



Resumen

De: Mí

Para: Mí

Las cosas más pequeñas hacen diferencia cuando estoy contigo y cuando está tu ausencia, pero siempre me importó lo que decía la gente y no decidí quererte, amarte ciegamente. Quisiera que entendieras el miedo a no tenerte, mirarte y sentir que me proteges. No quiero despertar ahora que tu estas aquí en mi mente y no quiero seguir perdiéndote. Quiero hacer todo si es por ti. Te quiero siempre junto a mí. Aprendí tu idioma por ti y es el del amor, el amor por mí.

Tú estás, yo estoy.

Este es un proyecto que busca resaltar la belleza de la mujer, despertar un deseo de amarse a sí misma como si fuera el amor de su vida y entendiendo lo perfecta que es como ser humano. Querer que esa mujer deje a un lado el miedo al que dirán, a la sociedad y sus estereotipos de formas de cuerpos, de vida, la forma en como vestirse y actuar; dándose la oportunidad de ella misma conocerse y entender cual es su verdadera identidad, gustos y estilo, aumentando su autoestima y empoderarse para mostrarse al mundo y a ella misma quien es y como se ve.

Proyecto

Desnudarse con amor, mostrarle al mundo y a sí mismo, conociéndose y amándose como sí uno mismo fuera el amor de la vida.

Parte de nosotros mismos luchamos contra la corriente de ser guiados por la sociedad, el que dirán, lo que esta aceptado y lo que no, comenzando a cuestionarnos a nosotros mismos y sentirnos inseguros en el momento en el que nos presentamos al mundo físicamente por medio de lo que llevamos puesto en ese momento, olvidándonos y dudando de nuestros gustos y propio estilo. Se presenta la pregunta de ¿por qué hace efecto en la autoestima de las personas la elección y uso de ciertas prendas de vestir?

Para poder responder la pregunta se tiene pensado determinar por qué hace efecto en la autoestima de las personas la elección y uso de ciertas prendas de vestir. Se continua con la identificación de las razones principales por los cuales puede ser afectada la autoestima cuando hay un encuentro social, contando con las prendas utilizadas en una ocasión de uso; Analizar como se puede soportar el proceso de descubrimiento personal para lograr un estilo definido y escogido por cada persona e indagar como es afectada la autoestima y seguridad en las mujeres en el barrio El Poblado de Medellín, en el rango de edad entre los 20 y 30 años, teniendo en cuenta las vivencias y situaciones que pueden afectar el proceso de desarrollo personal.

Se encontraron ciertas palabras clave que pudieron dar el inicio del camino del proyecto, como por ejemplo: autoestima, tendencia, estilo, identidad y moda.

La palabra autoestima comienza enmarcando que es femenina. Se encuentra la capacidad de valorarse, amarse, apreciarse y aceptarse a sí mismo; resumido en dos palabras: amor propio. “Ser un buen amigo de sí mismo” (P.SOLIGNAC, 2012). Se compara con su yo real, con su yo ideal y se juzga a sí mismo por la manera en que alcanza los patrones sociales y las expectativas que se ha formado de sí mismo y lo bien que se desempeña. Se construye el concepto que se tiene sobre la autoestima, de acuerdo a pensamientos, sentimientos, sensaciones y experiencias que se han recogido durante la vida. Se encuentran unos tiempos, siendo antes, durante y después como momentos que se

viven dentro de aquella autoestima. También se encuentran tres tipos de autoestima: alta, baja e inflada.

Las tendencias son una propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines. “Solo hay una persona con la capacidad de obligarnos a seguir la moda: nosotros mismos” (Erner, 2005). Dentro de la moda hay tendencias impuestas propuestas por alguien o algo durante cierto periodo de tiempo, convirtiéndose en un interés común dentro de un gran círculo de sujetos. Las tendencias son las encargadas de regenerar la moda.

El estilo es un modo, manera o forma de comportamiento. Con la moda, el hombre tiene una manera más para comunicarse permitiéndole expresarse, demostrar su personalidad y su manera de ver al mundo y la vida. Cuando se encuentra una falta de estilo o identidad, esa persona se convierte en un imitador, tomando el papel de víctima de la moda. Aquel imitador no se apropia de la moda y sus gustos, simplemente siguiendo tendencias, pero sin entenderlo como tal. “Cuando una mujer cambia su imagen demasiado de una temporada a otra, es porque se ha convertido en una víctima de la moda” (Versace, 2000).

A la identidad se le da el significado como un conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Se esta en una evolución constante, a la vez de cambiante, durante toda la vida de aquel ser. Es una síntesis de los valores y percepciones, integrando las características individuales y la propia trayectoria de vida. Cuando se ve representada la propia identidad, se genera la respuesta automática de “soy yo o soy así”. Para conseguir un equilibrio psíquico es importante contar con dos acciones; darse una imagen positiva, dándose una valoración de sí mismo y una función de adaptarse al entorno.

La moda se convierte en una elección y siendo un gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos. La moda es escogida por cada persona y de acuerdo a su elección de como llevarla, contando con rasgos, cultura, gustos, situaciones específicas como el estrato socioeconómico. “Pienso que la moda es algo con lo que vivimos, no solo en nuestra vestimenta sino también la región en la que crecemos, la política y en todo lo que tenemos en nuestro alrededor que es lo que muestra como nos

expresamos” (Jaramillo, 2014). El vestido junto con la moda, son una manera de dar una primera impresión visual hacia el resto de personas, teniendo la posibilidad de mostrar su personalidad y lo que la constituye.

Cuando se obtiene el significado de estas palabras esenciales para el entendimiento del proceso, se comienza la investigación sobre testimonios de mujeres que han estudiado y vivido momentos de crisis dentro de la autoestima, evidenciando como física y psicológicamente es afectado su cuerpo.

La valía personal, autoestima, autoeficacia y auto concepto; son palabras que comienzan a dar un sentido a la vida de una adolescente, dándose la posibilidad de convertir aquellos sentimientos en un trastorno psicológico, despertándose debido a vivencias y situaciones de rechazo o incomodidad por parte de personas cercanas, como por ejemplo comentarios sobre su cuerpo, la talla, usar vestidos de baño, altura, inteligencia, familia, entre otras.

Al pasar del tiempo, la mayoría de estas mujeres se dedican a buscar respuestas sobre su baja autoestima, trastornos y enfermedades, yendo donde psicólogos, psiquiatras o hasta estudiando psicología como carrera profesional y gracias a estos medios descubrieron que estos diagnósticos se despertaron por razones que permanecían en sus subconscientes y siendo decisiones tomadas para conseguir un fin interno, sin realmente ser conscientemente de eso. Una de las razones de estas mujeres era mantener su familia unida en su infancia.

Después de escuchar estos testimonios se pudo entender que el cuerpo de la mujer es un territorio cambiante y móvil, viendo que desde su piel hay cambios físicos, síntomas y sensaciones, respuestas psicológicas, cambios en el cerebro y siendo directamente en la amígdala y su función.

Para darle el final a un inicio mágico, se tiene pensado crear un kit personal para esas mujeres que sueñan con su amor de la vida y que aquel ser sean ellas mismas. En el kit se encontrará un libro en el cual contará con un calendario con fechas especiales, como por ejemplo en una de ellas dirá que ese día se verán y sentirán como la mujer más hermosa del mundo. Para poder lograr la meta del día señalado, habrá ciertos retos que deberán realizar; también se encontrara un espacio para escribirse cartas a ellas mismas con ciertas

instrucciones, las cuales las ayudara a hacer una catarsis que esos momentos en los que no se han dado el valor, respeto, posición o amor que se merecen.

Para continuar con el contenido del libro, habrá frases motivadoras, tips de moda y de autoestima para que ellas puedan tener un impulso y ayuda para llegar a ese objetivo de amarse y aceptarse a sí mismas.

Dentro del kit también se encontrará un accesorio de compromiso consigo mismas, como recuerdo constante de ese proceso que están llevando y todo ese amor que deberían darse a diario. Habrá una vela para armonizar ese espacio y tiempo que va a pasar consigo misma, dedicándose un tiempo libre para sanar y mejorar cosas personales, dándose la oportunidad de conseguir esa relación basada en el amor propio y una autoestima alta.

Así que...

No te rompas tu propio corazón. Ámate. Eres tú quien rompe tu propio corazón cuando no descubres que el amor que más necesitas es el amor propio: aceptarte, cuidarte, valorarte. Y la mejor compañía la veras reflejada en el espejo y esa eres tú.

Para concluir compartiré el amor según Albert Einstein.

“Hay una fuerza extremadamente poderosa para la que hasta ahora la ciencia no ha encontrado una explicación formal. Es una fuerza que incluye y gobierna a todas las otras, y que incluso está detrás de cualquier fenómeno que opera el universo que aún no haya sido identificado por nosotros. Esta fuerza universal es el amor. El amor es luz, dado que ilumina a quien lo da y lo recibe. El amor es gravedad, porque hace que unas personas se sientan atraídas por otras. El amor es potencia, porque multiplica lo mejor que tenemos y permite que la humanidad no se extinga en su ciego egoísmo. El amor revela y desvela. Cuando aprendemos a dar y recibir esta energía universal comprobaremos que el amor todo lo vence, todo lo trasciende y todo lo puede, porque el amor es la quinta esencia de la vida”. (Einstein, 2014)

Bibliografía

Einstein, A. (20 de 10 de 2014). *El Cordillerano*. Obtenido de <https://www.elcordillerano.com.ar/noticias/2014/10/20/50751-el-amor-carta-de-albert-einstein-a-su%20-hija/>

Erner, G. (2005). *Victimas de la moda*. En G. Erner, *Victimas de la moda* (pág. 20). Barcelona: Barcelona: Gustavo Gili.

Jaramillo, A. (20 de 9 de 2014). *El negro, ¿un color versatil?* Obtenido de <http://dspace.marymount.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/517/Mariana%20Londo%C3%B1o%20-%20Maria%20Teresa%20Cadavid.pdf?sequence=1>

P.SOLIGNAC. (22 de 9 de 2012). *Se amigo de ti mismo*. Obtenido de Autoestima: <http://gaes1-1103igm.blogspot.com/>

Versace. (2000). *The End of Fashion: how marketing changed the clothing bussiness forever*. Obtenido de A. Teri. Harper Paperbacks.

Mariana Pérez Medina – Diseño de Modas

Diseño de proyecto final

2020-2