

¿Cómo incide la moda en la construcción de la identidad de los adolescentes en la contemporaneidad?

María Clara Mejía Zapata

Colegio Marymount

Proyecto de Grado

Grado: Once B

Asesora: Maria Clara Mojica Arango

Medellín

2020

Tabla de contenidos

Tabla de figuras:	3
Resumen.....	4
Abstract	4
Justificación	5
Introducción	6
Objetivos	8
General	8
Específicos	8
Marco Teórico	9
Capítulo I: Adolescencia	9
1.1 Definición:.....	9
1.2. Características	10
1.3 Los adolescentes en la contemporaneidad	12
1.3 Identidad.....	13
Capítulo II: Moda	16
2.1 Definición.....	16
2.2 Moda en Medellín	19
Capítulo III: Los adolescentes y la moda.....	22
Metodología	25
Análisis.....	27
Análisis de las entrevistas	27
Diseñadoras	27
Psicólogos	28
Análisis encuesta	29
Conclusiones.....	34

Referencias.....	37
Bibliografía.	37
Anexos	40
Anexo A.....	40
Entrevistas diseñadores.....	40
Anexo B.....	43
Entrevistas psicólogos	43

Tabla de figuras:

FIGURA 1 HISTORIA DE LAS ZAPATILLAS CONVERSE ALL STAR. RECUPERADO DE: HTTP://WWW.CIAINUMENTARIA.COM.AR/PLATAFORMA/HISTORIA-DE-LAS-ZAPATILLAS- CONVERSE-ALL-STAR/	17
FIGURA 2 LA MODA EN LA EDAD MEDIA RECUPERADO DE: HTTP://REDHISPANISTAS.ES/ES/ACTUALIDAD/BLOGS/VIRGULILLAS-POR-EL-MUNDO/793-LA- MODA-EN-LA-EDAD-MEDIA	19
FIGURA 3 GRANDEZA, RASTROS DE LA MODA INTERNACIONAL EN MEDELLÍN 1890-1950 RECUPERADO DE: HTTP://WWW.FASHIONLESSONS.CO/GRANDEZA-RASTROS-DE-LA-MODA- INTERNACIONAL-EN-MEDELLIN-1890-1950/	21
FIGURA 4 RESPUESTAS ADOLESCENTES, PREGUNTA 1	29
FIGURA 5 RESPUESTAS ADOLESCENTES, PREGUNTA 2	30
FIGURA 6 RESPUESTAS ADOLESCENTES, EJERCICIO 1	31
FIGURA 7 RESPUESTAS ADOLESCENTES, EJERCICIO 2	32
FIGURA 8 RESPUESTAS ADOLESCENTE, EJERCICIOS 3.	33

Resumen

La formación de la identidad en los adolescentes es una etapa fundamental en la vida de todos los sujetos, ya que se están consolidando sus gustos, su personalidad, su singularidad.

La presente investigación se enfoca en los adolescentes entre los 12 a los 18 años y tiene como propósito analizar el impacto de la moda en la construcción de identidad y qué función cumple en la vida del adolescente, teniendo en cuentas las características de la época contemporánea en la ciudad de Medellín.

Palabras clave: Identidad, moda, adolescencia.

Abstract

The formation of identity in adolescents is a fundamental phase in the life of all individuals, since their tastes, their personality, their singularity are being consolidated.

This research focuses on adolescents between the ages of 12 and 18 and aims to analyze the impact of fashion on the construction of identity and what role it plays in the adolescent's life, taking into account the characteristics of contemporary times in the city of Medellín.

Key words: Identity, fashion, adolescence.

Justificación

La investigación parte de la inclinación personal por temas relacionados con la moda y la psicología, campos del saber en el que se está poniendo en juego la elección profesional de la investigadora. El propósito de este trabajo es analizar la incidencia de la moda en la construcción de identidad de los adolescentes; lo que puede resultar interesante para los padres de familia, en tanto les permite comprender las elecciones de sus hijos en cuanto a la ropa que deciden usar. Y así mismo, para la industria de la moda enfocada en adolescentes, comprender las características de este momento vital podría ser de gran utilidad al momento de diseñar las prendas.

Entendiendo que la construcción de identidad es fundamental en la adolescencia, ya que es un momento vital donde el joven al intentar dar respuesta a la pregunta “¿quién soy yo?”, busca sentirse aceptado por sus pares y hacerse a un lugar en su contexto social; surge el interrogante por la función de la moda, en el sentido de si el estilo y la ropa que decide usar un adolescente finalmente corresponde con la imagen que desea proyectar y por la que espera ser aceptado y sentirse parte de determinado grupo. Lo que hace que esta investigación también sea relevante para los mismos jóvenes, porque podrán ellos mismos comprender sus elecciones y la influencia de estas en la consolidación de su identidad.

Teniendo en cuenta que la adolescencia es una etapa de muchos cambios y particularidades, dentro de las que se encuentra la rebeldía, cabe preguntarse qué desean proyectar realmente los adolescentes con su vestuario: lo que realmente son, como desean ser vistos o su elección obedece a una forma de rebelarse contra sus padres, la norma, los estereotipos, entre otros.

Introducción

La adolescencia es la etapa que marca el paso de la niñez a la adultez y en ella ocurren múltiples cambios y transformaciones que impactan la vida de cada sujeto. Dentro de estos se encuentra la formación de identidad, como ese establecimiento del propio yo en el que confluyen aspectos internos y externos; es decir, características propias de cada individuo y de su contexto sociocultural. La adolescencia en general y la identidad en particular son temas que han sido ampliamente estudiados; sin embargo, en esta investigación se pretende comprender si la moda es un factor que causa algún impacto en la construcción de identidad de los adolescentes en esta época. Por lo que se parte de la siguiente pregunta ¿Cómo incide la moda en la construcción de identidad de los adolescentes en la contemporaneidad?

La pregunta de investigación surge de un interés personal en el que confluyen la moda y la adolescencia, por tratarse de dos temas que tocan con el momento vital de la investigadora y que se corresponden con su elección profesional, Diseño de Modas.

Se comienza la investigación con el planteamiento de la pregunta y se propone un objetivo general y tres específicos, con los que pretende desarrollar la conceptualización teórica que fundamenta la investigación, así como la metodología por medio de la cual se realiza una aproximación al fenómeno. Como objetivo general se plantea analizar el impacto que tiene la moda en la construcción de la identidad de los adolescentes en la época contemporánea. Para lo que se aborda en primera instancia el tema de la adolescencia, su definición, características, los adolescentes de la contemporaneidad y la identidad. En el siguiente apartado se habla de moda, su definición, historia, función, la moda en Medellín y los adolescentes y la moda.

El tercer objetivo específico se enfoca en determinar la percepción de los adolescentes de la ciudad de Medellín sobre su forma de vestir y la imagen que desean proyectar. Para esto se utiliza una metodología de enfoque cualitativo, para la cual se realizan entrevistas, a dos diseñadoras y dos psicólogas que trabajan con adolescentes, para indagar acerca de lo que consideran buscan los jóvenes en la moda y cómo es el proceso de construcción de identidad. Con base en ellas se identifica que los adolescentes usan la ropa como herramienta para expresarse. Para obtener la percepción de los adolescentes se realiza una encuesta donde se les pregunta por los factores que influyen en la decisión de la ropa que usan.

Finalmente, en el último apartado se da respuesta a la pregunta de investigación y se plantean las conclusiones a las que se llegan gracias a los resultados obtenidos en la metodología y en el contraste de estos con la fundamentación conceptual planteada en el marco teórico.

Objetivos

General

Analizar el impacto que tiene la moda en la construcción de la identidad de los adolescentes en la época contemporánea

Específicos

1. Identificar la etapa de la adolescencia, sus características y la construcción de identidad.
2. Ubicar la función de la moda en la época contemporánea.
3. Determinar la percepción de los adolescentes de la ciudad de Medellín sobre su forma de vestir y la imagen que desean proyectar.

Marco Teórico

Capítulo I: Adolescencia

1.1 Definición:

Existen múltiples definiciones de adolescencia, pues esta depende de la época, la cultura y la sociedad en la que se encuentre inscrita, y así mismo varían los criterios que definen la llegada a la adultez o madurez. Sin embargo, desde una posible definición general, la adolescencia es considerada como el “Período de la vida humana que sigue a la niñez y precede a la juventud” (Real Academia Española, s.f.).

La palabra “adolescencia” viene del latín *adolescere* que tiene como significado “llegar a la maduración” y con esta definición se logra entender que el niño más que cambiar de edad cambia en su físico, en la manera en la que piensa y en el aspecto social. Debido a estas transformaciones, también es reconocida por ser una época difícil para el adolescente, ya que él no comprende el proceso por el cual está pasando y en el que se supone que debe dejar de actuar como un niño para comenzar a ser un adulto.

Adolescencia es un término que comienza a usarse alrededor del siglo XVI para nombrar los cambios evidentes que se producían en una cierta etapa de desarrollo y que eran visibles tanto en el aspecto físico, como en el psiquismo del joven. Sin embargo, este concepto ha tenido una mirada más allá de lo netamente médico y psicológico, pasando a ser un asunto social, pues está marcado no sólo por la edad, sino por circunstancias sociales, como el ingreso a la educación superior, al mundo laboral, entre otras (Le Breton, 2014).

1.2. Características

La adolescencia se caracteriza por ser un periodo de cambios físicos, psicológicos y sociales. Dentro de los cambios físicos se encuentra una intensa actividad hormonal, la aparición de los caracteres sexuales secundarios, la maduración de los órganos reproductivos, entre otros. Así mismo desde lo cognitivo, tiene lugar una capacidad de hacer abstracciones, pero esto se va logrando poco a poco a lo largo de toda esta etapa, así que también son frecuentes las ideas irracionales. En lo psicológico, tiene lugar la construcción de una independencia, que se marca con una separación radical de los padres, un constante cuestionamiento de la autoridad y demostraciones de autonomía.

Dado que el lóbulo frontal todavía no alcanza su desarrollo definitivo, los adolescentes suelen ser impulsivos, no prevén consecuencias, son arriesgados, soñadores y fantasiosos.

En lo social, es el periodo donde hay una marcada identificación con los semejantes en oposición a la frecuente confrontación con los padres y demás adultos significativos. Es también el momento en que tiene lugar la identidad sexual y en general, se va dando respuesta a la pregunta ¿quién soy yo? (Posada, Gómez, Ramírez, 2016).

Todas las transformaciones que sufre el adolescente tienen un impacto no sólo en él mismo, sino en sus padres y familiares más cercanos. Al respecto dice Ogilvie (citado por Hurlock, 1976): “Tampoco es la adolescencia una edad o un periodo en el que resulte fácil convivir con el niño en desarrollo. El adolescente es torpe, irregular y desconcertante en sus reacciones” También resulta ser una época difícil para las personas alrededor del joven debido a sus diferentes características como lo son la rebeldía, el cambio emocional y hormonal y el deseo de encajar. Al ser una transición de niño a adolescente es cuando su cerebro es más vulnerable y ciertos comportamientos dejan de estar presente en la vida del joven. Este cambio causa una inestabilidad ya que el joven

no tiene la confianza necesaria, y gracias a esto es posible que se deje influenciar muy fácilmente por todo a su alrededor como tendencias, estereotipos y grupos sociales; para así de alguna manera encajar, ya que desea sentirse parte del mundo. Debido a esta falta de confianza el adolescente puede estar muy sensible y sentir sus emociones con más intensidad, y al no saber qué está pasando tiende a responder de una manera agresiva, a verse distraído y a sentirse incómodo.

Igualmente, el joven está atravesando por una fase en la que tiende a querer ser más independiente y es acá donde usualmente comienza a “rebelarse” principalmente contra sus padres tratando de llevarles la contraria, no les hace caso cuando le dan una instrucción o simplemente se aleja de ellos, ya que aquí es cuando el joven desea ser independiente. No obstante, los padres en esta etapa cumplen un rol importante, ya que son ellos quienes protegen al joven de su tendencia a ciertas conductas de riesgo. Aunque todos pasan por esta transición, cada individuo la vive de forma diferente y tiende a ser complicado para los padres entender qué está pasando con su hijo en este momento, ellos sin saber cómo reaccionar usualmente le ponen ciertos límites y restricciones a su hijo ya que sienten que así lo están protegiendo, pero el joven al sentir que le están poniendo reglas tiende a reaccionar mal ante esto causando conflictos en la relación.

Todas las características mencionadas son propias de la adolescencia; sin embargo, cada sujeto las vive de una forma diferente de acuerdo con su personalidad y esto tendrá un impacto en la construcción de su identidad, que también tiene lugar en este periodo evolutivo. Todos estos diferentes procesos y la manera en la que los vive el joven son importantes ya que contiene rasgos de su personalidad.

El niño para llegar a ser un adolescente debe pasar por ciertas etapas que se mencionan a continuación siguiendo a Mendiezabal Rodríguez & Anzures López (1999) que clasifican la

adolescencia en tres etapas, de acuerdo con los cambios que se atraviesan en cada uno de estos momentos.

Adolescencia temprana (12-14 años), la aceptación del cuerpo que crece y cambia, con los cambios en la autopercepción de la imagen y la autoestima. Por ejemplo, la menarca a menor edad de inicio implica mayor psicopatología.

Adolescencia intermedia (14-16 años), la separación psicológica de la familia, para lo cual las relaciones con “el grupo” de coetáneos marcan la pauta en la delimitación de la individualidad del sujeto. Por ejemplo, el uso y abuso de drogas y alcohol por “pertenecer” y ser aceptado por sus compañeros.

Adolescencia tardía (16-18 años), la adquisición de un sentido estable de la identidad, sobre todo en lo que se refiere a la sexualidad y la vocación. Por ejemplo, la permanente búsqueda de carrera o la inestabilidad emocional.

(Mendiezábal Rodríguez & Anzures López, 1999)

Existen múltiples características que hacen que esta época sea tan distinta a las otras y se suele referir a ella como una etapa difícil para los adolescentes ya que, cada uno la vive diferente, sin embargo, no deja de ser una época de aprendizaje y cada situación que vivirán es importante.

1.3 Los adolescentes en la contemporaneidad

Comprender la etapa de la adolescencia hoy implica no sólo ubicar el momento evolutivo y de desarrollo, sino también contextualizar cuáles son las lógicas del mundo en la contemporaneidad.

Es así como se observa que la realidad en la que se vive hoy en día es un empuje a la homogeneización. Esto es, hay un mandato de “normalidad” donde se supone que todos se vean y piensen igual. En un mundo así, lo diferente no es entendido como singularidad, sino como “diverso”, lo que precisamente enfatiza que está por fuera de la norma. “Los adolescentes de la contemporaneidad, crecieron en este contexto cultural, y como producto de este modelo, encarnan en sus vidas el imperativo de ser todos iguales” (Sierra Agudelo, 2014, p. 29).

Otra de las características de la época actual, es que es una sociedad hiperconectada, donde los jóvenes crecen bajo la influencia permanente de la publicidad, las redes sociales y el consumo, de modo que “Los otros significativos de los adolescentes son figuras mediáticas, modelos para el éxito o la notoriedad” (Le Breton, 2014, p. 74). Así, gran parte de lo que es valorado por el joven, a lo que le atribuye un significado y representación proviene de los medios, del mercadeo y a partir de allí hace sus elecciones y se da un lugar en el mundo.

Para terminar de enmarcar la época que sirve de contexto a los adolescentes hoy, se toma el concepto de “Modernidad Líquida” de Bauman (2003), en el que las relaciones, el poder, el trabajo, las instituciones en general son provisionales, cambian permanentemente y son fácilmente intercambiables. Es así mismo, una cultura de lo desechable, y por lo tanto de lo fácil y cómodo. Así pues, hoy los adolescentes crecen en un mundo líquido, en constante movimiento, hiperconectado y con una marcada predisposición a la homogeneización.

1.3 Identidad

Desde mucho tiempo atrás se habla de la “identidad” pero ¿Qué es realmente la identidad? En la Real Academia Española se define identidad como “Conjunto de rasgos propio de un individuo

o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.” Con esta definición se puede decir que la identidad es algo que cada individuo tiene o está en la búsqueda de ella.

La expresión “en la búsqueda de la identidad” se refiere a que los adolescentes, aunque tienen características personales que los diferencian de otros, aún están en una etapa de individualización, en la que tratan de decidir qué es lo que le gusta, cuál es su estilo y qué los hace diferente de los demás; todas estas cosas hacen parte de la identidad que el adolescente va consolidando a medida que va creciendo.

“Todo adolescente necesita saber quién es, pues necesita sentirse respetado y amado, como todo ser humano, y para ello necesita saber quién es.” (Ives, 2014) Aunque la identidad es de cada uno y el joven es quien la construye; asuntos externos como su entorno, las personas con las que se rodea y las experiencias que ha pasado durante su vida son elementos que lo ayudan a construir esa identidad. La aceptación de su grupo es un factor primordial en el adolescente ya que en general lo que los demás piensan de él es importante, pero especialmente sus pares, pues si siente que es aceptado por ellos, esto causará en el adolescente seguridad en sí mismo y podrá sentir que está haciendo las cosas bien, ya que está en una época bastante crítica en la que sentirse aceptado y parte de un grupo es esencial. A medida que va creciendo y madurando deja de preocuparse tanto por lo que piensen los demás y ya no siente la necesidad de cambiar quien es por su grupo social.

La construcción de identidad se consolida en la adolescencia porque el niño no tiene problema de pertenecer al entorno de sus padres y ellos son los que toman las decisiones por él; en la adolescencia esto cambia porque el adolescente comienza a ser más autónomo, teniendo que tomar sus propias decisiones de vida, y aunque los padres siempre serán un apoyo que está

presente en caso de que el joven sienta la necesidad de orientación, por lo general el adolescente comienza a distanciarse de ellos, a ser más autónomo y a tomar decisiones basadas en su propio deseo y no en las elecciones de sus padres. Por esto es importante que los padres permitan a sus hijos el proceso de individualización, porque en la medida que traten de intervenir y no permitirles sentirse independientes, los adolescentes tenderán más a rebelarse.

“Se observa que cuanto más alientan los padres la expresión de necesidades y aspiraciones personales de sus hijos, mayor es la tendencia de estos últimos a volcarse a ellos para ser guiados y apoyados” (Schmidt, Vanina; Maglio, Ana; Messoulam, Nadia; Molina, Maria Fernanda; González, Alejandra, 2010). Muchos padres no entienden esto y al tratar de tenerlo todo bajo control, presionado a sus hijos en temas como la elección de la profesión, la forma de vestirse o la toma de decisiones en aspectos de su vida social o sexual, terminan causando el efecto contrario en el adolescente, empujándolo a elegir basado en oponerse a sus padres, y así demostrarles que ellos ya no tienen voz en la toma de decisiones en su vida. Por lo anterior, aunque suele ser difícil para los padres aceptar que su hijo ya está creciendo, es necesario hacer frente a este proceso y minimizar los conflictos.

No es un proceso fácil pero finalmente todos los adolescentes deben pasar por este proceso, a su debido tiempo y a su propia manera. “Si bien la mayoría de los jóvenes atraviesa la etapa de la adolescencia sin experimentar problemas graves o duraderos, se trata de un periodo de la vida de particular vulnerabilidad hacia el riesgo” (Schmidt, Vanina; Maglio, Ana; Messoulam, Nadia; Molina, Maria Fernanda; González, Alejandra, 2010).

Capítulo II: Moda

2.1 Definición

Aunque no se sabe una fecha exacta en la se pueda decir que apareció la moda, es evidente que a través del tiempo el concepto de moda ha existido, y se puede decir que la vestimenta ha surgido por una necesidad de protegerse de los diferentes climas y circunstancias que aparecían.

“Las sociedades primitivas utilizaban pieles animales para abrigarse y protegerse, Sin embargo, no seguían una “moda”, simplemente cubrían una necesidad” (Arroyo, 2011). Es así como vemos que, sin ser llamada específicamente moda, vestuario, *outfit*, esta siempre ha estado ahí.

Se define la moda como “Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos” (Real Academia Española, s.f.). Con esta definición se puede decir que la moda como concepto siempre estará ahí, pero lo que se está usando en determinado momento es efímero y tiene solo un instante de fama, claro está que hay tendencias que suelen traer modas del pasado incluyéndose así en la actualidad; por ejemplo los pantalones bota campana u otras prendas que sencillamente no pasan de moda como por ejemplo las chaquetas de cuero, los tenis converse y las faldas.



Figura 1 historia de las zapatillas Converse All Star. Recuperado de: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/historia-de-las-zapatillas-converse-all-star/>

Cuando se habla de moda es necesario precisar el término tendencia. El cual se entiende como “un estilo o una costumbre que deja una huella en un periodo temporal o en un sitio.” (Porto & Gardey, 2010)

Cuando se habla de tendencia normalmente se piensa en algo que está de moda en la actualidad y un grupo de personas lo están usando, un estilo o un objeto que sobresaldrá en una temporada. A lo largo de la historia ha habido distintas personas marcando tendencia y siempre alguien las marcará.

En la época medieval las personas solían vestirse de acuerdo con su estrato social ya que se trata de una época muy jerarquizada, en la que bastaba con observar el vestuario para saber cuál era el oficio de cada persona; e incluso era posible predecir a qué partido político apoyaban y si eran de familias nobles. “Resumiendo, en la sociedad medieval, el vestido servía no solo para evidenciar la jerarquía social, sino también para representar las pequeñas divisiones entre las distintas cepas y los diferentes grupos de poder” (Riello, 2016). Con este fragmento se podría

decir que en la época medieval las tendencias eran marcadas por el estrato socioeconómico ya que la forma del vestido y la tela que se usaba era de gran importancia.

En la edad media la mujer debía vestir de acuerdo con el nivel social de su esposo, hermano o padre ya que la mujer no tenía casi voto en lo que sucedía en este momento y debía vestirse de manera que honrara a alguno de estos “La vaca es un animal insulso, y enorme, como un pedazo de carne con ojos. Mujeres, haced que vuestras hijas no sean vacas, haced que lleven el pecho cubierto, que no lleven cola, como las vacas [...] sino que vayan arregladas como mujeres de bien, y honestas”. (Riello, 2016) Aunque tiene la moda de esta época contiene ciertas características distintas al igual que en la edad medieval la vestimenta se divide por estrato social y es posible obtener información de esa persona con analizar lo que usa, los colores que lleva y la tela de que es hecha su vestido “En la Alta Edad Media no se habla de moda sino de vestido, que identifica y distingue a grupos de individuos. La indumentaria distingue a la mujer casada de la casadera, al cristiano del infiel, al forastero del ciudadano, etcétera.” (Riello, 2016)

Aun así, la edad media es una época de gran importancia para la historia de la moda debido a que, a finales de esta edad, aunque las mujeres seguían bajo la sombra de los hombres en cuanto a vestuario comenzaron a preocuparse más por su apariencia: específicamente por como se veían, por lo que sus vestidos comenzaron a ser diseñados más ceñidos en la cintura, grandes mangas y largas faldas. Es apropiado decir que en la edad media las tendencias eran dadas por el estrato social y por como se veían mejor.



Figura 2 La moda en la edad media Recuperado de: <http://redhispanistas.es/es/actualidad/blogs/virgulillas-por-el-mundo/793-la-moda-en-la-edad-media>

Esta investigación habla de la moda en la contemporaneidad. Hoy en día es común ver a jóvenes usando ropa con *animal print* y colores neón que pueden ser visto como algo arriesgado ante los ojos de los adultos, ya que pueden hacer que sobresalgan ¿pero a quien siguen estos jóvenes en cuestión de moda?

En la actualidad los influenciadores tienen mucho reconocimiento y los jóvenes son los que más siguen a este tipo de personas, es por esto por lo que muchas marcas de ropa los contactan para que en sus videos usen su producto y de esta forma, los adolescentes que siguen y admiran a estos personajes querrán usar lo mismo que ellos, lo que los llevaría a adquirir lo que está promocionando formal o informalmente. En la contemporaneidad está claro que la mayoría de las tendencias son impuestas por lo *Youtuber* porque cuentan con bastante reconocimiento entre los adolescentes. (Afterscool, 2019)

2.2 Moda en Medellín

La cofundadora de Creytex afirma que “Toda la vida tuvimos las empresas pioneras de tejido y textiles en Antioquia, empresas como Fabricato y Coltejer. Además, aquí nacieron los

almacenes grandes de cadena como son almacenes Ley y almacenes Éxito, que fueron los que impulsaron toda la industria; porque fue la combinación de todo lo que era textiles dentro del supermercado y eso paralelamente fue lo que nos dio un gran auge, el cual lleva 30 o 40 años de historia” (Agamez, s.f.) Cuando se piensa en moda usualmente se visualiza Europa y diferentes partes de Norte América, pero es importante como ciudadanos de Medellín pensar también en la moda aquí.

Medellín ha sido reconocida por ser la ciudad más innovadora y no se queda atrás en la moda que, a través de los años, ha cambiado notablemente.

En 1830 la moda dependía del estrato social y la zona en la que alguien estuviera situado, pero lo normal era que las mujeres usaban vestidos ajustados en la cintura y como accesorio se usaba un sombrero. En 1920 las mujeres, no sólo en Colombia, dejan de usar faldas largas y corsé. Al pasar el tiempo va cambiando la moda a nivel mundial y también en Medellín, las faldas comienzan a ser a la medida, las mujeres empiezan a usar pantalones, lo que antes no era bien visto; pasando de querer verse bien a sentirse más cómodas, hasta llegar al año 2000 que es una año de cambios en la moda Colombiana porque se comienza a mezclar el arte con la moda, lo cual para la moda en Medellín fue muy importante porque pintores, escultores y tejedores Colombianos comenzaron a ver su trabajo más allá que solo en la pintura. (Historia de la moda en Colombia a través de los años, s.f.) hasta llegar a la actualidad donde vemos que la moda es completamente distinta a lo que era antes, ahora es posible vestirse más libre que antes y la moda es influenciada por *youtuber* y *bloggers*.

Es cierto que cada día la moda obtiene más fuerza y hay más eventos como Colombiamoda, la semana de la moda y diferentes ferias. Medellín tiene una gran ventaja a

diferencia de otros lugares la vestimenta puede estar desprendida del clima debido a que no hay estaciones.

Antes muchas mujeres antes solían ser sastres y eso es lo que le han heredado a sus hijas y así por generaciones, gracias a esto es que el vestuario es tan presente en Medellín y tiene tanto impacto y todos esos cambios han ayudado a Medellín a ser reconocido por la moda como lo es hoy en día.

Gracias a la evolución que ha tenido el sector textil y de la confección durante los últimos años, actualmente cerca de 300 mil familias colombianas viven de este oficio y han dejado en alto el nombre del país en importantes ferias Latinoamericanas como Colombiamoda y Colombiatex. (Revista Compensar, s.f.)



Figura 3 grandeza, rastros de la moda internacional en Medellín 1890-1950 Recuperado de: <http://www.fashionlessons.co/grandeza-rastros-de-la-moda-internacional-en-medellin-1890-1950/>

Capítulo III: Los adolescentes y la moda

El vestuario tiene un gran impacto en el joven ya que puede ser utilizado como una forma de expresión, proyecta ciertos rasgos de su personalidad, ya que se viste usando lo que quiere y al mismo tiempo, acorde a lo que le gusta.

Al joven estar en una etapa en la cual todavía no está seguro de sí mismo, de saber quien es completamente, tiende a dejarse influenciar muy fácilmente por su alrededor y por el que dirán. Está en una etapa en la que es más fácil compararse para parecerse al otro, que hacer lo que el adolescente quiere, normalmente el criterio utilizado en el momento de escoger ropa es lo que está en tendencia en ese momento, como el adolescente todavía no tiene un gusto que vaya con su identidad se deja llevar muy fácilmente. En el 2010 se hizo una entrevista a jóvenes en Medellín sobre su como como escogían la ropa que usan.

Al preguntarle a un adolescente de 13 años por las razones para escoger su vestuario, responde que lo selecciona “por lo que se esté usando en este momento, por ejemplo, si es blue jeans entubado, uno busca blue jeans entubado, la moda”.

(Piedrahíta, Ceballos, & Bejarano, 2012).

El adolescente tiene varios factores en cuenta en el momento de escoger la ropa como por ejemplo el color, la textura, cómo está decorada, cómo se le ve, qué tan atractivos es y muchas veces, qué piensan sus amigos de esa prenda. Es normal que el joven primero no compre ropa pensando en lo que le gusta, si no en lo que se está usando en este momento. Cada adolescente es diferente y por esto es normal que cada uno tenga su propio proceso de elección, que deja una posibilidad de crear ciertas dudas de si escogió bien o no. “Además sabemos que la fragilidad de

los adolescentes puede transformarlos consecuentemente en sujetos pasivos de los influjos de las tendencias en moda y ser presa fácil para la adquisición de una identidad ambigua y superflua.”

(Larraín S. & Arrieta C., 2010)

Los adolescentes cada vez se preocupan más por su apariencia, Pues pueden sentirse aceptados o juzgados por sus pares dependiendo de cómo se ven. También en el momento de escoger que van a usar es normal que se dejen influenciar por cosas que ven en redes sociales y aquí se debe hablar sobre un factor importante en la adolescencia que es el peso, "Ser delgada es una condición central en la belleza femenina y asegura el éxito social" (Ladrero, 2005) aunque hoy en día existen infinitas campañas sobre amarte tal cual eres, hay modelos talla grande y más aceptación, el estereotipo de ser delgadas sigue siendo más dominante y también es debido a que la mayoría de las modelos son extremadamente flacas y las revistas, los blogs y muchas marcas intentan vender mostrando una imagen “perfecta” que los adolescentes al ver esto entra en su cabeza que ser flaca es sinónimo de estar linda.

Cuando los jóvenes van a comprar ropa suele pasar que quieren comprar una prenda que le vieron a ese famoso que admiran tanto y muchas veces puede pasar que al comprar esa prenda creen que su vida dará un giro de 360 grados y serán iguales a esas personas pero puede terminando sucediendo que el adolescente se da cuenta que no le queda igual que a ese famoso y esto puede causar daños en su autoestima debido a que en su mente tenía una imagen idealizada. La ropa y la sociedad también juega un rol importante en el autoestima ya que cuando un adolescente decide usar algo y no es aceptada por su grupo social causara una inseguridad en él, debido a que está en una etapa de vulnerabilidad al igual que puede suceder lo contrario y que su entorno acepte la prenda que está usando haciendo que el adolescente se sienta bien consigo mismo

ayudándole en su autoestima y en su mente cada vez que se ponga esa prenda se sentirá cómodo, confiado y seguro. Este interés va cambiando con el tiempo el joven al ir creciendo y confiando más en sí mismo, en lo que es y en lo que le gusta, deja de enfocarse tanto en su apariencia ya que los jóvenes más prematuros desean verse bien para encajar en la sociedad y así sentirse parte de ella.

Los adolescentes y la moda van de la mano ya que el joven siempre querrá comprar ropa para verse bien y estar a la par con las personas que lo rodean, es decir que se trata de vestir para encajar en su sociedad, lo cual es un aspecto primordial en lo adolescente por el hecho de que al sentir que encaja, se siente parte del mundo.

Metodología

Para responder al interrogante establecido se utilizará una metodología de enfoque cualitativo correlacional, debido a que la pregunta trata de explicar el proceso de construcción de identidad relacionado con la moda. La metodología debe ser cualitativa ya que se habla de un proceso social propio del ser humano estudiando cómo sucede y los factores que influyen para que suceda.

El estudio de este proceso se hará mediante dos entrevistas y una encuesta, las cuales se realizarán a dos diseñadores y dos psicólogos, para obtener más información desde varios puntos de vista y así poder responder a la pregunta establecida. Al ser dos tipos de público, se debe elaborar dos formatos de entrevistas distintos y de esta manera conseguir que cada uno responda desde su enfoque.

La encuesta será enfocada a un público de adolescentes entre las edades de 12 a 18 años, se escogió el método de entrevista ya que sería más fácil recoger los datos y se podría obtener más respuestas. El estudio será enfocado en estas edades debido a que dicho grupo de jóvenes son los protagonistas de esta investigación, por lo cual es importante analizar la manera en la que piensan.

Del mismo modo, se le hará otra entrevista a un grupo de diseñadores, ya que ellos darán respuestas diferentes a las de los adolescentes, porque responderán desde el ámbito de la moda. Los diseñadores entrevistados también serán de gran ayuda, ya que darán una opinión desde el punto de vista creativo.

Por último, se entrevistará a un grupo de psicólogos, ya que ellos entienden con mayor precisión el proceso de la adolescencia que se está tratando y con sus respuestas es posible que se

pueda entender con más claridad el pensamiento de los adolescentes porque hablan desde la teoría y lo profesional.

Con esta metodología se busca contestar el último objetivo planteado que es “Determinar la percepción de los adolescentes de la ciudad de Medellín sobre su forma de vestir y la imagen que desean proyectar”, con este objetivo sustentado se podrá obtener una respuesta basada en fundamentos para la pregunta planteada.

Análisis

Análisis de las entrevistas

Diseñadoras

Con el propósito de conocer la posición que tiene la industria de la moda en relación con las particularidades de los adolescentes y qué tanto son tomadas en cuenta al momento de diseñar las prendas, se realizó una entrevista a dos diseñadoras de la ciudad de Medellín; quienes coinciden en que efectivamente se tienen en cuenta las características de los adolescentes; tanto las que tienen que ver con su momento de desarrollo, así como otras más específicas como el lugar donde residen, de dónde vienen, lugares que frecuentan y otros factores que influyen en los gustos de los adolescentes; y para los diseñadores es importante conocer estas preferencias para poder complacerlos con las prendas que crean.

Ambas diseñadoras resaltaron que una de las funciones de la moda es hacer que las personas logren expresarse a través de ella, mostrar algo de su personalidad y sus intereses, y así encuentran un estilo con el que se identifican. Así lo expresa Maria Cristina Lopera, una de las entrevistadas:

Una de sus funciones es crear un diálogo entre las personas, cómo viven, su tiempo y cómo lo reflejan y otra es que las personas puedan expresar sus personalidades, sus intereses y su propio yo a través de la forma en la que se muestran a los demás en el mundo. (M. Lopera, comunicación personal, 22 de abril de 2020)

De las respuestas también se puede concluir que la moda es un medio que las personas usan para mostrar un poco lo que son y, particularmente los adolescentes al encontrarse en una etapa de construcción de identidad van experimentando qué les gusta y usan la moda como una

forma de expresión; por lo que muchos jóvenes son marcadores de tendencias y se puede tomar de ejemplo los influenciadores.

En síntesis, la moda se acoge a las tendencias que van emergiendo y sus diseños van alineados con esas tendencias; pero al mismo tiempo busca que en cierta forma cada individuo pueda sentir que se identifica con lo que se está vendiendo.

Psicólogos

Se entrevistó a dos psicólogas con el objetivo de obtener información de expertos acerca del desarrollo de la identidad en los adolescentes. A la pregunta sobre los aspectos que consideran relevantes en esta construcción de identidad, ambas psicólogas resaltaron que en esta etapa los jóvenes comienzan a experimentar para indagar qué les gusta y qué no, comienzan a tomar sus propias decisiones y a vivir experiencias y gracias a esto se van formando.

Entendiendo que el adolescente está en una época importante de su vida en la que necesita expresarse y mostrar quién es, las entrevistadas explicaron que algunas de las formas en que un adolescente puede expresar su identidad son la música, las películas que le gustan, la forma como se peina, los lugares a los que asiste y los deportes o hobbies que practica. Al respecto, una de las psicólogas resalta que, al ser una época de construcción de identidad para el adolescente, él intenta que sus gustos sean diferentes a los de sus papás.

En cuanto a la relación entre la moda y la identidad, las Psicólogas entrevistadas consideran que la moda es un factor que influye en la vida del adolescente, ya que es una forma de expresión y a través de ella se puede conocer un poco su personalidad. La identidad incide en la moda y la moda es cambiante, entonces el adolescente al ir creciendo y cambiando también va observando y decidiendo qué es con lo que más se identifica y cuál estilo se acopla más a su identidad.

Análisis encuesta

Se realizó una encuesta que fue respondida por 112 adolescentes entre los 12 y los 18 años; de ellos 104 fueron mujeres y 8 hombres, lo que resulta relevante para el análisis de los resultados, pues esto indica que la aproximación al fenómeno se centra en la mirada de las adolescentes mujeres.

Género con el que te identificas
112 respuestas

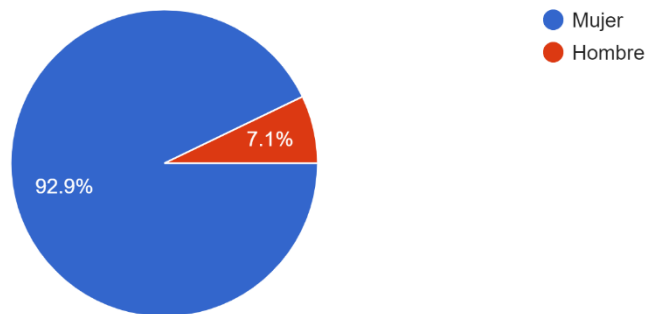


Figura 4 Respuestas adolescentes, pregunta 1

En lo que concierne a la etapa de la adolescencia en que se encuentran los jóvenes que respondieron la encuesta, se observa que 23 de los encuestados están entre los 12 y 14 años (adolescencia temprana), 35 se encuentra entre los 15 y los 16 años (adolescencia intermedia) y 54 entre los 17 y 18 años (adolescencia tardía).

¿Qué edad tienes?

112 respuestas

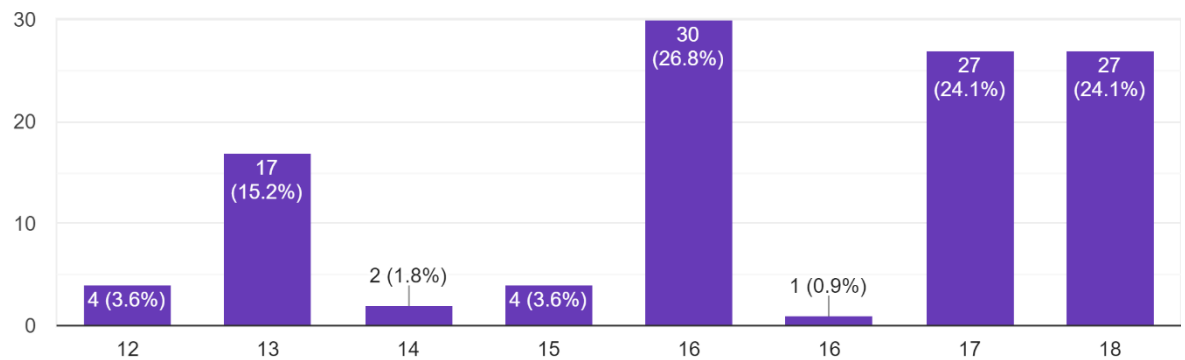


Figura 5 Respuestas adolescentes, pregunta 2

La encuesta se dividió en tres grandes preguntas. En la primera se les pide a los adolescentes que señalen algunos factores que tienen en cuenta al momento de comprar una prenda o de escoger qué se van a poner y con base en las respuestas, los factores más relevantes son los siguientes:

Las tendencias de la moda, (77 jóvenes eligieron esta respuesta), la marca (61 votos), que no lo tengan muchas personas y que no sea muy costoso, ambos factores obtuvieron 59 votos y 56 jóvenes eligieron “lo que veo en redes sociales”. Adicionalmente, en esta primera pregunta también se les pidió que si había otro factor, lo escribieran, y la mayoría de las respuestas dan cuenta de que para los adolescentes es importante que la ropa que usan sea cómoda, les guste a ellos y los haga ver bien.

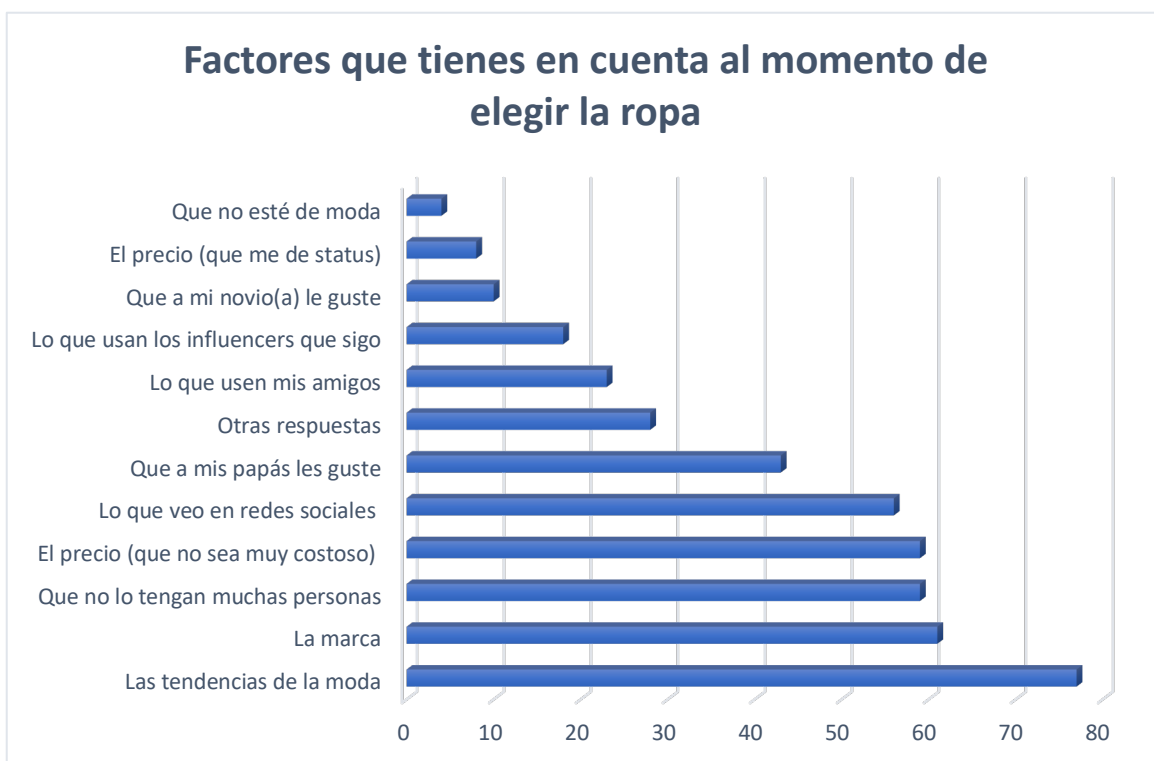


Figura 6 Respuestas adolescentes, ejercicio 1

El instrumento continuaba con una serie de afirmaciones que los encuestados debían calificar del 1 al 5, con base en qué tan de acuerdo está con cada una de ellas. En este punto se resalta que 89 de los adolescentes están de acuerdo con la afirmación “Tengo muy claro quién soy y qué me gusta” y 83 jóvenes están de acuerdo en que la ropa que usan refleja su personalidad; lo que podría tomarse como indicadores de que los jóvenes entrevistados usan la ropa como una forma de expresión y están en desacuerdo en vestirse siguiendo tendencias que no reflejen quienes son. Se observa además que los jóvenes en el momento de escoger qué se van a poner sí tienen en cuenta lo que marcan las tendencias, pero que también vaya con su estilo personal y puedan reflejar quiénes son a través de lo que están usando.

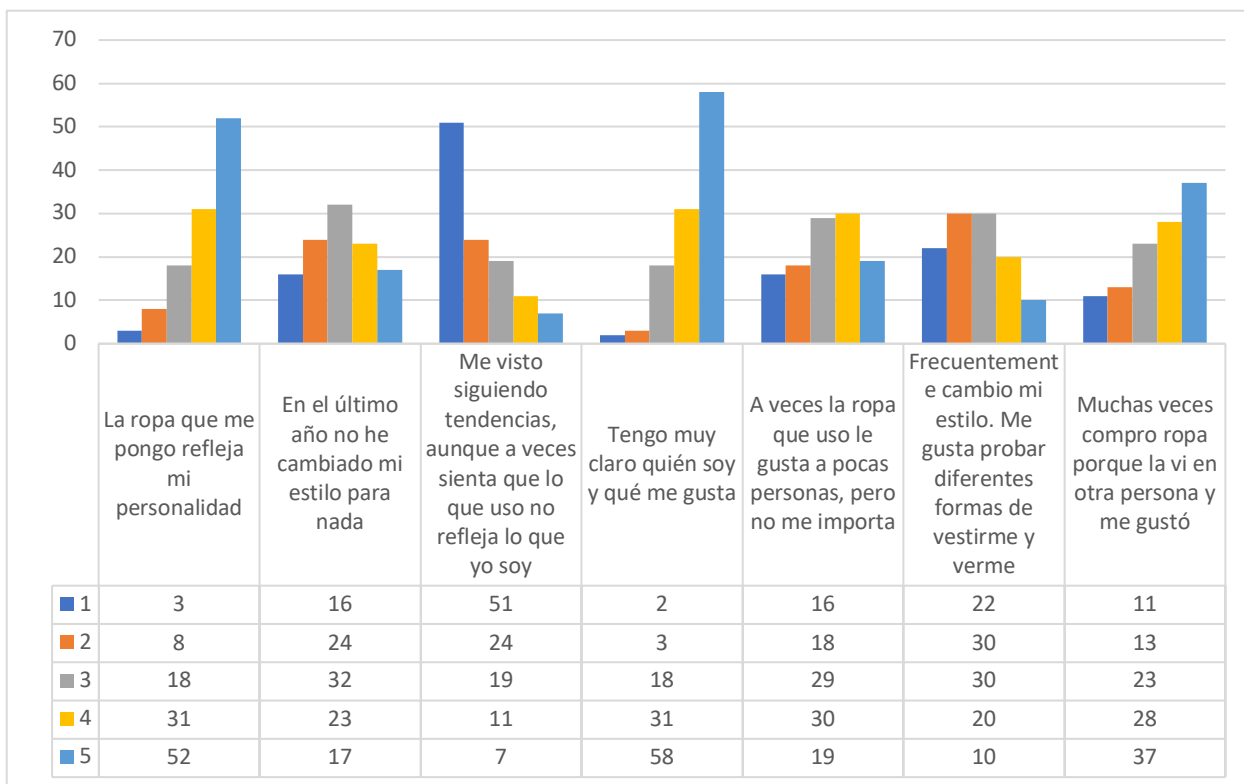


Figura 7 respuestas adolescentes, ejercicio 2

Para finalizar la encuesta, la tercera pregunta consistía en pedirles a los jóvenes que calificaran en orden de importancia algunos aspectos de la ropa que usan. Con base en las respuestas obtenidas, se observa que lo más relevante para los jóvenes es que la ropa que usan los haga ver bien (97 adolescentes lo calificaron con 4), que refleje su estilo es calificado como muy importante por 70 adolescentes y que sea cómodo fue calificado en 4 por 63 jóvenes y

De esta encuesta se puede analizar que los adolescentes aunque constantemente están viendo en las redes sociales nuevas tendencias y quieren acogerse a ellas para estar a la moda, al momento de comprar o elegir lo que quieren ponerse, también buscan que se refleje su personalidad, lo que les gusta y lo que va con su propio estilo; ya que las respuestas enfocadas en la elección de la ropa que vaya con su personalidad fueron más apoyadas, que las que hablaban de escoger ropa que esté de moda, siguiendo tendencias, pero que no refleja quienes son.

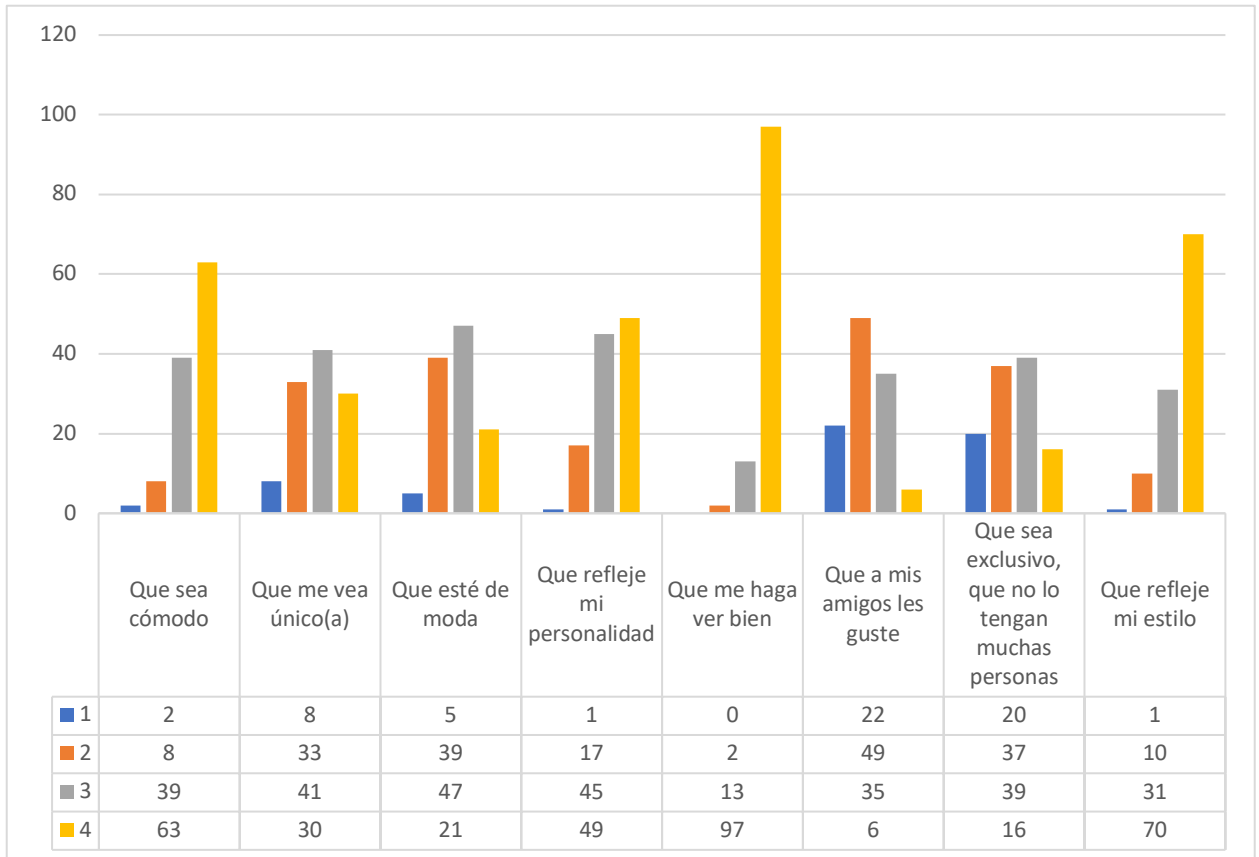


Figura 8 respuestas adolescente, ejercicios 3.

Conclusiones

Para dar respuesta a la pregunta de investigación por la incidencia de la moda en la construcción de la identidad en los adolescentes de hoy, se partió realizando una revisión conceptual alrededor de los temas adolescencia, identidad y moda; para posteriormente pasar a la metodología con la aplicación de entrevistas a profesionales de los campos del Diseño de Modas y de la Salud Mental con experiencia en el trabajo con adolescentes y una encuesta a 112 adolescentes, con el fin de conocer desde su percepción la correlación entre la moda y la identidad.

Teniendo como base los resultados obtenidos con la metodología y contrastándolos con el objetivo planteado, se concluye que en la relación entre moda e identidad se da una incidencia mutua, en ambos sentidos: en cierta forma la moda efectivamente influye en la construcción de identidad de los adolescentes y así mismo la identidad de los adolescentes impacta las tendencias de la moda.

De un lado, con lo expuesto por las diseñadoras en las entrevistas se entiende cómo la identidad de los adolescentes impacta en la moda, pues definitivamente la industria textil tiene en cuenta las características de los adolescentes, sus gustos y preferencias. Y así mismo, una de las funciones de la moda hoy es permitir a los jóvenes expresarse a través de ella, y para cumplir esta función, el vestuario debe ser tan versátil que le permita al adolescente mostrar algo de su yo y su personalidad por medio de sus prendas de vestir. Adicionalmente, hoy la industria toma a los jóvenes como marcadores de tendencias y por eso, son ellos quienes en gran medida imprimen la pauta de lo que se va a usar.

De otro lado, para entender cómo la moda puede ser un componente que impacta la identidad, se observa que la mayoría de los adolescentes encuestados afirman que la ropa refleja

su personalidad y al mismo tiempo, al dar respuesta a la pregunta por los factores que tienen en cuenta al momento de elegir su vestuario, dentro de los más puntuados están las tendencias de la moda, la marca y lo que ven en redes sociales. Es decir, en sus decisiones tiene relevancia lo que está pasando en su contexto y la influencia externa, pero al mismo tiempo al elegir lo que se van a poner desean que esto refleje lo que ellos son. Lo observado en la encuesta confirma lo expuesto por Posada et al., (2016) en el sentido de que la adolescencia es el momento en que la identificación con los pares alcanza su máxima expresión. Y así mismo, el hecho de que sea una generación hiperconectada les permite estar enterados y permanentemente actualizados sobre las últimas tendencias de la moda, saber qué están usando los jóvenes de su edad y esto influye en las decisiones relacionadas con su estilo y la ropa que eligen usar.

Tanto las psicólogas como las diseñadoras expresaron que la ropa definitivamente es una herramienta que los adolescentes utilizan como forma de expresión y en esa medida incide en la construcción de su identidad, porque se sirven de ella para experimentar con qué estilos se identifican más, qué prendas y accesorios les gustan y al encontrar su estilo logran apropiarse de él para así, en su forma de vestir, mostrar algo de quiénes son.

Si bien las entrevistas de las psicólogas se enfocaron principalmente en el tema de la identidad en la adolescencia (a diferencia de las entrevistas a los diseñadores que se centró en la moda), ambas psicólogas hablaron un poco sobre cómo la moda puede ayudar al adolescente a construir su identidad, explicando que esta es una de las formas en que un joven logra expresar y mostrar quién es; pues es uno de los recursos que utilizan para decir cómo quieren que lo vean los demás. Y en este punto, las diseñadoras coincidieron con sus respuestas.

“La gente se pueda expresar a través de ella, la moda es un reflejo de la sociedad y el tiempo en el que se vive, es casi que una expresión artística también” (M. Lopera, comunicación personal, 22 de abril de 2020).

Así mismo, de las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada a los adolescentes, se concluye que efectivamente para ellos también es importante poder expresarse por medio de la ropa, es decir que sí usan la ropa como una herramienta para mostrar quiénes son.

Lo obtenido en la metodología se corrobora con la investigación conceptual, ya que en el momento de investigar sobre adolescentes y su formación de identidad se pudo ver que los adolescentes están en una etapa esencial de formación y buscan instrumentos para poder expresar quiénes son. Igualmente, en el apartado sobre la moda se señaló que esta ha estado presente a través de la historia y ha sido utilizada por las personas de diferentes formas, para expresar lo que son, lo que les gusta o como era anteriormente que era utilizada para mostrar a qué estatus social pertenecían.

Finalmente, es difícil determinar el grado de influencia de la moda en la identidad y viceversa, pero lo que sí es claro es que en la etapa de la adolescencia ambos fenómenos son esenciales y se impactan mutuamente. El adolescente toma en cuenta las tendencias y esto influye en sus decisiones y a la vez desea expresar quién es, mostrarse a los otros, y la moda es uno de los medios que utiliza para hacerlo. Igualmente, es indudable que, en esta época, en esta modernidad líquida, tanto la moda como la misma identidad no son permanentes, ni estáticas porque todo alrededor del joven e incluso él mismo, es alterable y se va moviendo, transformándose y adaptándose a su entorno. Por lo tanto, identidad y moda se correlacionan, se influyen mutuamente y están en permanente movimiento.

Referencias

Figura 1: HISTORIA DE LAS ZAPATILLAS CONVERSE ALL STAR. recuperado de:
<http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/historia-de-las-zapatillas-converse-all-star/>

6

Figura 2 La moda en la edad media Recuperado de:

<http://redhispanistas.es/es/actualidad/blogs/virgulillas-por-el-mundo/793-la-moda-en-la-edad-media>

Figura 3 Grandeza, ratros de la moda internacional en Medellín 1890-1950 Recuperado de:

<http://www.fashionlessons.co/grandeza-rastros-de-la-moda-internacional-en-medellin-1890-1950/>

Figura 4: Respuestas adolescentes, pregunta 1

Figura 5: Respuestas adolescentes, pregunta 2

Figura 6: Respuestas adolescentes, ejercicio 1

Figura 7: Respuestas adolescentes, ejercicio 2

Figura 8: Respuestas adolescentes, ejercicio 3

Bibliografía.

Agamez, A. (s.f.). Publimetro. Obtenido de Medellín se consolida como la capital de la moda en Colombia: <https://www.publimetro.co/co/medellin/2016/01/28/medellin-se-consolida-capital-moda-colombia.html>

Arroyo, N. M. (2011). Secretos de Atelier. Barcelona: maomao publications.

Bauman (2003). Modernidad Liquida.

Berzosa, M. (2017). Youtubers y otras especies. En M. Berzosa, Youtubers y otras especies (pág. 16). Barcelona: Ariel, S. A.

Historia de la moda en Colombia a través de los años. (s.f.). Obtenido de Revista Compensar:
<https://www.revistacompensar.com/comprendiendo/historia-de-la-moda-en-colombia-traves-de-los-anos/>

Historia de la moda en Colombia a través de los años. (s.f.). Obtenido de Revista Compensar:
<https://www.revistacompensar.com/comprendiendo/historia-de-la-moda-en-colombia-traves-de-los-anos/>

Hurlock, E. B. (1976). Psicología de la adolescencia. Buenos Aires: Paidós.

Ives, L. E. (s.f.). La identidad del Adolescente. Cómo se construye. Barcelona.

Ladrero, E. U. (2005). En torno al vestido y al cuerpo: moda y aceptación social. Años noventa y años dos mil.

Larraín S., M. E., & Arrieta C., M. (2010). Adolescencia: Identidad, Moda y Narcisismo.

Le Breton (2014). Una breve historia de la adolescencia.

Mendizábal Rodríguez, J. A., & Anzures López, B. (1999). La familia y el adolescente. En J. A. Mendizábal Rodríguez, & B. Anzures López, La familia y el adolescente (págs. 193-194).

Piedrahíta, V., Ceballos, L. M., & Bejarano, M. (2012). La Moda y el comportamiento adolescente urbano en centros comerciales de Medellín. Medellín.

Posada, Gómez, Ramírez (2016) El niño sano: Una mirada integral

Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de Diccionario de la Real Academia Española:
<https://dle.rae.es/identidad?m=form>

Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de Diccionario de la Real Academia Española:

<https://dle.rae.es/?w=adolescencia>

Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de Diccionario de la Real Academia Española:

<https://dle.rae.es/moda?m=form>

Riello, G. (2016). Breve historia de la moda. Barcelona: Gustavo Gili SL.

Schmidt, Vanina; Maglio, Ana; Messoulam, Nadia; Molina, Maria Fernanda; González, Alejandra. (2010). La Comunicación del Adolescente con Sus Padres: Construcción y Validación de Una Escala desde un Enfoque Mixto. Buenos Aires.

Anexos

Anexo A

Entrevistas diseñadores

María Cristina Lopera Toro, diseñadora de modas.

¿Cuándo se diseña una prenda, se tienen en cuenta las características de los adolescentes?

¿Cómo?

Sí, siempre y cuando sea una firma que esté dirigida a adolescentes, cada marca está enfocada a un mercado diferente y abarca cada una según su filosofía y las necesidades que quiere poder abastecer de acuerdo con una edad, unos intereses y un público muy definido.

Cuando una marca busca específicamente trabajar para adolescentes claro que sí, tiene en cuenta cosas como adolescentes de dónde, es decir a qué grupo sociocultural pertenece, si son de una ciudad cosmopolita es muy diferente un adolescente europeo, a un adolescente norteamericano, a un adolescente colombiano, tienen estilos de vida muy diferentes. Cómo desarrollan su vida, qué gustos tienen, qué necesidades tienen, cómo se quieren expresar, todo esto es importante para darles lo que necesitan

¿Cuál consideras que es la función de la moda hoy?

Son varias una, que la gente se pueda expresar a través de ella, la moda es un reflejo de la sociedad y el tiempo en el que se vive, es casi que una expresión artística también, entonces una de sus funciones es crear un diálogo entre las personas, cómo viven su tiempo y cómo lo reflejan y otra es que las personas puedan expresar sus personalidades, sus intereses y su propio yo a través de la forma en la que se muestran a los demás en el mundo. Entonces hay formas de

expresión de tu y yo en la intimidad, de tu y yo en el trabajo de tu y yo en el tiempo libre y la moda te da las posibilidades de que haga esto.

Por otro lado otra función de la moda es cumplir con parámetros de ecología, sostenibilidad y que refleje también el espacio geográfico en el que se produce y donde nacen las colecciones porque vivimos en un mundo global y las tendencias son muy globales y la moda es una forma de identificación de diferentes culturas y por esto hace unos años se trabaja mucho con artesanos, con gremios culturales propios de una ciudad o un país porque la moda hace un papel de embajadora cultural importante y otra función importante de la moda es dinamizar y activar pequeños gremios artesanales, más que una función es un deber que se busca que se cumpla con esto ahora.

Ahora hablar más que funciones se habla mas de deberes qué debe hacer una empresa, qué debe hacer una industria para contribuir a los núcleos sociales a los que pertenece y de ahí empieza a encontrar sus funciones.

Teniendo en cuenta que dentro de la etapa de la adolescencia, el desarrollo de la identidad es fundamental, ¿Considerar que la moda incide en la construcción de identidad o la identidad incide en la moda?

La moda más que incidir en la construcción de la personalidad es un reflejo para que el adolescente exprese lo que va construyendo de él mismo, entonces es una forma de expresión, por eso muchos jóvenes son marcadores de tendencia porque la moda trabaja para ellos, no es que la moda les impone estereotipos si no que los diseñadores se fijan en que está reflejando la sociedad, que pasando en el sociedad y de acuerdo a lo que va pidiendo esta sociedad a lo que estos adolescentes van expresando y muestra que requiere, la moda se los debe dar o sea que el

adolescente es realmente el que le dice a la moda lo que quiere tener y la moda es la que se lo debe dar, no es que la moda le de algo y me imponga a la persona. entonces si los adolescentes, que hay muchas formas de ser adolescentes, hay infinitas formas de expresión en este rango de edad y muy personales porque a esta edad siempre se busca ser diferente y se busca tener un sello de identidad muy propio y aunque busques grupos que se parezcan a ti dentro de esos grupos a los que quieres pertenecer siempre estas buscando un sellos de identidad, la moda debe de dar esas herramientas para que el adolescente se pueda expresar como individuo y a la medida que cumpla esas expectativas de los adolescentes está cumpliendo una de sus funciones.

Manuela Ramírez, diseñadora de moda

¿Cuándo se diseña una prenda, se tienen en cuenta las características de los adolescentes?

¿Cómo?

Sí! Desde OFFCORSS tenemos en cuenta todas las edades: bebés, niños y adolescentes pensando en las etapas con todos los detalles y las necesidades que tienen cada una.

El área que piensa crea y desarrolla el producto, está dividido por grupos según la edad del consumidor al que va dirigido y por género, así el equipo que diseña para los adolescentes tiene un enfoque puntual tanto para masculino, como para femenino.

Pensamos en todas las personalidades y manteniendo el ADN de nuestra marca, proporcionamos opciones para cada estilo de vida que quiera llevar nuestro consumidor. También tenemos un portafolio para todas las ocasiones de uso, tales como: fiestas especiales, playa o vacaciones de verano, ropa deportiva, interior, pijamas. Al igual que tenemos propuestas para diferentes

épocas del año como lo son la temporada escolar, Halloween, navidad; entre otros. Nuestro principal foco son las prendas con propuestas diferenciadas y con detalles especiales. Con esto acompañamos cada momento de los adolescentes.

¿Cuál consideras que es la función de la moda hoy?

Para mi, la función principal de la moda es hacer que las personas encuentren su estilo de vida. Que la moda sea un abanico de opciones para todos los gustos, y las personas se sientan identificadas con los objetos, accesorios, prendas de vestir, lugares, actividades, y demás; para que su día a día tenga su propia esencia.

Teniendo en cuenta que dentro de la etapa de la adolescencia, el desarrollo de la identidad es fundamental, ¿Consideras que la moda incide en la construcción de identidad o la identidad incide en la moda?

Desde mi punto de vista, siento que actualmente los niños son más abiertos a expresar lo que les gusta, sin temor a la opinión de los demás, (aunque hay excepciones), se ven adolescentes cada vez más auténticos; esto permite que a medida que van explorando sus gustos con las diferentes modas, encuentran su identidad.

Anexo B

Entrevistas psicólogos

Elisa Peláez, psicóloga.

Sabemos que dentro de la etapa de la adolescencia, el desarrollo de la identidad es fundamental, ¿Qué aspectos consideras que son relevantes en la adolescencia en esa construcción de su propia identidad?

Permitirles una experimentación dentro de unos límites seguros y que no impacten cosas de forma permanente como por decir las drogas, el trago que si se ha encontrado que tienen un impacto en el desarrollo cerebral negativo, me parece que dentro de todo hay que permitirles experimentar, formas de vestir, formas de pensar, me parece que no puede ser un momento en el que se apague el pensamiento crítico al decirles que son cuestionadores, o cansones sino más bien tratar de entender por qué los adolescentes preguntan lo que preguntan, me parece que es lo que más ayuda a que desarrollen una sana identidad y que les permita ser felices porque van a encontrar quien verdaderamente son dentro de unos límites que no es permitir lo que sea si no que estén bien.

¿Cuáles consideras que son algunas de las formas en que un adolescente puede expresar su identidad?

Las formas en las que un adolescente puede manifestar su identidad van desde lo interno hasta lo externo, en lo interno, lo que piensan, sus creencias, sus cuestionamientos, sus posturas frente a las cosas trascendentales de la vida, la religión, su estatus quo, las cosas culturales, las reglas familiares. Todo esto me parece una forma sana de expresar la identidad y externo, su forma de vestir, como quieren verse, como quieren tratar a los demás obviamente dentro de unos límites de respeto, exteriorizar eso pensamientos que tiene y cuestionamientos y compartirlos con la sociedad no desde lo negativo como “ay tan cuestionadores” sino desde lo positivo como a ver que tienen para decir estas personas que nacieron en otra generación y tienen mucho que aportarnos.

¿Consideras que la forma como un adolescente elige vestirse se relaciona con su identidad?

¿De qué forma se da esa relación? (Es decir, la moda incide en la identidad o la identidad incide en la moda?)

Yo creo que tiene mucho que ver, más que la identidad, antes pensaría que tiene que ver con el tema social tan importante en la adolescencia es donde se prueba como las capacidades que vas a tener de sobrevivir con los de tu generación y en esa prueba hay cierto grado de querer imitar o querer verse igual a la manada como no ser muy diferente para que no te excluyen porque hay que estar dentro de la manada para sobrevivir y, yo creo, que ahí influye la industria de la moda vs que el adolescente se sienta incluido, creo que en su gran mayoría esa es como la realidad.

Manuela Hincapié, psicóloga

Sabemos que dentro de la etapa de la adolescencia, el desarrollo de la identidad es fundamental, ¿Qué aspectos consideras que son relevantes en la adolescencia en esa construcción de su propia identidad?

En la adolescencia el desarrollo de la identidad es super importante porque es una etapa en la que se está cuestionando el mundo, el otro y lo que son, y están buscando un lugar en el mundo entonces es un proceso necesario en el cual ellos necesitan esos espacio de privacidad, darse cuenta que son diferentes especialmente a los papás, que no piensan igual a ellos e incluso llevarles la contraria que a veces los papás lo toman como rebeldía pero no es así, es necesario que esto suceda porque en esta construcción de identidad también se da la construcción de la personalidad que es la suma entre el temperamento que es hereditario y el carácter que es ambiental, que significa ambiental? qué es lo que yo voy viviendo en el día a día y ahí tienen que ver como todo lo que está alrededor y cómo todas esas influencias que tengo que yo como

adolescente me voy identificando, me gusta más esto, me gusta este tipo de música, o me gusta la moda.

En resumen es que el adolescente quiere vivir sus propias experiencias, tomar su propias decisiones y cómo ir ensayando que le gusta y que no le gusta le va permitiendo construir esa propia identidad.

¿Cuáles consideras que son algunas de las formas en que un adolescente puede expresar su identidad?

Lo puede expresar por medio de la música, de la moda, de las series o películas que ve, del motilado el corte o el color que se quiere teñir el pelo, si tiene piercings o tatuajes, los lugares que le gusta asistir, ya sea restaurantes o discotecas, deportes hobbies, hay como varias formas de que el adolescente puede ir expresando y la mayoría de veces intenta que esos gustos sean diferente a la de los papás y es como una manera, obviamente puede que no tan consciente, de mostrarle a los papas como “vea es que yo soy diferente a usted o vea es que yo no pienso igual a usted”, porque cuando son niños obviamente les hacen más caso, se ponen la ropa que les escogen o escuchan lo que los papás quieren que escuchen, los papas escogen qué películas ven, qué series ven entonces creo que así pueden expresar su identidad.

¿Consideras que la forma como un adolescente elige vestirse se relaciona con su identidad?

¿De qué forma se da esa relación? (Es decir, la moda incide en la identidad o la identidad incide en la moda?)

Si totalmente, y siento que los papas que logran darles como esa libertad de escoger que se ponen o que no se ponen pues logra que de cierta manera ellos se sientan más libres, y puedan ir expresando como su identidad de una manera más sana.

Yo creo que la identidad incide en la moda simplemente la moda existe y yo como adolescente voy viendo con que me voy identificando, entonces pueden haber cambios en esa identidad puede que yo a los 12 años me gusta vestirme de negro con un estilo más emo o más oscuro pero ya cuando tenga 16 me empiece a gustar más otro estilo de flores porque obviamente las modas van cambiando entonces yo según como vaya evolucionando, con lo que me vaya identificando puedo ir viendo que esa moda se acopla más a mi identidad entonces incluso creo que cuando hablamos en cuestiones de moda, yo creería que la moda es muy cambiante e incluso cuando uno es adulto también puede ir identificando con cosas diferentes, por ejemplo a mí en la adolescencia me gustaba unas cosas de una ropa pero ya en este momento no tanto y eso no significa que yo haya cambiado mi identidad, simplemente son gustos.