto situaciones de maltrato físico y psicológico, además de situaciones de negligencia ocasionada cuando los padres o personas a cargo de los menores no suplen sus necesidades básicas de alimentación, higiene, educación, etc.

Según este mismo reporte, se presentó un aumento del 9% en los ingresos de menores a protección, teniendo un total de 7.732 niños en esta situación, cuando para el 2014 fueron 6.982.

Un menor es sometido a violencia tanto cuando la sufre de forma directa, al ser agredido por sus progenitores o cuidadores, siendo sometidos a eventos de agresión física, psicológica y/o sexual, o de forma indirecta, al ser testigos de violencia entre sus padres. Estos dos estados de violencia acarrear consigo una serie de trastornos y afecciones al adolescente, modificando no solo su conducta en el entorno familiar sino también en el escolar y el social, creando diferentes situaciones de aislamiento, apartándose de sus familiares y amigos, agresividad, bajo rendimiento académico y con esto desconcentración y desmotivación en sus labores, depresión, enojo y vulnerabilidad ante la aparición de drogas, alcohol y experiencias sexuales.

Dado lo anterior, cuando un adolescente es víctima de violencia, sea directa o indirectamente, va a afectar no solo esta etapa, si no las siguientes a desarrollar en su vida, ya que se comienzan a generar patrones de comportamiento que van a repercutir en una relación de pareja y de familia futura, trayendo consigo situaciones de maltrato en la pareja, sea ocasionándola o padeciéndola.

6.1.5 PERFIL DE UNA MUJER MALTRATADA

Cada persona tiene una forma diferente de reacción hacia eventos violentos, es por esto que no se puede emplear un perfil definitivo para mujeres que han sido maltratadas, pero si se han evidenciado patrones comunes que desarrollan o poseen a causa de esta vivencia.

Desde pequeños se han evidenciado diferencias en la forma de crianza, a las niñas se les compra cocinas, muñecos y/o elementos de aseo para que usen como juguetes y a los niños en cambio se les premia con balones, carros, soldados o patinetas, es decir, las niñas juegan con elementos que las relacionan con el hogar y los niños con elementos que los remiten al exterior y es desde allí que comienzan las diferencias. Por lo general, las niñas ayudan a su madre con temas de cocina o aseo, solo porque según ideas, “las mujeres lo hacen mejor”, o “los hombres no son buenos para eso”, así que la niña crece en un ambiente en el cual sus hermanos juegan o ayudan al papá a arreglar cosas y ellas se encargan de arreglar el desorden y con esto se pueden crear conclusiones distorsionadas del papel que cada uno en la sociedad.

A la mujer se le ha asociado de forma directa con la maternidad, ya que por cuestiones netamente biológicas son las encargadas del proceso de desarrollo y nacimiento de las nuevas vidas humanas, y al estar ligadas a la maternidad se asocian también al hogar y al cuidado de este, incluyendo hijos, esposo, alimento, aseo, educación y demás labores que se desempeñan en un hogar, y lo que se busca no es quitarle el mérito a estas labores, solo que la mala comprensión de lo que ellas implican han puesto a la mujer en un estado de inferioridad, sumisión y vulnerabilidad al no estar encargadas de la parte financiera del hogar.

Al hombre, culturalmente, se le ha identificado como la cabeza del hogar y es inevitable que este título le brinde seguridad y autoridad en el mismo, contando con esto y con lo anteriormente expuesto es casi que inevitable que el hombre si desempeña y asume ese título de forma errónea se ponga uno, o más escalones por encima de la mujer y si sobre esto no se genera un control, se cae en un abuso de poder que va a conducir al maltrato.

Una mujer que ha sido maltratada generalmente sufre de baja autoestima y esta es una de las razones por las cuales permite el maltrato; sea porque se crió en un entorno de maltrato hacia ella, su madre o ambas, por burlas sufridas en el

colegio, por haber fallado en una meta importante que se tenía trazada o porque cuando conoció a su pareja se encontraba en un estado alterado sea en el ámbito emocional o económico, desarrolla un sentimiento de agradecimiento o deuda hacia este hombre ya que considera que fue él quien la ayudo a salir de aquella mala situación por lo que se siente en la necesidad de retribuírselo de algún modo.

También es común que la mujer caiga en un estado de aislamiento y pierda habilidades en lo que a relaciones e interacción social se refiera, ya sea por amenazas de su pareja para evitar que cuente lo que está ocurriendo o porque ella misma se avergüence de la situación y tema ponerse en un lugar de lástima frente a los demás o simplemente por mantener la fachada de la familia perfecta, se pone en un estado de ensimismamiento en el que la socialización se vuelve prácticamente nula con tal de evitar una charla que se torne personal y ponga en riesgo el secreto que esconde tras las puertas de lo que llama familia.

Todas estas situaciones solo logran que se genere un estado de dependencia hacia su maltratador y en la mayoría de los casos, ayudado al desarrollo de lo que se conoce como Síndrome de Estocolmo Doméstico (SIES-d) en el cual, la víctima, en este caso la mujer, desarrolla, mantiene y defiende un vínculo afectivo con su maltratador, lo que ocasiona que se concentre en los episodios o momentos en los que el victimario se muestra cariñoso o simplemente no emplea violencia, y los ubique por encima de los eventos violentos, aferrándose a la idea de que la situación en la que se encuentra puede cambiar, buscando excusas para justificar el maltrato y llegando incluso a culparse a sí misma por haberlo provocado, ya que le asusta pensar en la idea de perderlo y/o de tener que valerse por sí misma.

6.1.6 FASES DEL MALTRATO

Lo siguiente se encuentra basado en el artículo “El maltrato a la mujer, fases y soluciones” por el diario La Patria.com y en la conferencia “Perfil psicológico e intervención de los hombres maltratadores” por Javier Medina.

Al estar en una relación de pareja la misma pasa por diferentes procesos y etapas que hacen crecer y madurar la relación como conocerse, gustarse, formalizar su relación (noviazgo), comprometerse y finalmente casarse. Lo mismo ocurre con el maltrato doméstico, en el cual diferentes profesionales del campo han coincidido en que el maltrato generalmente no se produce sin previo aviso ya que si bien pueden haber excepciones, concuerdan en que este proceso se divide en una serie de 4 fases, las cuales se van experimentando de forma cíclica a lo largo de la relación:

1° Fase: Incubación e incremento de la Tensión

En este, que es el inicio del proceso, el hombre comienza a mostrarse tenso, irritado y/o molesto ante la mayoría de las situaciones, no solo en el entorno de pareja, sino también en lo que concierne al tema laboral, social y familiar. Se desestabiliza emocionalmente y se muestra reacio a compartir lo que le pasa, generando que todo esto comience a acumularse en su interior, hasta que llega el colapso.

2° Fase: Descargue o explosión

Luego de que el hombre ha pasado días e incluso meses acumulando toda la rabia, frustración y tensión para sí mismo llega a su límite emocional y sale de sí en forma de maltrato hacia su pareja, empleando cualquiera de los tipos de violencia, sea física, emocional o sexual, encontrando en ello la manera de liberar la tensión que había estado guardando para él, ya que la comunicación no sería precisamente una de sus cualidades.

3° Fase: Arrepentimiento

Una vez liberada la tensión que albergaba, se da cuenta de que lo que ha hecho comienza a acarrear consecuencias, ya que su pareja comienza a mostrarse distante y amenaza con terminar la relación y abandonarle, lo que ocasiona que él se dedique de lleno a demostrarle que está completamente arrepentido del daño que le ha causado, se justifica y asegura que fue superado por las circunstancias,

pero que no volvería a ocurrir, convenciéndose ambos de que su relación podría superar aquello.

4° Fase: Luna de miel

Ahora que ha sido perdonado, el maltratador le regala a su relación un lapso de total tranquilidad y amor, busca la redención por sus actos lo que lo lleva a concentrarse de lleno en su pareja, buscando convencerla de que no es el hombre violento que demostró ser al momento de sufrir el desequilibrio emocional, la remite a sus días de conquista ocasionando que la víctima asuma que aquella situación fue efectivamente un caso puntual y que no hay necesidad de desconfiar.

Llegados a este punto, como se mencionaba anteriormente, una vez finalizado el periodo de la cuarta fase, todo el proceso comienza a volverse cíclico, aumentando el nivel de violencia a la par de que empieza a disminuir el tiempo en el que se va presentando cada una de las facetas, el maltratador se habitúa a ser violento y cada vez es más corto y menos frecuente el periodo de arrepentimiento.

6.1.7 CAUSAS DE MALTRATO

“Por violencia contra la mujer se entiende cualquier acción u omisión, que le cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico, económico o patrimonial por su condición de mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, bien sea que se presente en el ámbito público o en el privado” Ley 1257 del 2008, artículo 2.

El maltrato del cónyuge hacia la mujer se puede presentar o se origina de diversas maneras, una de las razones sería la ideología que se tiene sobre la inferioridad del sexo femenino o en su situación de desigualdad ante la sociedad, debido a que desde la antigüedad la mujer se ha visto sometida y reprimida, ligada siempre a las labores del hogar, tales como el aseo, la crianza y la educación de los hijos, el respeto y la atención prioritaria hacia el marido y demás, por ende, se trataría de un tema de tradición y costumbres, transferidas de generación a generación, ocasionando que desde niños se construya una idea errada de los papeles del hombre y la mujer en la sociedad.

La psicóloga de la Fundación Aspacia Luisa Nieto Corominas, en una entrevista brindada para el diario El Mundo de España, ratifica la idea de que un hombre machista se crea a través del entorno social en el que vive, ella asegura que "El hombre machista es el resultado de todas las relaciones que se han mantenido históricamente basadas en unos roles y unos estereotipos de género que hacen que la conducta sexista se mantenga a lo largo de todo el ciclo vital del agresor" (Nieto, L. 2014) Esta psicóloga también determina que hay dos factores o elementos que se identifican dentro de los hombres maltratadores: lo primero, la creencia que tienen de que son superiores a las mujeres y lo segundo, la incapacidad que tienen estos de enfrentarse a sus frustraciones o problemas.

Otra de las razones hace referencia al perfil del hombre o del victimario, el cual suele ser controlador y con muy bajos niveles de autoestima, que quiere o espera aumentar denigrando la de otras personas por medio de la agresión ya que consideran que mediante la violencia o el maltrato ejercen un control sobre su pareja que les hace sentir más "hombres" o más "machos"; en el libro titulado "ideas que matan" por Mercedes Fernández-Martorell, la autora coincide con la idea de que los hombres utilizan el maltrato ya que no saben cómo lidiar con sus emociones "a veces un hombre maltrata a la mujer porque él vive conflictos personales y laborales en relación con los demás hombres [...] Maltratarla le supone a él ejercer una actividad machista que refuerza su hombría, la que sus aliados le están poniendo en evidencia al marginarlo"

Estos hombres también se caracterizan por ser impulsivos, hostiles y emocionalmente inestables; sus habilidades para comunicarse son limitadas lo que conduce a la incapacidad para resolver problemas o conflictos mediante el diálogo; el victimario es además celoso y machista y se le asocia en la mayoría de los casos al abuso de sustancias tales como el alcohol y drogas, lo cual utilizan como excusa para justificar sus agresiones. Y es que como señala la psicóloga Luisa Nieto en la entrevista antes mencionada, los hombres maltratadores desarrollan un talento nato para la auto justificación, aferrándose a la idea de que lo que hacen es su deber, que necesita emplear dicha violencia porque es lo correcto "Tienen tan interiorizado que su posición es diferente a la de la mujer y que tienen que cumplir con su estatus".

En ocasiones el maltratador también fue víctima de maltrato en su niñez fuese a él directamente, a su madre o a ambos, por parte de la figura de autoridad en su crianza lo cual ocasiona que al niño se arraiguen estos patrones dañinos de comportamiento y los hará evidentes cuando él mismo se halle en una relación sentimental.

"Es clave que desde la infancia se establezca una educación en valores, en derechos humanos y en igualdad entre hombres y mujeres, que no haya diferenciación de roles y estereotipos entre niños y niñas. La clave para erradicar la violencia de género es iniciar la prevención desde la infancia" (Luisa Nieto)

El factor económico también es detonador del maltrato, el cual se ve reflejado cuando una mujer depende económicamente del hombre, esto le acarrea una situación de poder y autoridad en su familia, o por el contrario, cuando debido a diferentes circunstancias la mujer es quien asume los gastos económicos del hogar, los roles de autoridad se pueden percibir invertidos y al hombre sentir que está perdiendo su sentido de autoridad en el hogar, se ve afectado en su masculinidad y reacciona de forma violenta.

6.1.7.1 DEPENDENCIA ECONÓMICA Y SU INFLUENCIA EN EL MALTRATO

"...Una mujer cuando no es independiente económicamente, es más vulnerable a la violencia" Nataly Vélez, Concejal de Medellín en entrevista para el periódico El Colombiano.

Como se mencionó anteriormente, el hecho de que una mujer dependa económicamente de su pareja genera, de manera casi inevitablemente, que se

asuman roles de desigualdad en la relación y es que según coinciden diferentes artículos y estudios realizados por personas que han estudiado este tema, ésta situación se repite y es factor común en la mayoría de los casos, en porcentaje se presenta en un 80% ellos. (Arias, M. 1990)

Un hombre maltratador es controlador y entre más partes de la vida de su pareja controle mejor cree que maneja la relación y si una de las partes que tiene de su lado es el sustento económico del hogar va a desarrollar un sentido de posesión, dominación y sometimiento hacia su compañera.

En la mujer, los sentimientos que desarrolla se ponen en sintonía con los de su pareja, se considera inferior a ella gracias a la necesidad que le profesa y cuando es maltratada, uno de sus mayores miedos es quedarse sin el sustento y estabilidad que este le brinda, por lo que prefiere soportar los golpes y las humillaciones a cambio de no enfrentarse al desasosiego que le produce la idea de que no sería capaz de mantenerse a ella misma o sus hijos, si los mismos hacen parte de la relación. “Cuando se presentan situaciones de abuso y maltrato, se desencadenan emociones como la rabia, el dolor, la frustración, que invitan a la separación; sin embargo, estos deseos se disipan ante el temor de la mujer de no poder salir adelante por sí misma, aferrándose a la esperanza de que su pareja cambie y las situaciones de abuso cesen por sí solas.”(Guzmán, S. 2014).

Ocurre, que las mujeres que pasan por estas vivencias y presentan este cuadro de maltrato no tienen actividades fuera del hogar que puedan influir en su vida económica, como lo demuestra un estudio realizado en España en el cual se informa que en situaciones de maltrato, un 61% de las afectadas son mujeres que están dedicadas de lleno a las labores del hogar, un 30,8% tienen ocupaciones laborales externas y un 8,1% pueden encontrarse en búsqueda de trabajo. Hay como en todo excepciones, y el maltrato se puede presentar incluso en mujeres que dispongan de carreras y trabajos profesionales sólidos, pero en general, el hombre es quien asume los gastos de alimentación, servicios y demás, lo que le otorga poder y lo usa como arma para intimidar al momento de recibir amenazas de abandono por parte de su víctima.

“El círculo vicioso se da cuando la dependencia económica se plantea como una imposición, en la cual quien tiene el dinero tiene el poder, entonces la integridad de la relación se quiebra, ya que se establece una dinámica de autoridad, que no es propia dentro de una relación de pareja.” (Guzmán, S. 2014)

Esta psicóloga, en la entrevista mencionada anteriormente, indica que la mejor forma en la que una mujer puede superar esta situación es manteniendo vivos sus

anhelos y proyectos personales, manteniendo abiertas las oportunidades de estudio o trabajo que puedan presentarse, de forma que llegado el momento tenga la autonomía para asumirse con poder y decisión y así entender que puede representar diversas funciones si la relación lo necesita.

6.2 DESDE LA MODA

6.2.1 IDENTIDAD

Como se expresó anteriormente la identidad es la conciencia que una persona tiene sobre sí misma, la capacidad que tiene de reconocerse y por ende de definirse. Esta identidad comienza a construirse desde la infancia, a través del entorno familiar se crea una influencia directa en la forma de actuar del individuo, sea por medio de la observación y posterior imitación, la identificación y la crianza brindada por la autoridad del hogar, se comienzan a adoptar una serie de comportamientos, vocabulario, creencias y hábitos que lo irán formando y caracterizando para mostrarse a los demás. Luego, en la etapa de adolescencia, se comienzan a visualizar rasgos particulares de la persona, se abre la posibilidad de cuestionar y evaluar todas las cosas enseñadas en el hogar para decidir cuáles desea incluir para su vida y cuáles desea reorganizar o cambiar para de esta forma crear la identidad que quiere como persona y que esta le ayude no solo a encajar con la sociedad, sino también a diferenciarse de ella.

Ocurre que esta identidad, al construirse a partir de lo vivido y de las características propias de cada persona, puede verse afectada cuando, en el caso puntual de este proyecto, la mujer es sometida a constantes episodios de maltrato ya sean físicos o psicológicos se genera una de pérdida del ser, en el cual, al estar es una situación de completa vulnerabilidad y fragilidad la conducen a un estado de aceptación y resignación sobre la forma en que se desarrolla su vida creando con esto una situación de dependencia y lealtad hacia su maltratador dándole la potestad de que sea él quien defina quién es ella como persona, redefiniendo su identidad.

La identidad de una mujer se manifiesta no sólo a través de cómo se comporta, sino también de la manera en que se ve y es que al realizar el tan común acto de vestirse se están tomando decisiones automáticas en las cuales se manifiesta tanto el ser más íntimo y personal como la exposición de comunión y comunicación con el otro, es por ello que se puede decir que la moda “ conforma y define nuestras identidades, revelando aspectos de nuestra historia personal y herencia cultural”(Fernández, C. 2013).

En una entrevista publicada el pasado 14 de Enero del 2015 a María León para el blog “María León Style” Alejandra Vallejo-Nágera psicóloga y profesora de la Universidad Autónoma de Madrid habló de la importancia que tanto los estudios de sociología como de psicología le dan a la moda al momento de analizar

determinadas situaciones o personas “Los profesionales del comportamiento humano nos fijamos mucho en la elección del vestuario de la persona que tenemos enfrente. La rigidez, el desaliño, el caos, la estridencia, la exhibición de tal o cual marca, la armonía, el realce de las virtudes o defectos físicos, la elección de colores... todo ello hace de espejo que refleja cómo se siente la persona con respecto a sí misma; cómo se trata y cómo se relaciona con los demás.” Y cabe anotar que es no solo admirable sino también refrescante el notar como personas de diferentes ramas como la medicina ven en la moda una forma importante para implementar e impactar en lo social que es la razón principal de este proyecto.

En un estudio científico liderado por la psicóloga Karen J. Pine en la Universidad de Hertfordshire se concluyó que el guardarropa es un espejo del estado mental de una persona. Dentro de los diferentes datos obtenidos se encuentran que el 70% de las personas que se encuentra experimentando episodios de tristeza utilizan pantalones vaqueros (jeans) como una elección primordial sobre las otras que tendría a disposición, otro indicador demostraba que el 72% de las personas usan sus prendas o complementos favoritos cuando se encuentran en un estado anímico feliz.

“La moda no sólo influye en lo que otros opinan de nosotros, sino también y muy particularmente, en cómo nos hablamos a nosotros mismos en un momento dado” (Vallejo-Nágera, A. 2015). Los seres humanos se proyectan a través de la ropa, en su mayoría, eligen prendas holgadas que ayuden a esconder el cuerpo cuando se encuentra en un estado depresivo o triste y escogen prendas favorecedoras para vestir cuando se está feliz, porque lo que se busca, y además se logra, es exteriorizar lo que se está sintiendo en el interior.

La moda es “el medio por el que la gente descubre su identidad, se mueve por la ciudad sin ser observada (u observada, según su estilo) y sirve casi como de «armadura» para proteger al individuo. La moda se puede utilizar para crearse una identidad «individual» impresionante, a la vez que es capaz de denotar lo ordinario, puesto que pone de relieve la uniformidad.” Es la dualidad entre “el yo privado y el aspecto público” (Entwistle pg. 127). La indumentaria es la forma más directa que utiliza una persona para mostrarse a los demás, eligiendo prendas y complementos que las identifiquen a plenitud y den cuenta de quienes son internamente o por el contrario, las usen como excusa para esconderse y dar a entender una imagen y una identidad completamente diferente a lo que son, para que de esta forma la gente las vea como ellos quieren ser vistos, ya sea para buscar aceptación en un grupo determinado o para poner una barrera frente a estos.

Así que, según lo anterior, si la historia propia de la mujer está enmarcada por situaciones de violencia continuas, esto va a afectar su sentido de identidad y con esto la forma en que se percibe a sí misma y como se muestra al mundo a través del vestir, por esto, si una mujer está decidida a empezar un proceso de cambio y reconstrucción, la forma en que desea verse y cómo desea que la vean en su entorno va a cambiar, y la moda puede convertirse en su principal aliado al momento de decidir esa mujer nueva que va a comenzar a proyectar, recuperando de esta forma su confianza, su sentido del Yo y con esto su identidad.

6.2.2 AUTOESTIMA

En un ámbito general una definición para esta palabra sería que es “la percepción evaluativa de nosotros mismos”, que abarca lo concerniente a pensamientos, evaluaciones, sentimientos y tendencias de comportamiento dirigidas hacia nosotros mismos, hacia la manera de ser y formas de comportamiento, y hacia los rasgos del cuerpo y el carácter.

En ocasiones esto puede verse alterado debido a diferentes vivencias que a lo largo de la existencia sucedan e involucren a la persona las cuales pueden ayudar tanto al fortalecimiento de ella como al desgaste o destrucción de la misma.

Una de las maneras más evidentes de mostrar nuestra autoestima es a través de la moda, “lo que vestimos es una presentación de nuestra psicología, la elección de prendas o el arreglo refleja la forma en que nos sentimos con nosotros mismos y ocurre de una forma inconsciente” (Olvera citado por Almudena, 2014), en la sociedad tenemos patrones de lo que es estético o no , de lo que puede representar el sentirse bien o mal, triste o alegre, hasta a los colores le han impuesto un estado de ánimo o un sentimiento, un sencillo ejemplo de esto sería que para los funerales muchas personas asisten llevando la mayoría de sus prendas de color negro ya que esto refleja el luto, la melancolía, desesperanza, muerte, duelo, un sinfín de sinónimos que llegan al mismo sentir colectivo de una situación como esa.

Es allí, donde radica el atractivo e importancia de este trabajo, por hecho de ver como una mujer después de que sufre algún tipo de maltrato ya sea físico o psicológico por parte de pareja sentimental cambia muchos aspectos de la percepción de sí misma causando consecuencias psicológicas tales como ansiedad, depresión, pérdida de autoestima y sentimientos de culpa, aislamiento social, trastornos sexuales y trastornos psicósomáticos, este último corresponde a expresiones y sentimientos tales como “ Cuando él se enfada me late tan rápido el corazón que creo que me va a dar un ataque” “Me siento tal mal que ya no como ni duermo, me siento tan enferma”.

Todo esto conlleva a que la mujer no se preocupe por como se ve, descuida este aspecto de vida porque el maltrato que está sufriendo está invadiendo todo su ser o en su defecto en su forma de vestir expresa lo mal que siente y peor aún si se decide a terminar con esa relación tóxica y definitivamente sale de esa situación las secuelas que deja son indelebles y por justas razones la mujer no vuelve a ser la misma, pero es después de la toma de esta decisión de finalizar con el maltrato,

que ingresa en un proceso de recuperación y a través de un arduo y largo tratamiento psicológico entraría a tomar partida la moda, en el aspecto de cómo se empezaría a reconstruir su imagen y con esto su forma de vestir, que no solamente sea guiada con las prendas y colores que “debería usar” si no también que se sienta cómoda, segura y confiada porque “La moda es algo más que llevar puesto, es una actitud, un tipo de estética” -Jeanne Beker, Diseñadora de modas- y es que es importante resaltar cuán importante es el aspecto exterior para las relaciones con los demás, se busca encontrar un equilibrio entre cómo se siente y cómo mostrar una presencia física con la que se sienta satisfecha teniendo en cuenta el atractivo de una buena y confiada imagen personal, que es un punto clave al momento de interactuar y tener una entrada a diferentes escenarios tanto sociales como profesionales, con más probabilidades de ser reconocida como una mujer exitosa.

Con todos estos factores que se han venido mencionando se crea una influencia en la perspectiva de sí misma que tendría esa mujer que fue maltrata llevándola a dar un giro nuevo y renovador a su vida.

6.2.3 CUERPO Y MODA

El cuerpo, que es el conjunto de partes que conforman un ser vivo, es, de forma literal, lo que materializa al ser humano y por ende su medio principal de exposición y esto no da posibilidad de cambio ya que se quiera o no, todos disponemos de uno. Es ese cuerpo el que se utiliza como vehículo, escudo, ventana o plataforma para exposición hacia el mundo exterior y como sea que se decida hacer esa exposición, el cuerpo, no va a ser solo un cuerpo, ya que va a estar vestido de algo más que lo identifique ya sea una prenda de vestir, una joya, un accesorio, un tatuaje o un perfume y muestra de esto es la entrevista brindada por la mundialmente conocida Marilyn Monroe, la cual develo, en una entrevista dada a la revista Life el 7 de Agosto de 1952, que lo único que llevaba para dormir era Chanel N°5, confirmando que aunque desnudo, el cuerpo siempre está adornado por algo.

Esta necesidad de adornar el cuerpo que portamos, parte de la idea de desear algo que nos complemente, de tener la sensación de que el cuerpo por sí solo no nos identifica en su totalidad “Es esta sensación, la falta, la que nos invita a modificar y transformar las formas naturales del cuerpo con la promesa de sentirnos completos. El vestido es una de tantas maneras de lograrlo, y la de mayor interés para esta exposición.” (Fernández, C. 2013)

“El cuerpo es asunto, fantasía, arte y discurso, está asociado a la indumentaria, es una segunda piel, demarca papeles y lugares sociales –sacerdotes, jefes, guerreros, nobles, plebeyos, hombres, mujeres, burgueses, proletarios, jóvenes de alta sociedad que viven comprando vestimenta de moda, pandilleros, tribus, artistas–, constituye el sujeto social en sus varias identidades. El vestir involucra gestos, comportamientos, elecciones, fantasías, deseos, fabricación sobre el cuerpo (y de un cuerpo) para el montaje de personajes sociales colectivos o individuales, ejerce así comunicación, expresando nociones, cualidades, posiciones, significados. Vístase y dígame quién es.” (Mota, M. 2006)

El cuerpo, como se expresa anteriormente, está plenamente ligado a la identidad de una persona, ya que es lo que utiliza al momento de construirse, reconocerse e identificarse como sujeto individual que a su vez hace parte de un colectivo o comunidad en la cual debe desenvolverse a diario enfrentando una constante lucha entre lo que soy, lo que quiero ser y lo que los demás creen que soy, buscando la forma de que estos tres tipos de pensamientos por fin se encuentren y se concreten en una misma definición.

La imagen de ese cuerpo, constituye un todo y más en un mundo donde cada vez se da mayor importancia al lenguaje visual que al verbal o escrito y esto gracias a

la continua aparición y desarrollo de aplicaciones móviles como Instagram, Snapchat o Facebook (siendo estas unas de las más populares) quienes emplean como foco principal la imagen, en las cuales el usuario se construye a partir de lo que quiere mostrar y como desea que lo identifiquen las personas que lo están visualizando; incluso se ha adoptado la costumbre de volver frases célebres o significativas en imágenes, para que de esta forma no sea necesario emplear un pensamiento, idea o comunicación de forma escrita o hablada, sino utilizando lo de fácil recordación.

“A ojos del buen observador, la ropa actúa como farol que señala la confianza, el éxito, la flexibilidad, el poder adquisitivo de la persona e incluso, lo que resulta más llamativo, a nivel inconsciente nos empuja en apenas 5 segundos a confiar o desconfiar de alguien sólo por el atuendo que lleva en ese momento.” (Alejandra Vallejo-Nágera en entrevista para el blog María León Style)

La forma de expresión que se utiliza a través de la imagen está ligada no solo a la forma de vestirse de una persona, también se conecta con el tipo de peinado que usa, la forma que tiene para adornar su ambiente laboral, la manera de decorar su casa, qué cuadros utiliza, qué tipo de distribución emplea para sus muebles y en que estilo, cómo tiene pintadas las paredes y de qué colores, que tipo de lencería y piso utiliza o cuál es su medio predilecto de transporte, todo esto, genera una comunicación visual sobre la persona, sus gustos y preferencias, y no se hace necesario el implemento de palabras para que los demás hagan una rápida y fácil lectura de quienes somos y lleguen a determinadas conclusiones según el material que hayan visualizado y es cierto que se pueden llegar a conclusiones erradas, pero no es común que esto ocurra si la persona en exposición tiene clara su identidad.

La sociedad, a lo largo de su historia, ha utilizado el vestuario y la indumentaria como una de las principales formas de expresión según el pensamiento colectivo que se tuviera en una época, es más, son los registros gráficos, ya sea en fotografía o pintura, los que han permitido a toda persona que desee conocer un poco de historia como se desarrolló determinada época pasada, ya que como se ha venido mencionando lo visual es una de las formas de comunicación más efectivas, es por esto que al hablar de una cultura o sociedad determinadas una de las primeras asociaciones se generan en la forma de vestir. Ejemplo de esto es que al hablar de hippies vienen a la mente ropa holgada, diseños psicodélicos y una irrefutable expresión de paz y amor, por el contrario al hablar del estilo punk se genera una asociación con colores como negro o vinotinto, taches, botas, chaquetas de cuero y demás elementos que denotan fuerza y rebeldía porque para una cultura emergente que desea impactar de una u otra forma la sociedad

es más mucho más fácil utilizar su cuerpo vestido como plataforma de exposición hacia quienes los ven.

La moda ya no es un mundo al que solo puedan acceder supermodelos, actrices o mujeres con un nivel económico por los cielos, ésta se ha vuelto parte del mundo común, dándole la posibilidad a cualquier mujer de acceder a ella y se ha vuelto tan relevante que especialistas de otros terrenos como la psicología o la sociología no temen involucrarla en sus temas de investigación desligando el concepto de algo superficial y volviéndolo más humano.

6.2.4 ASESORIAS DE MODA PARA MUJERES MALTRATADAS.

En un proceso de asesoría de imagen personal son muchos los factores y procesos a desarrollar, desde el conocimiento y análisis del cliente, el estudio de color, el de morfología, que incluye cuerpo y rostro, el fondo de armario y el servicio de Personal Shopper, siendo este último algo más opcional.

6.2.4.1 PERFIL DEL CLIENTE / PACIENTE

Se tiene a una mujer que ha pasado por episodios de violencia doméstica y que se encuentra en proceso de tratamiento y recuperación, por lo que en el área psicológica van a estar afectadas en su autoestima y su identidad, además de atravesar por posibles estados de depresión y en lo físico hay que considerar que pueden haber heridas, cicatrices, hematomas y/o deformaciones causadas por los eventos de maltrato sufridos y que van a ser claves al momento de elegir las prendas y estilismos a recomendar.

Producto de la situación vivida tenemos a una mujer poco interesada por su apariencia y su imagen personal, que dedica poco a nada de tiempo a sí misma y a cuidarse, generalmente refugiada en ropa holgada como sudaderas, busos y camisetas o de fácil uso como camisillas, leggings y jeans además de descuido en lo que implica cabello y maquillaje, por lo que a través de la asesoría lo que se busca es volverla a encontrar con ella misma, revivir su amor propio, estimular su autoestima y resaltar sus atributos, de forma que ella pueda redescubrir su identidad a través de la estética, la indumentaria y el cuidado personal.

6.2.4.2 ESTUDIO DEL COLOR

En un proceso de asesoría el estudio del color es fundamental ya que con él se definen que tipo de colores van a favorecer o desfavorecer más a la mujer, cuales han de darle más luz a su rostro y cuales resaltan más los defectos, así que se debe hacer un estudio a través de una serie de pruebas para comprobar a que gama de colores pertenece una mujer, ya sea los fríos o los cálidos que son las dos opciones en las que debemos ubicarlas de acuerdo a los datos obtenidos.

Ilustración 2, Colores cálidos

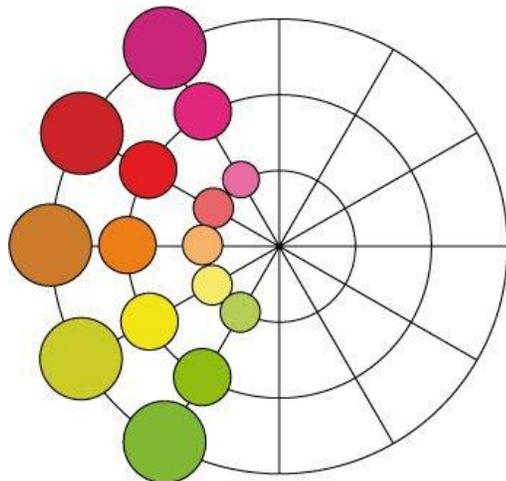
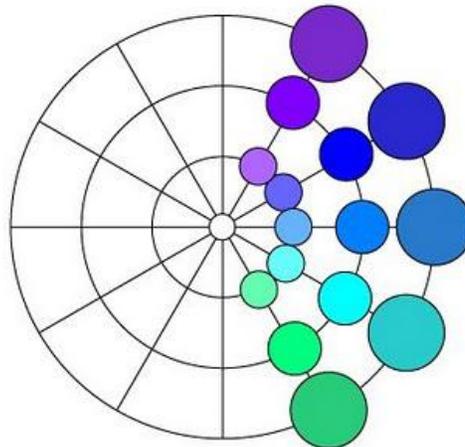


Ilustración 3, Colores fríos



(Fernando, 2011)

Un color se considera cálido o frío según la temperatura que transmitan, es por esto que los colores cálidos son todos aquellos que van del amarillo al rojo y las combinaciones que surjan entre ellos (naranja, salmón, verde limón, verde agua, canela, mostaza) proveen una sensación de calidez y cercanía a diferencia de los fríos, que van del azul al verde, incluyendo los morados en los cuales predomine la pigmentación azul y los tonos que surjan en su combinación (morado, turquesa, marrón oscuro, rojo frío, oliva) les es atribuidas sensaciones de frialdad y frescura.

En un análisis de color se tienen en cuenta 3 características o focos de color: el cabello, los ojos y la piel, y dependiendo de la tonalidad que prime (2 de 3) será frío o cálido, distribuyéndose de la siguiente manera:

- Características frías:
 - Cabello: Ceniza, rubio claro o negro intenso.
 - Ojos: Azules, verdes, negros o grises.
 - Piel: Rosada, pálida o clara.
- Características cálidas:
 - Cabello: Rubio oscuro, castaño o pelirrojo.
 - Ojos: Marrones, azules y miel.
 - Piel: Morena, dorada, marfil.

Hay también varias técnicas para descubrir a qué lado pertenece una persona en lo que a colores se refiere, entre las que se encuentran las siguientes:

- Verificar en el dorso de la muñeca el color de las venas, si su color es verdoso el tono de piel es cálido, en cambio, si su color es azulado el tono de piel es frío.
- Tomar algo de color dorado, plateado, rosa y naranja y ubicarlos cerca del rostro bajo una luz natural, si los colores que le dan más luz, disminuyen las líneas de expresión y arrugas y otorgan más brillo a los ojos son el dorado y el naranja, el tono de piel es cálido, pero si los que otorgan estas características son el rosa y el plata, el tono de piel es frío. También existe la posibilidad de que todos los colores sienten bien al rostro, lo que quiere decir que la piel es de tono neutro.
- En la parte interior del brazo, aquella que no ha sido modificada por el sol, observar la piel, si su subtono es amarillo la piel es cálida, por el contrario si el subtono es rosado el tono de piel es frío.

6.2.4.3 ESTUDIO MORFOLÓGICO (CUERPO Y ROSTRO)

CUERPO

En esta parte de la asesoría se entra a validar la silueta de la mujer, verificar sus medidas, especialmente cintura, espalda y cadera, para definir cuáles son las áreas de mayor o menor volumen y así determinar cuales hay que resaltar y cuáles hay que disimular. Las siluetas definidas para ubicar un tipo de cuerpo son:

Ilustración 4, Silueta reloj de arena



RELOJ DE ARENA
(Rey, 2014)

- **Reloj de arena:** en este tipo de silueta hay simetría entre la parte superior del cuerpo (hombros) y la parte inferior (cadera), se caracteriza

por tener busto y cintura definida. Se considera como el cuerpo con la proporción ideal y en cuestión de atuendos puede elegir a su antojo, solo debe seguir la línea propia de su cuerpo, es decir, utilizar prendas que acentúen sus curvas y resaltando su cintura a través de cinturones (no muy gruesos) o trajes cruzados, además de escotes en V y chaquetas entalladas manteniendo siempre la proporción natural del cuerpo.

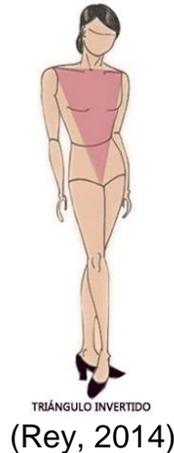
Ilustración 5, Silueta triangular



TRIANGULAR
(Rey, 2014)

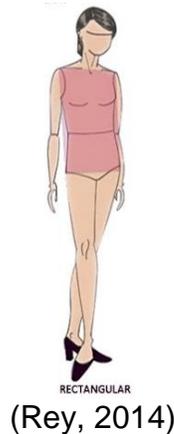
- **Triangular o tipo A:** en este tipo de cuerpo el volumen se encuentra ubicado en la parte inferior, con caderas y muslos anchos y hombros y busto pequeño, cuenta además con una cintura definida. La clave en con esta silueta es resaltar la parte superior disimulando el volumen de las caderas. Blusas y chaquetas con texturas, estampados, drapeados o volados, hombreras y accesorios. Colores vivos en la parte superior y oscuros en la inferior, evitando con esto atribuirle más protagonismo a las caderas.

Ilustración 6, Silueta triángulo invertido



- **Triángulo invertido:** Talla mayor en la parte superior que en la inferior, hombros y espalda rectos y cuadrados, cintura poco definida aunque no ausente y cadera estrecha. Al tener mayor volumen natural desde los hombros la meta es resaltar el área de las caderas con vestidos, pantalones o faldas que tengan volumen a través de pliegues, drapeados, plisados o bordados, escotes en V o redondos ya que ayudan a que los hombros luzcan visualmente más estrechos utilizando preferiblemente colores oscuros en lo superior y cinturones a la cadera.

Ilustración 7, Silueta rectangular



- **Rectangular:** se encuentran alineados con la cintura los hombros y la cadera, hombros rectos y cintura sin definir, busto y nalga pequeños, proporcional pero sin curvas por lo que la tarea es aprender a resaltar los atributos del cuerpo a través del uso de cinturones para definir la cintura, hombreras, volados y escotes en la parte superior (excepto el cuadrado) y lentejuelas, telas con brillo, cortes que otorguen volumen y

estampados para la parte inferior de manera que se amplíen ópticamente ambas partes del cuerpo creando una apariencia de reloj de arena.

Ilustración 8, Silueta óvalo

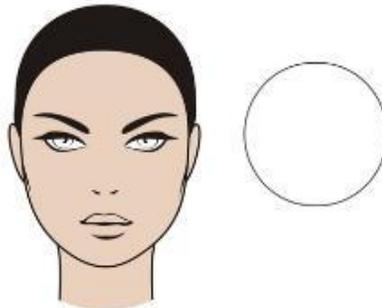


(Rey, 2014)

- **Óvalo o manzana:** En esta silueta los hombros, abdomen, cintura, cadera y piernas tienden a la redondez, no cuenta con una cintura definida por lo que hay que entrar a elegir cual es el punto fuerte de la mujer, ya sea su busto, su cadera y nalga o sus piernas, de forma que se puedan utilizar para resaltarlo y establecer un punto focal. Se recomienda el uso de atuendos monocromáticos y colores oscuros ya que ayudan a estilizar la figura, pantalones con corte recto y uso de estampados pequeños.

TIPOS DE ROSTRO

Ilustración 9, Rostro redondo

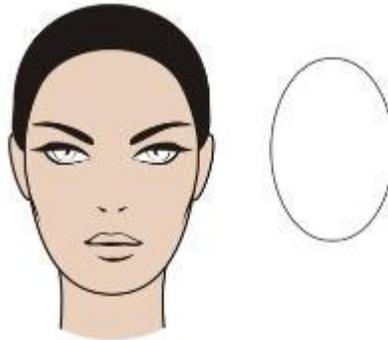


(Barahona, 2013)

- **Redondo:** Este rostro presenta casi las mismas medias de largo que de ancho, no cuenta con puntos angulosos y cuenta con volumen en

mejillas y barbilla redonda y corta. Se debe evitar el flequillo recto ya que va a acortar más el rostro, cortes de cabello desfilados por los hombros y debajo de la barbilla o largos con ondas suaves, peinados que otorguen volumen en la parte superior a través de recogidos, dejando libres algunos mechones de cabello en el peinado.

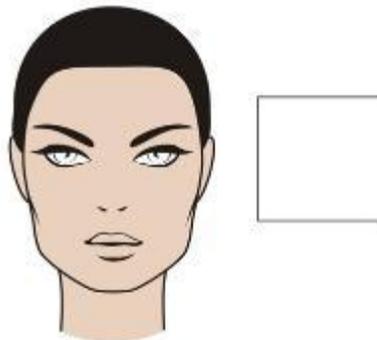
Ilustración 10, Rostro ovalado



(Barahona, 2013)

- **Ovalado:** Es el tipo de rostro que se dice más armónico por las proporciones que maneja, es más largo que ancho, con pómulos marcados, frente ancha, estrechándose gradualmente hacia la barbilla, lo que le otorga su forma por lo que puede llevar cualquier tipo de peinado, pasando de los cortes más altos hasta melenas largas, recomendando peinados que involucren texturas como el uso de trenzas y ondas desechas.

Ilustración 11, Rostro cuadrado

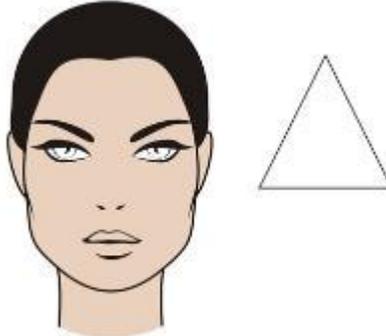


(Barahona, 2013)

- **Cuadrado:** Las facciones son más angulares y las proporciones son similares en lo que corresponde a frente, pómulos y mentón, resaltando más este último, por lo que se recomienda peinados altos y cortes que

suavicen los laterales dejando más largos los mechones de enfrente o utilizando flequillo, evitando cortes sobre la mandíbula ya que la resaltarían más.

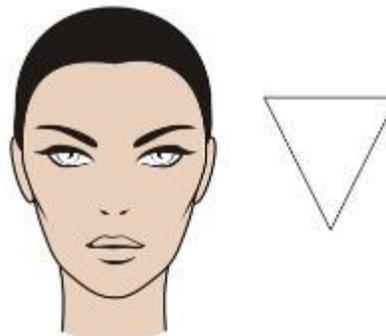
Ilustración 12, Rostro triangular



(Barahona, 2013)

- **Triangulares:** Frente más estrecha que la mandíbula y el mentón se encuentra poco marcado. Favorecen los cortes y peinados que hagan uso del flequillo a un lado, desfilados o desechos hacia el lateral de forma que se disimule la barbilla y capas en la parte inferior del cabello, evitando el uso de estilismos muy lisos y con flequillo recto y tupido.

Ilustración 13, Rostro corazón



(Barahona, 2013)

- **Corazón o triángulo invertido:** La frente es ancha, los pómulos definidos, el maxilar estrecho y el mentón puntiagudo. Puede hacer uso de cualquier corte que aporte volumen en el área del maxilar, utilizando la raya al medio para los peinados, restándole cuerpo a la parte de arriba manteniéndola lisa, concentrándose en recogidos u ondas de las mejillas hacia abajo.

A partir de los estudios anteriores, cuando ya se ha definido qué tipo de estilismo va a favorecer más a la mujer, ya se entra en una etapa de análisis de prendas básicas, asesorías de compras y formas de combinación de atuendos que ayuden a la persona a continuar por una línea de estilo en la que se sienta cómoda, con la que se identifique y se sienta poderosa, que finalmente, es el propósito de este proyecto.

6.3 PSICOLOGIA DEL COLOR.

La psicología del color consiste en analizar el sentimiento o la emoción que le transmite determinado color al ser humano y cómo se comporta con respecto al mismo, “Cada color tiene un significado en nuestro subconsciente, a él se le asocia toda una serie de virtudes y valores que tienden a ir de la mano de la cultura en la que vivimos”, en España por ejemplo el amarillo en ciertos ámbitos se considera un color de superstición, en Perú es el color con el que reciben la llegada del nuevo año para que éste les sea más próspero.

Adentrándose más en el aspecto de los sentimientos, emociones y comportamientos humanos, los colores tiene un grado de importancia supremamente elevado debido a que tienen el poder de cambiar el estado de ánimo, la sensación al ingresar a algún espacio, la estimulación de algún comportamiento o actividad mental, la imagen que se transmite a los demás que involucra la personalidad, el autoestima y como se siente una persona en determinado momento o lo que quiere aparentar.

La psicología del color ha sido un tema que ha sido tratado y estudiado por diferentes profesionales, entre los cuales, como uno de los percursores del mismo, se encuentra el científico y filósofo alemán Johann Wolfgang von Goethe, siendo él uno de los intelectuales más influyentes de su época, el cual dedicó buena parte de su trabajo al estudio del color y la relación que el mismo tenía con la personalidad del ser humano. Defendió la idea de que los colores tenían de alguna manera una personalidad específica, que podían influenciar al individuo según el estímulo que despertaba en él dependiendo de la percepción que tenía el observador del mismo, por eso para Goethe, la importancia de su investigación radicaba en la importancia de entender las reacciones humanas al color.

Otro intelectual que investigó la teoría del color fue el profesor suizo Max Lüscher, quien estudió psiquiatría, filosofía y psicología, el cual, en la teoría que desarrolló afirmaba que existen 4 colores primarios, los que a su vez se dividen en dos pares: los heterónomos y los autónomos.

Para él los colores heterónomos son el amarillo y el azul, los cuales representan el día y la noche respectivamente, es decir, luz y oscuridad, los cuales afirma son quienes rigen al hombre. Por su parte se encuentran los colores autónomos que son el rojo y el verde, quienes representarían a su vez la actividad de ataque y defensa, supervivencia y auto conservación del hombre.

Para Lüscher, la estructura que maneja cada color es constante, invariable, sin embargo, la función que cumplen es subjetiva y sí varía de una persona a otra, dependiendo de la percepción de quien lo observa.

La psicóloga Karen J. Pine asegura en una serie de opiniones dadas a Efe-Reportajes que “Los colores que se encuentran en la naturaleza, como el azul cielo, las hojas verdes o el amarillo del sol al amanecer, nos enlazan con el mundo natural, protegiéndonos de las emociones negativas y dándonos una ráfaga extra de energía.”

Por lo tanto, en definitiva los colores que se utilizan por elección en la indumentaria tienen una influencia directa en la forma en la que una persona se siente y se relaciona consigo misma y con su entorno.

Eva Heller, quien estudió sociología y psicología en Madrid, es experta en teoría del color y autora del libro “Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón” en el cual hace un análisis sobre 13 colores, describiendo su significado y efecto en todo lo que nos rodea, asentando su estudio en una encuesta realizada a 2000 personas.

Y es que como lo relata ella en su libro, es elemental para cualquiera que haga uso de los colores en el desarrollo de su profesión artistas, diseñadores, psicólogos, terapeutas, arquitectos, cocineros – conocer la influencia que estos tienen sobre las personas, ya que a pesar de que pueden ser utilizados de diferentes maneras dependiendo de su campo “el efecto de los mismos ha de ser universal.”

A continuación un recuento de cada uno de los colores expuestos en su libro y sus diferentes significados:

AZUL: Resulta ser el color del que más gustan las personas, escogido por predilección en la mayoría de las áreas, excepto en la comida, es el color de la simpatía, la armonía, la amistad y la confianza, de lo divino y lo eterno, de lo lejano e infinito, además, esa cualidad de lejanía le concede también la de fidelidad ya que “la fidelidad solo puede ponerse a prueba cuando se da ocasión para la infidelidad”, es el color del anhelo, de la fantasía y lo irreal. Al azul también se le atribuye que sea el color más frío “las habitaciones tapizadas de azul parecen más espaciales, pero también vacías y frías” expresó Goethe y gracias a esa sensación de frialdad es también uno de los colores del orgullo.

Es también el color de las cualidades intelectuales como la inteligencia, concentración, la ciencia y la independencia, igualmente de la deportividad y lo masculino gracias al hecho de que es el color que se elige como primera opción para vestir a un recién nacido (Rosado para las niñas y azul celeste para los niños), sin embargo, según principios antiguos, el azul es un color femenino, apacible, pasivo e inofensivo, utilizado en la pintura es el color simbólico de la Virgen María, lo que lo hace adquirir una cualidad religiosa. Además, el azul índigo fue utilizado de forma constante y por predilección para las prendas de vestir en todas las épocas por lo que se le asocia también como color de la cotidianidad y el trabajo, de lo práctico y lo funcional gracias a que era utilizado en la mayoría de los uniformes. Es elegido como el color de la pasividad, el descanso y la relajación.

El azul es también color de la melancolía por lo que también remite a la tristeza, del mérito, el honor y la paz.

ROJO: Este es el color de la pasión, en cualquiera de sus presentaciones, tanto buenas como malas, del amor y el odio, del erotismo y el peligro. Este color al ser asociado a la sangre se convierte el color más vigoroso, traduce vida, dinamismo, fuerza y atracción. Es también el color de la energía, la pasión, el poder, el calor y el deseo. El rojo masculino refleja fuerza, agresividad y actividad. Al rojo oscuro se le asocia lo femenino, la quietud y el atardecer, mientras al rojo claro lo masculino y con ello la actividad y el corazón.

Es el color de la felicidad, la alegría y la protección, de la cercanía, la extraversión, los altos volúmenes y la materia. Es excitación, guerra, agresividad e ira, remite a lo peligroso y lo prohibido, a lo erótico, la sensualidad, la sexualidad y lo inmoral. Es indicador de correcciones, advertencias y justicia.

AMARILLO: El amarillo es un color lleno de contradicciones, es optimismo pero también mentira, enojo y envidia, es iluminación y entendimiento así como también de la traición y lo despreciable.

El amarillo asociado de forma directa con el sol es un color radiante que serena y ánima, es el color del optimismo, la alegría, la amabilidad, de lo que es placentero y divertido, del entendimiento y la investigación. Es asociado a la madurez y sinónimo de verano. Está también ligado a sentimientos negativos como la envidia, los celos, la avaricia, el enojo, el egoísmo y la inseguridad. Es color de lo espontáneo e impulsivo. En cuestión de formas se le asocia al triángulo dado que es la figura utilizada en señales de tránsito con este color. Remite a lo nuevo

cuando es amarillo puro, sin embargo cuando se ensucia remite a lo que ha envejecido y tiene mal aspecto.

En moda, al estar asociado al calor, este color se utiliza en prendas veraniegas ideales para esta temporada del año, en los casos de uso formal se utiliza en tejidos de seda o satén, es un color que se utiliza de forma constante solo cuando surge en alguna tendencia determinada.

Es por tradiciones antiguas, ligado también a la traición ya que a personajes como Judas Iscariote es representado con túnica amarilla o en España los herejes se presentaban ante la inquisición con capotas de este color.

VERDE: “El verde es más que un color; el verde es la quintaesencia de la naturaleza; es una ideología; es un estilo de vida; es conciencia medioambiental, amor a la naturaleza y, al mismo tiempo, rechazo de una sociedad dominada por la tecnología”

Este color es el más neutral al situarse entre los dos extremos (rojo-azul) en cuestión de lo que significan, remite a lo que es agradable y tranquilo y provee una sensación de seguridad y tolerancia. También se dice que es el color que menos cansa a la vista por el efecto de relajación que causa. Este color es símbolo de vivacidad y representa lo que es sano y fresco, también remite a la suerte cuando se le asocia al trébol de 4 hojas. Es inmadurez y juventud, confianza y esperanza y la representación del amor incipiente. Este es también el color de lo venenoso ya que al pensar en este tipo de sustancias las asociamos en la mayoría de los casos a este color.

NEGRO: Es el color del poder, de la violencia y la muerte. El color de la negación y de la elegancia.

Adentrando un poco en la historia el color negro anteriormente no era considerado un color debido que esta representa la ausencia del mismo, pero como respuesta teórica a esta teoría es que “el negro es un color sin color”.

Podemos entonces afirmar que el color negro es un color que además es en un 10% favorito entre hombre y mujeres en la juventud viéndose reflejado de la siguiente manera, en los varones de entre 14 a 25 años el 20% manifiesta que el color negro es su favorito, de los 26 a los 49 años el 9% de los hombres prefieren

el negro y los mayores de 50 años no hay referencia que dicho color se tome como favorito, en cuanto a las mujeres son las jóvenes el 15% declaran al negro como su color favorito y después de los 50 años solo el 6%, en conclusión entre más edad tengan tanto hombres como mujeres su preferencia por el negro disminuye.

Como anteriormente se hablaba el negro es un color que se relaciona con la muerte, es relacionado de esta manera ya que “todo acaba en el negro” por ejemplo, la carne descompuesta se vuelve negra al igual que las plantas podridas y las muelas cariadas, el pintor Wassily Kandinsky describió el negro así: “Una nada sin posibilidad, como una nada muerta después de apagarse el sol, como un silencio eterno sin futuro ni esperanza: así es interiormente el negro.” Además de muerte, el color negro también refleja luto ligado naturalmente de ideas religiosas como lo es en el simbolismo cromático cristiano, enuncian que el negro es una señal de duelo por la muerte terrenal y el blanco por el contrario es el color de la resurrección, por ende los que quedan en la tierra visten de negro.

También el negro es considerado como el color de lo sucio, de lo malo y de la mala suerte, esto consecuencia a que un cuello, unos pies unas manos negras están sucias; la maldad también es negra, entre las personas hay “ovejas negras”, las alas negras del murciélago identifican al diablo de acuerdo al antiguo simbolismo, quien encuentra divertido chistes con relación a la crímenes, enfermedades y muerte tiene un “humor negro” ya que esto temas inspiran horror para la mayoría de las personas y la mala suerte no se queda atrás, en días negros, pasan cosas indeseables, como por ejemplo el famoso “viernes negro”, el 24 de septiembre de 1869 quebró el mercado de oro estadounidense, el 13 de mayo de 1927 en Alemania también fue un “viernes negro” por la repentina caída de los valores, las acciones no se recuperaron por años, esto por mencionar algunos acontecimientos; un gato o vaca negra son símbolo de mala suerte o mal agüero para los supersticiosos al igual que los cuervos.

Quienes visten vestidos o trajes negros se destacan y adquieren importancia, este color hace referencia a la elegancia, se rehúsa a lo extravagante y al deseo de llamar la atención, la artista suiza Pippilotti Riest afirma que “A quien se visten de muchos colores se considera superficial. Quien se viste de negro parece decir: Yo no debo adornarme demasiado, poseo valores interiores”. El color negro así mismo representa la individualidad, se hizo popular entre grupos de personas quienes no se sentían adaptados dentro de una sociedad, de allí entonces la vestimenta de los “gamberros”, “rockeros” y después de los “punkeros”, eran todos de negro que representa la protesta y la negación.

El negro “es el color que menos depende de las modas”, es atemporal y es el color que mejor sienta a los rostros jóvenes, las prendas negras resaltan cualquier parte flácida de la barbilla, como el negro no refleja luz, cada pliegue aparece claramente iluminado “cuan mayor es una persona, mas mayor parece vestida de negro.”

La ilegalidad y la anarquía igualmente hace alusión a lo prohibido, a la ilegalidad, de allí los términos como “dinero negro”, “mercado negro”, “trabajo negro” las organizaciones al margen de la ley las banderas negras, estrellas negras son símbolos de los anarquistas.

En cuanto a los espacios, cuando son negros, parecen mucho más pequeños, los objetos parecen más pesados y macizos. Para los diseñadores este color que a su vez en la ausencia del mismo da lugar a la objetividad y la funcionalidad.

BLANCO: En la teoría óptica el blanco es más que un color, es la suma de todos los colores de la luz, es el color de la inocencia, del bien y de los espíritus, es considerado el color perfecto. Hace alusión a la resurrección considerado así por diferentes religiones; los animales blancos tienen relación con lo divino, en las iglesias católicas es el blanco el color litúrgico para las festividades mayores como los son navidad, semana santa entre otros, es también el color de los dioses como lo es Zeus; el blanco lo vuelve todo positivo por ejemplo “una mentira blanca” es una mentira piadosa o cortes; es el color de los caracteres pasivos y tranquilos.

La limpieza y la pureza son de color blanco, por ende en los hospitales, los cocineros, panaderos y carniceros llevan ropas blancas ligado de igual forma a la higiene que deben tener para desempeñar su labor.

Por decenios el color blanco indicaba el estatus social, las mujeres tenían criadas que se encargaban de mantener inmaculada la blancura de sus trajes y para los hombres eran los cuellos y los chalecos blancos símbolos de estatus; el blanco es señal de redención quien no quiera o no pueda seguir combatiendo muestra una bandera blanca.

Los espacios de color blanco resultan desconcertante para nuestro sentido espacial, donde está presente el blanco no hay nada, esta vacío, por ejemplo “álbum” es latín es “blanco”, por lo que traduce un libro que esta vacío y debe llenar con fotografías.

NARANJA: Es el color de lo aromático y lo gustoso, Color que alude a la diversión, la sociabilidad y de lo alegre, es llamativo y exótico, la aplicación de este color con estos conceptos se puede ver reflejado por ejemplo en los payasos que tienen el pelo naranja, Dionisio el dios de la fertilidad, de la embriaguez y del vino, en conclusión el dios de las diversiones mundanas y vestía de color naranja; quien viste de naranja quiere llamar la atención, razón por la cual es el color de lo frívolo o de lo original y Al ser llamado el color de la diversión, se enlaza también con lo inapropiado, de lo que no se toma en serio.

El naranja es el color que mejor contrasta con el mar al margen de la luz que haya, por eso es el color de los botes, flotadores y chalecos salvavidas, representando con esto también el peligro. Pertenece a la moda veraniega, además de ser un color que se ve bien en pocas mujeres, generalmente en las de pieles oscuras o bronceadas o como se asegura en el esquema de Jackson este color les sienta de forma óptima a las mujeres "tipo otoño" que son las que tienen un color natural naranja-dorado en su piel.

Al resultar de la combinación de rojo-amarillo, queda en medio de las sensaciones que estos producen, su claridad y temperatura es menor a la del amarillo y rojo respectivamente, lo que hace que ilumine y caliente de forma agradable.

Es el color de la transformación esta idea se basa en el confucianismo, que es la antigua religión china, afirman que "todo se concibe como resultado de la acción recíproca del yang, el principio masculino y activo, y el ying, el principio femenino y pasivo, Yang y ying no son contrarios rígidos, si no que se transforman uno en otro, porque nada permanece siempre igual", que no hay mejor color que represente la transformación que el naranja. También el naranja está asociado con el budismo, es el color de la iluminación, que según el pensamiento budista es el grado supremo de perfección.

VIOLETA: Es el color del poder y la violencia, por la proximidad fonética de "violeta" a "violencia"

En el antiguo testamento se menciona el púrpura como el color máspreciado, Dios le dice a moisés que los colores del templo y las vestiduras de los sacerdotes deben ser de diferentes tonos de púrpura, los emperadores y emperatrices antiguamente se vestían enteramente de púrpura ya que se creía que la importancia de cada persona se determinada dependiendo de la cantidad de púrpura que llevaba.

Es el color de la teología, por la iglesia católica el violeta es considerado el color de la eternidad y de la justicia, por la iglesia evangélica ha sido hasta hoy el color eclesiástico, para ellos es estimado como representación de lo divino y de la fe, también es el color de la penitencia, del tiempo en ayuno en el adviento y del tiempo de cuaresma que precede del domingo de resurrección; en el simbolismo cristiano el violeta es el color de la humildad.

Una persona que se viste de violeta se percibe como extravagante, que resalta, que llama la atención con respecto a los demás, nada de los que nos rodea naturalmente de ese color, da la impresión que “el color tiene más fuerza que quien lo usa”.

El violeta es el color de la vanidad y de la magia, un ejemplo sería los brujos, ellos llevan una túnica morada, las brujas malas van de violeta y las buenas de lila, el violeta combina la sensualidad y la espiritualidad, el sentimiento y el entendimiento, el amor y la abstinencia, en el violeta se fusionan todo los opuestos. En el simbolismo moderno es el color de las drogas alucinógenas que llevan al ser humano a experimentar sensaciones irreales, simboliza la fantasía, las ansias de hacer posible lo imposible.

En las ciencias esotéricas el cuerpo humano posee 7 zonas, la mayoría coinciden que el cerebro: violeta, es aquí donde se une el entendimiento y los sentimientos. Es el color de la sexualidad pecaminosa, lo frívolo y de lo original, representa también el feminismo, esto en consecuencia a que “el violeta es el color de los soberanos, simboliza la sangre real que corre por las venas de cada luchadora por el derecho al voto” afirma la activista británica por los derechos de la mujer Emmeline Pethick-Lawrence.

La homosexualidad se ve reflejada en este color, el violeta une lo masculino con lo femenino, es un color ambiguo, subjetivo e inseguro debido a que no se inclina a ningún sexo o preferencia.

ROSA: Hace referencia a lo dulce y delicado, escandaloso y lo cursi. Las cualidades del rosa se asocian directamente a lo femenino, simboliza la fuerza de los débiles, el encanto, la amabilidad y la sensibilidad. El rosa es suave y tierno, es el color de la delicadeza, cuando se piensa en este color se remite a la piel, por lo tanto se convierte en un color erótico.

De este color se deriva el pink, un color chillón, que esta presenta en la publicidad poco seria, accesorios estridentes y artículos baratos, convirtiendo de esta manera al rosa en un color de lo barato.

ORO: Se relaciona al dinero y la felicidad. El lujo es de color dorado, un peine, un encendedor, un botón de este color se convierte en un símbolo de estatus, es el color de lo materialista y arrogante.

Oro y dinero son conceptos inherentes, todo lo que sirve para hacer dinero se refleja a través del oro, por ejemplo, los cantantes con éxito “tienen oro en la garganta”, un futbolista exitoso tiene “oro en la rodilla”, el petróleo es el “oro negro” entre otros.

Es color de la fama, todos los premios a nivel mundial bajo cualquier arte u oficio tienen una categoría en la que sea la medalla, o trofeo o premios de color dorado simboliza el vencedor, mejor de su categoría.

“Fiel como el oro” porque cuando el oro no está fundido no se combina con otros elementos, el oro nunca se desecha, siempre se reutiliza, no pierde su lucidez ni brillo ni tampoco su valor; en el simbolismo cristiano es el signo de lo divino, se le atribuye el bien y lo bueno, por ejemplo “los cabellos rubios son tan hermosos como el oro”, de la persona que es bondadosa se dice que tiene “un corazón de oro.”

PLATA: Al hablar de colores, el plata es el color en el que pensamos de último, ya que no se tiene presente por predilección, es más, se tiene en cuenta o se asocia este color cuando pensamos en Oro, por ende siempre está de segundo.

Es el color de la velocidad, ya que se asocia al plateado de los automóviles de carrera de la marca Mercedes, llamados “flechas de plata”, también asociado a aviones, locomotoras y cohetes.

Es el color del dinero, del valor material y hace parte, junto con el oro, de los colores que simbolizan lujo, solemnidad y alcurnia y con esto se le vincula a la avaricia y la codicia “La plata tiene un precio, pero no un valor simbólico”; asociado también al mundo moderno, de la elegancia y la discreción.

Es también asociada a la luna, los alquimistas llamaban al elemento plata de esta manera y su signo era una media luna, y traducido al lenguaje de los incas “plata” significa “lágrima de la luna”.

Es un color frío e invernal ya que además de la luna, también se encuentra en la nieve y alimentos congelados; es introvertido y se conserva distante, está entre los colores de la cortesía, que podría considerarse la manera más fría de afecto. Hay quienes consideran que una línea color plata atravesando el cielo es señal de que se acercan tiempos mejores y es por esto que la esperanza y el optimismo son también características de este color. Asociado también a la inteligencia y la ciencia por su sensación de “mente clara” y su cercanía a cualidades como la discreción y la reserva tan ligadas al mundo intelectual.

En su simbología como color heráldico es color de la humildad, pureza, honorabilidad e inocencia.

El plata se transforma en blanco al momento en el que transfiere como color heráldico a color de bandera por lo que termina visualizándose como color de la paz.

MARRÓN: A pesar de que es un color que se ve casi que en todas partes y que es utilizado constantemente en el ámbito del diseño, es como color, el menos apreciado por las personas, el que goza de menos predilección.

El marrón es asociado a la inmundicia, de lo desagradable, elegido también como color de lo feo, áspero, de lo marchito y lo antipático.

Al conformarse de la mezcla de todos los colores y es oscura, le resta luminosidad y por ende se asocia a lo anti erótico, es también color de la pereza y la necesidad. A pesar de lo anterior si hay un espacio en el cual se le aprecia y es para el diseño de interiores, le concede a los lugares una sensación acogedora, al combinarse con colores vivos como el oro o el naranja crea un ambiente agradable, además es color primordial en la tendencia rústica.

Es el color del sabor y olor más fuerte, lo tostado, la carne asada, el caramelo, el café, té o cerveza y el cacao, son todos alimentos que tienen este color. De las calorías como color del chocolate, el arequipe, los bombones y nueces; entre más

fuerte el color marrón en los alimentos más apegada la idea de que el sabor de los mismos es más concentrado o amargo según el caso.

Combinado con el marrón, los demás colores pierden su carácter e individualidad “el rojo se apaga, el azul pierde su claridad, y el amarillo, su luz” es por esto que se le considera corriente, simple y honrado.

Es color de la pobreza, pero también asociado a la tierra, la fertilidad y fecundidad.

GRIS: Es el color de la adaptación y el conformismo, le resta pureza al blanco y fuerza al negro, es de forma inevitable el color de la vejez. Es un color que se encuentra en el medio de las sensaciones, no es ni calor ni frío, material o espiritual, ni sí ni no y es por esto que se convierte en un color tenue, sin carácter.

Está ligado a la soledad, al vacío y al aburrimiento, a la insensibilidad y la indiferencia, en general “armoniza con todo lo malo” con toda sensación que le reste poder a la alegría. Es uno de los colores asociados al invierno, por lo que remite al mal tiempo, a la lluvia, niebla y demás. Las personas lo ligan a lo que es feo, desapacible, hosco y negativo.

Es también color de la reflexión y con esto se liga a la teoría y el entendimiento se encuentra ubicado en la materia gris del cerebro.

Simboliza los sentimientos impenetrables o en su defecto la carencia de sentimientos. Es color de la pobreza, de lo modesto y humilde, de lo que es barato y basto. Se asocia al conformismo, a la probidad y lo conservador.

6.4 “...LA MODA ES UNA FORMA DE EXPRESIÓN CULTURAL, ES UN FORMA DE EXPRESIÓN SOCIAL...ES UNA FORMA DE YO LIBERAR EL ALMA” GUSTAVO TOBÓN.

- Entrevista a Gustavo Tobón, psicólogo de la Institución Universitaria Pascual Bravo, Sede Robledo.

- **¿Qué relación cree usted tiene la moda, específicamente, el vestuario con la psicología?**

Bueno tiene una relación muy afín, porque eso tiene que ver directamente con la presentación personal y la psicología, en lo que es en la parte de los esquemas del ser, trabaja el tema de la autoimagen y una persona acorde a como se vista, acorde a como se presente, acorde a como está organizada la va a fortalecer o le va a afectar la parte de su autoimagen como tal. Yo quiero definir como la parte de autoimagen para que quede claro pues frente a la parte conceptual:

La autoimagen es la percepción que tiene la persona de sí misma, sobre la manera como se ve a nivel de sus rasgos físicos, y de la presentación personal como tal que tiene, entonces la moda sabemos que en este momento es algo que tiene un impacto muy importante dentro del contexto social y personal diríamos que también a nivel cultural también, una persona entre más bien presentada este mientras más organizada este, es mucho mejor ¿cierto? Va a tener mayor aceptación va a tener mayor reconocimiento, es más las personas que tienen una buena presentación personal, tienen más posibilidades de conseguir un empleo, tiene mayor credibilidad ante los demás generan una mayor impresión a nivel de lo que es la parte social, por eso es que las revistas sociales que tenemos en nuestro medio hace mucho énfasis en la importancia de la moda y en estar adelante con la moda porque eso hace que las personas se sientan seguras, se sienta tranquila, se sienta confiada y se sienta bien consigo misma y con lo que se está colocando.

- **¿Considera usted que el vestuario modela la forma en que los seres humanos se manifiestan en el mundo?**

Si, el vestuario es una forma de que tiene la persona de expresar pensamientos, de expresar ideas, de expresar actitudes, muchas veces sobre todo los jóvenes y los adultos jóvenes, se sienten reprimidos o coartados por algunas restricciones que desde la parte social se maneja o de la norma social se maneja con respecto a sus vestuarios entonces y se

les dificulta expresarlas, cierto, o se les dificulta la protesta pero con la manera de vestir y por eso nació la famosa tribus urbana y las famosas subculturas que son formas de manifestar su pensamiento, sus sentimientos, sus emociones o sus ideologías a través de un vestuario , a través de un maquillaje, a través de unos accesorios a través de unos cortes de cabello, muy particulares muy significativos pero que es una manera de decir: Bueno esto es lo que yo pienso acerca de esto, es lo que yo creo acerca de esto, esta es mi manera de ver el mundo de interpretar las cosas, esta es la manera como yo de pronto siento muchas cosas de la vida. Muchas veces las familias no están preparadas para esto, ni la misma sociedad, entonces eso merece un choque, sí, pero los vestuarios sobre todo con esa gran revolución que se presentó a partir de 1960 por ejemplo lo hippismo por así decirlo, o cuando empiezan a llegar de pronto los nuevos modelos las nuevas propuestas que llegaron de Europa y Estados Unidos a nivel de América como tal generan toda una gran revolución porque ya las faldas eran mucho más altas, porque ya eran botas o que ya eran zapatos de tacón bastante elevados, porque ya las blusas eran de colores más vistosos ya no eran los colores clásicos o los colores pasteles de siempre, sino que había ya como un collage, había una mezcla de colores.

Otra cosa que empezó por ejemplo a llamar la innovación, las tonalidades de cabello, cierto, las formas de cabello, los mismos cortes de cabello, entonces obviamente si tiene que ver mucho con la expresión del sentimiento la expresión de la idea que una persona tiene acerca de un contexto determinado o simplemente de la evidencia en sí misma.

• **¿Considera la moda como parte del proceso de autoconocimiento de una persona y la construcción de su identidad?**

La moda va ligada Mariana a lo que acabas de plantear, ósea la moda es un punto de partida de la identidad inclusive, en la pregunta anterior creo que parte de la respuesta de esto, cierto ósea lo que declara es la identificación. A ver, el ser humano desde que nace tiene un reto muy grande en aprenderse a conocer primero, la familia cuando está en proceso de las rutas de crianza empieza a ejercer como una especie de disciplina o una especie de control sobre ciertas situaciones que el niño o el adolescente o el joven cuando está empezando esta etapa empieza a manifestar, ahí es donde de pronto, la familia y la sociedad tienen que prepararse antes, porque de una u otra manera la persona desde que nace empieza a desarrollar sus propias elecciones, sus propios gustos, sus propios intereses, sus propias convicciones, sus propios intereses vocacionales y ahí está la parte de la moda, claro es que la moda es un patrón de identificación, mira la moda es una forma de expresión cultural ,

es una forma de expresión social, si, es una forma de yo liberar el alma, si, de yo tomar decisiones frente a situaciones de la vida en general que de pronto yo digo yo quiero ser diferente a, si, o yo quiero ser auténtico quiero ser distinto, quiero marcar diferencia, entonces los diferentes estilos de moda que existen conllevan a que la persona muchas veces empiezan a adquirir patrones que reafirman y que están inclusive directamente ligados a lo que es la personalidad de ese ser humano y se consolida a partir de ahí.

Si hablamos de las tribus urbanas por ejemplo en este momento como son los punks cierto u otro tipo de culturas que se vienen, por ejemplo de Europa, cierto, que han llegado acá inicialmente crearon un impacto, quien por su forma de ser, ósea y empezamos a mirar una relación desde la sociología y el de la psicología, de las que habían una relación de la manera en como ellos se comportaban y actuaban con su manera de presentarse con su manera de vestirse, con su manera inclusive como de generar cambios a nivel de su físico, los cambios corporales y eso se veía reflejado en la manera que ellos hablaban en su jerga todavía se ve reflejado en eso, ahora con las nuevas tribus que han surgido que ustedes conocen inclusive hasta mejor que uno saben que cada quien tienen su propia jerga tiene su propia ideología hasta sus caminados son muy particulares, sus pensamientos son muy particulares y van asociados con qué, con su manera de vestirse, con su manera de ser y se sentían libres, se sienten contentos, se sienten naturales, se sienten transparentes, se sienten únicos y hasta se llegan a sentir libres.

• ¿Cree usted que el vestuario es una tarjeta de presentación que pone en evidencia no solo una distinción de clase u oficio, sino nuestras más profundas aspiraciones?

Muy sencillo veamos lo que pasa con la entrega de Los Óscar ¿sí? En los Estados Unidos o con la entrega de los premios Billboard o los premios Grammy o miremos aquí, con TyV Novelas y los India Catalina sí o no o sea cada personaje masculino o femenino que llega a una presentación tiene su propio estilo cierto llegan con su propio estilo hay una especie como de juzgamiento los periodistas y todo mundo están como pendientes de cómo llegan vestidos , que tipo de vestuario se coloca como es el vestido como son los colores como son los encajes como es la forma que tan destapados, o que tan cubiertos están igual ocurre con la parte masculina, porque a ver, ahí entran a valorar aspectos, básicamente de rasgos que van asociados con la persona, la manera en cómo esa persona quiere marcar diferencia con los demás, que cada uno es un digámoslo así como original, cada uno es auténtico, cada uno quiere dejar huella dentro de su vestuario, acorde a cómo va vestido quiere dejar huella quiere

impactar, quiere decir bueno, vamos a colocar un ejemplo social, como psicólogo lo voy a hacer, no soy en ningún momento diseñador de modas pero voy a hacer una relación con lo que es la moda con lo que es la personalidad. Lady Gaga vamos a hablar de Lady Gaga ejemplo o si vamos a otro más clásicos anteriormente por ejemplo Michael Jackson, por ejemplo Elvis Presley por ejemplo Marilyn Monroy cada uno dentro de sus particulares y sus estilos cierto y vemos de que ellos siempre han afirmado que lo que son van reflejado en su vestido, ósea es la manera que ellos tienen de ver la vida, es la manera como ellos interpretan la vida, es la manera como ellos vivencian cada uno de sus experiencias, gústele o no le guste a mucha gente, igual propio los actores de cine , por ejemplo tú ves modas como la de Jennifer López, pues Jennifer Laurent por ejemplo por decirlo así, estoy muy metido por el lado femenino ya porque son de pronto donde uno más se impacta con determinados estilos y con determinadas situaciones, pero va reflejado en los diferentes estilo de personalidad a lo que ellas son la misma Jenny Packham min 10:29 , *Renée Zellweger*, por ejemplo tenemos aquí como el icono a Sofía Vergara que de una u otra manera también acorde es el medio en el cual ha venido como desempeñando han adquirido como nuevos patrones no solamente en la parte de su comportamiento sino también en su manera de vestir entonces de allí están sus vestuarios, en estos días veía yo en el internet por ejemplo el vestuario de París Hilton el vestuario por ejemplo de Cindy Crawford ¿cierto? y ellas hablaban y decían de que esa variedad las ha llevado a ellas inclusive a comportasen diferentes, a ver de que las cosas van más allá que algunas tienen vestuarios para atender compromisos en diferentes países o en diferentes ciudades o cuando se van a enfrentar a diferentes culturas o cuando se van a enfrentar a diferentes idiosincrasias, por ejemplo Angelina Jolie lo ha dicho varias veces, que lo hace que no es lo mismo que tú te vistas para ir a África ¿cierto? a una misión humanitaria a cuando vas a ir a París, a Roma, a Madrid, entonces a ver todo tiene que ver con que con la actitud humana todo tiene que ver , todo tiene que ver con las actitudes humanas, entonces lo que estamos planteando ahí son patrones que están directamente relacionados y es un reflejo claro de la personalidad.

• **¿Cuáles son las principales afecciones de una mujer que ha sufrido maltrato en el ámbito psicológico?**

Mira la principal afección de una mujer es la pérdida de la autoestima, la pérdida de la dignidad, la pérdida digámoslo así del amor por la existencia, del amor por su ser, se siente devaluada, burlada, pisoteada, herida uumm se siente destruida emocional, psicológica y socialmente, se siente utilizada, se siette violentada y degradada, eso es lo más característico de una mujer, pero lo más grande de todo es la pérdida de su dignidad y la perdida de sus propios valores o sea siente que ya ha perdido muchas

cosas y algunas de ellas caen en algo que se llama la desesperanza aprendida y es que ya para ellas no tienen sentido volver a tener una pareja, volver a fijarse en otros hombres eee volver a tener de pronto como otras relaciones afectivas serias, pierde credibilidad ante la sociedad, o sea se pierde mucho sentido y se quedan en un estado de depresión y de angustia existencial muy significativa y muy severas que en muchas ocasiones generan factores de riesgo de suicidio, por eso la intención suicida en las mujeres que han sido víctimas de violencia doméstica es muy elevada bastante elevada.

• **¿Qué patrones de comportamiento desarrolla cuando debe interactuar con los demás?**

Eee generalmente son personas que están a la defensiva, inseguras, desconfiadas, indecisas, mucha ansiedad, mucha angustia y miedo a repetir la experiencia y unos deseos de venganza muy grandes cierto que tiene que ser canalizados ¿por qué? Porque se ha pisoteado su integridad entonces hay unos patrones del yo tengo que desquitarme, de eso no puede quedarse así, en unas. Otras caen la sumisión, otras caen en miedo en la evitación, en el aislamiento social y en no querer inclusive volver a tener contacto con nada si ¿Por qué? Por la magnitud del daño, ahora les quiero dejar muchachas algo en claro, hay mujeres que tienen una violencia doméstica más fuertes que otras es decir, la experiencia es más repetida es más continua cierto no hay intermitencia constantemente son subvaloradas son maltratadas son utilizadas e incluso muchas de ellas empezaron a ser víctimas de violencia doméstica y el maltrato psicológico y emocional ósea, la burla del esposo que porque ya no es bonita, que por la manera en que se peina, por la manera en que se viste sí que porque ya de pronto no es tan agradable como lo era anteriormente, porque ya no es tan joven porque ya empiezan de pronto a aparecer ciertas marcas en su rostro porque no conserva de pronto la estética de otras mujeres, y otras lo reciben de una manera más ocasional, pero igualmente están condicionadas a los estados emocionales de sus parejas si su pareja está feliz las trata muy bien y si a él le ha ido bien, o sea son egoístas, pero si les va mal en el día, si tienen conflictos económicos, si tienen problemas con otras personas, si tienen de pronto problemas a nivel de la parte social o laboral, sus parejas son las que pagan los platos rotos de esa situación, ¿cierto? Eso también se da mucho, entonces esas son dos variables pues que es bueno que tengamos en cuenta.

- **¿Cómo se afecta la identidad de una mujer cuando ha sido maltratada?**

Mira la principal afectación de la identidad de una mujer es que piensan: “ya no soy bonita”, “ya no le gusto”, “ya no quiere estar conmigo” sentimientos de inferioridad los que ustedes quieran, muchos sentimientos de inferioridad, la mujer piensa en que ya estoy vieja, ya estoy fea ya estoy acabada, inclusive lo he escuchado de mujeres entre los 25 y 30 años piensan que se sienten subestimadas, se sienten inferiores a otras mujeres, no se sienten productivas, se sienten con miedos, no toman decisiones no solucionan sus conflictos, algunas se quedan en el dolor, con una dependencia económica, por los hijos porque no tienen donde irse a vivir, porque les da miedo que las tiren a la calle, porque ya no va a tener donde dormir, por sus propios miedos cierto, entonces todos los esquemas se afectan, el amor por sí misma, se pasa a un pensamiento negativo, las mujeres inclusive se empiezan a culpabilizar de las situaciones, dicen que ellas son culpables, que ellas son las del error que fue porque de pronto en su momento que no amo a su esposo como debería que amar, hay una serie de distorsiones a nivel del pensamiento y a nivel de los conceptos que la afectan entonces dejan de ser y caen en un sometimiento, caen en una situación digámoslo así de caos y trastorno de estado de ánimo, que le van a afectar mucho su desempeño, a nivel de todas las áreas.

- **¿Cómo se afecta la autoestima de estas mujeres y que tanto esto influye en la forma en la que se visten?**

Buena gran pregunta esa, la afectación es de un 100% sobre 100 y como les decía lastimosamente como ya pierden el sentido por las cosas y se sienten subvaloradas y se sienten acomplejadas y se sienten con miedos descuidan su apariencia física y descuidan su manera de vestir, ósea ya no les importa pero eso va asociado muchachas a un estado de depresión mayor si o a trastornos emocionales va asociado también a estados bipolares va asociado también con ambivalencias emocionales hay un descuido, se dejan no les importa nada, están marcadas por la violencia intrafamiliar por la violencia domestica sienten que no son nadie, sienten que no son nada, que no son importantes ya, que solamente son proveedoras desde el punto de vista de la alimentación, desde el punto de vista de la atención de la pareja, desde el punto de vista del ejercicio sexual, desde el punto de vista de pronto si tiene con que desde lo económico pero nada más, entonces eso es una situación que de una u otra manera pues afecta, marca mucho a la persona, le genera mucha indisposición, mucho malestar y generalmente su tristeza que es realmente su malestar, generalmente su dolor como lo decíamos al comienzo de la entrevista en que está reflejada en la manera en que la persona se viste, entonces se abandona por completo, se abandona, ósea deja de ser, no se organizan ya uñas, no se maquillan no se arreglan su cabello no se coloca

su ropa sino que se viste de una manera muy lúgubre cierto se viste de una manera muy triste ósea que porque es lo que pasa el estado anímico de las personas va relacionado con la presentación personal, si estamos contentos y felices uno se pone lo mejor ¿sí o no? que elegancia pues, se coloca los mejores colores las mejores sombras el labial que más resalte, mejor dicho que no pasen desapercibidas, igual uno como hombre también se viste de la mejor manera cierto, refleja algo, pero como el estado anímico esta bajito la persona pierde interés por todo y entre ellos está la parte de la presentación personal.

• **¿Cree que la mujer maltratada transforma su forma de vestir? ¿Por qué?**

Si, si hay una transformación, hay una transformación lo que pasa es que mira el problema de la violencia doméstica y desde ahora les quiero hacer un reconocimiento pues por este trabajo que hacen ustedes, parte desde elementos muy mínimos, es el hecho de que la persona sea ignorada en el hogar y no le den su lugar ya es una violencia doméstica, no tiene que haber lesiones físicas no tiene que haber heridas no tiene que haber golpes, es más las palabras pueden ser más duras que los golpes, entonces por ejemplo la mofa “¡juy! eso cómo te queda”, “usted pa’ que se pone ya eso”, “usted si se ve ridícula”, “que blusa tan fea”, “usted con la edad que tiene y poniéndose esas faldas tan corticas se cree de 15 o qué”, “esos zapatos, usted bien enana y con esos zapatos parece un payaso”, “se ve de sancos”, “usted bien alta y con esos zapatos tan altos no le da pena bájese de ahí que quedas como una jirafa”, esas cosas, esas mofas, esos señalamientos, ese dedo en la llaga genera un malestar , cierto entonces obviamente va alterar todo lo que son los esquemas, la estructura y la manera en como la persona pueda hacer interpretaciones sobre su propia manera de vestir, sobre propia manera de organizarse, ósea queda la persona desde ahí totalmente aplanchada hablando ya bien paisa, queda planchado cualquiera, queda aburrido, dígame usted cuando, que le salga la esposa, o la novia o su novio ¿mi amor cómo estoy?, “no pues ahí pues yo no sé, usted todavía pa’ que se pone eso y ese peinado no me gustó” ya con eso hay una violación ya con eso hay un malestar, si “usted todavía se pone eso, no que pereza la misma blusa o ese blue jean eso es para las mujeres que tiene un cuerpo bonito vos estas como gordita que pereza te vez como muy gordita yo te veo como barrigona”, ya desde ahí entonces que pasa con la joven o con esta señora, empieza a cambiar su modo de vestir y o sea a decir “ay no es que sí es verdad yo estoy haciendo el ridículo con esta ropa tan ceñido yo no me veo bien de vestido, no me quedan bien estos zapatos, no me quedan bien los colores” entonces hay modificaciones, van generando cambios grandes que no solamente se van a ver reflejados en la manera de ser sino también en la manera de la presentación personal de la persona.

- **¿Cree usted que los colores en las prendas influyen en los estados emocionales de una persona?**

Ciento por ciento y más los psicólogos sí que trabajamos con eso, o sea los colores vivos, esos colores fuertes de tonalidades, van asociados con personalidades extrovertidas, y con personas que tienen estados de ánimo muy elevados, personas que son muy sociables, participativas, personas que son totalmente inquietas, que son propositivas, que son inclusive atrevidas, personas que son sensuales, personas que les gusta mucho marcar la diferencia, que son vistosas, es lo que llamamos un poquitico en la psicología el histrionismo de la moda, bueno aquí estamos, pero hay personas que utilizan colores que son más calmados, los más oscuros, los más pasteles y generalmente están asociados con personas que son más introvertidas, más desconfiadas, más tímidas, de no tantas habilidades sociales, que no quieren ser el centro de atención de las cosas, que hablan más bien pasito, y en fin. No estoy diciendo que siempre sea así, si pero obviamente que el color si tiene mucho que ver, por ejemplo desde la psicología, desde el estudio de la cromoterapia ¿sí? Colores por ejemplo como lo que vienen siendo el verde, el naranja, el azul, el amarillo, el rojo, el color fucsia, cierto son colores que tienen que ver con estados de ánimo que son de exaltación, personas que son expresivas, espontaneas, que están felices que están en equilibrio y que están en mucha armonía, cierto, ya por ejemplo colores como el café, como el gris; el negro es un color particular desde la parte de la cromoterapia, desde la parte de la psicología no sé ustedes como diseñadoras cómo lo interpretan, para nosotros tiene un doble efecto y es un efecto totalmente polarizado, o es de fiesta o es de muerte, o es de vida o es de muerte, así de sencillo, cierto pero es un color que da para los dos, tiene que ver según el análisis que uno haga si es un color que está asociado con la tristeza con la melancolía con el llanto o con la pérdida o es un color que también tiene que ver con la elegancia, con el glamour, con el porte, con la distinción y con el sobresalir socialmente, entonces es un color que produce un doble efecto pero que ya se interpreta a nivel de la personalidad con quien estemos en ese momento interviniendo más como desde ahí.

- **¿Qué aspectos se tratan en los procesos de recuperación de mujeres que han sido víctimas de maltrato?**

Bueno primero que todo trabajamos todo lo que es la parte de la historia de vida, el motivo de consulta y el motivo del problema, la intensidad y la frecuencia del motivo del problema, cómo se origina el problema, los factores desencadenantes y los factores predisponentes del problema que lo originan, en psicología observamos una cosa, el tiempo cero y es los eventos o los episodios que han venido afectando a esa persona en los últimos seis meses, cierto por ejemplo vamos a ver hasta qué punto como

ese problema, como esa alternación, como ese conflicto están vivos digámoslo así.

Bueno, lo otro que empezamos a hacer es identificar como las causas, el tiempo de permanencia de la persona en ese hogar, en esa familia, con esa pareja o en ese espacio como tal familiar, las relaciones, el tipo de relaciones que tenía como con esas personas y empezar a precisar todo lo relacionado con el conflicto, las consecuencias del conflicto, medición en tiempo y en acción de efectos psicológicos de efectos físicos, o de pronto de otros maltratos como económicos y sociales, en fin, hacemos un diagnóstico, le hacemos un diagnóstico y ya de ahí se saca todo lo que es la parte que tiene que ver con el plan de tratamiento y la valoración de la persona, se hace una valoración también física que va de la mano de la parte de la psicología y a nivel de la psicología miramos como está a nivel de la parte de sus emociones, que tanto está impactando el trauma, las consecuencias del trauma y la condición en la cual nos está llegando la mujer que está sometida a ese tipo de problemas.

• ¿Un cambio de imagen y el asesoramiento en la apariencia personal, pueden mejorar la forma en la que una persona se ve a sí misma, refiriéndonos al ámbito psicológico?

Mil por ciento sobre cien ¿sí? A ver con esas mujeres se hacen tres abordajes: autoestima, habilidades sociales y toma de decisiones, es muy importante aprender a tomar decisiones y que no sientan miedo del cambio, es muy importante que vuelvan a un proceso de aprendizaje porque ya el conocimiento lo tenían pero ya por la experiencia negativa desaprendieron porque pasaron de seres muy valiosos a ser seres que cayeron digamos en una situación de dolor, de conflicto y de maltrato a quien las desvalorizan, si, entonces tienen que volver a aprender a verse como se veían antes, entonces lo importante otra vez el amor propio, el concepto propio, la percepción positiva de sí mismas, revisar muy bien los cambios que quieren tener como personas, volver a trabajar sus cualidades, sus principios, sus valores, sus habilidades, sus destrezas, es decir, volver a reconocerse de nuevo, volver otra vez a retomar lo que ya se había perdido, volver recuperar esa dignidad que se quedó arrastrada, que quedó tirada digámoslo así, eso es fundamental y si así llegamos la imagen corporal de otra vez volver a verse bonitas, de otra vez volver a aprender a maquillarse, de otra vez volver a cepillarse su cabello, a organizar bien su cabello, a conductas de autocuidado que son fundamentales, a vestirse bien, otra vez a verse lindas de jean, de falda, de pantalón, de blusa, buen, de todas estas cosas que cobija la moda, obviamente que las fortalece ciento por ciento es volver a recuperar otra vez el ser de mujer, el sentido de mujer, el significado de mujer y otra vez es volver a sacar de

nuevo arriba la exaltación de la feminidad como hecho fundamental pues que respalda obviamente la importancia y el sentido y el significado de ser mujeres.

- **En su opinión, ¿Puede la moda contribuir en el proceso de recuperación psicológica de mujeres que han sufrido maltrato?**

Si mira una de las terapias psicológica que se utiliza es la parte de volver a trabajar todo lo relacionado con lo que a ellas les gusta y se llama un registro de actividades, en ese registro de actividades en la parte personal, se hace un registros para el área personal, familiar, social, emocional, laboral si lo están haciendo, académica si están estudiando y la parte de pareja ¿cierto? Porque otra vez llegan nuevas personas a sus vidas, entonces es normal eso es muy importante cuando aparece el acompañamiento de una nueva pareja. Cuando hablamos de lo personal es parte básicamente de cómo le gustaría volver a verse de nuevo, cómo le gustaría, o sea que le gustaría volver a ser, que prototipo tiene otra vez de mujer y trabajamos una técnica que se llama la técnica del modelamiento y es ver imágenes de diferentes mujeres bien presentadas, bien vestidas, bien bonitas e inclusive mujeres muy cercanas a ella, sus hermanas, su mamá, primas, sobrinas, pero que se vistan bien elegantes y que ellas admiren obviamente, y que ella diga “sí que bueno volver a incluir ese patrón” entonces no es que vamos a hacer una imitación si no que vamos a tomar modelos que le puedan servir a ellas para volver otra vez a fortalecerse y decir “ah no, así como ella logró esto y lo otro yo también lo puedo hacer, yo también puedo tener mi cabello largo, castaño oscuro, castaño claro, rubio, yo también puedo tener mis uñas largas y las puedo tener de diferentes colores vivos también, yo también puedo comprarme esta blusa, yo también puedo comprarme este vestido, este jean, esta chaqueta, todo ese tipo de cosas, entonces eso se trabaja mucho en la parte que tiene que ver con el moldeamiento personal para que ellas adquieran de nuevo esos hábitos, adquieran de nuevo esos nuevos patrones de comportamiento y empiecen a tener un cambio y la moda influye mucho y el cuidado también físico de ellas y las conductas de autocuidado en todos los sentidos, a nivel de aseo personal, de presentación personal, a nivel de vestuario, a nivel de alimentación, bueno son muchas cosas entonces ahí está la conexión, ahí está el nexo, la articulación de las cosas entonces es una parte importante de la terapia para empezar a recuperar de nuevo ese como ese sentido de vida y ese sentido de valoración desde el ser mujer.

- **¿Quiere comentar algo más?**

Me parece vuelvo y reitero que es importante la investigación, me parece que se esté pensando muy bien en esto de la violencia doméstica porque

las estadísticas cada vez son mayores, la violencia en pareja cada vez es más fuerte, la mujer tiene que trabajar estos aspectos de cuidado personal y de la moda también no solo como un regalo que tiene que hacerse a nivel de su autoimagen y de su autoestima, sino también como un factor de prevención y de promoción de su salud mental y física, ¿sí? el hecho de cuidarse, el hecho de valorarse, de darse un lugar y de aprovechar eso tan importante como es el cubrimiento de sus necesidades individuales, entre ellas el vestir bien, le va a ayudar mucho a estas mujeres que ha tenido esas experiencias tan negativas a salir adelante y superar sus problemas ¡listo!. Con mucho gusto niñas.

Análisis

Cuando se ha trabajado con mujeres maltratadas, como es el caso de este psicólogo, se puede notar la pasión, el amor y la entrega que se desarrolla y nace al involucrarse de forma directa con estas situaciones ya que al observarlas de cerca se puede entrar a hablar con autoridad de la forma en la que estas mujeres han sido afectadas y que opciones son viables para su recuperación, dentro de los diferentes procesos que mencionó cabe resaltar la parte que habla acerca de la técnica del modelamiento, que busca encontrar lo que a la mujer afectada le gusta, buscar un prototipo de mujer que admiren y que de igual forma sea cercana para crear esa confianza de que ellas también pueden verse así, que no es algo inalcanzable, se puede elegir por ejemplo a amigas o familiares, con el fin no de imitar sino de tomar de ellas ciertos patrones, estilos o hábitos que la lleven a sentirse mejor con lo que ven en el espejo y con lo que quieren mostrar a los demás, debido a que por el hecho de que ellas cambien ciertos factores de la forma en como estaban llevando su vida empieza también a enlazarse a todo el proceso el autocuidado, esto llevado a la alimentación, el aseo personal, a su forma de caminar, como se expresan, darle un nuevo sentido a la vida, en fin todo con el objetivo de verse y sentirse mejor para tener la confianza de salir al mundo con nuevos objetivos, soluciones y manera de ver las cosas.

Queda claro entonces que la autoimagen y la identidad están conectadas con las decisiones que toma diariamente una persona al vestirse ya que aprendemos a través del vestuario a comunicarnos sin necesidad de palabras, a expresar pensamientos, ideas y actitudes con la mera imagen, la cual es modificada o reconfigurada por las vivencias, buenas o malas, que atraviesa todo individuo.

Es por lo anterior, que se tiene plena confianza que la moda puede ayudar al resurgimiento de una mujer que se ha perdido a sí misma, empoderándola de forma que pueda recuperar su autoestima e identidad y así adquiera la confianza y la fuerza para mostrarse al mundo y comunicarse con él.

6.5 “LO IMPORTANTE ES QUE EL VESTUARIO SEA ACORDE CON NUESTRA FORMA DE PENSAR Y NOS HAGA SENTIRNOS CÓMODOS Y SEGUROS CON NOSOTROS MISMOS...” ULDY CEPEDA.

- Entrevista con Uldy Cepeda, psicóloga de la Institución Universitaria Pascual Bravo, Sede Belén.
- **¿Qué relación cree usted tiene la moda, específicamente, el vestuario con la psicología?**

La moda en el vestuario esta notablemente influenciada por los medios de comunicación y los prototipos establecidos convirtiéndose en elementos predominantes en una sociedad de consumo, que impone nuevas conductas que conlleven a la satisfacción de la imagen. Sin embargo, cuando esto no se logra se genera efectos negativos como baja autoestima, trastornos alimenticios, entre otros.
- **¿Considera usted que el vestuario modela la forma en que los seres humanos se manifiestan en el mundo?**

Si, la moda impone nuevas conductas y cambios de comportamiento, ya que por tratar de estar a la moda, muchas personas optan por hacer cambios en su manera de actuar y estilos de vida; las mujeres encuentran satisfacción al cambiar de apariencia y aspecto físico, imitando a las modelos y prototipos de belleza establecidos culturalmente.
- **¿Considera la moda como parte del proceso de autoconocimiento de una persona y la construcción de su identidad?**

La moda cada vez está variando más el pensamiento y comportamiento de las personas, sobre todo en los jóvenes quienes la utilizan para expresarse y creen erróneamente que la apariencia hará saber quiénes son ellos y así lograrán reafirmar su propia identidad, reflejar una personalidad única y original y comunicar cómo es que se caracteriza su generación, tratando así de llamar la atención y ganar la aprobación de sus amigos o de las personas que los rodean.
- **¿Cree usted que el vestuario es una tarjeta de presentación que pone en evidencia no solo una distinción de clase u oficio, sino nuestras más profundas aspiraciones?**

Lo importante es que el vestuario sea acorde con nuestra forma de pensar y nos haga sentirnos cómodos y seguros con nosotros mismos, siempre y cuando sea el adecuado a la ocasión. Teniendo en cuenta que cada situación requiere determinada forma de vestirnos y que la forma en que vamos vestidos transmite información. De ahí la importancia de ir vestido de manera adecuada según las circunstancias.

- **¿Cuáles son las principales afecciones de una mujer que ha sufrido maltrato en el ámbito psicológico?**

Sentimiento de culpa

Temor

Malestar físico

Alteraciones en el sueño

Descuido en el aspecto físico

Baja autoestima

Adicciones

Dependencia emocional

Alteraciones en la alimentación

Depresión

- **¿Qué patrones de comportamiento desarrolla cuando debe interactuar con los demás?**

Retraimiento social

Aislamiento

Sentimientos de vergüenza y culpa

Sentimientos de inferioridad

- **¿Cómo se afecta la identidad de una mujer cuando ha sido maltratada?**

Sentimientos de haber dejado de ser quien era antes. La identidad puede estar relacionada con haber vivido experiencias de indefensión en la infancia, lo que conlleva a un empobrecimiento de la capacidad para resolver problemas y sentimiento creciente de indefensión, incompetencia, frustración y depresión.

- **¿Cómo se afecta la autoestima de estas mujeres y que tanto esto influye en la forma en la que se visten?**

Por lo general, la autoestima de estas mujeres y el valor que se dan a sí mismas es muy bajo, en el que predomina un historial de familia en el cual han sido poco valoradas por su entorno, por esto cuando su pareja las maltrata en los primeros momentos, les resulta algo normal o al menos

conocido. El hecho de tener alguien con quien compartir sus vidas, las convierte en muy dependientes de esta relación y es un factor que ayuda a la perpetuación del problema.

- **¿Cree que la mujer maltratada transforma su forma de vestir? ¿Por qué?**

La baja autoestima se refleja en el descuido físico y en su forma de vestir, al cual no le prestan mayor atención debido a su bajo estado de ánimo.

- **¿Cree usted que los colores en las prendas influyen en los estados emocionales de una persona?**

Los colores influyen en la percepción que tenemos de las cosas y en nuestra conducta, dependiendo a su vez de muchos factores como son la cultura, el clima, la edad, el tono de piel, los espacios físicos, etc.

- **¿Qué aspectos se tratan en los procesos de recuperación de mujeres que han sido víctimas de maltrato?**

Sensibilización y reconocimiento como víctima de maltrato
Recuperación de la posibilidad de un futuro libre de maltrato
Contactarse con sus propios recursos y fortalezas para sobreponerse
Recuperar la sensación de control de su propia vida.
Independizarse del abuso y desarrollar su vida de manera constructiva y satisfactoria.

- **¿Un cambio de imagen y el asesoramiento en la apariencia personal, pueden mejorar la forma en la que una persona se ve a sí misma, refiriéndonos al ámbito psicológico?**

Si porque este cambio puede contribuir de manera positiva en el fortalecimiento de la autoimagen y la autoestima.

- **En su opinión, ¿Puede la moda contribuir en el proceso de recuperación psicológica de mujeres que han sufrido maltrato?**

En este complejo camino hacia la recuperación, estas mujeres tendrán que emprender una serie de acciones que dependerán del contexto social, de la red de apoyo tanto institucional como informal, así como de los propios recursos individuales; entre estas podemos mencionar la recuperación de su autoestima y autoimagen en la cual la moda puede contribuir de manera

positiva siempre y cuando esta cumpla con estándares personales y no por los impuestos por la sociedad consumista. Este sería el reto para los diseñadores de moda, la creación de tendencias particulares que sean modeladas y promocionadas no necesariamente por prototipos de figuras muy delgadas y estilizadas, sino dentro de los estándares normales de mujeres del común, partiendo del principio que hay diversos tipos de belleza y que no necesariamente es el modelo impuesto el mejor. Lo cual a su vez repercutirá positivamente en un cambio paulatino en la difusión de la imagen a través de los medios de comunicación.

Análisis:

Existe otro punto de vista, el escéptico, ese que no termina de confiar completamente en algo dados los antecedentes y los malos referentes a los que ha estado ligado como ocurre con la entrevista realizada a esta psicóloga en la que se percibe cierta resistencia a la visión de una moda positiva, las expresiones en el contexto de moda como “sociedad de consumo”, “creen erróneamente que la apariencia hará saber quiénes son ellos”, “puede contribuir de manera positiva siempre y cuando...”, permiten comprender que si bien, considera que la imagen está ligada a la parte psicológica, ve más como un reto que como una realidad el hecho de que la moda contribuya a procesos de mejoramiento sociales, en el caso de este proyecto, en tratamientos de mujeres violentadas; y esa es la situación de la moda a nivel global, vista desde la perspectiva de una persona que no se ha relacionado socialmente con el tema.

Es de conocimiento general que la moda también ha sido protagonista en situaciones que conllevan a diferentes problemáticas como desórdenes alimenticios, bullying, autolesiones y demás, a causa de ideales interpuestos que conllevan a la idea alcanzar un estándar o prototipo “perfecto”, esto no es algo que se pueda negar, sin embargo, la moda no es inherente al hecho de que todo tiene sus pro y sus contras, ahora, el reto, como lo menciona esta psicóloga, es hacerle frente a esta percepción, estudiarla para así brindar unas alternativas de cambio que induzcan al convencimiento de quienes no lo tienen, es lograr que algo que ha sido tachado de negativo se vuelva positivo, que a través del campo en que trabajemos, en este caso la moda y la imagen, se generen impactos sociales eficaces, que puedan ayudar a un mejoramiento en la calidad de vida.

7 CONCLUSIONES

Está claro que la construcción de la personalidad, identidad y carácter está direccionada por las diferentes influencias y vivencias por las que una persona atraviesa a lo largo de su vida, desde la forma en la que se es criado en la niñez, pasando por la manera en la que se enfrentan los distintos cambios que surgen al estar en la adolescencia y finalizando con experiencias adquiridas de las diferentes responsabilidades producto de la adultez; todo este acumulado de situaciones, enseñanzas, riesgos, relaciones, equivocaciones, pérdidas o ganancias van a tener un enlace directo con el desarrollo del ser de cada individuo, el cual va a depender de las mismas para su consolidación.

Así que, cuando todo lo antes descrito se ve empañado por episodios de violencia, en cualquiera de las etapas de la vida, y esa violencia procede de quien se considera familia, la afectación que se genera va a dejar una serie de secuelas negativas que modifican, además de la identidad que pueda tener o no formada la víctima y la percepción de sí misma, la capacidad de ubicarse y relacionarse con su entorno.

La mujer no la ha tenido fácil para la formación de su propia identidad, desde tiempos antiguos ha sido relegada a un papel inferior al del hombre, cultural y socialmente ha estado a cargo de las labores domésticas, y si bien la importancia de esta función es igual o más importante que la implementada en una empresa o trabajo formal, la mentalidad y educación a nivel general le ha restado relevancia y debido a esto ha sufrido abusos, maltratos, humillaciones y señalamientos de todo tipo que a hoy, según las Naciones Unidas, se ha convertido en una pandemia global en la que hasta el 70% de las mujeres en el mundo es víctima de violencia en su vida, así que la restauración y prevención a causa de esta problemática deberían ser una meta de todos.

Llegados a este punto, el daño causado y las cicatrices ocasionadas a raíz del mismo son temas a los que prestarles una atención, probablemente una de las peores cosas que le pueden ocurrir a un ser humano es perderse a sí mismo, mirar hacia adentro y no encontrarse y basados en la investigación realizada, una mujer víctima de violencia atraviesa por esta situación continuamente, su identidad y autoestima se destruye y reconstruye a partir de lo que está viviendo, su idea de sí misma se configura a partir de la forma en que la ve su maltratador y con esto entrega su autonomía.

Es allí donde la moda, y este proyecto, desean intervenir y generar un cambio; la indumentaria ha sido utilizada por décadas como forma de expresión y así como tiene la capacidad de definir una época, cuenta también con el poder y la versatilidad para definir a una persona cuando se utiliza de la forma correcta. El vestir es más que un acto inconsciente, es la forma que encuentra una persona para exteriorizar lo que lleva en su interior, es su forma de comunicación sin necesidad de utilizar palabras, así que, al ubicar la mujer en el contexto de maltrato con todas las afecciones allí sufridas, es concluyente que su imagen se ve afectada ya que su instinto de autocuidado se encuentra ausente, por lo que al ingresar a un proceso de tratamiento y recuperación, la restauración de esa imagen es fundamental, y la moda, incluyendo vestuario y estética en ella, es el vehículo perfecto para llevar a cabo dicha tarea. El color, las siluetas, las texturas, los cortes y demás ítems incluidos dentro de un proceso de asesoría de moda e imagen tienen la capacidad de conectarse a un nivel psicológico, de forma que contribuyan con el empoderamiento de la mujer y permitan el reencuentro entre ella y su identidad, trayendo consigo el amor y respeto propio para que así pueda comunicarse con el mundo, unificando en un todo la forma en la que se ve a sí misma con la forma en la que la ven los demás.

8. BIBLIOGRAFIA

- Almudena, O. (2014) *¿Usas la moda a tu favor o la moda te usa a ti?* Recuperado de <http://laopinion.com/2014/01/07/usas-la-moda-a-tu-favor-o-la-moda-te-usa-a-ti/>
- Aparicio, T. (n.d) *La psicología del vestir*. Recuperado de (<https://www.lechepuleva.es/nutricion-y-bienestar/la-psicologia-del-vestir>)
- Arias, M. (1990) *Cinco formas de violencia contra la mujer*. Colombia Nueva LTDA
- Barahona, A. (2013). *La Fiebre de la Moda*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2016, de La Fiebre de la Moda: <http://www.lafiebredelamoda.com/belleza-cuidadopersonal/tipos-de-rostros-femeninos>
- CASAE.com Escuela Multiplex de Teatro, se desarrolló la campaña “Ni con el pétalo de una rosa” e “Historias Poderosas” (casae.com/obra/historias-poderosas/, casae.com/tag/ni-con-el-petalo-de-una-rosa/)
- Castillo, J (n.d) *La dependencia emocional por parte de la víctima hacia el maltratador*. Recuperado de <http://www.comentariosdelibros.com/articulo-la-dependencia-emocional-por-parte-de-la-victima-hacia-el-maltratador-11a133u1s.htm>
- Diez, A. (2015) *Desigualdad de Género: ¿Por qué importa la historia? (I)*. Recuperado de <http://politikon.es/2015/01/07/desigualdad-de-genero-por-que-importa-la-historia/>
- ELTIEMPO.com (2016) *Cada día 171 mujeres son víctimas de maltrato intrafamiliar* El Tiempo, Versión digital Recuperado de (<http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/casos-de-maltrato-familiar-en-colombia/16499862>)

- Entwistle, J. (2002) *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A
- EROSKI CONSUMER. (2002) *Independencia económica y educación, claves para luchar contra la violencia doméstica*. Recuperado de http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/2002/03/31/40346.php
- Fernández, C. (2013) *El vestuario como identidad, del gesto personal al colectivo y El vestido como vehículo de la transformación del cuerpo..* Proyecto Medussa, IUPB Medellín. Recuperado de <https://proyectomedussa.com/>
- Fernando. (6 de Abril de 2011). *Color in Nature*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2016, de Color in Nature: <https://colorinnature.wordpress.com/2011/04/06/colorescalidos-y-colores-frios/>
- Ferreira, G. (1989) *La mujer maltratada*. Sudamericana.
- Heller, E. (2008) *Psicología del color*, Barcelona, Gustavo Gilli SL.
- Hernandez, M. (2014) *En la mente de los hombres que no aman a las mujeres*, En entrevista a la psicóloga Luisa Nieto Corominas para el diario El Mundo Edición España. Recuperado de <http://www.elmundo.es/espana/2014/11/28/547432f3e2704e4e138b456e.html>
- IMujer (2014) *Cómo evitar la dependencia económica de tu pareja*. En entrevista con la psicóloga Sandra Guzmán Rincón. Recuperado de <http://www.vix.com/es/imj/11428/como-evitar-la-dependencia-economica-de-tu-pareja>
- L.S Eddy Ives (2014) *La identidad del Adolescente. Como se construye*. Recuperado de <http://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/02-01%20Mesa%20debate%20-%20Eddy.pdf>

- LAPATRIA.com (2013) *El maltrato a la mujer, fases y soluciones*. Diario digital de noticias de Manizales y caldas Recuperado de <http://www.lapatría.com/blogs/sexologia-al-dia/el-maltrato-la-mujer-fases-y-soluciones>
- León, M. (2015) *Hablando con Alejandra Vallejo-Nágera sobre la Psicología de la Moda*, En entrevista a la psicóloga Alejandra Vallejo-Nágera para el blog digital María León Style. <http://www.marialeonstyle.com/lifestyle/vip-quest/alejandra-vallejo-nagera-psicologia-de-la-moda/>
- MEDICINALEGAL.gov (2015) *Boletín epidemiológico: Información Estadística de Violencia Contra la Mujer* Recuperado de (<http://www.medicinalegal.gov.co/documents/88730/989694/bolet%C3%ADn.pdf/1e5d84cd-877e-4388-806f-9733ebafdb63>)
- MINTIC.gov (2008) *Ley 1257 de 2008*. Recuperado de (http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3657_documento.pdf)
- Mota, D (2006) *Moda e identidad: Aspectos psicosociales de la ropa en la contemporaneidad*. Recuperado de <http://www.adital.com.br/site/noticia2.asp?lang=ES&cod=23905>
- Ospina, G. (2016) *Violencias contra mujeres, mal que parece imparable*, En entrevista a la concejala de Medellín Nataly Vélez para el diario El Colombiano versión digital. Recuperado de <http://m.elcolombiano.com/violencias-contra-mujeres-mal-que-parece-imparable-FM4583878>
- Paez, L (2011) *Génesis y evolución histórica de la violencia de género*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/11/ldpc.htm>
- *Rap y hip hop, una vida de colores y felicidad para Mary Hellen*. (2016, Edición Noviembre). El Informador Confama, p.9.
- Rey, R. (29 de Marzo de 2014). *Rachel's Fashion Room*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2016, de Rachel's Fashion Room:

<http://rachelsfashionroom.blogspot.com.co/2014/03/tipos-de-siluetas-femeninas.html>

- Rivas, M (2014) *Así vestimos, así pensamos*. En consulta a Karen J. Pine para Efe-Reportajes. Recuperado de <http://www.efesalud.com/noticias/asi-vestimos-asi-pensamos/>
- Santoro, S. (2014) *La socióloga Susana Saulquin analiza los significados de la moda en la actualidad*. En entrevista para el diario Página 12. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/dialogos/21-251667-2014-07-28.html>
- Yakovenko, M. (2016) *“El objetivo de golpear a una mujer es la disciplina y no dar rienda suelta a su cólera”* Recuperado de http://www.playgroundmag.net/noticias/actualidad/objetivo-golpear-disciplina-saudies-maltrato_0_1753624633.html
- Zubizarreta, I. (2004) *Consecuencias psicológicas del maltrato doméstico en las mujeres y en sus hijos e hijas*. Recuperado de http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/proyecto_nahiko_formacion/eu_def/adjuntos/IRENE%20ZUBIZARRETA%20-%20ZUTITU%20Consecuencias%20psicol%C3%B3gicas%20del%20maltrato%20en%20mujeres%20y%20sus%20hijas%20e%20hijos.pdf
-

