



MODA COMO EXPRESIÓN DE EMPODERAMIENTO FEMENINO: ELEMENTOS QUE
GENERAN EMPODERAMIENTO SIMBÓLICO.

Maria Fernanda Arango Saraz

Asesora: Carmen Julieth Salazar Lopez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Comunicación Social y Periodismo

Antioquia y eje cafetero

Seccional Bello

Medellín

2021

Tabla de Contenido

Resumen.....	5
Introducción	7
Planteamiento del problema.....	9
Objetivos	11
Justificación	11
Antecedentes	13
Marco contextual	16
Feminismo.....	16
Feminismo y Moda.....	18
Moda en Medellín	21
Marco teórico	22
Semiótica y Semiótica del Vestuario	28
Marco Conceptual.....	32
Ser Mujer.....	32
Empoderamiento Femenino	34
1. El Poder Sobre.....	35
2. El Poder Para	35
3. El Poder Con	35
4. El Poder Desde Adentro	35
Elementos Simbólicos De La Moda.....	37
1. La Intervención De La Apariencia Estética En La Composición Del Vestuario	38
2. Los Efectos Estéticos Que Puede Producir La Ropa, Ya Sea En Quien La Lleva O En Otros	38
3. Utilización Del Fundamento Del Vestuario En Las Artes	39
4. El Arte De Vestirse	39
Marco Legal	40
Legislación Internacional	40
1. -LEY 74 DE 1968	40
ARTICULO 11	41
Resolución 1325 (2000) Del Consejo De Seguridad De Las Naciones Unidas	42
3. Naciones Unidas, Consejo De Seguridad, Resolución 1325 De 2000	42

4. Cuarta Conferencia Mundial Sobre La Mujer, Beijing	42
5. -Declaración Universal de Derechos Humanos	42
Legislación nacional.....	42
1. Decreto 1930 Del 6 De Septiembre De 2013	42
2. Ley 1009, 23 De Enero De 2006.....	42
3. Ley 823 De 2003	43
4. Ley 1542, 5 De Julio De 2012.....	43
5. Ley 1468, 30 De Junio De 2011.....	43
6. Decreto 164, 25 De Enero De 2010	43
Marco praxeológico	43
Metodología	44
Análisis y resultados	48
Como Se Expresa El Empoderamiento Femenino En Las Mujeres De Medellín.....	48
Observación Formas De Vestir, Mujeres En Los Barrios Provenza Y Vía Primavera.....	56
Colores	57
Estilo Y Tendencia	59
Maquillaje y Cabello (peinados, color, corte).....	61
Accesorios	62
Qué Se Entiende Por Empoderamiento Y Moda.....	63
Conclusiones	67
Bibliografía	70
Anexos	73

Tabla de Figuras

Figura 1 Vestir, expresión de empoderamiento	49
Figura 2. Expresiones de empoderamiento	50
Figura 3. Estilo al vestir	53
Figura 4. Elementos que generan seguridad	55
Figura 5. Minifalda y estampado a cuadros	60
Figura 6. Estampado camuflado y tendencia oversize y pantalón.	60
Figura 7. Maquillaje natural.....	61
Figura 8. Maquillaje color.....	61
Figura 9 Cabello rapado y verde.....	62
Figura 10. Cabello con mechón azul.....	62
Figura 11 Cadena de colores.....	63
Figura 12. Anillos	63

Moda como expresión de empoderamiento femenino: elementos que generan empoderamiento simbólico.

Resumen

Este trabajo de investigación busca analizar la moda como expresión de empoderamiento femenino, a través de los diferentes elementos que la componen, como son, la ropa, los zapatos, el maquillaje y los accesorios, y por qué estos elementos brindan seguridad simbólica. Esta monografía repasa aspectos esenciales sobre el feminismo y su historia, la relación entre feminismo y vestimenta, y de cómo se vive la moda en la actualidad en la ciudad de Medellín en las mujeres de 20 a 30 años, en el periodo comprendido entre 2020 y 2021, por medio del análisis a través de diferentes teorías de la comunicación que apoyan estos fenómenos: teoría estructuralista, la sociología fenomenológica, la semiótica y semiótica del vestuario.

El análisis los elementos simbólicos se consiguieron por medio del estudio de un grupo de mujeres de la ciudad a las que se les realizó una encuesta, un diario de campo en los barrios Provenza y Vía Primavera, y una entrevista a dos socios y diseñadores de marcas de ropa para mujeres en la ciudad de Medellín. Gracias a esto, se entendió que la moda ha sido una herramienta esencial para la comunicación no verbal, en el proceso de empoderamiento femenino, y en los discursos de feminismo y género.

Palabras clave: Empoderamiento femenino, moda, elementos simbólicos, seguridad, feminismo.

Abstract

This research seeks to analyze fashion as an expression of female empowerment, through the different elements that make it up, such as clothing, shoes, makeup and accessories, and because these elements provide symbolic security. This monograph reviews essential aspects about feminism and its history, the relationship between feminism and fashion, and how fashion is currently lived in the city of Medellín among women aged 20 to 30, in the period between 2020 and 2021, through different theories of communication that support these phenomena: structuralist theory, phenomenological sociology, semiotic and semiotic costume.

The analysis of the symbolic elements was achieved through the study of a group of women in the city who were surveyed, a field diary in the neighborhoods Provenza y Vía Primavera and an interview with two partners and designers of women's clothing brands in the city of Medellín. Thanks to this, fashion has been understood to be an essential tool for non-verbal communication, in the process of female empowerment, and in feminist and gender discourse.

Keywords: Female empowerment, fashion, symbolic elements, security, feminism.

Introducción

A través de la moda, las mujeres han encontrado un medio por el cual expresar su libertad, generando desde la apariencia personal un empoderamiento que comenzando en lo individual se transmite a lo social, permitiendo un mayor alcance en los diferentes escenarios de la vida y reconstruyendo así el rol de la mujer. Al ser este un siglo diferente y representativo para la mujer en su evolución y transformación, desde lo cultural hasta lo económico, y lo personal, que en este caso confiera, donde se da a conocer las constantes para la relación de moda, empoderamiento y su manifestación a través de los elementos que conforman la moda que generan seguridad.

El propósito de esta investigación es analizar los elementos de la moda como forma de seguridad simbólica de empoderamiento femenino en un grupo de mujeres en la ciudad de Medellín en el periodo comprendido entre 2020 y 2021. Para esto se plantearon tres objetivos específicos, donde se lograron identificar cuáles son los elementos simbólicos de vestimenta que usan las mujeres Medellín, se observó cómo estos elementos les brindan seguridad personal y por último se definió cómo se expresa el empoderamiento femenino a partir de estos elementos simbólicos de vestimenta.

Las teorías aplicadas en la investigación fueron, la teoría estructuralista por Claude Lévi-Strauss, La sociología fenomenológica, que tiene como objetos de estudio propios de la ciencia de la comunicación la intersubjetividad y las interacciones múltiples en la vida cotidiana, La semiótica y Semiótica del vestuario.

La investigación contó con una metodología dividida en tres fases, cada fase correspondió a un objetivo e instrumento diferente, el primero de ellos fue una encuesta semiestructurada

realizada a un grupo de mujeres que se eligió de manera aleatoria, el segundo fue un diario de campo que observó las mujeres que se encontraban en los barrios Provenza y Vía Primavera de la ciudad de Medellín, y el tercer instrumento fue una entrevista realizada a dos personas diferentes, ambos, dueños de marcas de ropa para mujer, donde contaban que entendían por empoderamiento y moda, sobre los procesos de producción de la marca al dirigirse a la mujer y el por qué es importante sentirse empoderado a través de la moda y sus elementos.

A partir de la aplicación de los instrumentos comenzó el análisis de los resultados de cada uno, en los que se encontró, qué tipo de prendas, peinados, colores, tendencias, estilos y tipos de accesorios, usan las mujeres de Medellín, además de comprender por qué a través de estos elementos las mujeres sienten seguridad. Cada categoría tuvo su respectivo análisis los cuales sirvieron para responder y cumplir cada uno de los objetivos propuestos.

El resultado de la investigación sirvió para responder cómo se comunica la mujer en el proceso de empoderamiento femenino a través de los elementos simbólicos que conforman su forma de vestir/apariencia personal. Se pudo concluir que las mujeres han optado por un camino de superación en el que su imagen ha aportado un gran porcentaje para los fines logrados, es decir la moda a través del vestuario con todos los elementos simbólicos que lo conforman, siendo una herramienta esencial para la comunicación no verbal, en los diferentes ámbitos de poder y empoderamiento.

Planteamiento del problema

En la presente investigación, se pretende analizar la moda cómo medio de expresión de empoderamiento femenino a través del uso de elementos simbólicos en su vestimenta. Se hará un resumen del movimiento feminista en la historia hasta la actualidad, de donde salió el término “empoderamiento femenino” y posteriormente se hará el análisis pertinente para dar las conclusiones.

El empoderamiento femenino es un término utilizado para referirse al aumento de la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones y acceso al poder, pero actualmente esta expresión conlleva también otra dimensión: la toma de conciencia en el proceso de identificación y representación de la mujer, del poder individual y colectivo que tienen las mujeres y del rol que se decide asumir.

Históricamente el feminismo ha sido una lucha por la igualdad de los derechos entre hombres y mujeres, los primeros movimientos datan de la revolución francesa cuando Olympe de Gouges redacta el primer manifiesto feminista, *Declaración de los derechos de la mujer y la ciudadana* en 1791, luego en Inglaterra a finales del siglo XVIII se publicó otro texto sobre la igualdad de los sexos, *Reivindicación de los derechos de la mujer*, donde se considera el acceso a la educación fundamental para superar la subordinación femenina. Estas dos obras son las bases del movimiento feminista que se desarrollaría en el siglo XX. En el siglo XIX surgió un incipiente feminismo que reclamaba el voto de la mujer. El punto de reflexión del movimiento feminista se sitúa en la primera mitad del siglo XX tras la primera guerra mundial donde las mujeres ven cumplidas sus reclamaciones de sufragios en numerosos países y experimentó un impulso tras la declaración de los derechos humanos (Imaginario, 2018).

El empoderamiento femenino ahora, es un proceso que implica varias dimensiones y diversos componentes que están relacionados entre sí, que se definen y cambian de manera relativamente independiente, de tal manera que una mujer puede estar “empoderada” en varios aspectos de su vida, pero “desempoderada” en otros. (Casique, 2005). En estas se encuentran el acceso y control de los recursos, la libertad de movimiento, el control sobre su cuerpo y las relaciones sexuales, sentirse segura y el poder de decisión que va desde el rol que se desea ejercer en la sociedad, teniendo un lugar en la participación política y el conocimiento de sus derechos legales, el acceso a la educación y el trabajo, y desde el ámbito más personal, como querer formar un hogar, expresar su identidad y presentación personal a través de la moda de la manera y estilo en que se desee. Siendo esta última parte clave para comenzar a desarrollar la investigación, pues abordaremos el empoderamiento de la mujer a través de la vestimenta que viene de su propia elección y autonomía en el momento de crear y reflejar su imagen e identidad, de cómo la moda brinda a través de sus elementos maneras de hacer sentir a la mujer seguridad y empoderamiento.

Se pretende comprender la moda como una herramienta que impulsa la expresión de la mujer, con sus diferentes cualidades, medidas y formas de pensar, sin promover estereotipos de belleza. La pregunta que servirá de guía para realizar toda esta investigación sobre la moda como expresión de empoderamiento femenino es:

- ¿Cómo se comunica la mujer en el proceso de empoderamiento femenino a través de los elementos simbólicos que conforman su forma de vestir/apariencia personal?

Objetivos

Objetivo general:

- Analizar los elementos de la moda como forma de seguridad simbólica de empoderamiento femenino en un grupo de mujeres entre los 20 y 30 años en la ciudad de Medellín.

Objetivos específicos

- Identificar los elementos simbólicos de vestimenta que utilizan las mujeres de este grupo para sentirse seguras y empoderadas.
- Observar cómo estos elementos simbólicos les brindan seguridad personal a las mujeres del grupo.
- Definir como se expresa el empoderamiento femenino, a partir de los elementos simbólicos de vestimenta.

Justificación

La importancia de esta investigación en la actualidad reside en que hoy más que nunca se visibiliza la lucha de la mujer en la sociedad, aún sigue presente la desigualdad, en salario, oportunidades y libertad. Las mujeres siguen siendo blanco de violencia y se tiene la concepción patriarcal de la belleza que impera en la sociedad. Informar y analizar los diferentes estilos que las mujeres tienen y cómo hay elementos de vestimenta que las hacen sentir empoderadas. Abrir un espacio para el debate y entender un movimiento que lleva siglos luchando por lo mínimo.

El empoderamiento femenino no solo consiste en procesos de toma de decisiones y acceso al poder, ahora, permite reconstruir la propia identidad si no también la representación de la mujer, del poder individual y colectivo que tienen las mujeres (Leon, 1997). En la última década los movimientos feministas que luchan por la igualdad y equidad de género han aumentado y las luchas se han visto registradas alrededor del mundo, países como Argentina y Chile son pioneros en Latinoamérica. Esto ha abierto espacios para que las mujeres como individuos libres puedan elegir qué espacio quieren habitar en el mundo y de qué manera lo desean hacer, porque anteriormente se cortaba ese rol que se quiera tener y se tenían pocas opciones, en el hogar y laborales, y se estereotipó totalmente la apariencia de la mujer, controlando que se debía usar y que no.

Hoy en día cualquier forma de expresión y comunicación a través de la vestimenta y elementos simbólicos de esta que use la mujer puede ser una representación de empoderamiento sobre sí misma, al volverse dueña de su propio estilo.

Esta investigación es relevante dentro del ámbito de la comunicación puesto que va dirigido al beneficio y entendimiento de una comunidad específica, en este caso, dentro de un grupo de mujeres de la ciudad de Medellín entre los 20 y 30 años. Se centra en cómo la moda a través de elementos simbólicos de vestimenta es un medio para la interacción, representación y protesta en una comunidad que comparte elementos en común. Elementos que son vistos como herramientas para el proceso de identificación, empoderamiento y autoaceptación que se ha perdido en una sociedad prototípica.

La Sublínea de investigación en la que se suscribe este análisis es de imagen, representación e identidad del programa de Comunicación Social – Periodismo de la

Corporación Universitaria Minuto de Dios. Esta sublínea se centra en el estudio de los fenómenos sociales de identidad y de representación en la construcción de identidad, a través de manifestaciones artísticas y culturales que configuran desde la imagen un sistema de comunicación. Las orientaciones metodológicas se centran en los aportes del análisis de contenido, el análisis de discurso, la etnografía visual, y el registro y producción audiovisual de las manifestaciones estudiadas.

El objetivo de la investigación bajo la sublínea es la de comprender las maneras de conectar y relacionar los procesos históricos, las representaciones sociales y las políticas en la construcción de identidad, mediante el desarrollo de procesos investigativos relacionados con la imagen.

Antecedentes

Se llevó a cabo una búsqueda de referentes teóricos que hubieran estudiado el tema de la vestimenta como expresión de empoderamiento femenino en el mundo y especialmente en la ciudad de Medellín. Dentro de esta búsqueda se encontraron artículos, libros, una ponencia y trabajos de grado de algunas instituciones de la ciudad de Medellín.

El primer artículo encontrado *Elementos para una teoría social de la moda* (Martínez Barreiro, 1996) nos habla acerca de las principales aportaciones teóricas para explicar la moda que se ha producido principalmente desde finales del siglo diecinueve hasta la actualidad. Hacen una breve historia del pensamiento sociológico y hablan acerca de los intentos de interpretación del fenómeno de la moda en la sociedad. Entre estos, muestran, la moda como uno de los fenómenos que mejor expresa la conflictividad vertical entre las clases o fracciones

de clase. Nombran a teóricos de la perspectiva clásica de la estratificación de la moda: Spencer, Sitmel y Veblen. Enfoques contemporáneos, la perspectiva del cambio social, la perspectiva expresiva y seductora de la moda, la perspectiva del lenguaje de la moda: el estructuralismo y la semiótica.

En la ponencia *El concepto de empoderamiento en los estudios de género y en la prensa femenina* del Congreso internacional de comunicación y género, en esta ponencia se habló acerca del concepto de empoderamiento en el ámbito de las estrategias de desarrollo, sobre todo por organizaciones feministas, y por esta razón se ha convertido en un término habitual en los proyectos para incentivar la igualdad de género, proponen una aproximación entre el concepto de empoderamiento desde la perspectiva de los Estudios de Género y su utilización por las revistas femeninas, para que de esta manera sea posible comprender cuál es la imagen del empoderamiento femenino en el único sector de la prensa totalmente dedicado a las mujeres (Orisni, 2012).

Se encontró un trabajo de grado de la Universidad Pontificia Bolivariana del pregrado de Diseño de Vestuario llamado *La moda como empoderamiento femenino. Un análisis de su manifestación en los cambios de vestuario del siglo XXI* (Ospina Toro, Andrea, 2017) este trabajo de grado aborda la relación entre empoderamiento femenino y moda vestimentaria, por medio de la identificación de argumentos y teorías que apoyan o que niegan una posible relación entre ambos fenómenos, también se analiza la relación entre los componentes mencionados y su manifestación gracias al Zeitgeist de cada época.

También, se encontró a la autora Vanessa Rosales, con su libro *Mujeres Vestidas*, quien es una escritora especializada en historia y teoría del estilo y la moda. En este libro ella se encarga de contar cómo se da el feminismo y el empoderamiento de la mujer a través de la

moda, siendo un término que se ha tachado como superficial, pero que con el tiempo ha demostrado ser una forma de expresión de empoderamiento y protesta.

Otra autora importante que se encontró para la investigación fue Chimamanda Ngozi Adichie, con su libro *Todos Deberíamos Ser Feministas*. Ella es una escritora nigeriana, y habla sobre el feminismo y la moda. En este libro ella se encarga de hacer una crítica a los prejuicios y estereotipos impuestos por la sociedad a la mujer según su estrato, color, raza y físico.

El aporte con esta investigación sobre la Moda como expresión de empoderamiento femenina: elementos que generan empoderamiento simbólico, es observar los diferentes análisis que se han hecho sobre las representaciones e identificación de la mujer en la moda a través de la historia y de cómo se expresa el empoderamiento a través de elementos simbólicos en la actualidad, su rol, los prototipos que se le han atribuido a la mujer y el resultado que ha dejado todo aquel producto socialmente construido en las mujeres y en la sociedad. De cómo la moda ha sido un elemento clave para generar empoderamiento, es por esto, que el grupo de mujeres escogidas para el análisis juegan un papel determinante, porque son mujeres de la época actual que conocen la historia de la lucha de la mujer en la sociedad y la minimización que se le ha dado, por ende, no siguen un camino impuesto y creado, sino que lo transforman y lo comunican a través de la forma en que visten, en cómo lucen, para así empoderarse ellas mismas y a los demás.

Marco contextual

A continuación, se hará un recuento breve acerca de la historia del feminismo, de cuál es la diferencia entre los movimientos feministas y el feminismo, y de cómo la moda ha sido una herramienta que ha impulsado el empoderamiento femenino a través de los años. Comenzando desde un contexto mundial ha cómo se vive en la actualidad en la ciudad de Medellín.

Los movimientos feministas son conformados por mujeres que su objetivo es lograr la igualdad de derechos civiles, sociales, laborales e individuales entre los sexos y ahora también, entre géneros. El feminismo, a diferencia de los movimientos feministas, generalmente tienen una base teórica y su presencia se hace sentir de forma directa.

Feminismo

Citando la definición de Samara de las Heras (2009) , doctora en Derechos Humanos, feminismo es toda teoría, pensamiento y práctica social, política y jurídica, que tiene por objetivo hacer evidente y terminar con la situación de opresión que soportan las mujeres y lograr así una sociedad más justa que reconozca y garantice la igualdad plena y efectiva de todos los seres humanos.

Remontándose a los orígenes, el feminismo surge en vinculación estrecha con el movimiento de la Ilustración y por ello mismo, denuncia la falta de inclusión de las mujeres en los derechos, en la universalidad de la razón, así como en una vida libre de prejuicios, por mencionar algunos de los exhortos que hacía (González García, 2017). Para indicar la historia de esta lucha, en los siglos XVII, XVIII y XIX, se vivió una introducción a los movimientos abiertamente feministas y luego la década de los setenta, da paso al feminismo que vivimos en la actualidad.

Es hasta los inicios de la Revolución Francesa cuando se encuentran las primeras manifestaciones de lo que se podría considerar un feminismo, las mujeres comenzaron por demandas sociales que las beneficiaran y reivindicaran en la Historia del feminismo como tales, en contra de la desigualdad, opresión, discriminación y explotación de las que eran sujetas. Las mujeres francesas ocuparon un lugar de mucha importancia durante la Revolución y ésta determinó que efectivamente ellas sí podían desempeñar papeles que en otras épocas les habían sido negados y que efectivamente podían ocupar lugares en los que habían sido vetadas, el exponerlo no significó necesariamente un cambio, la consigna de igualdad, libertad y fraternidad no las incluyó y tan es así que en 1793 la diputación de la nueva República les negó los derechos que se habían ganado (Pinto González, 2003).

A principios del XX, mujeres de Inglaterra, Portugal, Suecia, Francia, Italia, Alemania y Estados Unidos, se dan a la lucha por los derechos sociales, civiles, económicos y educativos. Es en este contexto cuando el movimiento propiamente feminista inicia su fortalecimiento con el surgimiento y desempeño de las sufragistas y la incorporación de jóvenes mujeres solteras de clase media a las universidades y sectores laborales que eran coto masculino (Pinto González, 2003). Ante las transformaciones económicas, políticas y sociales, la vida cambia, los hombres no poseen total control de la organización y resultado de su trabajo como anteriormente había sido y las mujeres comienzan a tener más participación en la sociedad.

De acuerdo con De las Heras (2009) en su artículo “Una aproximación a las teorías feministas”, fue en Inglaterra en donde se dio el movimiento sufragista europeo más potente y radical. Destaca la labor política de John Stuart Mill, así como la de las sufragistas británicas de principios del siglo XX, en concreto, de Emmeline Pankhurst y sus hijas Sylvia y Christabel, que, en 1903, crearon, junto a otras mujeres el Partido Laborista Independiente, la Unión Social

y Política de las Mujeres y el periódico. El movimiento de las sufragistas fue criticado, pero sentó los antecedentes para que la mayoría de los países occidentales reconocieran el derecho al de la mujer a votar.

El punto de reflexión del movimiento feminista se sitúa en la primera mitad del siglo XX tras la primera guerra mundial donde las mujeres ven cumplidas sus reclamaciones de sufragios en numerosos países y experimentó un impulso tras la declaración de los derechos humanos en 1948 y comprobar las diferencias laborales existentes entre hombres y mujeres, allí nace el movimiento de liberación de la mujer que marcaba el feminismo durante ese tiempo, en esta etapa se plantea la emancipación de la mujer a través de la igualdad de trabajo. (Imaginario, 2018)

Finalmente, se da un salto hasta los años sesenta, que es cuando se da inicio a un verdadero y generalizado movimiento feminista, donde surgen nuevas problemáticas para discutir, comienza la construcción de diferentes marcos conceptuales sobre la mujer en el mundo, además, es cuando la acumulación de evidencia sobre la participación y lugar de la mujer en la sociedad inicia.

Feminismo y Moda

Es aquí donde inicia el análisis de feminismo y moda. Para Vanessa Rosales escritora especializada en historia y teoría del estilo y la moda, el feminismo y la moda son aliados. “Siempre ha habido una resistencia, en parte porque la moda se ha construido como un tema femenino y los temas femeninos tienden a ser percibidos como secundarios, frívolos y poco importantes” (Espectador, 2018). Hay que saber qué la moda siempre ha estado presente para hombres y mujeres, “Antes, en las salas de la aristocracia europea, el ocio que celebraban las

personas privilegiadas de la sociedad incentivaba una vida de quietud que implicaba el interés de ambos sexos en el tema del vestir adecuado, lujoso y ornamental` (Rosales, 2017, pág. 12).

En el momento en que las mujeres comenzaron a reemplazar la mano de obra masculina durante las revoluciones se dio un cambio en la forma de vestir debido a la necesidad de la funcionalidad. A través de las diversas olas feministas se ha podido observar cómo la ropa revela lo que podían usar o no las mujeres. `La ropa sirve para comprender, sí, ideales estéticos, pero también las posibilidades de la biografía y la experiencia que puede tener una mujer en el mundo` (Rosales, 2017, pág. 15). La ropa a través de la historia habla sobre el grado de libertad que ha ido desarrollando la mujer. Un ejemplo de esto es el uso de pantalones para mujeres, introducido y conocido mundialmente por la diseñadora Coco Chanel, el uso de la minifalda y los bikinis.

“Las normas morales y públicas de hace más de un siglo, por ejemplo, cohibían bajo toda circunstancia que una mujer revelara ciertas zonas de su cuerpo, incluso en las situaciones donde era natural que lo hiciera, como en las actividades playeras” (Rosales, 2017, pág. 53). Las mujeres no eran autónomas de sus decisiones y menos de su forma de vestir, su ser dependía en totalidad del hombre. Es por esto, que la moda puede ser tomada como una herramienta de lucha y protesta feminista silenciosa.

Valerie Steele, directora y curadora del museo del Fashion Institute of Technology de la ciudad de Nueva York, cuenta que "La minifalda fue un fenómeno extraordinario y tuvo un gran impacto ya que era parte de la cultura juvenil emergente de la década de 1960." (Steele, 2018). Esto también lo expresa la autora Vanessa Rosales, cuando nació la primera minifalda, las mujeres mostraban sus piernas sin miedo y sin pena, luego se popularizó también el jean, dejando la creencia que el uso del pantalón era solo para hombres `Cuando los jóvenes y los

no establecidos se convirtieron en hacedores activos de la moda femenina y el rock'n'roll estaba sacudiendo los portales de la consciencia` (Rosales, 2017, pág. 17). Más adelante la autora cuenta como las jóvenes fueron tomadas en cuenta y la ropa que decidían usar expresaba aquello que tenían por decir y se convertida en un método de identificación.

La minifalda no solamente fue un instrumento liberador para las mujeres, también lo fue para el movimiento punk, demostrando que una prenda de vestir puede convertirse en símbolo de lucha para cualquier género o movimiento, luego, la mujer decidió combinar la vestimenta femenina con la masculina. Con una prenda la mujer puede comunicar y empoderarse al mismo tiempo. Demostrar que se podía usar el mismo tipo de vestimenta que utilizaban los hombres fue toda una ruptura en la historia, pues el grado de libertad para elegir lo que se quería usar no la hacía diferente ni menos.

La autora Rosales afirma: “Fue entonces cuando la creatividad en la moda empezó a ser sinónimo de jugar con formas viejas, no sólo para los diseñadores, sino también para las mujeres que comenzaban a tener en sus manos la posibilidad instantánea de reinventar atuendos desde sus propias opciones y puntos de vista” (Rosales, 2017, pág. 20). En este punto las mujeres podían empezar a dejar atrás ciertas reglas de vestimenta y modales, para lograr hacerse cargo de su propia identidad e imagen. Manifestando su propio estilo y adaptando diseños a sus cuerpos, gustos e intereses de expresión.

La moda a través de los elementos que hacen parte de esta le permitió a la mujer mostrar, sentir su feminidad y empoderarse sin miedo a ser juzgada. Este enfoque pretende demostrar que una mujer es capaz de construirse estéticamente, independiente del estilo que desee usar, se trata de romper un estereotipo de cómo se supone que deben identificarse y expresarse.

Moda en Medellín

Históricamente, Medellín se ha caracterizado por ser una de las ciudades que más promueve la industria textil en Colombia. Es por esto por lo que siempre ha sido un referente en la moda, llamada por muchos como el Milán de América Latina.

William Cruz Bermeo, profesor de historia de la moda y el vestir del programa de Diseño de Vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, escribió un libro llamado *Medellín, medio siglo de moda: 1900 – 1950*. En este libro, trató de hacer un recorrido por los primeros cincuenta años del siglo XX que significaban mucho en la transformación social y cultural de Medellín, pues era una ciudad que empezaba a atravesar el proceso de industrialización, “Esto trajo consigo un cambio en las actitudes de la gente, en la manera en que consumían, qué tipo de cosas empezaban a considerar legítimas para establecer un estatus social” (Cruz, 2019, pág. 24)

El libro está dividido en cuatro capítulos, la primera parte habla de la moda como fenómeno social, en el segundo capítulo se habla de la ruta de las compras que se hacían en la ciudad de Medellín, de cómo se ajustaron las calles que fueron claves para el comercio y consumo, y de donde surgieron las primeras tiendas de moda. El tercer capítulo se llama 'La moda vista a través de Letras y Encajes', que era una revista femenina publicada desde el año 26 hasta el 59, " la revista fue un vehículo de las primeras expresiones del feminismo, así fuese un poco conservador, que tenía una sección de moda e hizo un vínculo muy importante entre la moda del mundo, particularmente en París, y cómo esa moda debía interpretarse en la ciudad" (Cruz, 2019, pág. 246). En la última parte del texto se evalúa el papel importante de la revista y cómo pasa a la publicidad textil ante el auge de las empresas de la ciudad.

Las mujeres de Medellín en el siglo XX desarrollaron un sentido de estética inspirado en algunos países extranjeros, especialmente París y lo aplicaron en la forma de vestir de su día a día.

Ahora, desde hace varias décadas, específicamente desde 1990, en Medellín se ha celebrado una de las ferias de moda más importantes de todo Suramérica, llamada Colombiamoda, donde diseñadores de todo el país y extranjeros muestran sus colecciones. Carlos Eduardo Botero Hoyos, presidente de Inexmoda, entidad organizadora del evento Colombiamoda, habló del cambio visible de la ciudad con el paso del tiempo “Estas han sido tres décadas llenas de emoción y de gratificaciones. En ellas hemos puesto a Colombia en el radar de la industria mundial. En ellas hemos sido el espacio de desarrollo para todos los actores. En ellas hemos transformado a Colombiamoda en una feria única en Latinoamérica” (Botero 2019. pág. 4).

Marco teórico

En el siguiente marco teórico, se explicarán las teorías alrededor de las cuales se va a trabajar esta investigación, que van desde la comunicación hasta la sociología, y las relaciones entre estas. Comenzando con el estructuralismo de Claude Lévi-Strauss, la sociología fenomenológica y el interaccionismo simbólico de la escuela norteamericana, que sirven para determinar cómo las estructuras sirven para la investigación y de la interacción como comunicación. La escuela norteamericana en estudios sobre la mujer, género y desarrollo (GED). La semiótica que es la disciplina científica que se encarga de estudiar y analizar el significado de los signos, y la semiótica del vestuario que se encarga de estudiar el significado

del signo ropa-accesorios, donde esta categoría se analiza a través de las significaciones que se le da al signo moda y los elementos simbólicos de esta como expresión de empoderamiento femenino.

El estructuralismo es un movimiento teórico y metodológico que plantea que en todo sistema sociocultural existen unas estructuras o formas de organización que condicionan lo que ocurre dentro de dicho sistema. Con este enfoque, que imita los procedimientos de las ciencias físicas, tratan de elaborar estrategias investigativas capaces de dilucidar las relaciones sistemáticas y constantes que existen en el comportamiento humano, individual y colectivo, y a las que dan el nombre de "estructuras". No son relaciones evidentes, sino que se trata de relaciones profundas que, en gran parte, no se perciben conscientemente y que limitan y constriñen la acción humana. La investigación estructuralista tiende a hacer resaltar lo "inconsciente" y los condicionamientos en vez de la conciencia o la libertad humana (Ramirez Caro, 2002).

El estructuralismo toma los hechos como signos, cosa más representación, concibiendo la realidad sociocultural como estructura y cada plano de esa realidad como un tipo de lenguaje. Como todo lenguaje consiste en un código, cuyos términos son engendrados por combinación de unidades menos numerosas que poseen un código más general. Por tanto, analizar las estructuras equivale a descifrar códigos subyacentes (Susana, 2011). En este sentido lo que se considera estructura social no se refiere a la realidad empírica, sino a los modelos construidos de acuerdo con ésta. Lo elemental, lo más simple, es ya una estructura.

Mas adelante, en el mismo texto, la autora habla acerca de la conciencia , donde dice que Susana (2011) la conciencia según los estructuralistas, es sólo el reflejo deformado y desconocido de los mecanismos inconscientes que la producen; el sujeto (del discurso y del

conocimiento, así como de la relación social con los demás) es solamente el producto del orden lingüístico-simbólico impersonal mediante el cual la comunicación es posible; el individuo es tan sólo el punto casual de intersección de las estructuras que lo atraviesan y determinan.

Uno de los teóricos del estructuralismo que en la investigación se estudió para llevar a cabo todo el análisis correspondiente al tema tratado es Claude Lévi-Strauss, para el tanto la ideología, como los sueños o el paisaje, son manifestaciones enmascaradas de una realidad subyacente más profunda, y este intento de encontrar un sentido oculto o latente, más allá de lo meramente manifiesto (Wiseman, 1998). Es el quien guiará la teoría del estructuralismo, en general “la antropología debe construir modelos estructurales capaces de descifrar y describir la realidad, y capaces de reducir a un orden la aparente arbitrariedad de las diversas formas de relaciones humanas” (Wiseman, 1998, pág. 38)

El método de análisis de las estructuras a investigar por Lévi-Strauss fue designado por él con el nombre de análisis estructural. Podemos señalar, en resumen, las fases de este método:

- 1) Recopilar información etnográfica acerca de un subsistema cultural.
- 2) Rastrear las relaciones de oposición y correlación entre sus elementos.
- 3) Formular su estructura como modelo teórico (la generalización primero, y solo después la comparación)
- 4) Trabajar con los modelos procedentes de otras variantes del mismo subsistema.
- 5) Formular un modelo estructural, como grupo de transformación, capaz de hacer inteligibles todas las formas particulares de dicho subsistema (parentesco, mitología, etc.).

- 6) En un nuevo ciclo, trabajar con los modelos obtenidos de diferentes subsistemas, con vistas a elaborar un modelo teórico reflejará las estructuras más generales de la cultura, al mismo tiempo que las "estructuras del espíritu humano" (Gomez Garcia, 2009)

En la Antropología estructural Lévi-Strauss señala:

"Si la actividad inconsciente del espíritu consiste en imponer formas a un contenido, y si estas formas son fundamentalmente las mismas para todos los espíritus, antiguos y modernos, primitivos y civilizados, como lo muestra de forma evidente el estudio de cómo se expresa en el lenguaje la función simbólica, es necesario y suficiente comprender la estructura inconsciente, subyacente a cualquier institución y a cualquier costumbre, para obtener un principio de explicación válido para otras instituciones y otras costumbres, con la condición, naturalmente, de llevar el análisis a la profundidad necesaria" (Ruiza & Fernandez, 2004, pág. 2).

Esta parte del estudio de Lévi-Strauss es relevante, puesto que ahí procederán las características del concepto de estructura que se basan en la identidad entre las categorías y las formas que constituyen la realidad, y que en última instancia expresa la relación entre cultura y naturaleza. Pasando a una parte más concreta del estructuralismo, se pasa a la sociología fenomenológica, donde esta estudia las estructuras formales de la existencia social.

La sociología fenomenológica tiene como objetos de estudio propios de la ciencia de la comunicación la intersubjetividad y las interacciones múltiples en la vida cotidiana. Uno de los autores principales es Alfred Schütz, gracias a sus aportaciones al estudio de la vida cotidiana y por la importancia que otorga a la interacción en la construcción del sentido. En el *artículo*

La intersubjetividad y la vida cotidiana como objetos de estudio de la ciencia de la comunicación: exploraciones teóricas y abordajes empíricos se logra comprender de donde parte, por un lado, de la necesaria reconstrucción del pensamiento en comunicación, que, sin duda, pasa por el reconocimiento de varias disciplinas y enfoques; y por el otro, de que la investigación sobre los procesos de comunicación en la vida cotidiana puede enriquecerse con la incorporación de conceptos como la intersubjetividad y el mundo de la vida. (Rizo Garcia, 2006).

Su énfasis se encuentra en la interpretación de los significados del mundo y las acciones e interacciones de los sujetos, de las experiencias intersubjetivas para interpretar la diversidad de símbolos (Rizo Garcia, 2006). La comunicación entre sujetos surge del marco interpretativo donde se sitúan y desde el cual significan a su entorno y así mismo. La experiencia personal es irrepetible y a partir de esto es que se capta y aprende la realidad. Se le da un significado. Alfred Schütz considera que el mundo en el que vivimos es un mundo lleno de significados, un mundo cuyo sentido y significación es construido por nosotros mismos y los seres que están a nuestro alrededor.

De ahí surge una de las teorías de la comunicación llamada Teoría Social Fenomenológica de Schüt (1932) como ciencia de los fenómenos de la intersubjetividad mundana, por lo que un análisis de las estructuras del mundo de la vida puede interpretarse como una sociología general de la vida cotidiana.

Durante el proceso de comunicación los significados no se hayan en los objetos físicos si no en las relaciones de los sujetos entre ellos mismos y entre ellos con los objetos. Interaccionismo simbólico (Rizo Garcia, 2006). Por esto el estudio de la moda a través de elementos simbólicos como una expresión de empoderamiento femenino comienza en un

ámbito personal en relación entre ellas y los elementos y se convierte en uno social con la relación entre sujetos.

El interaccionismo simbólico tiene algunas premisas básicas, desde este, se destaca la naturaleza simbólica de la vida social. Herbert Bluner uno de los exponentes de esta teoría establece tres premisas básicas: Los humanos actúan según el significado que se le atribuye a algo y a las situaciones. La significación de las cosas surge de la interacción social. Las significaciones se utilizan como proceso de interpretación que le da el individuo y se modifican en dicho proceso. (Rizo, 2004)

Como individuos tenemos la capacidad de interpretar el mundo gracias a nuestra capacidad interactuar y de razonar, por esto se concibe el lenguaje como un sistema de símbolos, las palabras, las expresiones no verbales y en este caso los elementos de la moda existen para significar cosas. Los significados son producto de la interacción social, principalmente las diferentes maneras en que nos comunicamos. El signo es el objeto material que representa el significado, y el significado, es un indicador de construcciones en la sociedad. La representación en el proceso de identidad de la mujer con la moda es una forma de comunicación, el signo son los elementos de la moda y el significado sería el empoderamiento que brinda a la mujer.

El propósito del interaccionismo simbólico es reflexionar hasta qué punto se permite ser libre y diseñar el propio proyecto de vida, exponiendo las diferentes visiones de comportamientos que constituyen ser parte de una cotidianidad llena de perspectivas individuales y sociales (Rizo, 2004). Es por esto que analizar las diferentes formas de expresión en la moda con elementos que generan empoderamiento es un proceso de interpretación que estudia la realidad individual de la mujer, y permite exponerlo en una realidad social. De la

interacción se produce la comunicación sobre todo en el sentido de comunidad. Interacción es comunicación con alguien distinto a uno mismo y así proyectar una imagen de sí mismo hacia los demás, acorde a la situación de interés.

Para poder comprender las construcciones de significados simbólicos de la mujer cuando se comunica a través de los elementos de la moda en el proceso de empoderamiento femenino es necesario conocer que es la semiótica y, por ende, la semiótica del vestuario.

Semiótica y Semiótica del Vestuario

La Semiótica es una ciencia que estudia los procesos de significación: cómo se produce y cómo se le aprehende (Escobar, 2014). De manera informal se define la semiótica como la ciencia que estudia las distintas clases de signos, así como las reglas que gobiernan su generación, producción, transmisión, intercambio, recepción e interpretación.

Uno de los teóricos de la semiología, Umberto Eco (1911- 1977) señala que la semiótica si bien es una teoría que trata de manera explícita, una teoría de los códigos y la producción de signos, donde el punto de partida esencial es el concepto de la ‘semiosis ilimitada’, propuesto por Pierce. Una de las hipótesis de Eco de mayor fuerza es que esta disciplina estudia todos los procesos culturales como procesos de comunicación, esto es, los signos que se crean y desarrollan con significados culturales. Esto quiere decir que la semiótica estudia los sistemas de comunicación dentro de las sociedades, estudiando los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad social.

Para tener una mayor comprensión de la semiótica, se define el concepto de signo y símbolo. La palabra signo proviene del término latín signum. Para hablar de signo es necesario identificar una cosa, un fenómeno o un ‘algo’ en correlación con un ‘objeto inmediato’, capaz de producir

una semiosis. Es una convencionalidad que cuenta con el reconocimiento de la sociedad (Eco, 2011- 1977). En pocas palabras el signo es un objeto que convencionalmente toma o sustituye un algo.

Un símbolo es todo signo convencional que evoca, por medio de una relación natural algo ausente o imposible de percibir. La razón de la existencia de los símbolos o, mejor dicho, de su creación, se fundamenta en la necesidad que el hombre tiene de entender el mundo que lo rodea, lo cual es más simple cuando los hechos pueden ser explicados mediante representaciones directas, en donde básicamente, intervienen la percepción y la sensación. El significado se fija y se entiende por el uso (Escobar, 2014).

Más adelante en el mismo texto Escobar define significación como

“La significación es el resultado de un proceso de producción (un texto oral, escrito; una película también es un texto; una pintura y una fotografía; un partido de fútbol o la procesión del Señor de los Milagros), igualmente, pensamos que la elección del Papa o un ritual del agua, o uno relacionado con el marcado de los animales, son casos analizables, semióticamente, es posible explicar no sólo el sentido sino como se ha producido la semiosis” (Escobar, 2014, pág. 67).

La significación entonces sería la idea o el concepto que se asocia a la forma perceptible del signo y al objeto que representa este en todo tipo de comunicación que se ejerza en la sociedad.

Según La International Association for Semiotic Studies (IASS) (Danesi, 1969), la semiótica es una disciplina científica que se encarga de estudiar y analizar el significado de los signos, estos signos pueden ser de distintas categorías; entonces, la semiótica del vestuario se encarga de estudiar el significado del signo ropa-accesorios.

Esta parte es importante, puesto que a partir de esta categoría se pueden comenzar a realizar las significaciones que se le da al signo moda y los elementos simbólicos de esta como expresión de empoderamiento femenino.

La semiótica del vestuario se refiere a la percepción que se tiene de una persona a consecuencia de su lenguaje corporal y apariencia personal, en pocas palabras, la composición de prendas y elementos que vistes conforma un mensaje que los demás reciben y traducen (Martinez, 2017). Esto quiere decir que los elementos que se utilizan para vestir son una forma de comunicación que viene de lo personal y va hacia la sociedad.

Parte de la composición de las prendas que se usan tiene que ver con la teoría del color. Para Charles Morris (1963) la concepción triádica del signo – dimensión sintáctica, semántica y pragmática- se utiliza para explicar que, en los estudios en el nivel sintáctico, donde se requiere la identificación de las unidades elementales, sus reglas de transformación y organización y sus leyes de combinación para formar unidades mayores con sentido “gramatical”, es donde la parte física de la teoría del color alcanza sus mayores logros. Aquí podemos considerar los numerosos sistemas de orden de color desarrollados, las variables para la identificación y definición de todos los colores posibles, las leyes de combinaciones e interacciones de los colores, las armonías cromáticas y cada aspecto que hace posible hablar de la percepción del color. En la dimensión de la semántica se exploran las relaciones entre colores y los objetos que estos puedan representar, los códigos y asociaciones establecidas mediante los colores, y las maneras en que los significados del color cambian según el contexto de aparición y en relación con factores humanos tales como cultura, edad, sexo, etc.

La semiótica del color, en esta investigación en la moda, aplicará la psicología de los colores, o sea, lo que la imagen en su conjunto evoca además de lo que representa. Al conjunto

conformado por la ropa, accesorios, maquillaje y adornos corporales se le puede considerar como un lenguaje visual articulado (Martinez, 2017). Es importante tomar en cuenta que esto no sólo se trata de la relación entre las prendas, sino de la suma o ausencia de accesorios, sus formas y colores, incluso el peinado y sobre todo tu lenguaje corporal, porque es muy evidente cuando una persona utiliza un estilo para vestir que es incompatible con su forma de ser.

Al conjunto conformado por la ropa, accesorios, maquillaje y adornos corporales se le puede considerar como un lenguaje visual articulado (Martinez, 2017). Es importante tomar en cuenta que esto no sólo se trata de la relación entre las prendas, sino de la suma o ausencia de accesorios, sus formas y colores, incluso el peinado y sobre todo tu lenguaje corporal, porque es muy evidente cuando una persona utiliza un estilo para vestir que es incompatible con su forma de ser.

La relación de empoderamiento femenino y la vestimenta es la representación de significación simbólica. Si entendemos estas palabras desde el contexto de la moda a través de elementos simbólicos y semiótica, podríamos decir que la representación es como nos mostramos en público a través de la ropa y estilo que usamos. Además, cabe resaltar que puede ser entendida como la forma de hacer presente algo que no lo está, en este caso de cómo la indumentaria femenina se hace presente simbólicamente por medio de los elementos como ropa, accesorios y maquillaje, en fenómenos sociales intangibles, como lo es la seguridad que quiere ejercer sobre sí misma y la posición que se desea ejercer en la sociedad.

Marco Conceptual

Para poder comprender la investigación realizada de una manera mucho más amplia, es necesario crear un marco donde se inscriban conceptos relevantes del tema y así poder entender bajo qué estructuras y perspectivas se lleva a cabo el análisis de todo este estudio.

Mujer

La naturaleza femenina supone un conjunto de atributos sexuales de las mujeres, que van desde el cuerpo, hasta formas de comportamiento, actitudes, capacidades intelectuales y físicas, su lugar en las relaciones económicas y sociales, así como la opresión que las somete (Legarde, 1990).

Cuando se hace referencia a los significados de ser mujer, es aquí donde Legarde (1990) plantea la identidad de ser mujer como el conjunto de características sociales, corporales y subjetivas que las caracterizan de manera real y simbólica de acuerdo con la vida vivida, que la experiencia particular está determinada por las condiciones de vida que incluyen la perspectiva ideológica a partir de la cual cada mujer tiene conciencia de sí y del mundo. Según esto se plantea a la mujer como resultado de la síntesis histórica de sus determinaciones sociales y culturales.

En la construcción de los significados de ser mujer, se resalta un concepto importante para lograr la definición: el género. En el texto *Una revisión del debate sobre las mujeres y la teoría moral* Seyla Benhabib nos da una definición de este es:

Por (género) entiendo la construcción diferencial de los seres humanos en tipos femeninos y masculinos. El género es una categoría relacional que busca explicar una construcción de un tipo de diferencia entre los seres humanos. Las teorías feministas, ya sean psicoanalíticas,

posmodernas, liberales o críticas coinciden en el supuesto de que la constitución de diferencias de género es un proceso histórico y social y en que el género no es un hecho natural. Aún más... es necesario cuestionar la oposición misma entre sexo y género. La diferencia sexual no es meramente un hecho anatómico, pues la construcción e interpretación de la diferencia anatómica es ella misma un proceso histórico y social. Que el varón y la hembra de la especie difieren es un hecho, pero es un hecho también siempre construido socialmente. La identidad sexual es un aspecto de la identidad de género. El sexo y el género no se relacionan entre sí como lo hacen la naturaleza y la cultura pues la sexualidad misma es una diferencia construida culturalmente” (Seyla, 1992, pág. 52)

Para completar esta definición y el significado de ser mujer la autora da el concepto así:

El género es más que una categoría, es una teoría amplia que abarca categorías, hipótesis, interpretaciones y conocimientos relativos al conjunto de fenómenos históricos construidos en torno al sexo. El género está presente en el mundo, en las sociedades, en los sujetos sociales, en sus relaciones, en la política y en la cultura. El género es la categoría correspondiente al orden sociocultural configurado sobre la base de la sexualidad: la sexualidad a su vez definida y significada históricamente por el orden genérico (Seyla, 1992, pág. 54).

Otra definición de género según Sara Berdel dice que: El sexo viene determinado por la naturaleza, una persona nace con sexo masculino o femenino. En cambio, el género, varón o mujer, se aprende, puede ser educado, cambiado y manipulado. Se entiende por género la construcción social y cultural que define las diferentes características emocionales, afectivas, intelectuales, así como los comportamientos que cada sociedad asigna como propios y naturales de hombres o de mujeres (Berbel, 2004).

Por las definiciones anteriores de mujer expresada desde el género, podemos entender y asumir que ser mujer es el resultado de procesos históricos y sociales, que suponen unas diferencias en las características sociales, corporales y subjetivas. Estas características son de comportamiento, pensamiento e identidad.

Empoderamiento Femenino

La expresión empoderamiento femenino se ha ido desarrollando más que todo a mediados del siglo XX y lo que lleva del XXI. El empoderamiento femenino fue un término utilizado para referirse al aumento de la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones y acceso al poder. El empoderamiento femenino se percibe como un proceso que contribuye a eliminar los desequilibrios de poder entre los hombres y las mujeres, al dotarlas a ellas con el acceso a los recursos necesarios para tomar decisiones informadas y controlar efectivamente sus propias vidas (Kishor, 2000). En otras palabras, el empoderamiento femenino supone que las mujeres accedan en igual medida que los hombres al control sobre los bienes materiales y los recursos intelectuales e ideológicos, logrando con ello una expansión en su capacidad para tomar las decisiones fundamentales para sus propias vidas en un contexto donde tradicionalmente esta capacidad les ha sido negada o limitada (Kabber, 2001).

Se trata de cuestiones como el poder de decisión en el hogar, el acceso y control de los recursos del hogar, la libertad de movimiento, el control sobre las relaciones sexuales, la contribución al ingreso del hogar, la participación política, el conocimiento de sus derechos legales, el control sobre su cuerpo y sobre todo su seguridad personal.

En el texto *El concepto de Empoderamiento en los estudios de Género y en la prensa Femenina* (2012), Marta Orsini, cita a Rowlands (1997) para dar ejemplo de las cuatro formas de ejercicio de poder:

1. ***El Poder Sobre***: se trata de un poder controlador, en el que el aumento de poder de una persona implica la pérdida de poder de otra. Cuando se habla de relaciones de poder, se piensa más frecuentemente en este tipo, donde, como he mencionado, se observa la capacidad de un individuo o grupo de hacer que otros actúen en contra de sus deseos.
2. ***El Poder Para***: se trata de un poder generativo, que crea múltiples posibilidades y potencialidades humanas. En este contexto, una persona o grupo estimula la actividad en otros/as, lo que permite que se comparta el poder y se favorezca el apoyo mutuo.
3. ***El Poder Con***: Utilizado para multiplicar los poderes individuales. En este modelo, el todo supera a la sumatoria de las partes individuales, es decir, el poder colectivo resulta ser mayor a la suma de los poderes individuales de quienes conforman un grupo.
4. ***El Poder Desde Adentro***: se refiere al poder interior, que surge desde uno/a mismo/a. Se trata de la habilidad que uno/a tiene para rechazar las demandas ajenas. Para lograrlo, es necesario saber reconocer y analizar de qué manera se mantiene y se reproduce la subordinación de las personas. (Orisni, 2012, pág. 5).

Se entiende que el término empoderamiento proviene de la palabra poder, que ha sido entendida de diversas formas, pero puede pasar a tener una acción positiva como en su influencia al concepto empoderamiento. A partir de la década de los setenta, este concepto empezó a ganar fuerza en las organizaciones populares, entre las más importantes, las feministas que la han empleado para dar teorías sobre la importancia de empoderar a las mujeres con el fin de una sociedad más igualitaria y ejercer el rol que como mujer se quiere asumir. Se le da crédito al nacimiento del término que proviene de la palabra inglesa empowerment, que luego fue traducida al español. El término se consagró por completo en 1995 durante la Conferencia Mundial de las Mujeres en Pekín por las Naciones Unidas (Unidas, 1995).

El empoderamiento permite no sólo reconstruir la propia identidad, sino también establecer nuevo terreno epistemológico para nombrar el mundo. Es una condición necesaria para el proceso individual del empoderamiento, ya que este se realiza, en primer lugar, gracias a la práctica epistémica de poner nuevas palabras al mundo a través del reconocimiento de la propia experiencia: es el partir de sí (Jaggar & Jourdan, 1975).

Otra definición de empoderamiento la da McWhirter y lo describe como el proceso por el que las personas, las organizaciones o los grupos carentes de poder (a) toman conciencia de las dinámicas del poder que operan en su contexto vital, (b) desarrollan las habilidades y la capacidad necesaria para lograr un control razonable sobre sus vidas, (c) ejercitan ese control sin infringir los derechos de otros y (d) apoyan el empoderamiento de otros en la comunidad (McWhirter, 2006).

El empoderamiento femenino, según la autora Margaret Schuler, es el «proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno, una evolución en la concientización de las mujeres sobre sí mismas, en su estatus y en su eficacia en las interacciones sociales» (Schuler, 2003, pág. 4)

Para esta investigación, se entenderá empoderamiento como una toma de decisión propia para lograr una expresión en la identidad, teniendo en cuenta que para lograr este cambio se necesita una ayuda personal y un entendimiento del contexto en el que se encuentra. En este caso, las mujeres al tener claro quiénes son y que pueden reflejar por medio de la moda en los elementos que les generan seguridad simbólica, las tendencias, y la presentación personal, logran realizar un dominio y control personal de identidad y expresión deseadas e influir en

que las demás mujeres de la comunidad puedan también empoderarse a través de la forma en cómo se ven y sienten cuando lucen como desean.

Elementos Simbólicos De La Moda

Es importante definir lo que entendemos como moda, ya que esta dará el inicio al análisis de su relación con el término empoderamiento femenino, y cómo se relaciona con los elementos que generan seguridad simbólica en las mujeres. Como el término moda vestimentaria no es posible encontrarlo de forma literal se dará una definición de cada una de las palabras para luego unir las y darle un significado completo.

Comenzando con moda, desde la sociología, en el *Diccionario de Sociología* se encuentra así: La expresión moda designa aquel uso o costumbre preferentemente en la indumentaria, pero también en otros ámbitos de la apariencia, que está en vigor y se convierte en modelo social y norma convencional durante un tiempo determinado, sin más justificación inicial que el placer del cambio (Giner, 1998).

Más adelante se encuentra el término relacionado con la libertad vestimentaria que “establece que cualquiera es libre de llevar tal vestido o adorno de su sexo que le convenga” (Giner, 1998) y que después lo complementa con:

La apariencia de libertad e igualdad total alcanzada por la industria de la moda masiva en las sociedades occidentales actuales ha dado lugar a nuevos códigos y formas de conformismo y diferenciación, en la competición social a través de la indumentaria y la apariencia. [...] Así mismo, la expresión moda que está en evolución, se ha generalizado ya a todos los ámbitos de la cultura y empieza a ser entendida como un know how comunicativo. (Giner, 1998)

Desde la comunicación en el Diccionario de comunicaciones semiótica, lingüística, periodismo, publicidad y medios de comunicación, la moda es definida como: Fenómeno colectivo que aporta con gran inmediatez la revelación de lo que hay de social en los comportamientos humanos. Signo del sentido: el estudio de la moda es el estudio del sentido, y la ciencia del sentido se confunde con la ciencia de la compra y de la aprobación. (Perez Suarez, 1997)

Desde diferentes autores la moda siempre ha estado relacionada a través del cuerpo que a su vez está en contacto directo con la vestimenta.

Desde la estética y el arte el concepto se encontró como vestuario en el Diccionario Akal de Estética que se desarrolla como: La palabra vestuario, en su uso actual, significa una manera de vestirse, especialmente cuando es una manera característica de una época, de un país, de un medio social determinado, etc. (Souriau, 1998) En este mismo sentido la estética hace alusión a la palabra desde cuatro formas.

1. ***La Intervención De La Apariencia Estética En La Composición Del Vestuario:*** El sentido estético interviene más o menos en la manera en que hombres y mujeres se visten según las épocas y los medios. A pesar de que la ropa femenina está estrechamente condicionada, en líneas generales, por la moda, siempre deja una cierta posibilidad de adaptación individual, en donde el sentido estético interviene en la elección que hace cada mujer sobre lo que mejor le sienta. (Souriau, 1998)
2. ***Los Efectos Estéticos Que Puede Producir La Ropa, Ya Sea En Quien La Lleva O En Otros.*** La cual explica que “los efectos de la ropa son numerosos y diversos. Lo han remarcado sobre todo los moralistas, generalmente para sorprenderse y para reprobado que se trate de un testimonio patente de la debilidad humana; se trata de efectos de prestigio” (Souriau, 1998)

3. ***Utilización Del Fundamento Del Vestuario En Las Artes***. En todas las artes figurativas la ropa desempeña un papel de cierta importancia. [...] El vestuario de teatro hay que considerarlo bajo sus aspectos de instrumento de representación y de elemento plástico. La ropa ayuda al actor en la composición del papel. No da solamente al intérprete la apariencia deseada y le hace encontrar la actitud y el gesto precisos, sino que también aporta su esfuerzo íntimo para la comprensión del personaje. No se trata únicamente de una sugestión de maneras y tics, sino de una verdadera impregnación psicológica. (Souriau, 1998)
4. ***El Arte De Vestirse***. La ropa finalmente puede ser considerada como un fin en sí misma, por ejemplo, en determinadas fiestas, en donde se rivaliza en invención y fantasía. En las fiestas populares, el gusto por el adorno está muy desarrollado. Este gusto por la ropa tiene un gran número de aplicaciones estéticas, incluso filosóficas. (Souriau, 1998)

En la revisión dada por diferentes autores y áreas como sociología y comunicación, se evidencia la moda como un fenómeno y una representación del vestir del cuerpo, en cuanto se usa como un medio ya sea para la diferenciación, igualdad o para mostrar lo que hay socialmente en los comportamientos humanos. Su asociación con la vestimenta, vestido, o vestir es evidente en los discursos de estas áreas. Es así como moda vestimentaria podría ser definida como, la representación social de los individuos a través del vestuario que los cubre y representa en los actos sociales, que llega a tener un gran significado dentro de los rasgos personales de los individuos.

La apariencia personal es una importante variable en las interacciones sociales de las personas. La apariencia tiene un poderoso efecto sobre las percepciones y reacciones de los

otros y ofrecen impresiones a los demás sobre el atractivo, estatus social, inteligencia, personalidad, estilo, sexualidad y edad. Argyle M, psicólogo.

En la presente investigación, se tomará la moda a través de los elementos simbólicos como una herramienta que impulsa a mostrar a la mujer real, con sus imperfecciones, cualidades, medidas, estatura, formas de pensar y físico. La moda expresada desde el empoderamiento personal no promueve estereotipos o cánones. La mujer actual escoge qué quiere usar, cómo se siente bien, cómoda, bella y sobre todo segura. La moda es un medio por el cual se genera empoderamiento.

La moda puede ser tomada como una herramienta de lucha y protesta feminista silenciosa. Un ejemplo de esto es el uso de pantalones, bikinis o minifaldas en las mujeres o la funcionalidad en las prendas.

Marco Legal

Legislación Internacional

- 1. -LEY 74 DE 1968.** Por la cual se aprueban los "Pactos Internacionales de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, de Derechos Civiles y Políticos, así como el Protocolo Facultativo de este último, aprobados por la Asamblea General de las Naciones Unidas en votación unánime, en Nueva York, el 16 de diciembre de 1966"

ARTICULO 11

1. Los Estados Partes en el presente pacto reconocen el derecho de toda persona a un nivel de vida adecuado para sí y su familia, incluso alimentación, vestido y vivienda adecuados, y a una mejora continua de las condiciones de existencia. Los Estados Partes tomarán medidas apropiadas para asegurar la efectividad de este derecho reconocido a este efecto la importancia esencial de la cooperación internacional fundada en el libre consentimiento.

2. -Convención Sobre La Eliminación De Todas Las Formas De Discriminación Contra La Mujer (1979)

- La violencia contra la mujer es una forma de discriminación (artículo 1).
- Los Estados partes son responsables de aprobar las leyes y adoptar otras medidas apropiadas que prohíban toda discriminación contra la mujer y establezcan la protección jurídica de la igualdad de derechos de la mujer, entre otras cosas: [...] b) adoptar las sanciones correspondientes, que prohíban toda discriminación contra la mujer; c) garantizar, por conducto de los tribunales nacionales o competentes y de otras instituciones públicas, la protección efectiva de la mujer contra todo acto de discriminación; d) abstenerse de incurrir en todo acto o práctica de discriminación contra la mujer y velar por que las autoridades e instituciones públicas actúen de conformidad con esta obligación; e) tomar todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer practicada por cualesquiera personas, organizaciones o empresas; [...] y g) derogar todas las disposiciones penales nacionales que constituyan discriminación contra la mujer (artículo 2).

Resolución 1325 (2000) Del Consejo De Seguridad De Las Naciones Unidas

- Subraya la importancia de que las mujeres participen en pie de igualdad e intervengan plenamente en todas las iniciativas encaminadas al mantenimiento y el fomento de la paz y la seguridad.
 - Pide al Secretario General que vele por que el personal civil de las operaciones de mantenimiento de la paz reciba adiestramiento sobre la protección, los derechos y las necesidades especiales de las mujeres (artículo 6).
3. ***Naciones Unidas, Consejo De Seguridad, Resolución 1325 De 2000*** Aprobada por el Consejo de Seguridad en su sesión 4213^a, celebrada el 31 de octubre de 2000
 4. ***Cuarta Conferencia Mundial Sobre La Mujer, Beijing***, Beijing, 4 a 15 de septiembre de 1995
 5. ***-Declaración Universal de Derechos Humanos*** Adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948.

Legislación nacional

1. ***Decreto 1930 Del 6 De Septiembre De 2013***: Por el cual se adopta la Política Pública Nacional de Equidad de Género y se crea una Comisión Intersectorial para su implementación
2. ***Ley 1009, 23 De Enero De 2006***: Por la cual se crea con carácter permanente el observatorio de asuntos de género. Créase con carácter permanente el Observatorio de Asuntos de Género, OAG, el cual estará a cargo del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República a través de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer o de la entidad rectora de la política pública para el adelanto de la mujer y la equidad de género.

El OAG tiene por objeto identificar y seleccionar un sistema de indicadores de género, categorías de análisis y mecanismos de seguimiento para hacer reflexiones críticas sobre las políticas, los planes, los programas, las normas, la jurisprudencia para el mejoramiento de la situación de las mujeres y de la equidad de género en Colombia.

3. **Ley 823 De 2003:** por la cual se dictan normas sobre igualdad de oportunidades para las mujeres.
4. **Ley 1542, 5 De Julio De 2012:** Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto garantizar la protección y diligencia de las autoridades en la investigación de los presuntos delitos de violencia contra la mujer y eliminar el carácter de querellables y desistibles de los delitos de violencia intrafamiliar e inasistencia alimentaria, tipificados en los artículos 229 y 233 del Código Penal.
5. **Ley 1468, 30 De Junio De 2011** Por la cual se modifican los artículos 236, 239, 57, 58 del Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones.
6. **Decreto 164, 25 De Enero De 2010** Por el cual se crea una Comisión Intersectorial denominada "Mesa Interinstitucional para Erradicar la Violencia contra las Mujeres".

Esta legislación internacional y nacional se relaciona con la investigación, puesto que hablamos sobre el tema de empoderamiento femenino, y se utiliza para referirse al aumento de la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones, acceso a la educación, trabajo y poder, equidad de género. Conlleva también otra dimensión que va dirigida a la toma de conciencia en el proceso de identificación y representación de la mujer, del poder individual y la seguridad personal y colectiva.

Marco praxeológico

El enfoque praxeológico de la investigación por medio de la responsabilidad social va dirigido al beneficio de una comunidad específica, en este caso, haremos un análisis dentro un grupo de mujeres de la ciudad de Medellín, frente a la moda como expresión del concepto de empoderamiento femenino a través de elementos simbólicos. Se pretende generar reflexión, no como movimiento político o desde las políticas públicas, si no, desde el beneficio que como

mujer obtenemos al ser dueñas de nuestras vidas, de las decisiones que tomamos frente a nuestra manera de expresarnos y vestir, de nuestra seguridad, del poder individual que comienza en sí misma y logra proyectarse en los demás, de la autonomía e identificación.

Este nuevo conocimiento encontrado con la investigación nos permitirá entender un poco más no solo el género femenino, sino todos los procesos simbólicos que realizamos en el uso de la moda a través de elementos para el empoderamiento, la identificación y representación del ser.

En cuanto a la moda en sí, esta no significa que una mujer sea superficial o se pretenda objeto de admiración; esta es una herramienta de lucha para sentirse bien, agradarse a sí misma y amarse, pues no todas las mujeres se identifican y expresan su empoderamiento a través de las mismas categorías, está el deporte, la formación académica, el arte y también ser dueña de su propio hogar. La mujer puede escoger cómo quiere mostrarse y cómo quiere ser.

Metodología

Se identificó y analizó cuáles son los elementos simbólicos de presentación personal a través de la moda que utilizan las mujeres de la ciudad de Medellín que están entre los 20 y 30 años para sentirse seguras y empoderadas en la época comprendida entre el año 2020 y 2021. Para esto, se optó por hacer una investigación con el método cualitativo. De acuerdo con Maanen (1983) el método cualitativo puede ser visto como un término que cubre una serie de métodos y técnicas con valor interpretativo que pretende describir, analizar, descodificar,

traducir y sintetizar el significado, de hechos que se suscitan más o menos de manera natural. Posee un enfoque interpretativo naturalista hacia su objeto de estudio, por lo que estudia la realidad en su contexto natural, interpretando y analizando el sentido de los fenómenos de acuerdo con los significados que tiene para las personas involucradas. Esto quiere decir que las metodologías cualitativas no son objetivas ni subjetivas, son interpretativas, incluyen la observación y el análisis de la información en ámbitos naturales para explorar los fenómenos, comprender los problemas y responder las preguntas.

Fue útil realizar la investigación mediante este método porque interesaba ver las realidades sociales de las mujeres de la ciudad en su manera de vestir y de apariencia personal, pues el estilo tiende a sufrir grandes cambios, dinámicas, es abierto y creativo. El análisis se basó en formas de observación no participante. El grupo de mujeres al que se le hizo el análisis contó con varias fases, en estas se eligió la muestra, se realizaron, encuestas, entrevistas donde nos contaron historias de vida, relatos testimoniales que dieron cuenta de esos procesos de empoderamiento femenino a través de los elementos y de las transformaciones vivenciadas día a día. Y por último un diario de campo donde se observó como visten y expresan el empoderamiento.

Se eligió un grupo de mujeres de Medellín entre los 20 y 30 años. Fue una muestra no representativa, por conveniencia, aleatoria. A partir de la calculadora de muestras, se opta por un grupo de 10 mujeres en Medellín en el periodo comprendido entre 2020 y 2021. Se eligió la ciudad de Medellín para hacer el estudio por ser el epicentro de la moda en el país y capital Latinoamericana de la moda y así poder determinar cómo se expresa. Las edades elegidas para la investigación fueron entre los 20 y 30 años porque en esta edad ya se han alcanzado mayores grados de identidad respecto a la manera de vestir y expresión de aspecto personal y hay

autonomía en las decisiones que se eligen respecto al cuerpo. La calculadora de muestras es una herramienta que permite cuantificar de forma rápida y efectiva el tamaño de la muestra necesaria para la investigación. El periodo en el que se comenzó a realizar la investigación fue el comprendido entre agosto del año 2020 y marzo del 2021. En la primera fase de la investigación se llevó a cabo el primer objetivo. Mediante una encuesta semiestructurada, se analizó cómo se expresa el empoderamiento femenino a través de los elementos que utilizan para su presentación personal las mujeres de Medellín. Esta técnica se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Proporcionan información sobre opiniones y comportamientos de los ciudadanos. Se aplica ante la necesidad de probar una hipótesis, identificar e interpretar la respuesta que cumplan con el propósito de la investigación. Se eligió este instrumento porque para este objetivo es importante conocer cuáles son estos elementos que expresan empoderamiento y ver los resultados de todas las mujeres encuestadas para así determinar en que se relacionan y diferencian.

En la segunda fase, equivalente al segundo objetivo de la investigación, mediante un diario de campo se observó de forma no participativa la manera en que las mujeres de la ciudad de Medellín se visten, y responder si reflejaban seguridad, confianza y comodidad con lo que llevan puesto. Se observaron: colores, texturas, estilos, tendencias, tipo de maquillaje, corte de cabello, accesorios que usen, sean, collares, cadenas, anillos, sombreros, gorros, bolsos y relojes, entre otros. El diario de campo según Hernández (2003) es un método recolección de datos a través de la observación y el registro en ambientes naturales y cotidianos de los participantes. En este caso la moda, que va desde la manera de vestir, colores, texturas, tendencias, accesorios, maquillaje, peinados, entre otras, analizando sus significados, comprendiendo procesos e interacciones entre los individuos. Este diario de campo fue una

herramienta que permitió sistematizar las observaciones de todos estos elementos que usan las mujeres para luego analizarlos y dar los resultados que se encontraron en esta fase. Los lugares en los que se realizó el diario de campo fueron: calles de los barrios Provenza y vía primavera, por ser lugares que tiene gran concentración de personas a sus alrededores al tener restaurantes, bares y centros de encuentro a su alrededor. Esto permitió poder tener un gran espectro de los diferentes estilos que tienen las mujeres de la ciudad y de cómo es su interacción con los demás.

La tercera fase consto de una entrevista a dos profesionales en el ámbito de la moda y sobre los movimientos feministas de la ciudad. Se puede decir que la entrevista consiste en obtención de información oral de parte de una persona (entrevistado) lograda por el entrevistador directamente, en una situación de cara a cara, a veces la información no se transmite en un solo sentido, sino en ambos, por lo tanto una entrevista es una conversación entre el investigador y una persona que responde a preguntas orientadas a obtener información exigida por los objetivos específicos de un estudio (Galan Amador, 2009). Se les preguntó acerca de porque hay elementos simbólicos que hacen sentir empoderadas a las mujeres y también sobre empoderamiento femenino desde la dimensión de poder sobre sí misma, y como por este fenómeno cumple el rol que quiere en la sociedad, también se preguntó acerca de cómo es su estilo. De esto se derivó si la manera en que se visten las hace sentir seguras, con confianza y empoderadas.

Análisis y resultados

Para poder dar respuestas a la pregunta central de esta investigación de cómo se comunica la mujer en el proceso de empoderamiento femenino, a través de los elementos simbólicos que conforman su forma de vestir/apariencia personal, en la ciudad de Medellín, se analizó la vestimenta como forma de seguridad simbólica de empoderamiento femenino. A través de las tres fases de la metodología que constaban en, una encuesta semiestructurada, un diario de campo con observación no participante y entrevista a una profesional, en moda y sobre los movimientos feministas de la ciudad de Medellín.

Como Se Expresa El Empoderamiento Femenino En Las Mujeres De Medellín

En el inicio del análisis se trabajó con las respuestas de la encuesta semiestructurada, inicialmente fueron diez, pero se eligieron las más representativas, puesto que unas de las preguntas de la encuesta estaban dirigidas a dar contexto y definición sobre el tema, las demás para definir, cómo se expresa el empoderamiento femenino en las mujeres de Medellín. Estas preguntas fueron elegidas para poder identificar cuáles son los elementos de moda con los que las mujeres de este estudio se identifican.

Las mujeres que participaron en la encuesta fueron un total de diez, elegidas de manera aleatoria, este grupo estuvo conformado por estudiantes de universidad, dos emprendedoras y profesionales de diferentes áreas.

¿Considera que la forma de vestir y presentación personal es una expresión de empoderamiento?



Figura 1 Vestir, expresión de empoderamiento Fuente: Construcción propia.

En la primera respuesta de la encuesta coincidieron en un 100% en que la forma de vestir y presentación personal es una expresión de empoderamiento. Esto es importante porque da base a esta investigación y se entiende que la moda es un recurso que usan las mujeres en el proceso de relacionamiento con los demás. La moda es una forma de crear y definir la apariencia personal y por lo tanto de identidad. Aunque, la seguridad en el momento de vestir las prendas elegidas es determinante. También la comodidad hace parte de las características importantes al momento de tomar a la moda como una herramienta de expresión de empoderamiento femenino. Es por esto, que en el transcurso de la historia la vestimenta se convirtió en un medio para expresar libertad, autoridad y poder

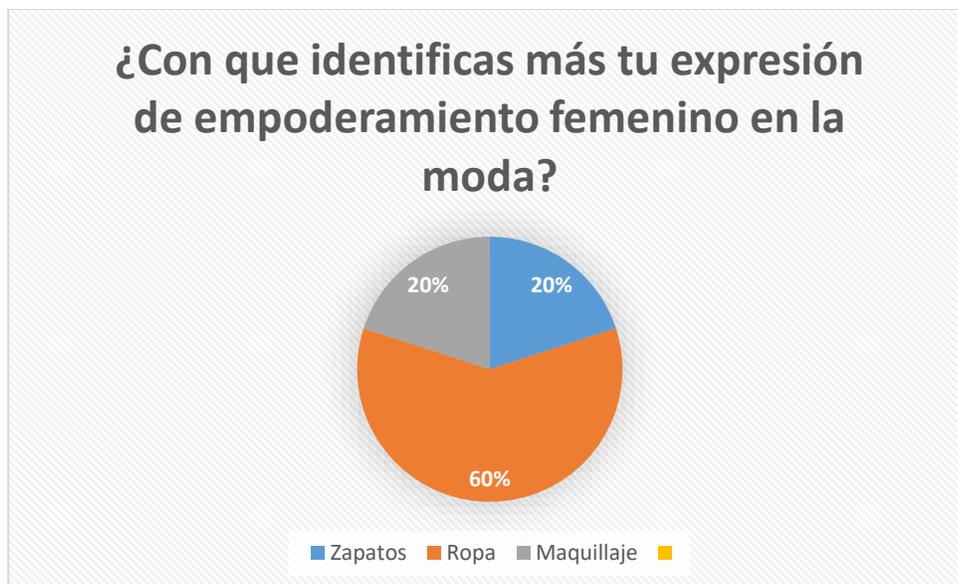


Figura 2. Expresiones de empoderamiento Fuente: *Construcción propia*

Otra de las preguntas de este objetivo buscaba identificar cual es la expresión de empoderamiento femenino a través de la moda de cada una de las mujeres que participaron en la encuesta. En esta parte se dieron a conocer tres respuestas repetitivas que correspondían a: zapatos, ropa y maquillaje. Esto corresponde a diferentes estructuras por estudiar en la moda, pues la investigación estructuralista tiende a hacer resaltar lo "inconsciente" y los condicionamientos en vez de la conciencia o la libertad humana (Ramirez Caro, 2002). Estas estructuras al ser elementos identificados en la moda van a servir para relacionar la manera en que se expresa el empoderamiento femenino, permitiendo dar un análisis con bases teóricas del estructuralismo de Lévi-Strauss.

Como se puede ver, la mayoría, cerca del 60% de las mujeres respondieron que su expresión de empoderamiento femenino es través de la ropa que utilizan. La forma de vestir es ahora una representación de ideología y sobre todo de libertad. El mundo logró poder sentirse cómodo con la minifalda a finales de los años setenta, esta, jugó un papel importante en los inicios del punk. “La minifalda era una forma brusca de rebeldía, una declaración bélica contra

lo burgués, e incluso se usaba para afianzar una afronta a través de lo vulgar” (Rosales, 2017, pág. 59). No solo fue un elemento liberador para las mujeres, lo fue también para el movimiento punk, demostrando que una prenda de vestir puede convertirse en un símbolo de lucha y liberación, no solo de género, sino también de diferentes movimientos, en este caso el Punk.

El cómo se expresa la mujer a partir de las prendas que usa, ha sido muy importante, pues hace parte de la esencia de cada mujer, de ser libre y usar lo que las haga sentir mejor en el momento, de llamar más la atención, inicialmente de manera personal por medio de la ropa. El vestirse y cuidarse estéticamente es una manera de verse con sus propios ojos y sentirse bien. “Vestirse es una oscilación constante entre una afirmación pública y un proceso furtivo, privado” (Rosales, 2017, pág. 28).

Otra de las respuestas elegidas, fueron los zapatos, con un 20% de las respuestas. A través de los zapatos, las mujeres encuentran una fuente de expresión propia y de reinterpretación en la moda, sea usando, tacones, botas, sandalias o tenis, cada uno de estos elementos que hacen parte del conjunto de zapatos expresa una parte única de la mujer en diferentes ocasiones, pero caracterizadas siempre por llevar el estilo y atención en sus zapatos. Los zapatos también son un elemento que permite sentar posición a la mujer, decir realmente quién es, pelear por la igualdad de derechos y condiciones sin necesidad de perder su feminidad. “Mujeres furiosas en overoles, con botas Dr. Martens, que habían abandonado el hábito de afeitarse las zonas femeninas habituales y que padecían del peor de todos los males: ser odiadora de hombres” (Rosales, 2017, pág. 150). Este fragmento del libro nos cuenta como las botas Dr Martens fueron un símbolo de lucha a través de la moda, de un cambio de roles y de romper críticas por la apariencia física.

El 20% restante pertenece al maquillaje y no es descabellado. Desde hace siglos, esta expresión artística ha estado presente. En el antiguo Egipto el hombre utilizaba el maquillaje para resaltar o esconder ciertos rasgos, era costumbre para los faraones usar delineador en los ojos y así resaltar más su poder, también diversos grupos sociales utilizaron el maquillaje para diferenciarse de otros.

Para Eugenia Prego (2009) desde un punto de vista antropológico, el maquillaje posee dos funciones esenciales. Una es la de adornar el rostro u otras partes del cuerpo para identificar al individuo como miembro de un grupo o tribu, es por esto que no hay grandes diferencias entre una joven occidental que sigue la moda y colorea sus ojos según ese patrón coyuntural, y una pobladora de la selva que pinta su rostro con pigmentos vegetales. Ambas están declarando mediante esos colores que pertenecen a una sociedad determinada. En su lenguaje corporal, resaltan que su identidad forma parte de un grupo capaz de crear modas específicas o de adornar su piel con ciertas tonalidades originales.

No cabe duda de que el maquillaje es una fuerte expresión que utilizan las mujeres para comunicar su identidad y empoderamiento hacia los demás, ya sea usando estilos cargados, románticos o más naturales. El maquillaje resalta según su carga, que se quiere transmitir y por lo tanto genera empoderamiento.

Aunque mucha gente vea el mundo de la moda como algo frívolo o superficial, es cierto que es un medio de expresión “silencioso” que para los que le prestan atención es fuerte y se entiende el mensaje. La influencia que tiene la forma de vestir con la identidad social percibida y señalada es muy grande.

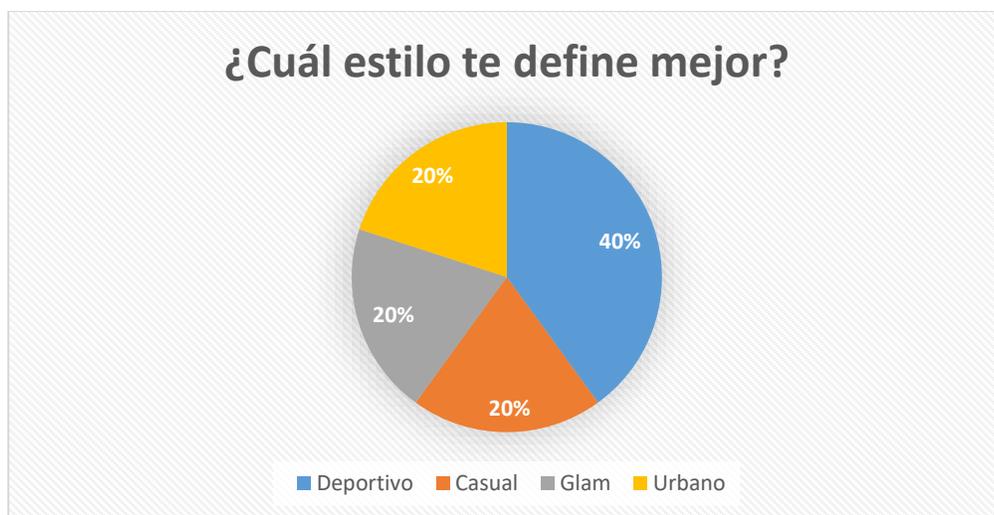


Figura 3. Estilo al vestir Fuente: *Construcción propia*

La tercera pregunta elegida, corresponde a qué tipo de estilo en la moda define mejor a las mujeres de la ciudad de Medellín. En estas respuestas se pudo identificar que no hay un estilo que defina en conjunto a todas las mujeres, al contrario, se clasificaron todas en respuestas diferentes. Las más repetidas fueron: 40% estilo deportivo, 20% Casual, 20% glam y por último 20% urbano.

Estas diferencias ayudan a evidenciar que en la ciudad de Medellín no se clasifica en una línea la moda, todas las mujeres son diferentes y por lo tanto se identifican referente a la moda de manera diferente. Esta variedad representa que la mujer puede elegir con cuáles elementos, colores, texturas y armas empoderarse. El estilo deportivo semióticamente representa una mujer con personalidad mucho más activa, arriesgada, el casual se caracteriza por mezclar prendas básicas entre sí, permitiendo que esta combinación de vestir sea cómoda y refleje personalidad tranquila, incluso el poder lucir de forma apropiada para trabajar y salir a comer o tomar algo. El estilo Glam es mucho más producido, elegante y sofisticado. Esto se interpreta en control y orden. Por último, tenemos el estilo de moda urbano, este concepto hace referencia a diseños inspirados en la ciudad y para la ciudad. Utilizan prendas que resisten las actividades diarias, el

movimiento, y por lo tanto se utilizan materiales mucho más fuertes. La moda, es un elemento que permite sentar posición a la mujer desde cualquier estilo elegido para lucir, desde lo más tierno y romántico, hasta ver gran parte de las prendas que usan con un carácter que se inclina hacia la masculinidad, sea esto llamado lo más urbano, o prendas “oversize”.

Los diferentes estilos y tendencias sirven para expresar realmente quiénes son, también son un medio que permite explorar cuando no se identifica con un solo estilo, y se usa lo que quiera según el momento, esto se puede evidenciar en las tendencias que sacaron a la venta muchas casas de moda internacionales y marcas de ropa locales en la actualidad, que se identifican por ser una mezcla entre lo deportivo y casero, y tener un estilo cómodo para estar en casa realizando actividades laborales o del hogar. Los diferentes estilos evidenciados en la encuesta por las mujeres participantes dejan ver que estos permiten mostrar todo un abanico de feminidad, expresada en el modo que se desee y de la capacidad que tienen de adaptarla a momentos exactos por los que la sociedad se encuentre. Combinar todo tipo de expresiones entre sí, es una nueva manera de pararse y luchar en contra de los estereotipos femeninos como única vía válida de vestimenta y estilo, permitiendo así reiterar la libertad que se tiene de vestir.

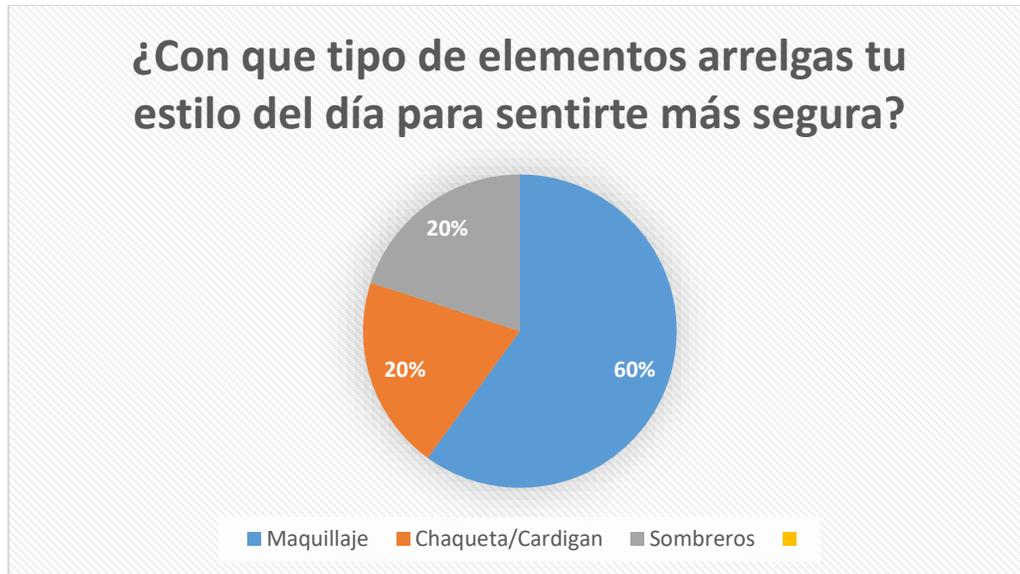


Figura 4. Elementos que generan seguridad Fuente: *Construcción propia*

Otra de las preguntas realizadas en la investigación, que se desliga de la anterior fue con qué tipo de elementos arreglan su estilo del día las mujeres de Medellín, y así sentirse más seguras. En las respuestas de esta parte, los elementos más usados para arreglarlos fueron: maquillaje, chaquetas/cardiganes y sombreros. Se evidenció que accesorizar es muy importante, pues complementan el estilo con que se identifican y representan una parte importante a la hora de sentir más seguridad. Algunas mujeres contaron que cuando utilizan maquillaje para terminar su presentación personal del día, agregan un extra de confianza, y aunque solo desde la parte física los demás lo notan de manera literal, en su pensar y al hablar las mujeres se sienten más fuertes y empoderadas, con menos miedo de expresarse, creando un equilibrio en cómo se ve y como se siente. En cambio, otras, compartieron que accesorizar un estilo con un cárdigan o sombrero las hacía sentir más lindas, más arregladas, y esto tiene su porqué.

Los sombreros son accesorios que siempre han aparecido en la historia en relación con la realeza, han significado autoridad y poder, es por eso que usarlos puede ser intimidante, pero ellos pueden ser también un aliado útil y una forma creativa para dejar ver la personalidad, son

muy pocas las mujeres que realmente los consideran en su armario, pero las que los usan, les da un toque sofisticado y de mucha confianza. Cuando una mujer tiene confianza y se siente bien con lo que ve y refleja se sienten poderosa. Cuando hay seguridad personal a partir de los elementos utilizados para accesorizar un estilo que hacen parte de la moda, se ve transmitido también en los demás. Esto nos hace concluir que el efecto de seguridad personal derivado de estos elementos si hace que se refleje y puede cambiar la percepción de cómo nos ven los demás.

Observación Formas De Vestir, Mujeres En Los Barrios Provenza Y Vía Primavera

Esta parte del análisis corresponde a la observación no participante de las mujeres que frecuentaron los barrios Provenza y Vía primavera, barrios elegidos por ser lugares de gran concentración de personas a sus alrededores al albergar restaurantes, bares y centros de encuentro a sus alrededores. Se tomo una muestra aleatoria en cada barrio, se observaron a 100 mujeres por calle y en base a esto se logró sacar las categorías de estudio.

Entre las categorías a analizar en esta observación se encontraron:

- Colores
- Estilos
- Tendencias
- Maquillaje
- Cabello (peinados, color, corte)
- Accesorios

Para comenzar, la observación hecha en el barrio Provenza y Vía primavera, se realizó en horas de la noche, es importante aclararlo porque se encontró muchas diferencias entre las vestimentas que se usan de día y noche. De cada barrio, se eligió tres lugares diferentes que

entran a la categoría de restaurante, bar y parque. Se hizo el recorrido siempre con mucha atención del objetivo del diario de campo que era identificar qué elementos utilizaban las mujeres de Medellín al vestir y cómo estos podían generar seguridad.

Colores

Según una publicación en *Frontiers in Psychology*, el color ha obsesionado a los académicos durante siglos. Es por esto que gracias a ese interés por investigar los colores conocemos la teoría del color como contribución a la semiótica, según (Rodríguez, 2017) esto se encarga de estudiar cómo nos afectan los colores, pues estos pueden cambiar nuestra percepción y alterar las emociones y los sentidos.

Los colores son los elementos determinantes que terminan dando un sentido importante a la hora de realizar un análisis semiótico. Según Caviano (1995, pág. 250)

Si consideramos el color como signo, estamos incluyendo todos los aspectos, ya que un signo no es una cosa definida previamente, sino una consecuencia de varios factores y del contexto en que es tomado como tal. El color puede funcionar como signo para un fenómeno físico, para un mecanismo fisiológico o para una asociación psicológica.

En la gran mayoría de las mujeres observadas, pudimos identificar que los tonos oscuros fueron los más abundantes. Se utilizaron colores negro, gris y verde muy oscuro. Para el análisis de estos colores encontramos que según Caviano (1995)

“Cuando la asignación de significados a los colores se hace por medio de asociaciones psicológicas, las relaciones suelen basarse en similitudes, tal como la asociación de los colores naranjas, rojos y amarillos con el fuego, el sol y el calor. Es por este tipo de asociaciones, y no debido a que los colores arrojen diferencias de temperatura, que tales tonos son tipificados como

colores cálidos, mientras que los azules y verdes azulados como colores fríos. En estos casos tenemos que el color funciona como signo icónico”. pág 259.

El tono gris en la semiótica y teoría del color se considera un color simple y de poca fuerza, se le asocia con la reflexión y es utilizado para realzar otro color más vibrante al lado. Al ser un color suave, transmite sobriedad. En la semiótica del vestuario el color gris, después del color azul es el que más es utilizado para entrevistas de trabajo ya que simboliza neutralidad. Las mujeres que fueron estudio de observación y utilizaban este color se les notaba calladas, más tranquilas, pero siempre presentes en el momento, nunca pasaron desapercibidas en las conversaciones o interacciones que se tenían con las demás personas con las que estaban. No eran el centro de atención, pero no eran ignoradas. No se vieron señales de inseguridad o algún tipo de ansiedad social. Tomando esta base, podemos decir que las mujeres que utilizan este color pueden considerarse más tranquilas y reflexivas.

El color negro tiene asociaciones con la elegancia y el misterio. Toda la vida hemos escuchado que el color negro nunca pasa de moda, además de hacer parte de todos los armarios del mundo. Para la semiótica del vestuario, el color negro evoca sobriedad, elegancia, ya a la vez sencillez, además de hacer referencia a la noche. Todas estas características lo convierten en un referente de estilo. Este fue el color que más se vio, el más común en la observación no participante en ambos barrios. Las mujeres observadas que utilizaban este color dentro de un grupo reflejaban confianza y seguridad desde lejos. Siempre tuvieron buena interacción con las personas alrededor y no se les vio nerviosas o tímidas en algún momento. A las mujeres que se observó caminando a través de las calles de los barrios Provenza y Vía primavera, estando solas se veían tranquilas y tenían paso firme, lo que transmitía seguridad. Contrastando lo observado y el significado del color negro en la semiótica podemos analizar que este color incrementa o

afianza la seguridad, ya que esta se proyecta en las personas alrededor. Una encuesta realizada a 1000 personas por una marca británica de alta costura concluyó que el negro es un color que evoca inteligencia y capacidad de asumir retos.

El color verde observado en el diario de campo fue el menos frecuente, pero estuvo presente unas cuantas veces. En la teoría del color, el verde es el color de la naturaleza, el ser humano encuentra calma y descanso en él, es por esto es uno de los colores elegidos por farmacias y fuerzas militares. Para la semiótica del color representa igual a la naturaleza, la salud y la seguridad. Las mujeres que utilizaban este color lo lucían en diferentes tipos de estampado, como el camuflado, o en chaquetas, acompañado por prendas de colores básicos como blanco y negro. Se veían mucho más relajadas y despreocupadas, por lo general estaban presentes en los lugares abiertos, sobre todo en los parques.

Estilo Y Tendencia

La tendencia es un estilo, que en moda se visibiliza a través de la ropa y los complementos que se le den a esta, como accesorios, sombreros, bolsos, entre otros. Las tendencias vienen por temporadas y marcan pautas. El estilo a diferencia de este se ve reflejado en cada tendencia, pues pasa a ser una forma de individualización, de mostrarse diferente a los demás, por ende, identificarse como un ser único.

Las tendencias actuales en moda en Medellín que se identificaron en el diario de campo fueron: regreso de la minifalda, estampados de cuadros, camuflados, animalprint de vaca y leopardo. También se observó una tendencia de llevar ropa de tallas más grandes, patrones extragrandes adaptados a tallas más pequeñas, dando un aporte de estilo diferente, esta tendencia se reflejó en varias prendas, las más vistas fueron camisetas, abrigos y pantalones.



Figura 5. Minifalda y estampado a cuadros

Fuente Figura 5: Construcción Propia



Figura 6. Estampado camuflado y tendencia oversize y pantalón.

Fuente Figura 6: Construcción Propia

Para estas tendencias se vieron estilos únicos de uso, determinados por una actitud de poder. Los estilos, no son formas paralelas de la moda, sino que son integrantes de ella, cada estilo visto posee en sí mismo varios elementos con características especiales que hacen énfasis en distintos puntos y prendas, y se pueden transmitir como formas de reconocimiento, ocultamiento o manifestaciones de sus gustos.

Las tendencias ahora pasan a tener un abanico de opciones donde se escoge no sólo entre diferentes modelos de vestimenta, sino que se combinan estampados que no creíamos que podrían combinar, mezclando diferentes tipos y estilos en uno mismo, también entre cómo se quiere expresar el empoderamiento en la apariencia, siendo libre de usar lo que se desee y como se desee.

Maquillaje y Cabello (peinados, color, corte)

El maquillaje es un arte que se base en decorar la piel y otras partes visibles del cuerpo para resaltarlas o mejorar la manera en que se ven. En la vida cotidiana, todo maquillaje expresa la originalidad de quien lo usa, oculta y resalta a la vez lo que se quiere y sirve como lenguaje no verbal. El maquillaje se usa para realzar gestos que son necesarios de enfatizar por motivos comunicativos.

En el diario de campo realizado en el barrio Provenza y Vía primavera de Medellín se encontraron diferentes tipos de maquillaje, contrastados en dos tipos, unos muy naturales y suaves, y otros cargados y con gran cantidad de explosión de color.



Figura 7. Maquillaje natural

Fuente figura 7: Tomado de Pinterest @glamourmag



Figura 8. Maquillaje color

Fuente figura 8: Instagram @ateneaprofesional

El cabello, como medio de expresión en la moda es un determinante en la imagen y tiene un gran impacto en cómo nos vemos y cómo nos perciben. Aunque se arregle dependiendo de la ocasión, el cabello representa un complemento importante en la apariencia del día a día y la manera en que se toman riesgos de manera física.



Figura 9 Cabello rapado y verde

Fuente Figura 9: Construcción Propia



Figura 10. Cabello con mechón azul

Fuente Figura 10: Construcción Propia

Los estilos de peinado, color y corte observados fueron muy variados, se encontró mujeres con cortes clásicos, colores castaños, rubios y negros, peinados entre lisos y ondas, en su mayoría, pero también se encontró mujeres con otros tipos corte, cómo rapados y mullets. Los colores estuvieron presentes, verde, mechones azules y fucsias fueron algunos de los que se pudo ver en el diario de campo.

Accesorios

Desde un primer momento, y en este caso desde la prehistoria, el hombre ha utilizado diversos ornamentos para adornar su cuerpo; por eso podemos decir que los colmillos, pieles, huesos y semillas fueron los primeros accesorios de moda de la historia (Arrieta, 2020). Los accesorios en moda transforman y complementan la apariencia del día, es importante, pues esta se debe en gran medida a la capacidad que los accesorios tienen para marcar la personalidad y definir un estilo.

Los accesorios que se pudo observar en las mujeres de los barrios de Provenza y Vía primavera en Medellín fueron diversos, cadenas en colores, aretes grandes y anillos en casi

todos los dedos de las manos fueron los más repetitivos. Complementos de bolsos, riñoneras y pañoletas también estuvieron presentes. No se encontraron mujeres que usaran sombreros y gorras, estos accesorios estuvieron ausentes en la observación del diario de campo.



Figura 11 Cadena de colores

Fuente construcción Propia



Figura 12. Anillos

Fuente construcción Propia

Qué Se Entiende Por Empoderamiento Y Moda

La tercera parte de la investigación consistió en realizar una entrevista a un profesional en un tema de moda y feminismo. Las personas elegidas fueron, la primera una diseñadora de modas, creadora de la marca de ropa Rever y perteneciente a uno de los movimientos feministas de la ciudad de Medellín llamado Hiedras y un diseñador gráfico, socio de una marca de ropa para mujer llamada Chronic. El objetivo de esta entrevista fue poder conocer y determinar que se entiende por empoderamiento y moda y en que se relacionan, además de contarnos el proceso por el cual pasan sus marcas a la hora de dirigirse a la mujer.

Cuando se preguntó acerca de que se entendía por empoderamiento y moda, Camila la primera entrevistada nos contesta que el empoderamiento trata de reconocer el valor que cada uno tiene para poder usar al máximo su potencial en pro del bienestar individual y poder así impactar de una forma positiva colectivamente. Para Felipe el empoderamiento es la capacidad

que tiene el ser para reconocerse a sí mismo y hacerse dueño y consiente del propio ser, utilizando esto para el mejoramiento de la vida y el alrededor. Esto va muy ligado a la definición que nos da Marta Orsini (2012) en la categoría de poder para, poder con y poder desde adentro, mencionada en el marco contextual, que trata del poder interior exteriorizado en los demás, generando un impacto positivo en la sociedad. El concepto de moda Camila lo entiende, como el conjunto de percepciones personales con respecto a lo que se usa, sean prendas de vestir, accesorios u objetos relacionados con lo estético, lo que cada ser humano percibe como bello y que le gusta usar, donde también se obedece a un contexto y que constantemente cambia o se transforma. Para Felipe el concepto de moda está determinado por el conjunto de gustos, estilos y complementos que se usa para vestir, independiente de la tendencia del momento, pero que siempre estos procesos de transformación.

En el marco contextual se habla acerca de la intervención de la apariencia estética en la composición del vestuario según (Souriau, 1998) donde el sentido estético interviene en la manera en que los hombres y las mujeres se visten según las épocas y los medios dejando, cierta posibilidad de adaptación individual. Esto es muy importante porque se entiende que las tendencias que aparecen en el mercado de la moda y los estilos que cada mujer desee usar, así duren temporadas porque se transforman en otras, obedecen a un contexto sea de tiempo, gusto o situación particular en la que se esté viviendo y que genera transformación constante.

Con estos dos conceptos ya explicados, se entiende que conocernos y expresar este conocimiento de una forma genuina en este caso, a través de la moda y los diferentes elementos que la conforman, llena de fuerza, confianza y poder, desde lo individual hacia lo colectivo, creando una relación estrecha entre estos dos conceptos, permitiendo que uno ayude al otro.

Al momento de hablar acerca de sus marcas de ropa, Camila habla sobre Rever, cuenta acerca del proceso de producción de las prendas, en que piensa cuando construye su idea y en que se inspira. En los procesos de producción, cuenta que se piensa en todos los seres, en todos los tipos de cuerpos que existen en la mujer y la comodidad que las prendas puedan ofrecerles a las mujeres de la ciudad de Medellín. Esto, desde el empoderamiento permite el crecimiento de la confianza y seguridad en las mujeres a la hora de lucir una prenda y cuando esto está claro la percepción que se tiene de una persona a consecuencia de su lenguaje corporal y apariencia personal se puede transmitir, y se entiende a través de la semiótica del vestuario, que nos define (Martinez Barreiro, 1996) . Al ser una marca que se enfoca en los diferentes tipos de cuerpos que tienen los seres, ha tenido muy buena acogida del público, pues se sienten empatizados con el concepto y el mensaje que quiere comunicar esta marca, “Queremos expresar lo que como seres humanos experimentamos, mostrar un mundo diverso, como realmente es, donde es importante cuidarnos y conocernos” (C. Vanegas, comunicación personal, 18 de mayo de 2021).

En cuanto a la inspiración que recibe la marca, contó que, aunque hay muchas marcas bellas que la inspiran el gran referente de Rever es Rever, porque cambia constantemente y se propone sorprender, ninguna marca se parece a Rever y Rever no pretende parecerse a ninguna.

Para la marca Chronic, cuenta que en su proceso de producción no les gusta pensar en la mujer como un prototipo único de cuerpo y personalidad, tienen claro que existen diferentes tipos de cuerpo y de mujeres, y aunque su foco es la cultura urbana y utilizan elementos bruscos y tallas oversize, quieren y trabajan para que cualquier mujer que use la marca se sienta cómoda y que estéticamente los diseños se vean bien en cada prenda. Su inspiración viene de la cultura

urbana americana de los años 90, el hip-hop y las competencias de baile urbano. También los inspiran las grandes marcas deportivas, pero dándole un giro Chronic para crear ropa de calle.

Después de analizar ambas entrevistas, queda claro que la moda está ligada a la seguridad, pues es una expresión de empoderamiento femenino y una de las herramientas que utilizan las mujeres para expresar su ser. Una de las tendencias es pensar en la estética del vestuario desde un punto de vista de comodidad, donde se entiende que, aunque la inspiración es vestir a la mujer, no se etiqueta el vestuario como antes y todo ser puede usar lo que desea, y se trabaja para brindarles seguridad y comodidad.

Conclusiones

La temática previamente abordada en esta investigación que trata sobre la moda como expresión de empoderamiento femenino, dio paso al análisis de todos los elementos que conforman la moda y que generan una seguridad simbólica en las mujeres de la ciudad de Medellín en el periodo comprendido entre los años 2020 y 2021. Tras haber finalizado el análisis de la investigación es momento para dar paso a los objetivos y pregunta problemática de ¿Cómo se comunica la mujer en el proceso de empoderamiento femenino a través de los elementos simbólicos que conforman su forma de vestir/apariencia personal? y responder si se resolvió y se cumplieron los objetivos de la investigación. Se puede afirmar que sí se respondió a esta pregunta, pues desde el comienzo del marco teórico se comenzaron a evidenciar algunas respuestas que luego explicarían lo encontrado en el análisis de cada instrumento.

Se pudo determinar que los elementos que generan seguridad en la mayoría de las mujeres encuestadas fueron: los zapatos, la ropa y el maquillaje. Cada elemento corresponde a una categoría previamente ya analizada, donde se puede ver que estos elementos representan e identifican a las mujeres del grupo para sentirse seguras. Se puede decir que, según lo encontrado en esta investigación, este objetivo si se cumplió.

Se descubrió que el uso personal de cada uno de estos elementos refleja diferentes características en cada mujer. Se afirma que la relación entre vestuario y empoderamiento femenino es bastante evidente, el entorno social y cultural de una época en específico, influye en la representación de cada individuo, en este caso las mujeres que se encontraban en Provenza y Vía Primavera y en esta investigación se pudo justificar de qué manera y por cuales vías esta relación perduró durante un buen tiempo, por esto, se puede decir que sí se cumplió el objetivo.

La ropa a través de la historia habla sobre el grado de libertad que ha ido desarrollando la mujer, al tener esta libertad, se puede decir que la moda a través de elementos simbólicos expresa empoderamiento femenino, este comienza en un ámbito personal al usar los que se encuentra entre sus gustos y se alinea con su personalidad, y se convierte en uno social cuando hay interacción con los demás. Al encontrarse estilos tan diferentes en el grupo estudiado de mujeres como, deportivo, urbano, Glam y casual, se entendió que la mujer es capaz de construirse estéticamente, independiente de los diferentes estilos que se observaron en la investigación, se pudo concluir que a través de los elementos simbólicos esta expresión trata de romper un estereotipo de cómo se supone que deben identificarse y expresarse las mujeres, pues se encontró el uso de prendas mucho más anchas y cabellos cortos, dando una masculinización en la forma de vestir

Se pudo determinar si se respondió el objetivo principal de la investigación, que consistía en analizar los elementos de la moda como forma de seguridad simbólica de empoderamiento femenino en un grupo de mujeres en la ciudad de Medellín.

Ahora, para responder la pregunta base de la investigación de cómo se comunica la mujer en el proceso de empoderamiento femenino a través de los elementos simbólicos que conforman su forma de vestir/apariencia personal, al quedar evidenciado en cada uno de los objetivos, se descubrió que la continua evolución del papel de la mujer en la sociedad, que la ha conducido a participar de una vida económica, de independencia, seguridad y toma de decisiones propias, la llevan a sentirse, expresarse y por ende vestirse de una manera diferente a como lo hacían las generaciones anteriores. Podemos concluir que las mujeres han optado por un camino de superación en el que su imagen ha aportado un gran porcentaje para los fines logrados, es decir, la moda a través del vestuario con todos los elementos simbólicos que lo conforman, ropa,

maquillaje, peinado y accesorios, han sido una herramienta esencial para la comunicación no verbal, en los diferentes ámbitos de poder y empoderamiento, en los discursos de feminismo y género, donde se permiten mostrar todo un abanico de feminidad, expresada en el modo que se desee.

Se pudo concluir que la ropa es el elemento con el que hay mayor identificación de seguridad, dando a entender que con una prenda la mujer puede comunicar y empoderarse al mismo tiempo, desde una falda, pantalón, vestido, hasta los complementos como, chaquetas, cardiganes y sombreros. La moda es tomada como una herramienta de lucha y protesta individual, al buscar la propia identificación, y social al combatir con los estereotipos y pensamientos sobre lo que las mujeres pueden usar o no. Es por esto, que en el transcurso de la historia y ahora en la actualidad, la vestimenta se convirtió en un medio para expresar libertad, autoridad y poder. La mujer actual elige qué quiere usar, con que se siente bien, cómoda, bella y sobre todo segura. Esta representa un modelo que trata de romper esquemas, estigmatizaciones y costumbres, supliendo la necesidad de ser libres, más reales y auténticas, expresado en ropa, zapatos, maquillaje y zapatos, elementos mencionados y analizados anteriormente.

La moda al ser es un medio por el cual se genera empoderamiento femenino, se puede pensar en un proyecto a futuro que aborde, no solo la influencia y las consecuencias de la moda en la mujer en cada época del último siglo, sino también, cómo se vive el empoderamiento femenino a través de las redes sociales, las diferentes tendencias de los nuevos prototipos de inclusión en la moda, como modelos curvy y la moda como una herramienta de lucha feminista.

Bibliografía

- González García, M. (2017). HistoriAgenda. *Breve recorrido por la historia de la historia del feminismo*, 108-110.
- Arias, F. (8 de Abril de 2021). Moda como expresion de empoderamiento femenino. (M. F. Arango, Entrevistador)
- Arrieta, A. (2020). *Fude by Educativo*. Obtenido de Los accesorios de moda, algo más que una simple tendencia: <https://www.educativo.net/articulos/los-accesorios-de-moda-algo-mas-que-una-simple-tendencia-537.html>
- Berbel, S. (Junio de 2004). *Mujeres en red*. Obtenido de El periódico feminista: <http://www.mujiresenred.net/spip.php?article33>
- Botero, C. E. (22 de Febrero de 2020). *Forbes*. Obtenido de Forbes: <https://forbes.co/2020/02/22/forbes-life/medellin-se-proyecta-como-capital-de-la-moda-en-latinoamerica/>
- Casique, I. (2005). ¿Cuando puedo decir no? Empoderamiento femenino y sexo no deseado en Mexico. *Estudios demográficos y urbanos*, 49-81.
- Caviano, J. L. (1995). Color y semiótica: Un camino en dos direcciones. *CRUZEIRO SEMIOTICO*.
- Cigarini, & De la fuente, M. (2015). Ideas del poder en la teoría feminista. *Revista Española de Ciencia Política*, 173-199.
- Cruz, W. (2019). *Medellín, medio siglo de moda: 1900 - 1950*. Medellín: U. Pontificia Bolivariana.
- Danesi, M. (1969). *IASS-AIS*. Obtenido de <http://iass-ais.org/>
- De las heras, S. (2009). Una aproximación a las teorías feministas. *Revista de filosofía, derecho y política*, 46.
- Eco, U. (2011- 1977). *Tratado de Semiótica General*. España: Lumen.
- Escobar, E. (2014). Semiótica y comunicación. Teoría de los signos y los códigos. *Revista Lengua y Sociedad*, 175-204.
- Galan Amador, M. (29 de Mayo de 2009). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html#:~:text=Se%20podr%C3%A1%20definir%20que%20la,entrevista%20es%20una%20conversaci%C3%B3n%20entre>
- Giner, S. (1998). *Diccionario de sociología*. Madrid: Alianza editorial.

- Gomez Garcia, P. (16 de Diciembre de 2009). *Gazeta de antropología*. Obtenido de Claude Lévi-Strauss. Vida, obra y legado de un antropólogo centenario: https://www.ugr.es/~pwlac/G26_01Pedro_Gomez_Garcia.html
- Hernandez , R., & Collado, C. (2003). El proceso de investigacion y los enfoques cuantitativo y cualitativo: hacia un modelo integral. In *Metodología de la Investigación*. 8–25.
- Imaginario, A. (2018). *Cultura Genial*. Obtenido de La historia del feminismo resumida en 18 momentos claves: <https://www.culturagenial.com/es/momentos-claves-en-la-historia-del-feminismo/>
- Jaggar, A., & Jourdan, C. (1975). *Libreria de mujeres*. Milan.
- Kabber, N. (2001). “Reflections on the Measurement of Women’s Empowerment. *Discussing Womens Empowerment-Tjeory and practice*.
- KienyKe. (14 de Mayo de 2019). Obtenido de KienyKe: <https://www.kienyke.com/moda/el-libro-que-expone-la-historia-de-la-moda-de-medellin>
- Kishor, S. (23- 25 de Marzo de 2000). “Women’s Contraceptive Use in Egypt: What do Direct Mesasures of empowerment tell us.
- Legarde, M. (1990). *Identidad femenina*. Mexico .
- Legarde, M. (1996). El género, fragmento literal: la perspectiva de género. *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, 13-38.
- Leon, M. (1997). *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá: TM EDITORES.
- Martinez Barreiro, A. (1996). Elementos para una teoría social. *Revista de pensamiento social* , 97 a 123.
- Martinez, L. (2 de Marzo de 2017). *SEMIÓTICA DEL VESTUARIO O LO QUE COMUNICA LA INDUMENTARIA*. Obtenido de <https://www.aznoticias.mx/index.php/imagen-dna/22454-semiotica-del-vestuario-o-lo-que-comunica-la-indumentaria>
- McWhirter, B. (2006). Empoderamiento de parejas y familias a través de la integración de. *Revista de Psicología de la Universidad de Chile*, 76-88.
- Morris, C. (1963). *Lenguaje y comportamiento*. Milan: Longanesi & C.
- Orisni, M. (2012). El concepto de empoderamiento en los estudios de género y en la prensa femenina. *Congreso internacional de comunicacion y género*. Barcelona.
- Perez Suarez, J. (1997). *Diccionario de comunicaciones: Semitotica, linguistica, periodimos, publicidad, mediosde comunicación*. Medellin: Universidad de Medellín.
- Pinto González, W. (2003). Hisotria del feminismo. *Revista Universitaria*, 32-33.

- Prego, E. (2009). *Indumentaria y moda*. Obtenido de Indumentaria y moda: <https://diseniodeindumentaria2.wordpress.com/2009/07/17/el-maquillaje-historia-significado-simbologia-y-tecnica/>
- Ramirez Caro, J. (2002). Con este enfoque, que imita los procedimientos de las ciencias físicas, tratan de elaborar estrategias investigativas capaces de dilucidar las relaciones sistemáticas y constantes que existen en el comportamiento humano, individual y colectivo, y a las qu. *Revista comunicació*. Obtenido de Estructuralismo: https://www.csub.edu/~tfernandez_ulloa/spanishlinguistics/ESTRUCTURALISMO.htm
- Rizo Garcia, M. (2006). La intersubjetividad y la vida cotidiana como objetos de estudio de la ciencia de la comunicación: exploraciones teóricas y abordajes empíricos. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, 1.
- Rizo, M. (2004). El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. En *Aula abierta. Lecciones básicas*. Mexico : Incom.
- Rodriguez, M. A. (2017). Análisis semiótico y comparativo desde el color en la evolución gráfica del personaje de la marca Yupi, Colombia 1980-2017.
- Rosales, V. (2017). *Mujeres Vestidas*. Grupo Planeta.
- Ruiza, M., & Fernandez, T. (2004). *Biografías y vidas*. Obtenido de Biografía de Claude Lévi-Strauss: de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/l/levi.htm>
- S.A. (13 de 7 de 2009). Obtenido de <https://definicion.de/diario-de-campo/#:~:text=El%20diario%20de%20campo%20es,para%20luego%20analizar%20los%20resultados.>
- Schuler, M. (s.f.). *Empoderamiento y liderazgo*. Cordoba.
- Seyla, B. (1992). Una revision del debate sobre las mujeres y la teoria moral. *Isegoría*, 37-64.
- Souriau, É. (1998). *Diccionario Akal de estética*. Madrid: Ediciones Akal.
- Susana. (2011). EL ESTRUCTURALISMO: CLAUDE LEVI STRAUSS. *Revista digital para profesionales de la enseñanza*, 14.
- Unidas, N. (1995). la Conferencia Mundial de las Mujeres en Pekín por las Naciones Unidas. *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial*. Pekin.
- Vanegas, M. C. (18 de Marzo de 2021). Moda como expresion de empoderamiento femenino. (M. F. Arango, Entrevistador)
- Wiseman, B. (1998). Levi-Strauss para principiantes. En B. Wiseman, *Levi-Strauss para principiantes*. Buenos Aires: Errepar.

Anexos

Anexo A. Matriz Instrumento 1 Encuesta digital vía Google Forms

Lugar: Vía virtual, Google forms **Fecha:** Del 10 al 20 de septiembre del año 2020 **Duración:** 30 minutos

Dirigido a: Cinco (5) mujeres habitantes, en la ciudad de Medellín, entre los 20 y 30 años.

Responsable (s): Maria Fernanda Arango Saraz

Garantía de confidencialidad: Es nuestro compromiso respetar la privacidad del nombre, identificación e información que las mujeres participantes en esta investigación brinden.

Objetivo específico n° 1: Definir, mediante encuesta semiestructurada, cómo se expresa el empoderamiento femenino en las mujeres de Medellín, en el periodo comprendido de agosto y noviembre del año 2020

Instrucciones: Encuesta de selección múltiple, responder todas las preguntas en orden y de manera honesta.

1- IDENTIFICACIÓN GENERAL

1. Género: 2. Edad: 3. Lugar de vivienda: 4. Ocupación:

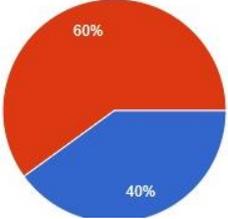
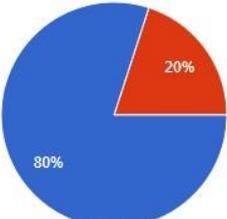
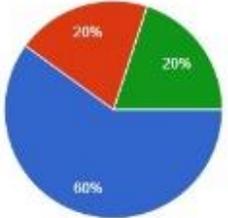
2- INFORMACIÓN ESPECÍFICA:

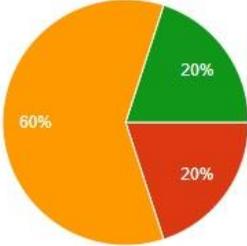
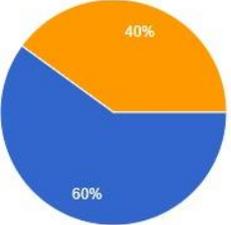
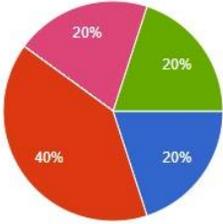
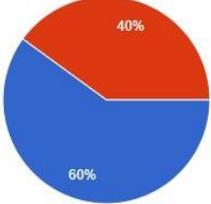
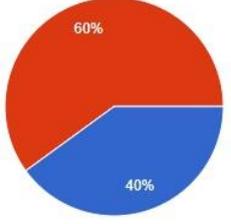
- 1- ¿Está de acuerdo en que la forma de vestir y presentación personal es una expresión de empoderamiento femenino? R: De acuerdo, completamente de acuerdo, parcialmente en desacuerdo, desacuerdo
- 2- ¿Con qué asocias más el empoderamiento femenino en la moda? R: Ropa, Zapatos, Accesorios, Maquillaje
- 3- ¿Con qué identificas más tu expresión de empoderamiento femenino en la moda? R: Ropa, Zapatos, Accesorios, Maquillaje
- 4- ¿Con qué te identificas menos en tu expresión de empoderamiento femenino en la moda? R: Ropa, Zapatos, Accesorios, Maquillaje
- 5- ¿Crees que hay elementos que son más importantes que otros? Si es así, ¿cuáles? R: Ropa, Zapatos, Accesorios, Maquillaje
- 6- ¿Cuál estilo te define mejor? R: Casual, Deportivo, Clásico, Hippie chic, Boho, Alternativo, Glam, Urbano.
- 7- ¿Estás de acuerdo en que el efecto estético que puede producir la ropa influye en los demás? R: De acuerdo, completamente de acuerdo, parcialmente en desacuerdo, desacuerdo

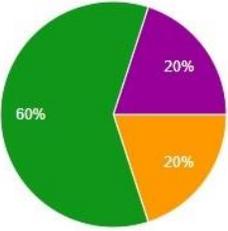
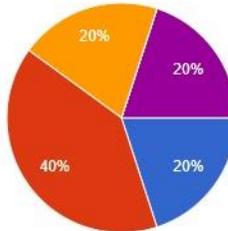
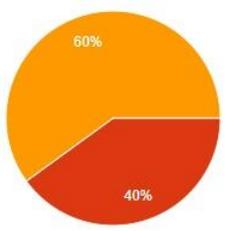
- 8- ¿Estás de acuerdo en que el efecto de seguridad personal influye en cómo te ven los demás? R: De acuerdo, completamente de acuerdo, parcialmente en desacuerdo, desacuerdo
- 9- ¿Con que arreglas tu look para sentirte más segura? R: Anillos, Pulseras, Cadenas, Collares, Sombreros, Maquillaje, Chaqueta/Cardigán
- 10- ¿Consideras que la masculinización en un look, es una expresión de empoderamiento femenino? R: A veces, Muchas veces, Siempre, Casi siempre
- 11- ¿Cuál crees que es otra expresión de empoderamiento femenino a partir de la moda? R: Figura curvy, Figura fit, Oversize, Vintage

Enlace de encuesta Google Forms: <https://forms.gle/UVHF4TjRedqMZHQp9>

Anexo B Matriz análisis instrumento 1

PREGUNTAS	PORCENTAJES	RESULTADOS	ANÁLISIS CUALITATIVO
1-¿Está de acuerdo en que la forma de vestir y presentación personal es una expresión de empoderamiento femenino?		60% completamente de acuerdo 40% De acuerdo	Se puede analizar que la forma de vestir y presentación personal si es una expresión de empoderamiento femenino, para las mujeres encuestadas.
2-¿Con que asocias más el empoderamiento femenino en la moda		20% Zapatos 80% Ropa	Podemos observar que los elementos con los que se asocia más el empoderamiento femenino por parte de las encuestadas es de ropa en un y zapatos.
3-¿Con que identificas más tu expresión de empoderamiento femenino en la moda?		20% Zapatos 60% Ropa 20% Maquillaje	Para la mayoría de las mujeres encuestadas su expresión de empoderamiento femenino se identifica a través de la ropa, maquillaje y zapatos.

<p>4-¿Con que te identificas menos en tu expresión de empoderamiento femenino en la moda?</p>		<p>60% Accesorios 20% Zapatos 20% Maquillaje</p>	<p>Para la mayoría de las mujeres que participaron, la expresión de empoderamiento femenino con que menos se identifican fue en accesorios, maquillaje, y zapatos.</p>
<p>5-¿Crees que hay elementos que son más importantes que otros? Si es así, ¿cuáles?</p>		<p>60% Ropa 40% Accesorios</p>	<p>El 100% de las mujeres encuestadas considera que hay elementos más importantes que otros en la forma de expresión de empoderamiento, donde los más votados fueron la ropa y los accesorios.</p>
<p>6-¿Cuál estilo te define mejor?</p>		<p>40% Deportivo 20% Casual 20% Glam 20% Urbano</p>	<p>Podemos observar que no hay un estilo común para todas las mujeres encuestadas, es muy variado, aunque el que tuvo más porcentaje fue el estilo deportivo seguido del casual, glam y urbano.</p>
<p>7-¿Estás de acuerdo en que el efecto estético que puede producir la ropa influye en los demás?</p>		<p>60% De acuerdo 40% Completamente de acuerdo</p>	<p>Según los resultados de esta encuesta podemos observar que el efecto estético que produce la ropa si influye en cómo nos ven los demás.</p>
<p>8-¿Estás de acuerdo en que el efecto de seguridad personal influye en cómo te ven los demás?</p>		<p>60% Completamente de acuerdo 40% De acuerdo</p>	<p>Se puede observar que el efecto de seguridad personal influye en cómo nos ven los demás.</p>

<p>9-¿Con que arreglas tu look para sentirte más segura?</p>		<p>60% Maquillaje 20% Chaqueta/Cardigán 20% Sombreros</p>	<p>Los elementos más usados para arreglar un look son: maquillaje, chaquetas y sombreros.</p>
<p>10-¿Consideras que la masculinización en un look es una expresión de empoderamiento femenino?</p>		<p>40% Muchas veces 20% Siempre 20% A veces 20% No lo considero</p>	<p>Se puede observar que esta pregunta fue la que tuvo resultados más variados, pues unas consideran que la masculinización de un look genera empoderamiento, mientras que para otras solo a veces o no lo consideran.</p>
<p>11-¿Cuál crees que es otra expresión de empoderamiento femenino a partir de la moda?</p>		<p>60% Oversize 40% Figura fit</p>	<p>Más de la mitad de las mujeres encuestadas consideran que otra expresión de empoderamiento a partir de la moda es la Oversize.</p>

Enlace de encuesta Google Forms: <https://forms.gle/UVHF4TjRedqMZHQp9>

Comentario analítico (sobre respuestas al instrumento del Objetivo 1)
Datos específicos: Se realizó una encuesta a cinco mujeres de diferentes carreras profesionales, ubicadas en la ciudad de Medellín en el mes de octubre de 2020.
Análisis interpretativo de todas las respuestas de Información específica: En el desarrollo de la encuesta se pudo observar que para las mujeres encuestadas la expresión de empoderamiento femenino a través de la moda y apariencia personal más identificada es la que viene a partir de la ropa, aunque no se encontró un estilo específico de vestimenta, pues todas respondieron diferente, evidenciando así que no hay un estilo específico, también noté que todas estuvieron de acuerdo en que la moda es una expresión del empoderamiento femenino y piensan que el efecto de seguridad personal si se refleja en el cómo nos ven los demás. El objetivo se vio cumplido gracias a que se pudo identificar las expresiones de empoderamiento femenino mencionados.

Anexo C Entrevista Rever y Chronic

1 ¿Qué entiendes por empoderamiento?

R- Por empoderamiento entiendo reconocer el valor que cada uno tenemos para poder usar al máximo su potencial en pro de nuestro bienestar individual y poder así impactar de una forma positiva colectivamente

C- Entiendo por empoderamiento la capacidad que tenemos para reconocernos a nosotros mismos y hacernos dueños y consientes de nuestro ser y utilizar esto para el mejoramiento de nuestra vida y nuestro alrededor.

2 ¿Qué entiendes por moda?

R- Por moda entiendo un conjunto de percepciones personales con respecto a lo que uno usa, sean prendas, accesorios, objetos, etc. relacionadas con lo estético, o sea lo que yo percibo como bello y me gusta usar, que adema obedece a un contexto y que constantemente cambia o se transforma

C- La moda es el conjunto de gustos, estilos y complementos que se usa para vestir, independiente de la tendencia del momento, pero que siempre estos procesos de transformación.

3 ¿Crees que la moda genera empoderamiento?

R- Claro, creo que reconocer nuestro valor y conocernos lo suficiente para poder expresarnos a través de lo que usamos nos confiere seguridad y comunica también quiénes somos, esto nos hace sentir cómodos, más fuertes, empoderados

C- Sí, porque la moda es una herramienta que permite expresar lo que somos, lo que nos gusta y cuando nos vestimos como nos gusta, cuando nos sentimos cómodos, se crea una seguridad y eso se refleja en nosotros y en los demás.

4 ¿Se relacionan entre sí?

R- Claro que sí, siento que por lo que dije anteriormente, conocernos y expresarlo de una forma genuina nos llena de fuerza y poder

C- Sí, la moda es una herramienta que nos ayuda a empoderarnos a través de cómo queremos lucir, usar y vernos.

5 ¿Por qué es importante que una mujer se sienta empoderada a través de la moda?

R- Es importante que cualquier ser humano se ponga en contacto consigo mismo para apropiarse de su potencial, buscar su bienestar, sentirse con el poder de crear la vida que desea y también inspirar a otros a hacerlo, maravilloso si es con la moda y además se siente confiado, realza su autoestima e inspira a otros a su alrededor

C- La ropa que usamos es una puerta a que los demás conozcan una parte de nuestra personalidad, cuando las mujeres se sienten bien con lo que usan, les gusta cómo se ven indiscutiblemente crece la seguridad, la confianza y esto tiene un impacto muy positivo a la hora

de desarrollar las actividades en las que se desenvuelven en el día a día. Es un extra porque si sabes que te ves bien y estás haciendo las cosas que te gustan, es un potencializador de confianza y amor propio.

6 ¿Tu marca como entiende el proceso de producción a la hora de dirigirse a la mujer?

R- En los procesos de producción se piensa en todos los seres, hay que pensar en todo tipo de cuerpos y la comodidad de estos

C- A nosotros no nos gusta pensar en la mujer como un prototipo único de cuerpo y personalidad, sabemos que existen diferentes tipos de cuerpo y aunque nuestro foco es la cultura urbana y utilizamos tallas oversize , queremos que cualquier mujer que use nuestra marca se sienta cómoda y que estéticamente los diseños se vean bien.

7 ¿Por qué crees que las mujeres usan tu marca?

R- Creo que las personas usan la marca, aparte del producto, que está bien pensando desde lo ético y una buena calidad, porque se sienten empatizados con el concepto y el mensaje que se quiere comunicar, queremos expresar lo que como seres humanos experimentamos, mostrar un mundo diverso, como realmente es, donde es importante cuidarnos y conocernos

C- Porque es una marca que aunque trae un concepto conocido que es lo urbano, el Street style , lo enfocamos en la comodidad, exclusividad, porque son prendas que pueden usar, tanto mujeres como hombres sin distinción.

8 ¿Qué referentes en la moda tienes para tu marca?

R- Hay muchas marcas bellas que me inspiran, pero el gran referente de Rever es Rever, cambia constantemente y se propone sorprenderse, ninguna marca se parece a Rever y Rever no pretende parecerse a ninguna

C- Nos inspira la cultura urbana americana de los años 90, el hip-hop y las competencias de baile urbano. También nos inspiran las grandes marcas deportivas, pero dándole un giro Chronic para crear ropa de calle.