



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño



# Self OO MI

AUTOCONOCIMIENTO DESDE  
EL LENGUAJE NO VERBAL DE LA ROPA

Ignacia Illanes Gajardo  
José Neira Délano

Julio, 2022. Santiago, Chile.

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para  
optar al título profesional de Diseñador

Agradezco a mi familia por el esfuerzo y cariño entregado durante estos cinco años, donde me acompañaron a recorrer el mundo del diseño, pero por sobre todo en el cumplimiento de mis sueños.

Le agradezco profundamente a todas las mujeres que encontré en este camino y en especial a mi abuela Edith Nass quien nunca dejó de creer en mis capacidades y cualidades.

“Por su naturaleza cíclica, la moda se asocia con la metamorfosis, la transubstanciación, el viajar a través del espacio-tiempo en el cuerpo de otro. El traje es el vehículo, es cuerpo y alteridad, lo permanente es el cambio.”

**Ximena González**

Diseñadora Textil, artista e investigadora de las tradiciones textiles americanas.

#### 4 Introducción

Este proyecto tiene como objeto de estudio sentar las bases para desarrollar un método que pone especial atención en la vestimenta, como lenguaje no verbal y como espacio para el autoconocimiento. Este proceso incorpora conocimientos de la psicología para abordar en mayor profundidad lo relacionado al autoconocimiento.

El proyecto toma como base el acto de vestirse y busca llevarlo a la condición de rito a la vez que contempla en él una forma de autoconocimiento a partir de una toma de conciencia de porqué se elige lo que se viste, por qué lo viste, cómo lo viste y qué siente cuando lo viste.

Siempre vestimos nuestro cuerpo con un propósito intencionado sin embargo, en lo cotidiano no ponemos atención en esas intenciones. La importancia de saber que es lo que estamos expresando con la ropa que utilizamos diariamente y como ella es también una forma de comunicación silenciosa, es decir la ropa posee un

lenguaje no verbal. La ropa tiene una influencia directa en el bienestar, la autoestima y amor propio de cada persona. Si es así cabe preguntarse si las presiones externas de cánones de belleza y consumo que la industria impone sobre nosotros son verdaderamente importantes. La vestimenta es nuestra *segunda piel* que nos habla directamente desde el interior de nuestro ser.

Bajo estas premisas se propone un método que readecúa el vestuario de las personas, integrando la psicología y el lenguaje no verbal de la ropa.





Ángela Roma. Fuente: Pexels

**Palabras claves**

Autoconocimiento  
Lenguaje no verbal  
Ritualidad  
*Segunda piel*

# ÍNDICE

# 01 **Introducción**

1.1 Motivación personal	10
1.2 Motores conceptuales del proyecto	
1.2.1 Segunda piel	13
1.2.2 Lenguaje no verbal	15
1.2.3 Rirualidad	17

# 02 **Marco Teórico**

2.1 Indumentaria a través de la historia	21
2.2 La ropa como estudio social y cultural	28
2.3 ¿Qué es la comunicación no verbal?	30
2.4 La ropa en la psicología humana; la ropa como psicología	32
2.5 El autoconocimiento y la autoestima	34
2.6 Conclusiones marco teórico	36

# 03 **Proyecto**

3.1 Planteamiento del problema	40
3.2 Formulación	42
3.3 Objetivos	43
3.4 Contexto de implementación	44
3.5 Personas	47
3.6 Antecedentes	48
3.7 Referentes	50
3.8 Rosado	52

# 04 **Self-MI**

4.1 Manifiesto Self-MI	58
4.2 Cambio Self-MI	60
4.3 Método	62
4.4 Metodología	82
4.5 Preguntas desarrolladas	84
4.6 Conclusión método	85

# 05 **Testeo**

5.1 Descripción de testeo	88
5.2 Testeo	90
5.3 Testimonios	102
5.4 Conclusión	103

# 06 **Pasos futuros**

107

# 07 **Conclusión**

110

# 08 **Bibliografía**

114

# 09 **Anexos**

120

O



**Introducción**

---



## 1.1 Motivación personal

Desde mi infancia, la relación que he tenido con el vestir ha sido muy importante. A pesar de ser un aspecto de la vida que puede ser considerado superfluo, yo nunca lo vi desde esa perspectiva. La ropa y la moda siempre fueron elementos que me ayudaban a manifestar mi persona interior. Con la ropa podía expresarme, y ser yo misma. No necesitaba que nadie me dijera cómo hacerlo o qué ponerme porque; para mí este acto era casi un ritual. La ropa yo la sentía y la utilizaba con un fin. Con los años la ropa y la moda se convirtieron inconscientemente en una parte fundamental dentro de mi vida.



Roberto Illanes, 2002.

Hace dos años, una amiga cercana, me preguntó si me animaba a ayudarla a vestirse mejor. En ese momento empecé a preguntarme si verdaderamente uno se puede “vestir mejor” o en realidad es sólo un tema de seguridad o de conocimiento de nuestro interior que todavía no ha sido descubierto por cada individuo. Es así como comencé a ayudar a distintas personas a reordenar sus closets, botar lo que ya no les servía, reutilizar lo que no usaban y a donar lo que realmente no se utilizaba. También las acompañaba a comprar ropa y las orientaba respecto de lo que les quedaba bien o lo que necesitaban en sus closets. Realicé esta experiencia con alrededor de seis personas y creo que las ayudé mucho, pero desde mi intuición, sin mucha conciencia de que el proceso y experiencia podía ser una vía para ayudarlas en lo anímico o a sentirse mejor.

Entonces, comencé a cuestionarme el proceso realizado y a preguntarme cómo el vestuario influye directamente en el estado de ánimo y en las emociones de cada individuo.

En ese momento tomé como oportunidad esas experiencias y comencé a pensar qué es lo que les faltaba, qué es lo que las podía hacer más interesantes o más completas. A partir desde distintos conocimientos desarrollados a través de la carrera comencé a ver cómo la psicología en la ropa y su lenguaje no verbal tomaba un importante papel dentro de lo que es este acto cotidiano que muchas veces lo consideramos habitual y no le tomamos mayor peso.

“El traje ha sido, además, vehículo de comunicación con otras realidades, otros planos o dimensiones, capaz de transformar y transportar a quien lo porta, ha sido refugio y cobija, escudo y fetiche, segunda piel, hábitat.”

González, 2014

## 1.2 Motores conceptuales del proyecto

### *Segunda piel:*

“El medio es el mensaje” (No cosas, 2021)

La piel es el órgano más grande del ser humano y la ropa es la *segunda piel* que los humanos desde los inicios han utilizado para cubrirla. En un principio como una manera de protección corporal de agentes externos, y hoy como una manera de entender quién soy, cómo quiero que los demás me vean y cómo en realidad me ven. Somos los únicos que cubrimos nuestro cuerpo de una manera consciente.

Nuestro cuerpo es la base para proyectar lo que vestimos, nuestro cuerpo viste y la vestimenta nos describe creando así un diálogo donde ambos tienen el poder de crear sobre el otro.

El cuerpo tiene la capacidad de portar este objeto con un alto poder identitario, con carácter y palabras que no se dicen pero que sí podemos ver y tocar, con distintas texturas, colores, brillos, dimensiones, volúmenes y sensaciones.



Marta Wabe. Fuente: Pexels

*El cuerpo es el inicio, la ropa la conexión y el contexto la vida.*

Entendemos así que esta *segunda piel* es la unión del interior del ser humano con el exterior. La ropa nos habla de forma silenciosa sobre aspectos de la vida interior, como nuestra identidad, nuestros valores, gustos, de dónde venimos y qué rol tomamos en la sociedad. Con esto se entiende que la ropa toma un poder a través de cuerpos vestidos generando un sistema de signos que comunica de una manera no verbal.

“El vestido plantea problemas sobre la identidad del cuerpo y el espacio, ya que se lo concibe como un área de introspección y a la vez como un medio de vinculación con los otros y con el entorno”.

Saltzman, 2004

### Lenguaje no verbal de la Ropa:

La ropa es, entonces, una forma de comunicación y a través de ella podemos retratar quiénes somos. Esta tiene la capacidad de fundirse en el cuerpo entregando parte de nuestra vida interior. A diario vemos que la ropa es un objeto de distinción y con ello cada cuerpo un mundo por descifrar. Con esto se entiende que todos somos distintos y por ende la interacción cuerpo-vestimenta abre infinitas posibilidades. Ninguna persona habla igual que otra, lo mismo ocurre con la vestimenta que adquiere los atributos de cada individuo de forma única, generando así la distinción entre cada persona. Cada individuo es único.



Khoa Vo. Fuente: Pexels

“Una prenda de vestir es más que un accesorio, es un ritual de transformación”

**Carla Fernandez**

Autora y diseñadora de moda mexicana conocida por su trabajo con comunidades indígenas.

### Ritualidad: Pérdida de la ritualidad

Nos vestimos todos los días, no hay vez que esto no ocurra. Por lo mismo, muchas veces se convierte en algo cotidiano y rutinario de lo cual no tomamos conciencia.

Frecuentemente nos vestimos de manera mecánica, casi sin pensar, siendo que es nuestra *segunda piel*, que nos representa y habla de quiénes somos. El ritual es un medio que une a la sociedad y más aún nos hace hacer un alto para darnos cuenta del momento que se está viviendo. Los rituales dan sentido a la vida y hacen que el tiempo vivido tenga un porqué.



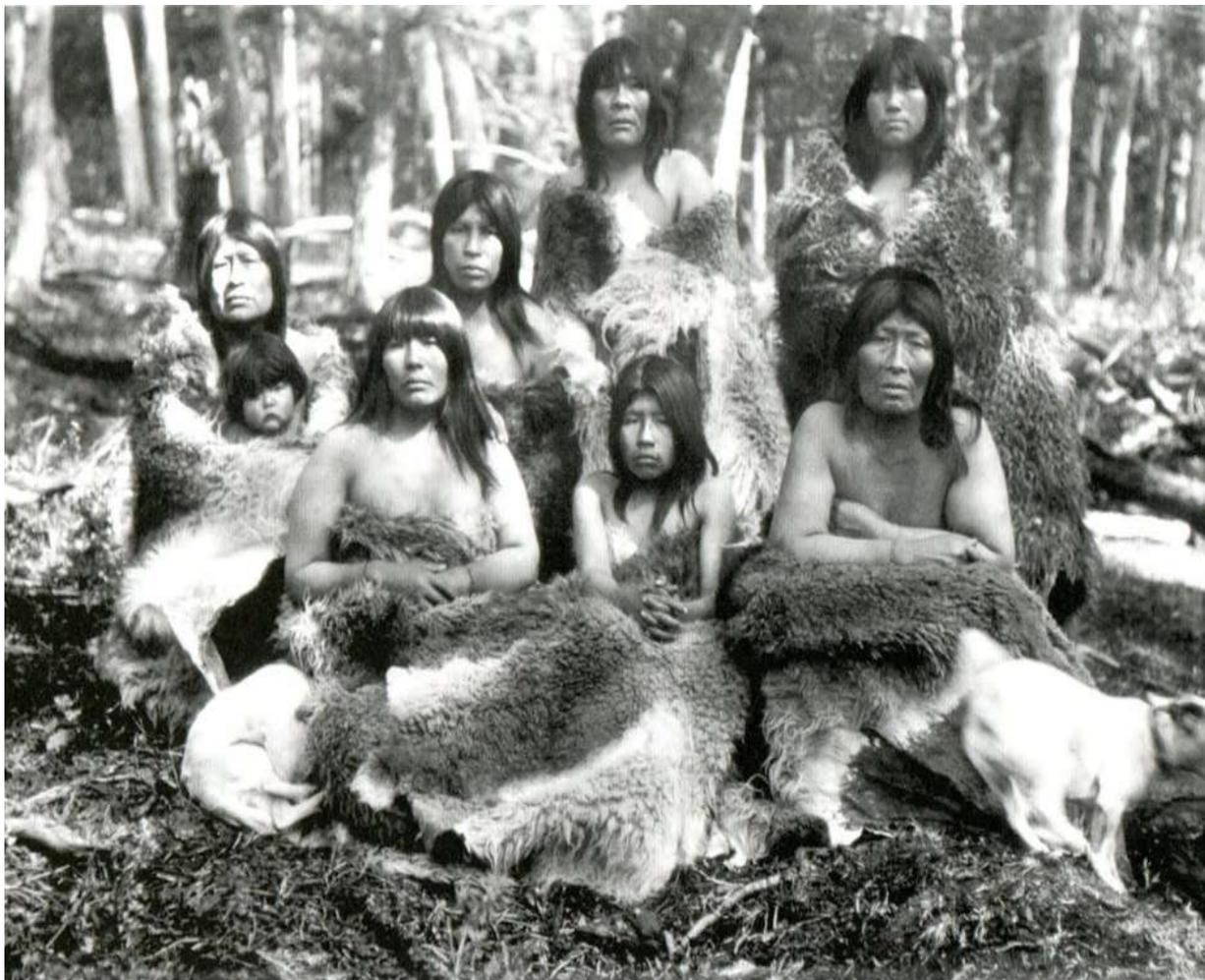
Mozhgan Elahi . Fuente: Pexels

02.

**Marco teórico**

---





Grupo de mujeres s  
Selk'nam envueltas en mantas de guanaco  
M. Gusinde, 1919



Mujeres Yagán durante la celebración del Chiejaus de 1922.  
M. Gusinde, 1922

## 2.1 Indumentaria a través de la historia

### ¿Cómo surge la indumentaria?

Las primeras culturas en adoptar la vestimenta la utilizaban de una manera funcional, ya sea para resguardarse del clima o agentes externos. La cultura Inuit, tribus nómades ubicadas al extremo norte del planeta, tenía como indumentaria tradicional el uso de pieles de animales con el fin de atrapar el calor y resguardarlos de las bajas temperaturas. Durante este tiempo se empezó a desarrollar aún más la indumentaria y no solo con los fines iniciales, sino que también con fines espirituales, dando así atributos y personalidad a la indumentaria de la época mediante las pieles utilizadas. Algo muy similar ocurría con los Selknam y Yaganes, en el extremo sur de Chile y Argentina, quienes utilizaban las pieles de los guanacos para abrigarse y combatir las bajas temperaturas, pero por sobre todo con el fin de obtener sus “poderes mágicos” al ser vestidos.

### ¿Cuándo el ser humano comienza a vestirse con telas?

Cuando las comunidades dejan de ser nómadas y comienzan a ser sedentarias. Domesticando animales y teniendo más tiempo para generar objetos, en donde, se comienza a hilar y realizar cultivos. Durante este periodo de transición, el animal sigue siendo muy importante, ya que, los nuevos tejidos creados siempre intentaban imitar el vello de los animales, esto con el fin de seguir obteniendo los “poderes”, la fuerza y la rapidez de ellos.

## Egipto: Antiguo Egipto, Río Nilo La forma como consecuencia material y técnica.

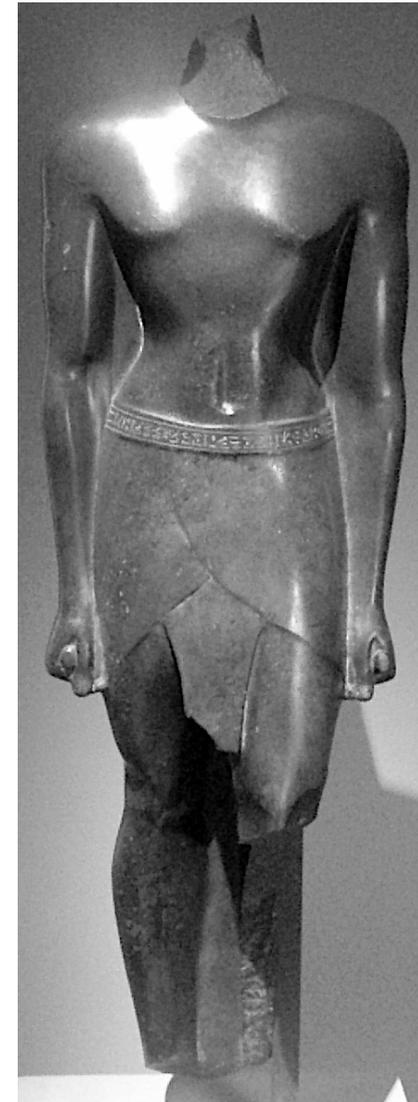
La cultura del antiguo Egipto era mayormente sedentaria, lo que estimulaba y guiaba el desarrollo de la vestimenta de una forma más compleja y sofisticada. La muerte tenía una gran importancia y con esto las tumbas e indumentaria que utilizaban al momento de ser sepultados eran muy importantes pues entregaban una información muy valiosa sobre quiénes habían sido.

En cuanto al uso de la indumentaria esta tenía una estrecha relación con la clase social. La ropa tenía un significado de representación y las materialidades tenían un alto poder simbólico. El lino, por ejemplo, era usado por la clase alta ya que se consideraba un material noble. El carrizo o el papiro eran fibras más toscas usadas por la clase baja, ya que, eran materiales conocidos como “burdos”.

Las túnicas, vestidos y pelucas tomaron un gran protagonismo tanto en las mujeres como en los hombres. Una misma prenda como lo fue el Shenti, el cual era un

pañó rectangular básico, en las distintas posiciones sociales tenían diversas formas de ser utilizados para poder distinguir a los de la alta y baja sociedad.

Como hemos descrito la materialidad era muy importante, muchas veces todos tenían las mismas prendas pero, lo que los diferenciaba, era el material del que estaban hechas.



General Tjahapimu de la Dinastía XXX de Egipto,  
llevando una shenti.  
Keith Schengili-Roberts, 2007

## Grecia y Roma

### La forma como consecuencia del cuerpo y gesto.

En esta época las prendas no contaban con una forma propia, sino que eran planos geométricos que se adaptaban a cada cuerpo. Una de las piezas más relevantes era el himation, una prenda de abrigo que su forma de ser utilizada indicaba quién se era y cuál era ese rol o trabajo que desarrollaba.

Los esclavos en esa época eran tratados de una manera despectiva y se los asociaba a “muebles” por lo que el color de su vestimenta era el pardo o colores más oscuros. Todo lo contrario, ocurría en la clase alta, quienes se vestían con colores más fuertes y tejidos más elaborados. Para determinar las normas dentro del vestuario se crearon la Leyes Suntuarias que determinaban el uso o no uso de determinadas fibras y colores en lugares públicos según la persona que lo utilizara. El modo de uso de la indumentaria daba los estilos de cada persona en la sociedad.

## Bizancio

### Donde el cuerpo desaparece.

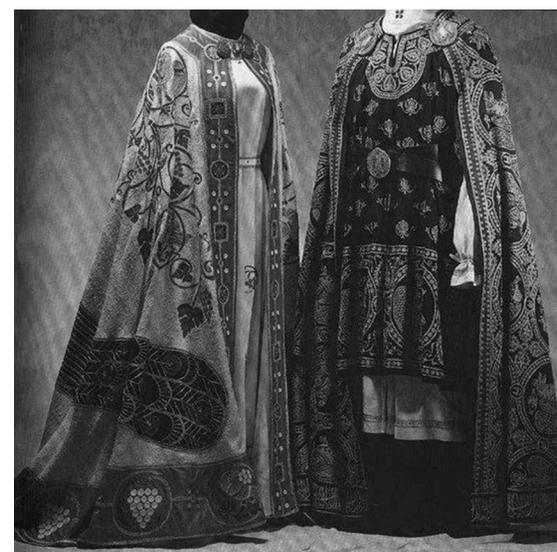
En el comienzo de la edad media el gesto y la forma vive. En la indumentaria de esta época el lujo asiático, oriental y vestuario romano se unieron para generar las vestimentas usadas dentro de este periodo. En un principio no se diferenciaban las vestimentas, pero posteriormente se empezaron a diferenciar según roles y clases sociales.

Existía un recato corporal que obligaba a cubrir los cuerpos totalmente, de no ser así se consideraba un pecado. Esto llevaba a que no existiera una diferencia sexual respecto a lo que vestían.



Sarcófago de los hermanos, Museo Arqueológico de Nápoles.

Marie Lan Nguyen



Trajes bizantinos.

Fuente: Pinterest

## Europa medieval

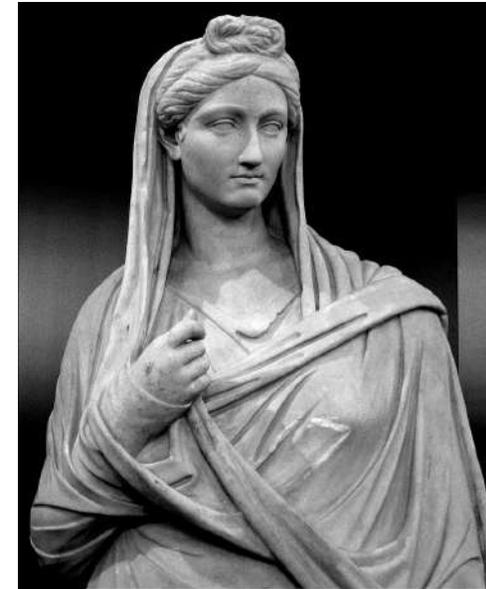
### Transición, tiempo de influencias.

Esta época va desde el imperio romano hasta el renacimiento, donde la incorporación y fijación de colores tomó un rol muy importante. Cada gremio tenía el derecho de ocupar un color según su oficio. Se crean los Edictos Suntuarios los cuales eran leyes que decían que habían ciertos colores, formas y materiales que eran prohibidas a la burguesía. Con esto se generaba una mayor brecha social que ocasionaba diferencias y jerarquías. Comienza a hablarse de moda como elemento de cultura, diferenciación y elegancia.

## Renacimiento

### Convivencia de estilos, autoconciencia y extroversión hacia un cuerpo rígido.

En Italia comienzan a surgir las primeras ideas renacentistas que, a su vez, se ven reflejadas en la indumentaria. El Renacimiento nos habla de retomar elementos de la cultura clásica griega. Este renacer se manifiesta en el campo de las artes, ciencias, letras, pero por sobre todo en la indumentaria. El hombre comienza a ser el eje del mundo y con esto la opulencia y las fiestas sin medidas toman un rol importante. La indumentaria es el reflejo de esto, los trajes utilizados eran joyas que reflejaban el poder y las riquezas. En cuanto a los cuerpos vestidos se busca la rigidez donde uniformar la figura era lo más importante dentro de la indumentaria del Renacimiento.



Vibia Sabina fue sobrina nieta del emperador Trajano y esposa de su sucesor, Adriano en la Europa medieval. Fuente: Pressreader



Elisabeth of France  
Fuente: Viste la calle

## Barroco y Rococó El momento francés.

Surge como respuesta a las normas clásicas del renacimiento.

Francia marca las pautas en muchos temas, pero por sobre todo en el área de la indumentaria. Crearon industrias locales que se dedicaban a producir ropa, accesorios y zapatos. Quien no utilizaba productos locales era multado.

Durante este periodo el vestir como tal era una acción que se realizaba varias veces al día. La ropa utilizada tenía diversos significados y con ello diversas ocasiones para ser empleada. Es por esto que la indumentaria, el maquillaje y el pelo creaban una identidad en cada persona, con esto se deja de lado el uniformar a la sociedad para pasar a un tiempo de exploración y encuentro con el interior de la persona.

El momento donde existió el mayor auge de la moda fue en el siglo XVIII, durante el reinado de Luis XV y Luis XVI.

Los colores pasteles, suaves, claros y luminosos, aunque recargados tomaron un

gran protagonismo. La indumentaria, al no simbolizar nada espiritual o directamente relacionado con Dios tenía fama de ser un estilo sumamente superficial. Abundaban los elementos dorados y con esto se ofrecía un aspecto de lujo.

## Revolución francesa Desaparece todo lo ostentoso.

A partir de la Revolución Francesa los cambios de silueta eran mucho más notorios en el género femenino que en el masculino. La indumentaria femenina variaba continuamente tanto en sus largos, complejidades y volúmenes. Comienza un proceso de sexualización en cuanto al cuerpo de la mujer, esto reflejaba la obsesión por el físico que hasta el día de hoy vivimos.



Art Object Barroco, The Metropolitan Museum of Art.



1815. «Le Bon Genre». Ingleses (izquierda) ante la mirada de las francesas.

Fuente: Vestuario escénico

La historia de la vestimenta pone en evidencia que la ropa, desde las primeras culturas vestidas, tiene un alto poder simbólico. Así mismo, tanto las cualidades de los ropajes, como el acto de vestir en sí mismo, están íntimamente vinculados a nuestra psique, a nuestras emociones y sentimientos, y cómo estas se proyectan hacia los ambientes sociales donde nos desenvolvemos diariamente. Sabemos que, en un inicio, la vestimenta era utilizada para resguardarse del clima y los agentes externos, pero luego de siglos, el hombre comienza a usar la indumentaria con el fin de “simbolizar, y ornamentar” su cuerpo, buscando una identidad que lo distinga y hable de quién es esa persona y cuál es su posición social.

El poder simbólico y emocional de la vestimenta parece hoy estar perdido. Esto no significa que no nos importe, ni que nos vistamos inconscientemente, pero claro está que hemos perdido la dimensión de ritualidad del acto de vestirnos.

No se reconoce el gran potencial de la vestimenta para el bienestar emocional y, especialmente, como una vía para conocernos mejor. Además, como una forma de gozar el vestir cotidiano, en la medida en que hacemos de ello un “rito” que enriquece nuestra vida, en vez que un medio para ostentar riqueza material o estatus. La vida rutinaria y rápida en la que vivimos nos ha llevado a dejar de lado ese momento en donde el cuerpo se encuentra con lo que lo cubre, esa *segunda piel*.

La ropa contiene una infinidad de información, de símbolos, signos y connotaciones. La relación que se establece entre la indumentaria y la persona tiene un alto poder. No podemos decir que la ropa toma un poder sobre quien la viste o viceversa, ambos se relacionan de una manera conjunta, pues la indumentaria siempre tiene efectos en el comportamiento de quien la utiliza, provocando conductas y actitudes dentro de una sociedad.

La ropa es la *segunda piel* que elegimos

diariamente y la escogemos acorde a la realidad que vivimos en un momento o situación determinada, generando mensajes tanto hacia nuestro interior como hacia quienes nos rodean.

La indumentaria tiene el poder de ‘invertirnos’, de potenciar identidades, definir actitudes y comportamientos. Es un medio indispensable de la expresión diaria de quien la utiliza, por lo que constituye una silenciosa pero poderosa manifestación de nuestra persona como seres únicos. Hoy me pregunto, ¿por qué nuestra vestimenta en nuestra cultura occidentalizada es tan homogénea? ¿Por qué nos vestimos ‘todos iguales’? ¿Qué es lo que nos impide ser seres auténticos y tener el poder de expresarnos en el vestir? ¿Por qué la enorme fuerza de la moda y los patrones de consumo nos encasillan y no nos dejan salir de ese círculo vicioso que nos impide autoconocernos? ¿Cómo es que la ropa que utilizamos define muchas veces quiénes somos?

Solo una breve mirada a la historia de la indumentaria permite observar la profunda significancia de ella en la vida de todas las culturas y cómo esa significancia cambia en la medida que pueblos y sociedades evolucionan.

Moreno, Paola. Historia de la indumentaria, 2019

## 2.2 La ropa como estudio social y cultural

### *La ropa como estudio social y cultural*

“Desde hace miles de años el primer lenguaje que han utilizado los seres humanos para comunicarse ha sido el de la indumentaria” (Casablanca et, al., 2014). Con esto podemos entender que es un hecho básico de la vida social y cultural, ya que todas las personas se visten de alguna u otra manera. Este último es uno de los factores más importantes en la construcción personal y social del ser humano (Rosas et, al., 2020). La ropa transmite y nos habla sobre el individuo que la utiliza. Nos protege de mostrar nuestras debilidades y por ende funciona como un elemento de defensa que ayuda a crear un escudo frente a diversas inseguridades que no queremos exponer o que queremos callar.



Mariana Montrazi. Fuente: Pexels

El vestir es siempre intencionado. El momento previo a cubrirnos el cuerpo cada día, contiene una infinidad de intenciones, conscientes e inconscientes, espontáneas o muy evaluadas, todas ellas íntimamente vinculadas a nuestro entorno social y a la cultura como un todo. La ropa nunca es neutra e inevitablemente tiene efectos en quienes nos observan, sean esos efectos conscientes o inconscientes. De igual forma, la ropa siempre estará vinculada a la psique de quien la lleva y de acuerdo al contexto en que se encuentra su portador o portadora, será la forma de sentir, pensar y actuar en tal contexto, mediando entre ambos esa capa que llevamos puesta. La ropa dice cosas, comunica formas, signos, jerarquías sociales, estados emocionales, etc., todos ellos extremadamente complejos, todos ellos sutiles o fuertes: nadie se viste inocentemente. Por la vestimenta somos interpretados e interpretamos a los demás (Casablanca et, al., 2014) La ropa es una *segunda piel* que utilizamos todos los días y

en cada momento por lo que muchas veces no nos detenemos a pensar en sus efectos y su complejidad, no notamos que está ahí y, sin embargo, define nuestra posición en el mundo de forma radical, anunciando de una manera no verbal, 'en silencio', cómo nos presentamos en los espacios en los que transcurre nuestra vida.

La ropa es una extensión de la piel (McLuhan, 1968). La ropa es, entonces, una extensión de nuestra persona. Es un medio muy poderoso que tiene la capacidad de cambiar estados de ánimo, de cambiar nuestra realidad. La ropa no sólo la vestimos, sino que además la 'sentimos' y cuenta una historia sobre quiénes somos. Desde aquí podemos entender la vestimenta como un medio social y cultural que transmite mensajes.

## 2.3 ¿Qué es la comunicación no verbal?

### ¿Qué es la comunicación no verbal?

La comunicación no verbal (en adelante CNV) es “el intercambio de información a través de signos no lingüísticos”. (García, 2000, p.21). Es así como podemos deducir que en dicho intercambio es necesario que exista un emisor y un receptor, el cual contempla el significado originado por el emisor (Boutaud, 2004).

Ahora bien, ¿por qué la ropa sería parte de la CNV? Según el psicólogo Jonathan Rodríguez Jaime la comunicación no verbal debe cumplir y contener seis elementos generales, los cuales son:

<b>Binomial</b>	Que exista un emisor y un receptor (dos partes).
<b>El código</b>	Que es el sistema por el cual se transmite el mensaje (todo signo no lingüístico).
<b>Canal</b>	Es el medio por el cual se transmite la información (visual, auditivo y kinestésico).
<b>La retroacción</b>	La respuesta del receptor del mensaje (puede ser una respuesta tanto verbal como no verbal).
<b>Interferencia</b>	Componente que genera bloqueo del canal que transfiere el mensaje (ruido, obstáculos visuales o materiales).
<b>Ambiente</b>	Cada contexto específico que rodea el acto (cualquier ambiente o escenario).

Figura 1. Elaboración propia a partir del modelo de Rodríguez, 2018.

En cuanto a estos seis elementos podemos definir que la ropa como tal contiene todos los elementos generales de la comunicación no verbal. A partir de esto se puede entender que cuando dos o más personas interactúan “el cerebro de uno respecto de otro, decodifica información proveniente del vestuario, otorgándole un significado, para después, generar una respuesta inmediata; esto, acata todos los elementos indispensables para que exista un acto comunicativo” en los términos de Spielmann (2011). Según lo que postula Rodríguez (2018) la ropa es parte de la CNV ya que:

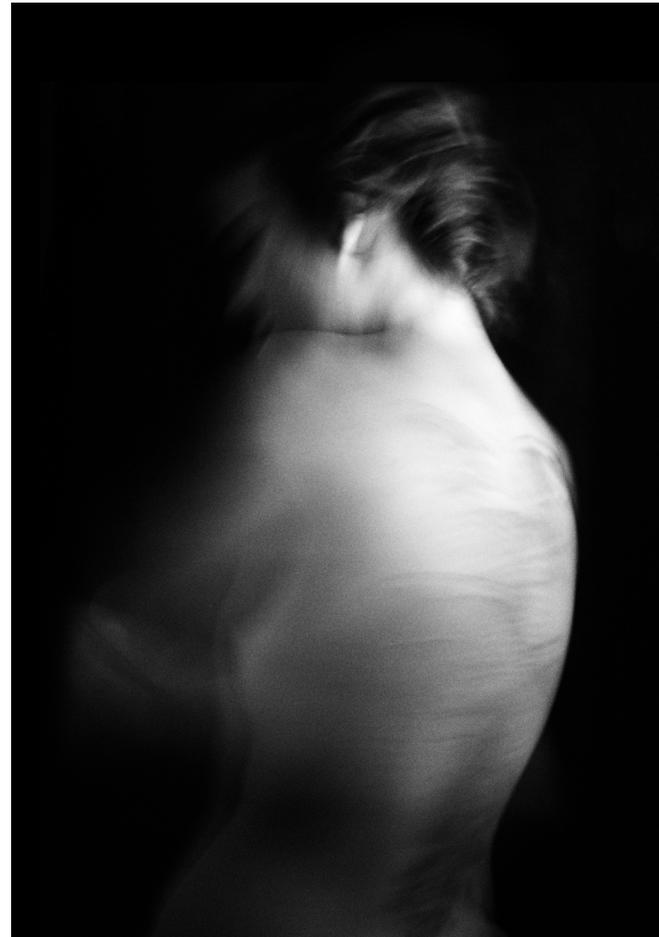
1. La acción se realiza entre dos o más personas.
2. El vestuario/ropa es un signo no lingüístico.
3. El canal por el que se transmite puede ser visual o kinestésico.
4. Dentro de la retroalimentación puede existir:
  - Una respuesta verbal como lo puede ser dar un cumplido o iniciar una conversación.
  - Una respuesta no verbal, que podría ser tener una proxémica lejana o personal, posturas corporales abiertas o cerradas, mayor o menor contacto visual entre otras.
5. Dentro de las interferencias podemos encontrar obstáculos tanto visuales como táctiles.
6. El ambiente puede desarrollarse en cualquier entorno o escenario.

Con lo descrito anteriormente podemos entender que la ropa, en sí misma, transmite mensajes sin la necesidad de utilizar palabras. Es por esto que la ropa tiene un significado y un sentido (Gamble et, al., 2017). “Existe una relación directa entre el vestuario y su influencia en las características que las personas infieren acerca de otras, su impacto es tal que logra intervenir en cómo se comportan los demás” (Rodríguez, 2018). Es así como se deduce que la vestimenta es parte de un fenómeno psicológico social y conductual complejo.

## 2.4 La ropa en la psicología humana; la ropa como psicología

### La ropa en la psicología humana; la ropa como psicología

Siguiendo con la idea anterior y de acuerdo con la psicóloga especialista en infancia y adolescencia, Trinidad Aparicio Pérez “La ropa que vestimos nos permite proyectar la autoimagen de nosotros que queremos mostrar”. Con esto reforzamos que la ropa transmite información sobre cada persona y es capaz de relatar quién se es o cuál es el estado de ánimo en un determinado momento. La psicología es el estudio de la mente humana, de sus pensamientos y cómo actuamos. “Lo que usamos tiene consecuencias cognitivas, sociales y emocionales, por tanto, la ropa tiene el poder de cambiar nuestras mentes” (Pine, 2014).



Mariana Montrazi. Fuente: Pexels

La ropa “representa una experiencia íntima del cuerpo y a la vez es una presentación pública del mismo. Nos movemos en la frontera entre el Yo y los demás, es la interface entre el individuo y el mundo social” (Casablanca et, al., 2014). La cercanía que la ropa tiene con nuestro cuerpo y persona es lo que la hace tan apta o reveladora de nuestra psicología. Desde este punto es importante mencionar que el autoconocimiento y la autoestima son fenómenos inextricablemente relacionados con nuestra psicología y por ende con el vestir. Se puede decir que el vestirse es el resultado de un proceso reflexivo mediante el cual la persona adquiere una noción de sí misma, de sus cualidades de su Yo y, en últimas, de su identidad. La autoestima tiene como base el autoconocimiento y por esto este punto es tan importante para su desarrollo personal (Navarro, 2009).

## 2.5 El autoconocimiento y la autoestima

### El autoconocimiento y la autoestima

Desde lo descrito anteriormente podemos deducir la importancia de descubrirse a uno mismo, entender y “destapar” todo aquello que construye a las personas. Un individuo que se conoce se quiere y se acepta, incluso con sus defectos, es más feliz.

El autoconocimiento permite que las personas se sientan identificadas con lo que son y lo que muestran, tomando conciencia de la necesidad de cambiar aspectos que no les gusten de su personalidad, de su forma de actuar, la imagen que proyectan o de su forma de relacionarse con los demás (Navarro, 2009) “(...) un autoconocimiento y una autoestima positivas son de la mayor relevancia para la vida personal, profesional y social. El autoconocimiento, influye en el rendimiento, condiciona las expectativas y la motivación, y contribuye a la salud, así como al equilibrio psíquico” (Navarro, 2009).

El autoconocimiento es el camino hacia el conocimiento de nuestro interior, de lo que somos en cada uno de los aspectos de nuestra vida. En este camino las emociones toman un rol fundamental, donde el sentir subjetivo consciente tiene un gran poder sobre nosotros (Petruska, 2015) “Cultivar el autoconocimiento nos lleva a adquirir más responsabilidad y a examinar lo que hemos vivido hasta hoy para obtener una imagen realista de nosotros mismos” (Bennett, 2008) Es importante tener conciencia sobre quiénes somos interiormente para ser capaces de mostrar al mundo lo que verdaderamente somos, ser capaces de auto examinarnos y entender el porqué de las cosas. El autoconocimiento es una tarea muy difícil de lograr, pero para poder llevarla a cabo es necesario vernos a nosotros mismos desde la distancia, generando así un tipo de desapego entre

la persona y su interior (Lazos, 2008) Es indispensable entender que “el autoconocimiento es un camino que lleva al empoderamiento, al bienestar psicológico y a la felicidad de la persona, lo que repercute, a su vez, en mayor salud.” (Merino, 2015)

“El autoconocimiento deriva de una serie de auto-adcripciones de los estados mentales (...) Desde esta perspectiva, la observación del comportamiento, tanto lingüístico como no lingüístico, es la principal base sobre la que se obtiene el acceso a nuestros estados mentales.” (Ferrer, 2014) Desde lo que nos dice el filósofo José Ferrer entendemos entonces que el lenguaje no verbal es un tipo de “llave” para poder entrar y comenzar a conocer el interior de cada persona, acercándose así a lo que sería el autoconocimiento de cada ser.

“Cuando aprendemos a conocernos, en verdad  
vivimos”

**R. Schüller**

## 2.6 Conclusiones marco teórico

A partir del marco teórico y como base para el proyecto se plantean las siguientes conclusiones;

La ropa es un lenguaje que ayuda a comunicar en cada momento, en cualquier situación, espacio y tiempo. El hecho de vestirnos es una acción que todos realizamos a diario, es parte de la construcción social y personal del ser humano, por lo que su importancia es trascendental.

La ropa nos protege de mostrar quiénes somos verdaderamente, que hay más allá de eso que cubre nuestro cuerpo a diario. Es importante concientizar sobre lo que causa la ropa sobre las personas. Al ser un aspecto de la construcción personal es necesario entender el poder que tiene sobre las personas, pero por sobre todo dentro de la psicología. Como se decía anteriormente el ser humano se viste de una manera intencionada, la elegimos, por lo que ser conscientes de esa elección es

tan importante como las decisiones que tomamos a diario en diversos aspectos de la vida.

El lenguaje siempre se ha visto como la manera que tenemos para comunicarnos, de una forma verbal, pero es muy valioso comprender que también existe este lenguaje no verbal del que hablamos, la ropa.

“(…) la comunicación, tanto verbal como no verbal, ha sido central en tanto que es una característica inherente al ser humano y su condición de ser social dada como la herramienta a través de la cual los seres humanos nos relacionamos con el entorno y con nosotros mismo.”

Alvarado, 2020,

““Te vistes para ser leído”

Carla Fernández ,2019

03.

Proyecto

---



## 3.1 Planteamiento del problema

“La moda suele ser tratada únicamente como un fenómeno industrial y comercial, en ocasiones como una manifestación superficial de la sociedad, pero es un sistema de signos que responde a necesidades profundas de las personas” (Luceño, 2018) Esas “necesidades profundas” a las que la Doctora Lourdes Luceño se refiere (experta en personalidad, evaluación y tratamiento psicológico), apuntan sin duda a nuestro interior emocional.

No parece serlo, pero la ropa es un medio a través del cual nos comunicamos, expresando lo que sentimos o cómo queremos que nos vean. Es por esto que la ropa puede ser entendida y analizada como un elemento importante de comunicación no verbal ya que expresa y entrega información, que es leída consciente y subconscientemente por terceros. Ahora bien, ¿cuál es el lenguaje no verbal de la ropa? ¿Cómo conocerlo y usarlo para mejorar nuestros ‘mensajes de cuerpos vestidos’? ¿Cómo, la ‘psicología de la ropa’,

o dicho de otro modo, su lenguaje no verbal, nos puede ayudar a entender y mejorar nuestra persona a partir del vestir y lograr un mayor bienestar, mejorar la autoestima, autoimagen y el amor propio? Vivimos en sociedades donde buscamos un alivio para las exigencias cotidianas (trabajo, familia, redes sociales, pandemia) cuya complejidad y presión parecen aumentar cada día. Sentimientos intensos y complejos, muchas veces se manifiestan de una manera desenfrenada en cada uno de nosotros y pueden dañar nuestra vida interior y nuestra convivencia. Un aspecto, entre muchos, donde se exponen elementos de esa vida interior es en nuestra forma de vestir, entregando claves sobre cuál es nuestro estado emocional en un momento dado. Por medio de una mirada sensible a los códigos y mensajes de nuestra *segunda piel* se hace posible ‘ver más allá’ y buscar un mayor autoconocimiento, amor propio y bienestar, poniendo atención y cuidado en la vestimenta que elegimos y usamos cada día.

Preguntas tales como, ¿cómo me veo?, ¿Me veré bien? no parecen entrar en la profundidad de nuestro subconsciente. Por el contrario, preguntas como ¿qué mensajes estoy enviando? ¿Cómo me siento con esta ropa?, nos pueden conducir a construir una autoimagen que se vincula con nuestros sentimientos, nuestros anhelos y necesidad de amor propio y bienestar. Desde el momento en que podemos responder a esas preguntas de forma positiva, entonces, seguramente, nuestra actitud personal comenzará a cambiar. La ropa promueve la comunicación desde el lenguaje no verbal, dando a conocer lo que se quiere comunicar y entregar a la sociedad a través de lo que vestimos. (Gordoa, 2018)



Nothing Ahead. Fuente: Pexels

## 3.2 Formulación

### ¿QUÉ?

Método para la readecuación del vestuario de una persona, que integra conocimientos de la psicología y el lenguaje no verbal de la ropa.

### ¿POR QUÉ?

Cotidianamente no consideramos los efectos de la ropa como medio íntimamente relacionado a nuestra psicología. La vestimenta modela nuestro mundo interior y a su vez comunica hacia nuestro exterior y, sin embargo, no lo notamos.

### ¿PARA QUÉ?

Para comprender la 'psicología de la ropa', su lenguaje no verbal, tomar consciencia de la relación entre ambos con la persona y que conduzca a hacer del vestir un ritual. Para manejar dicho lenguaje intencionadamente, brindar bienestar físico y emocional, fortalecer el amor propio y adquirir mayor autoconocimiento.

## 3.3 Objetivos

### Objetivo general

Ayudar a las personas a alcanzar autoconocimiento, bienestar emocional y amor propio por medio de la vestimenta y su análisis, con el apoyo de la psicología, y poniendo especial atención en la ropa como lenguaje no verbal.

### Objetivos específicos:

1: Arribar a conclusiones conducentes a conceptos y procedimientos que orienten el diseño del método a partir de conceptos esenciales de la psicología y su relación con el lenguaje no verbal de la ropa.

IOV: Consultar y verificar con un tercer psicólogo/ga, que los criterios, procedimientos e instrucciones del método sean apropiados y coherentes.

2: Producir un sentimiento de satisfacción en las personas por medio de la reducción y readecuación de sus prendas en uso.

IOV: Por medio de encuestas y entrevistas y por medio del registro en imágenes de sus closets y vestimentas.

3: Generar un mayor bienestar y amor propio desde el autoconocimiento de las personas.

IOV: Con el apoyo de metodologías de la psicología, se conducirán encuestas y/o entrevistas para conocer los niveles en los que aumentan o disminuyen dichos estados psicológicos en las personas.

## 3.4 Contexto de implementación

Nos encontramos en un momento donde las personas viven bajo un fuerte estrés y sobre todo una pérdida de sentido, de espiritualidad y de contacto con uno mismo. En los últimos dos años, y más aún a raíz de la pandemia, las sociedades han comenzado a reaccionar frente a la poca salud mental existente. Buscan caminos para evitar todo aquello que lleve a una vida agobiante, desde el sobre consumo y las exigencias que nos impone la sociedad como seres híper productivos y exitosos, a la sobreexposición de los medios y redes sociales.

Gran controversia ha causado en los últimos años la industria textil en el mundo por su poca sustentabilidad, baja calidad y problemas medioambientales que causa día a día. Esta situación ha llevado a replantearnos en profundidad cómo esta industria debe dejar de producir en cantidades masivas y comenzar a centrarse en una producción consciente, donde “los recursos nunca se agoten sino que se usen una y otra vez (...) donde el

residuo de un proceso sea el alimento del próximo” (Raworth.k, 2018) Al respecto, es indispensable dar solución a los problemas que ha desatado la industria textil, para esto es importante dar paso a acciones tales como renovar, reutilizar y reciclar. La industria de la moda que tenemos en Chile es la moda rápida. Nos obliga a vestirnos a todos de la misma manera haciéndonos caer en una homogeneidad, falta de riqueza y expresión individual de la vestimenta, donde los pensamientos y originalidad de las personas quedan de lado, suprimidos, además de lo nociva y graves consecuencias medioambientales que genera la industria y su producción masiva. Hoy la industria de la moda rápida está siendo criticada por la sociedad ya que es poco sustentable y produce un colapso de los recursos. Es una industria que sigue un modelo de economía lineal y no circular, por lo que prácticamente toda la ropa termina en vertederos. Un ejemplo local impactante de este fenómeno es el ‘vertedero textil’ en el desierto de Atacama

que está creando montañas de ropa donde en realidad debería prosperar la flora y fauna del ecosistema.

Este es el mundo al cual responde el proyecto, bajo la necesidad de hacernos cargo tanto de cómo nos vestimos y cómo nos sentimos en este acto cotidiano, comprender su psicología y lo que ‘habla’ la ropa de nosotros y de cada persona. En las últimas décadas han emergido infinitas tendencias, entre ellas el *wellness*, el *slowlife* y la compra y venta de ropa de segunda mano, que han sido asimiladas por la sociedad chilena. Es cierto que muchas veces no las conocemos con estos conceptos, pero muchas de ellas están siendo llevadas a la práctica entre grupos diversos tanto jóvenes como adultos. En relación al *wellness*, esta tendencia revela qué elementos nos ayudan a entender y a guiar de una manera más completa el bienestar, que se busca desde diversas áreas (Torres, 2015). Esta tendencia proviene de las ideas del estadístico Halbert L. Dunn, considerado el padre del *Wellness*

*Movement.* Según Dunn este concepto puede ser entendido como “la dinámica y estilo de vida mediante la cual el potencial humano es llevado a su máximo en las esferas de lo físico, lo mental y lo espiritual.” (Torres, 2015)

El Dr. Bill Hettler ofrece un modelo de seis dimensiones del *wellness* que se interconectan y modifican entre sí. Dentro de estas dimensiones encontramos el bienestar ocupacional el cual está principalmente relacionado con el trabajo como un lugar de realización y enriquecimiento personal. Luego el bienestar físico que incluye tanto la actividad física como la alimentación saludable y equilibrada. En tercer lugar, el bienestar social el cual considera que la solidaridad y el compromiso con los demás son parte indispensable del propio bienestar. Luego, el bienestar intelectual: aquí la actividad mental permite que las personas podamos explorar nuestras habilidades y expandir nuestros límites. La resolución de problemas, la creatividad

y el aprendizaje son parte de ese proceso de bienestar integral. Y, finalmente, los dos últimos son el bienestar espiritual y emocional. El primero nos habla de la necesidad de identificar un significado y un propósito en la existencia humana para guiar la vida sin pasar a llevar a los demás dentro de las diversas creencias que existen. Y por último el bienestar emocional, se refiere a reconocer y aceptar las propias emociones y sentimientos, agregando a esto el manejo de la frustración y el estrés. En definitiva, el compromiso, la confianza y el respeto a los demás se basan en tener la misma actitud con uno mismo, sin negar ni ocultar las propias emociones, adoptando una actitud optimista ante la vida. En base a estas seis dimensiones el *wellness* es un concepto y a la vez una actitud que se elige tomar; ésta invita a ver desde una mirada integral tres puntos básicos para un desarrollo óptimo sobre el bienestar: lo emocional, lo mental y lo físico. Últimamente esta tendencia se ha utilizado para indicar “el proceso activo de tomar

decisiones conscientes para lograr una vida saludable y plena (...) y así iniciar un proceso dinámico de cambio y crecimiento físico, mental y afectivo, tanto en un nivel individual como colectivo.” (Rpsalud, 2017). El presente proyecto busca, desde la psicología y el lenguaje no verbal de la ropa cambiar la mirada que tenemos del acto de vestirse, ir más allá de solo ocupar ropa por la necesidad de protección y entender qué es lo que la ropa dice de nosotros, cambiar nuestra conciencia hacia qué vestimos y cómo ello crea una mejor imagen de nuestra persona.



Mariana Montrazi Fuente: Pexels

## 3.5 Personas

Las personas de interés para esta propuesta son mujeres de entre 25 a 50 años que buscan dar un sentido renovado a sus vidas. Buscan enriquecer su experiencia al momento de vestirse, además de simplificar sus vidas, eliminar lo innecesario, reducir el desorden y el volumen, pero por sobre todo, aprender y entender qué es lo que la ropa comunica sobre ellas. Estas mujeres buscan redefinir sus hábitos de vestimenta para generar satisfacción, bienestar y encaminarse hacia el autoconocimiento.

Para este rango de mujeres fue necesario hacer una clasificación según la visión y momento de su vida que puede traer cada una de ellas. La metodología busca revalorizar la conciencia al momento de elegir qué es lo que se ocupa sobre el cuerpo, por lo que es necesario entender y saber cuáles son las necesidades o anhelos de cada una.

Si bien a primera vista este grupo de personas puede presentar similitudes de

*La importancia del orden en la vida de estas personas es muy relevante. Es esencial para que se sientan bien y puedan visualizar lo que tienen en sus closets. Este es un punto que complementa con gran fuerza y riqueza el método que se describirá más adelante. El orden genera admiración en los recursos que se tiene, pero por sobre todo, produce orden mental que ayuda en el camino hacia el autoconocimiento.*

apariciencia, la realidad es que, una vez establecida una relación de intercambio, se revelan diversos intereses, necesidades y anhelos, todos ellos orientados a ser expresados por medio de su vestimenta. Se reconocen, entonces, tres niveles de transformación que ellas necesitan y buscan:

1. **Mujeres con enfoque físico:** buscan sentirse más seguras con su cuerpo, alcanzar un atractivo externo, confianza a la hora de vestirse y un impacto estético que las haga sentirse más visibles.
2. **Mujeres con enfoque en la autoestima:** un cambio muy importante las lleva a querer mejorar su autoestima y a revisar o buscar un nuevo grupo de pertenencia, comunicar sus logros y desarrollar su máximo potencial.
3. **Mujeres con enfoque transpersonal:** han experimentado un crecimiento en diferentes ámbitos de su vida y profesión, quieren expresar su equilibrio interior, buscan algo más que vestir bien, les importa la belleza como una forma de influir positivamente y contribuir con su mejor versión.

## 3.6 Antecedentes

### 1. María Isabel Pacareu:

Psicóloga y fundadora de la primera escuela de autoestima “Mipacareu”, una comunidad de ayuda y acompañamiento hacia las mujeres hispanohablantes, que centra su proyecto en los conceptos de autoestima y autoconfianza. Lo interesante del proyecto es la invitación que se hace, que es vivir desde la preocupación, la autorrealización y el crecimiento personal. Su finalidad y lo que me motiva dentro de su proyecto es lograr convertir a las participantes en mujeres más seguras, empoderadas y con una mayor confianza. El acompañamiento es un concepto de su proyecto que me parece muy relevante, el camino de acompañar, sensibilizar y cuidar a una persona, ayudándola a tomar mejores decisiones es una línea que me parece importante dentro del mundo de la psicología. Pacareu invita al autocuidado desde el amor propio, la autoconfianza, la auto-aceptación y el autocuidado.

<https://mipacareu.lpages.co/club-mipacareu-contenido/>

### 2. María Paz Blanco:

Psicóloga y Life Coach Certificada. Dentro de su proyecto “Mpblanco”, su foco se encuentra basado en tres conceptos importantes: autoestima, imagen y desarrollo personal. Me parece interesante lo que plantea su servicio ya que te ayuda a fortalecer la relación más importante de tu vida, que es la relación contigo mismo. María paz blanco además de sus cursos donde te ayuda en el desarrollo personal, cuenta con un marketplance donde ella elige tanto prendas de vestir como artículos de belleza que utiliza e invita a que sus clientas también tengan la posibilidad de adquirir estos productos que ya fueron “aprobados” por ella. Me parece interesante la credibilidad que genera en las personas por medio de las terapias que entrega y lo que nos cuenta sobre su vida. Su credibilidad como cualidad es un modelo de observación que me gustaría tomar como ejemplo dentro de mi proyecto.

<https://www.instagram.com/mpblanco/?hl=es-la>

### 3. WTF IS FASHION:

Es una empresa mexicana de imagen que ayuda a las personas a amar y a expresarse haciendo del vestir una experiencia fácil, divertida y enriquecedora. Tienen como eje el ayudar a vestirse elegante, de una manera auténtica y a vestirse para ser la mejor versión de ti mismo. Esta empresa entrega una gran cantidad de cursos tanto online como presencial, desde el curso de “Análisis de color”, “Sesión de estilo” hasta “Detox de armario”. Tiene una estrategia muy osada y lúcida: más allá de lo que entrega el proyecto como tal es interesante el nombre que utiliza. Es un nombre que llama mucho la atención pero que verdaderamente hace preguntarnos qué es realmente la moda y qué hace ella en las personas. Da la impresión de que se enfoca en gente muy joven, sin embargo, en el mismo nombre plantea una pregunta muy válida que cualquier persona se ha hecho o podría preguntar.

<https://wtfisfashions.com/>

mipacareu CLUB MIPACAREU SOBRE MI PROGRAMAS PRODUCTOS BLOG PRENSA EXPERIENCIAS

**¡Hola! Soy Isa**

Me especializo en acompañar a mujeres **DECIDIDAS** a ampliar y expandir su autoestima y autoconfianza.

¡Muy bienvenida a esta comunidad de mujeres valientes y decididas que apuestan por su transformación y la expansión de su autoestima y autoconfianza, para vivir la vida que realmente merecen! Desde ya te doy las gracias por estar leyendo mi contenido y confiar en mi trabajo, y por eso te quiero contar un poco de mí y mi historia.

Alguien de Antofagasta, AN

mipacareu

mipacareu Enviar mensaje

415 publicaciones 24 de seguidores 4,588 seguidores

María Isabel Pacareu

📍 Antofagasta

📝 Trabaja en la psicología y autoestima, para que vivas la vida que mereces y quieres.

📌 Fundadora "Eres Decidida de Antofagasta" Mujeres decididas, de amar a quien amamos realmente. Sin odio, sin envidia.

📧 mipacareu@antofagasta.cl

📍 Antofagasta

📧 mipacareu

María Isabel Pacareu

**BLOG**

**SERVICIOS**

**MARKETPLACE**

©2021 María Paz Blanco. Todos los derechos reservados.

About us Contacto **MMMBLANCO** Favoritos Moda Favoritos Belleza

Ver mis Favoritos Moda

Ver mis Favoritos Belleza

¿Ya viste nuestro blog?

mmpblanco Enviar mensaje

2,084 publicaciones 2486 seguidores 1711 seguidores

MARIA PAZ BLANCO | LIFE COACH

📍 Chile

📝 Te ayudo a fortalecer la relación más importante de tu vida. La relación contigo misma.

📌 Fundadora de M. Paz Blanco (LIFE & LIFE COACH CERTIFICADA (LIFE))

📧 maria@mmmblanco.cl

📍 Santiago, San Antonio, Rengo y 115 ciudades más (dependiendo de la oferta)

📧 mmpblanco

María Paz Blanco

**WTF IS FASHION**

Home Our Story Services

**What The Fuck Are You Wearing!**

**WTF IS FASHION**

Home Our Story Services

BREDA SHIRI

GENE DRESS WALKING TO VORLETON

EVERDOW SHINE

DE DAZA SUMERAS

wtfisfashion Enviar mensaje

214 publicaciones 1884 seguidores 172 seguidores

WTF IS FASHION

📍 Chile

📝 The place to know what fashion & style. We're here to help you find your style!

📧 wtfisfashion.com

📍 Santiago, Valparaíso, Rengo y 115 ciudades más (dependiendo de la oferta)

📧 wtfisfashion

WTF IS FASHION

## 3.7 Referentes

### 1. Marie Kondo:

Escritora, empresaria y consultora de organización japonesa. Su método “KonMari” es tan conocido a nivel mundial que se ha vuelto una revolución para la organización de cualquier área, tanto en hogares y oficinas, como en colegios y otros espacios sociales. Lo que instaura en su libro “La magia del orden” se ha convertido en casi un mantra para muchas personas. Transformó el simple hecho de llevar orden en las actividades diarias en una moda necesaria y sobre todo en entender que hay que vivir con lo justo y necesario a no abusar del consumo. Los principios que se estipulan en su método son tan exactos que realmente cualquiera puede ser parte de esta experiencia desde los espacios cotidianos.

<https://laplumaestilograficablog.files.wordpress.com/2017/01/la-magia-del-orden-marie-kondo.pdf>

### 2. La película María Antonieta:

La riqueza de la ropa que encontramos en la producción cinematográfica de la película María Antonieta es notable. En la época de la reina (segunda mitad del siglo XVIII) la ropa era un lenguaje no verbal muy poderoso. La ropa contenía una infinidad de códigos y símbolos que permitían entrever las complejas relaciones sociales y políticas de la época. En la película, esas relaciones son comunicadas elocuentemente y ‘sin diálogo’ por medio de la riqueza de la vestimenta. A través del vestuario se puede leer cómo era el mundo de la realeza, el de las otras castas sociales y los roles y jerarquías de los personajes. Más allá del hecho de que María Antonieta pertenecía a la realeza, llena de lujos y privilegios, el lenguaje no verbal que se expone en los detalles de la ropa son de una gran riqueza. La película nos recuerda el gran poder que tiene la ropa como psicología y lenguaje no verbal. Si se piensa

en cómo impacta la vestimenta en los propios actores, en su capacidad para (con la ayuda de los ropajes) representar y transmitir la realidad psíquica y emocional del ambiente social de la época con gran verosimilitud, la vestimenta, entonces, esta íntimamente entrelazada con la vida misma. El fenómeno que la cinta expone (por medio de recursos ficticios) esta igualmente presente hoy en la vida real de las personas, toda vez que eligen las prendas que vestirán cada día y cómo se sienten ellas en sus respectivos escenarios de vida.



Marie Kondo

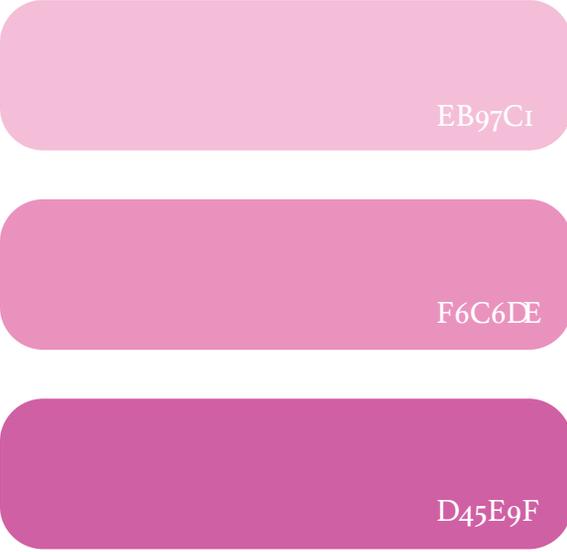


María Antoieta, 2006

## 3.8 Rosado

### ¿Por qué el rosado?

El rosado durante muchos años ha sido palabra y objeto para describir o encasillar dentro de este color a las mujeres. Tiene el poder de representar femenino. Durante la Edad media y el Renacimiento el rosado era considerado un color masculino pues representaba virilidad, fuerza e importancia. Durante la primera década del siglo XIX el rosado seguía siendo un color masculino que simbolizaba decisión y fortaleza. Tras el fin de la Segunda Guerra Mundial el color comenzó a ser parte de lo femenino y a representar a la mujer, comenzando así el inicio del estereotipo rosa-mujer. (Mosciatti, O. 2021) Hoy, el rosa dejó de ser un color de división (entre la mujer y el hombre) y se convierte a diario en un color de unión. El proyecto gira en torno a mujeres que buscan autoconocerse y entender que hay más allá de lo que visten. La decisión del color se basa en potenciar y comprender que el rosado hoy es un color que representa fuerza, independencia y expresión en todas sus formas.



EB97C1

F6C6DE

D45E9F

04.

Self-ML

---





# Self oMI

AUTOCONOCIMIENTO DESDE  
EL LENGUAJE NO VERBAL DE LA ROPA

## 4.1 Fundamentos Self-MI

- 01.** Self-MI, no se basa en las “leyes” de la moda, como la colorimetría o en cómo hay que vestirse de acuerdo a la forma de cada cuerpo.
- 02.** El método propuesto, se basa en el amor propio, bienestar y seguridad que se puede adquirir en la experiencia de vestirse a través del autoconocimiento.
- 03.** Se busca entregar esa seguridad que muchas veces la industria de la moda le ha quitado a las personas, produciendo en ellas ansiedad, estrés y sobre consumo, generando la ilusión de ser parte de esa industria y ese mundo del vestir homogeneizado.
- 04.** Los cuerpos perfectos no existen, el “90/60/90” es un estándar anticuado. Hoy lo que se busca es sentirse bien con uno mismo, es decir, “me quiero y me siento bien con lo que estoy mostrando al mundo, pero por sobre todo, yo estoy segura de quién estoy siendo”.

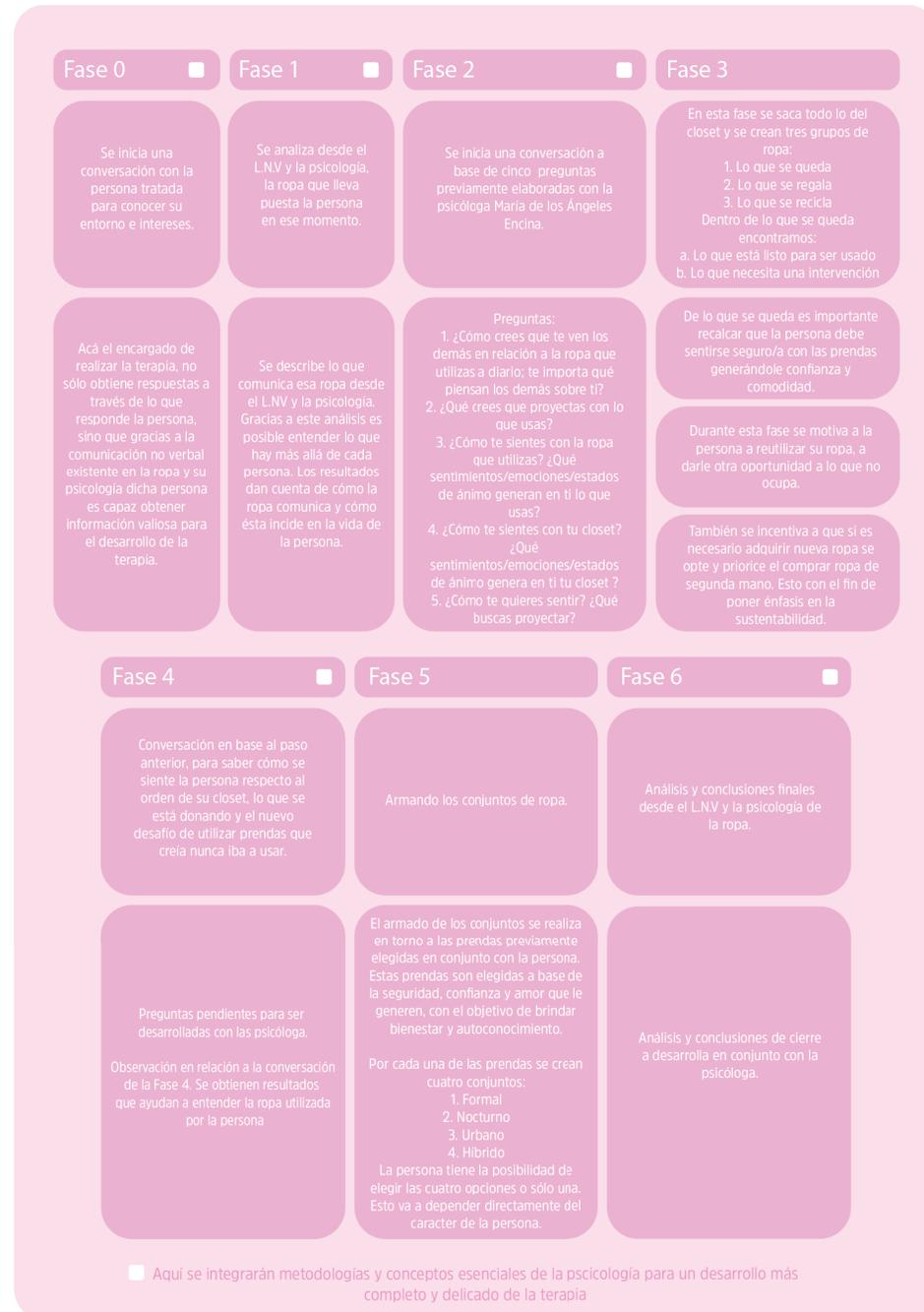
**05.** Las personas no tienen que preguntarse cómo se ven, sino qué mensajes están enviando con lo que visten. Se busca entender cómo esa ropa está modificando la actitud y cómo se sienten con ella. Cuando las respuestas son positivas, seguramente la actitud de las personas cambiará radicalmente.

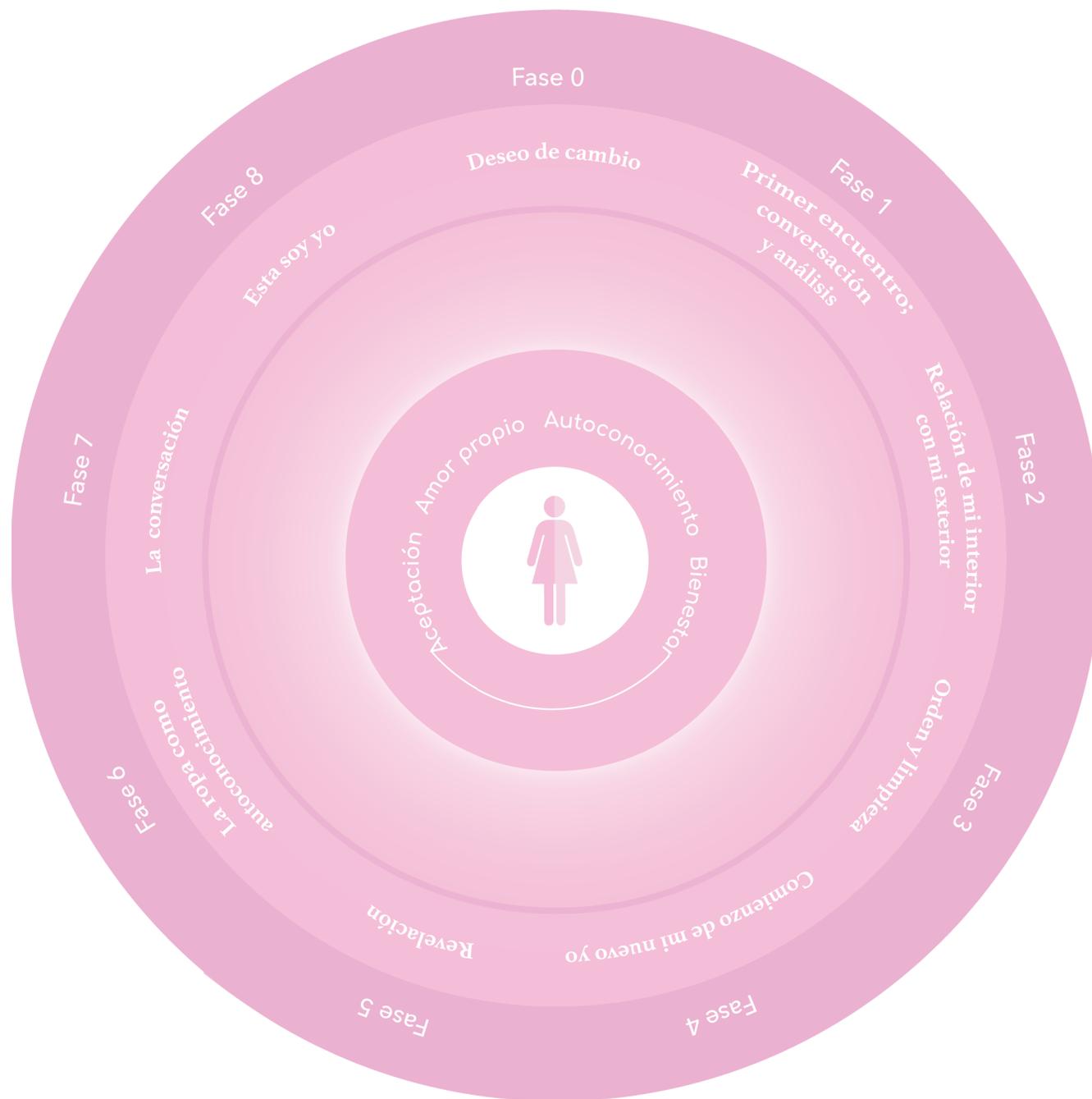
**06.** La ropa ayuda a decir lo que se quiere comunicar 'en silencio' y ayuda a entender qué es lo que se quiere entregar mediante ella.

**07.** Self-MI se opone a la moda rápida y al hiperconsumo, acoge lo simple, la austeridad y la sustentabilidad.

**08.** Desde la psicología este método busca entrar en el camino del autoconocimiento. El autoconocerse es un proceso que no es simple de descifrar y consta de un largo aprendizaje donde se debe ser capaz de verse a sí mismo desde la distancia, generando un tipo de desapego para conocer y entender su interior.

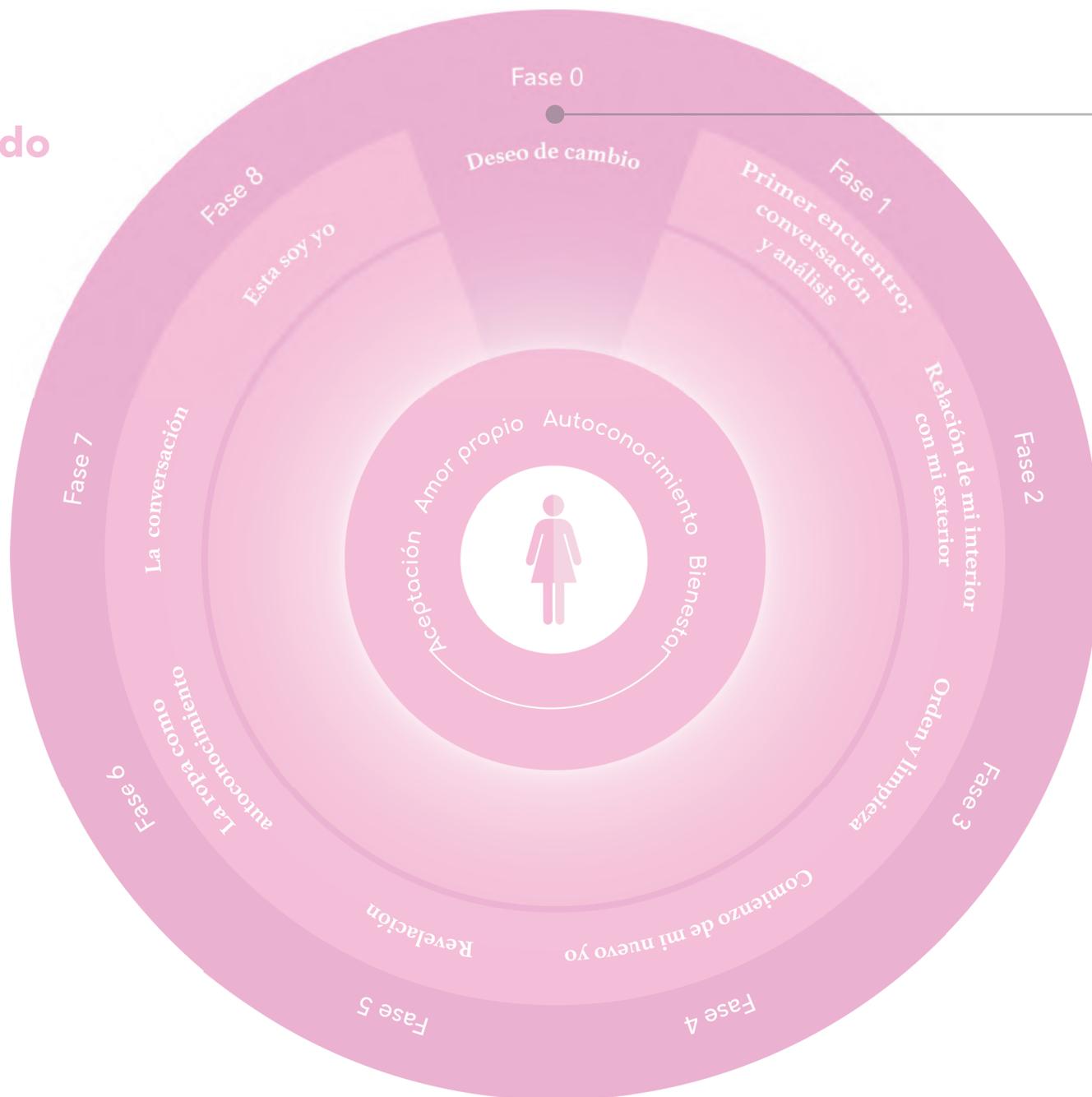
## 4.2 Cambio Self-MI





*El proceso de diseño de Self-MI partió como se muestra en la figura de la mano izquierda, donde lo que se proponía estaba graficado de manera lineal y excluyente. Hoy Self-MI se distribuye de una manera circular, donde la suma de las acciones realizadas en cada fase se concentra en el centro del proyecto, el autoconocimiento a través del lenguaje no verbal de la ropa.*

## 4.3 Método



## Fase 0

### *Deseo de cambio.*

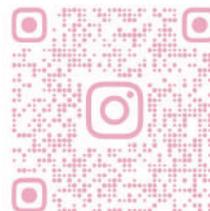
Esta es la fase previa a la de iniciar el cambio. La persona se da la oportunidad de pensar y llevar a cabo este paso, modificar su exterior, siempre tomando como guía su interior. Dentro de esta fase podemos encontrar emociones tales como la esperanza y la alegría.

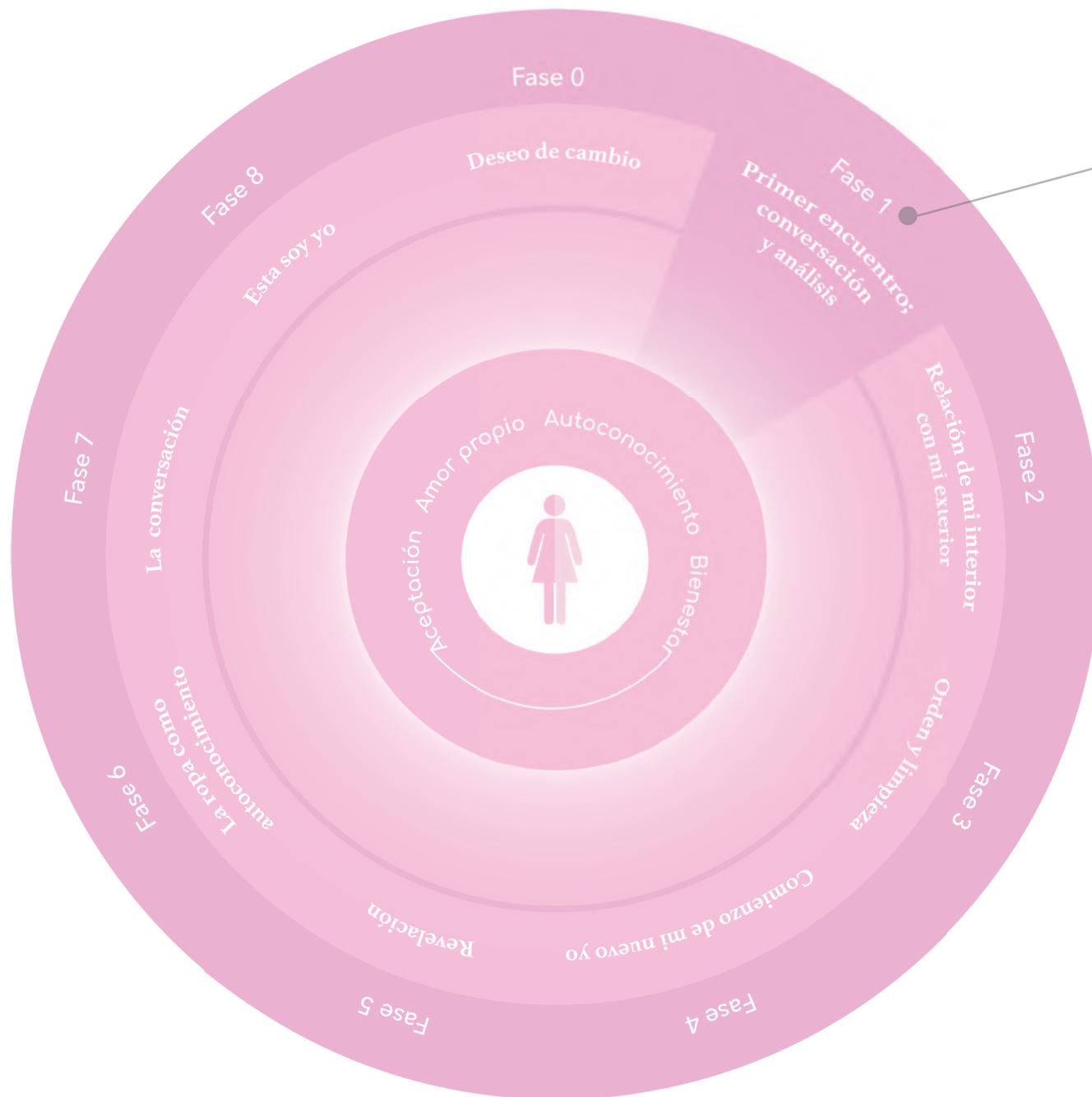
### ¿Qué se hace?

La idea es que en esta etapa la persona conozca el Instagram de Self-Mi y se sienta motivada por realizar el cambio.

### Concepto:

*Contemplación: segundo paso dentro de las etapas de cambio. Es muy relevante ya que antes de hacer un cambio, de ir a la acción, la persona pasa por una serie de pasos de contemplación, donde contempla el cambio, evalúa si el proceso es o no para su persona y qué valores y beneficios obtendrá. El identificar en qué le va a aportar ese cambio es el punto de inflexión para dar el paso.*





## ● Fase 1

### *Primer encuentro: conversación y análisis.*

La persona solicita por medio de Instagram ser parte del proceso Self-MI, el que se realiza en la casa de cada persona.



### ¿Qué se hace?

1. Se aclara qué es lo que entrega el proceso y los Fundamentos Self-MI.
2. Se inicia una conversación con la persona con el fin de conocer su entorno e intereses.
3. En esta fase es importante bajar a tierra las expectativas que tiene la persona sobre qué es lo que busca encontrar durante este proceso.
4. Es fundamental que la persona en esta etapa se haga responsable de su parte del trabajo, por lo que es importante entender la incertidumbre o expectativa de verse frente a una nueva forma de plantearse el vestir. Motivar a la persona a tener compromiso, motivación e ilusión por el cambio es muy valioso.

5. Foto del rostro, del cuerpo y closet. Se realizan preguntas tales como:
  - ¿Qué es lo que esperas encontrar con esta experiencia?
  - ¿Cómo te percibes a tí misma?

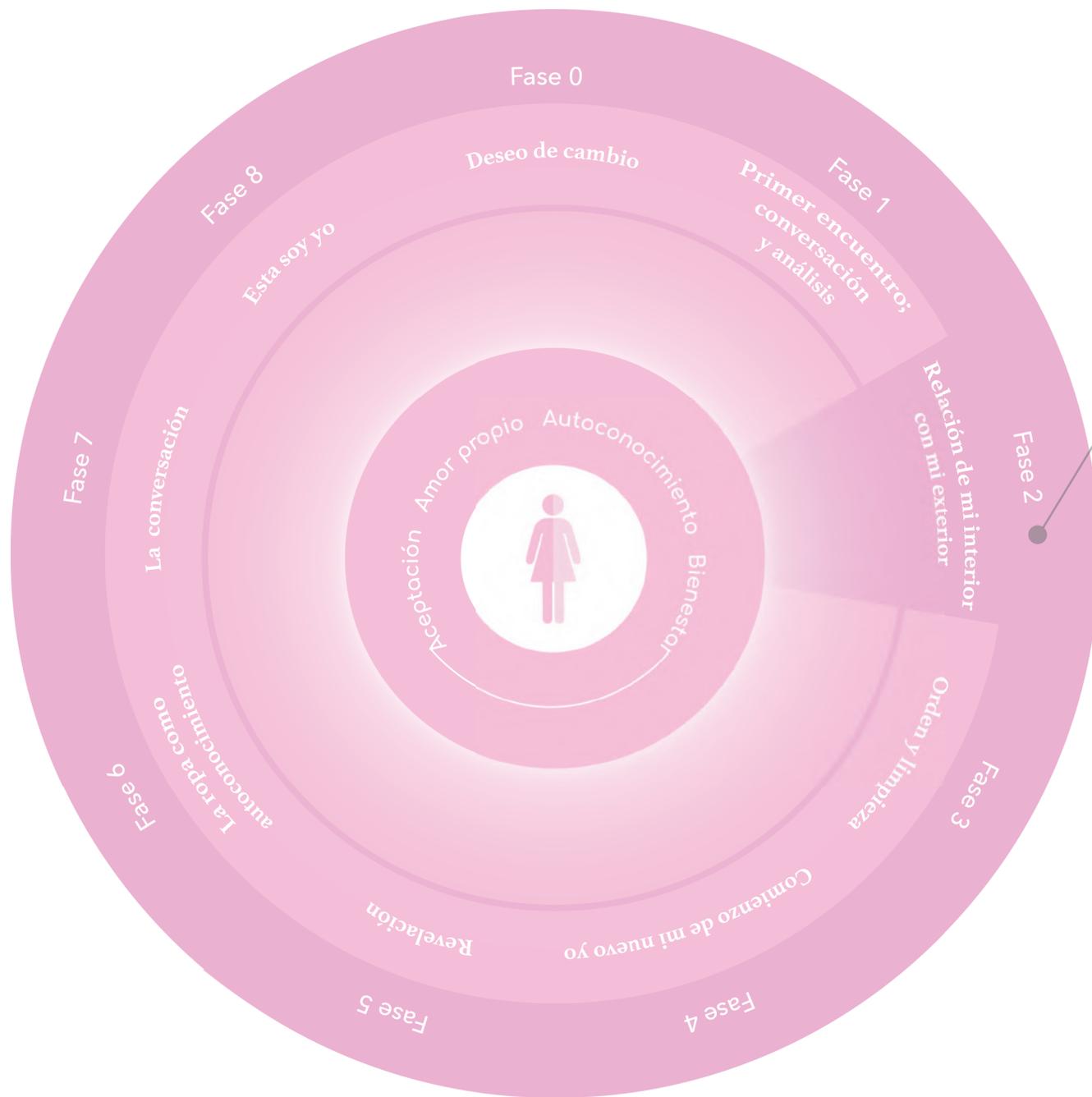
- ¿Qué necesitas para este momento de tu vida? Por ejemplo: autocuidado, seguridad, autoestima, nuevas relaciones, logro vocacional, desarrollo personal, contribuir al entorno, etc.

Todas las preguntas realizadas son en base a que la persona comience a generar autoconocimiento de su yo interno, a entender que es lo que trae en su interior y como trabajarlo en beneficio del proceso y de su conocimiento personal.

### Concepto:

*Yo interno: es la capacidad de sentir, entender y controlar los estados emocionales propios y a su vez interpretar las emociones de las personas que la rodean.*

**Tiempo:** 10 a 15 minutos.



## ● Fase 2

### *Relación de mi interior con mi exterior.*

La relación del interior con el exterior es un tema muy importante de abordar durante esta fase. Las personas actúan y reflejan su interior a través del exterior. Para entender mejor esto, es necesario comprender que el mundo interior de una persona está formado por lo que siente, lo que piensa y las decisiones que toma a diario. Todos estos elementos son manifestados a través del exterior, de todo aquello que ven los demás y con lo que diferencia a cada persona.

La ropa es el medio por el cual se puede llegar a entregar sentimientos provenientes del interior de cada persona, que se expresan de manera no verbal por medio de la vestimenta. Cuando nos comunicamos verbalmente lo hacemos a través de sonidos o palabras, las cuales procesamos en nuestro cerebro y las entendemos de forma inmediata, pero ¿es la única forma de comunicación que existe?

### *¿Qué se hace?*

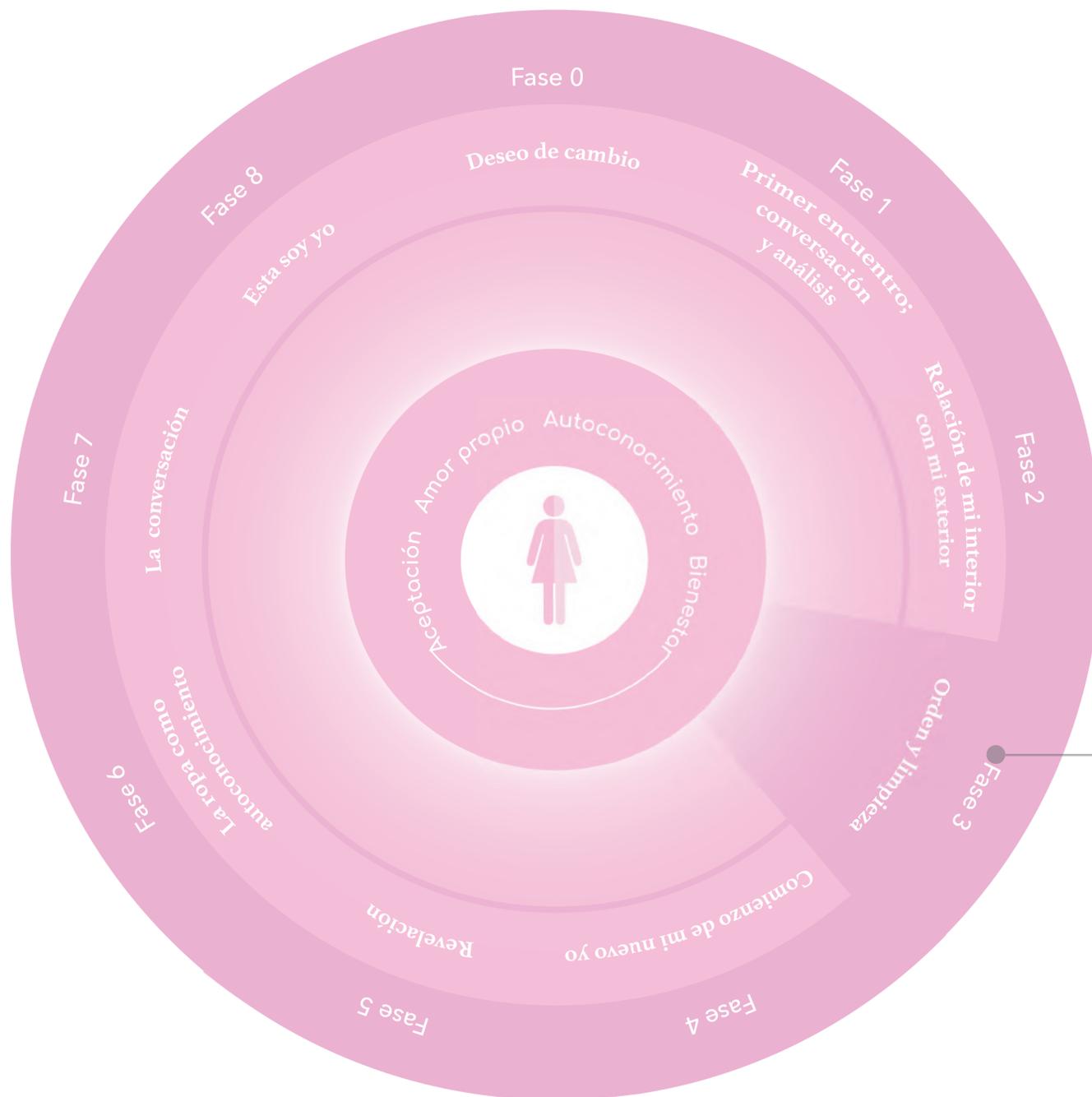
Desarrollo de las preguntas en conjunto con la persona.

1. ¿Cómo crees que te ven los demás en relación a la ropa que utilizas a diario; te importa qué piensan los demás sobre ti?
2. ¿Qué crees que proyectas con lo que usas?
3. ¿Cómo te sientes con la ropa que utilizas? ¿Qué sentimientos/emociones/estados de ánimo generan en ti lo que usas? ¿Cómo te quieres sentir? ¿Qué emociones agradables quieres vivir? ¿O qué emociones desagradables quieres ayudarte a transitar?
4. ¿Cómo te hace sentir tu closet? ¿Qué sentimientos/emociones/estados de ánimo genera en ti tu closet?
5. ¿Cómo te quieres sentir? ¿Qué buscas proyectar?

### **Concepto:**

*Sentido de identidad: es la capacidad de la persona de conocerse a sí misma con sus propias características que lo hacen ser único. Tiene directa relación con los valores personales y el distinguir entre lo personal versus lo del otro (sentido integrado)*

**Tiempo:** 20 a 25 minutos.



## ● Fase 3

### Orden y limpieza.

Pasamos de la teoría a la práctica, del interior al exterior y nos orientamos a la aventura de experimentar y provocar el cambio.

ANTES



DESPUÉS



## ¿Qué se hace?

En esta fase se saca toda la ropa del closet y se organiza en tres grupos:

1. Lo que se conserva.
2. Lo que se regala.
3. Lo que se recicla.

De la selección de ropa que se conserva se ordena en:

- a. Lo que está listo para ser usado.
- b. Lo que necesita una intervención.

De lo que queda, es importante recalcar que la persona debe sentirse segura con las prendas, generando confianza y comodidad tanto en su interior como exterior.

Durante esta fase se motiva a la persona a reutilizar su ropa, reconsiderar lo que no ocupa.

También se incentiva a que si es necesario adquirir nueva ropa, se opte y priorice el comprar ropa de segunda mano, esto con el fin de poner énfasis en la economía de recursos y en tener en cuenta los Fundamentos Self-MI.

Es importante destacar que en esta fase pueden aparecer emociones como incomodidad o irritación. Esto es normal, ya que puede existir una resistencia al cambio que se está realizando y sobre todo puede aparecer cierto rechazo al proceso. Para esto, es importante ser empático con la persona, fomentando el diálogo para así entender las razones de sus sentimientos y actitudes.

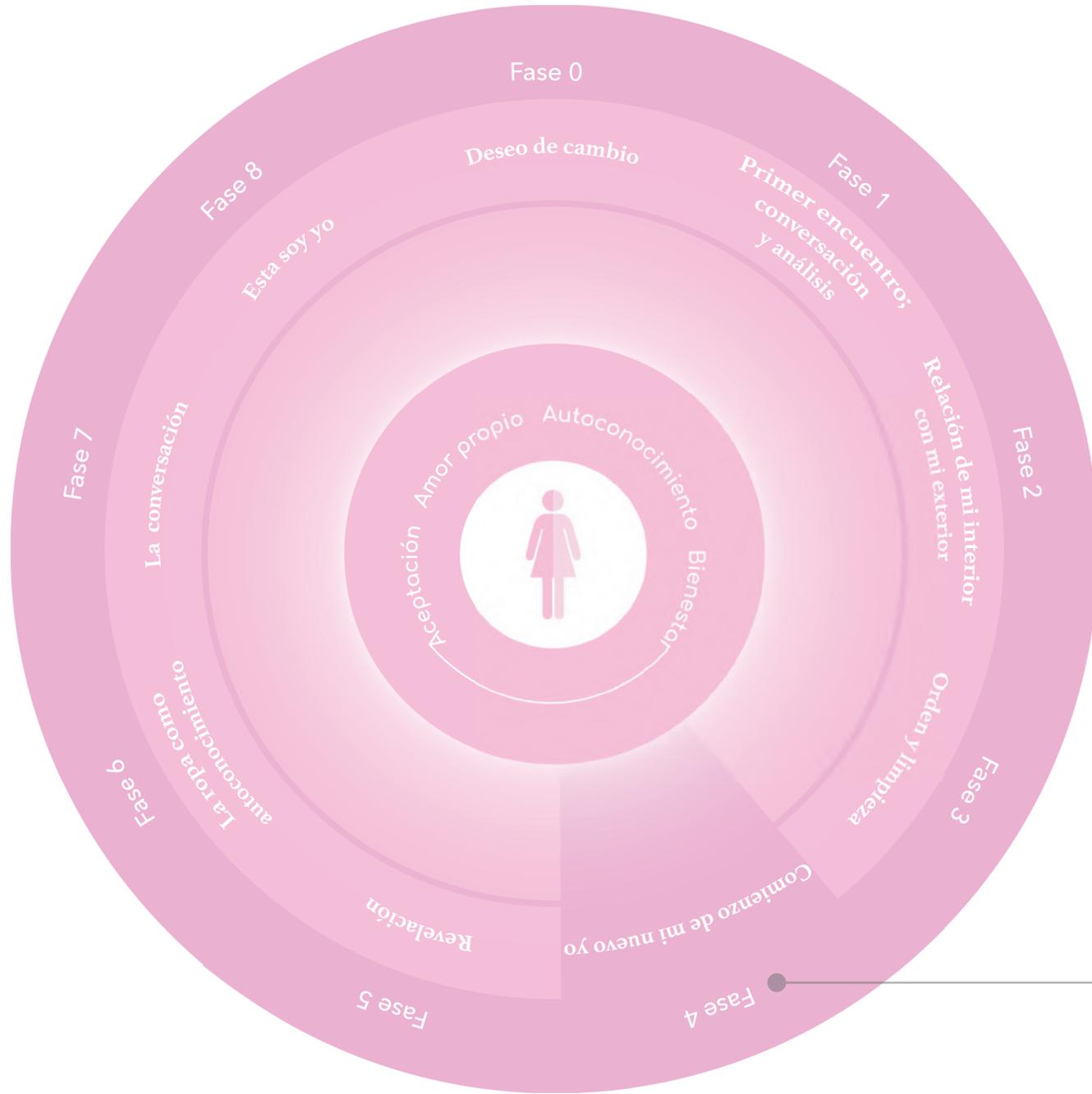
## Concepto:

*Empatía: es la capacidad de entender la manera en que la persona experimenta el mundo incluyendo una comprensión afectiva de las experiencias.*

*Habilidades orientadas a la comprensión empática en las personas:*

1. *Escucha activa: atender aspectos verbales y no verbales del mensaje (tono emocional).*
2. *Captación del marco de referencia: entender el significado que tiene para el otro su experiencia. Una buena respuesta empática debe hacer que la persona se sienta entendida, vaya aclarando su experiencia y ojalá ampliando su campo de conciencia.*

**Tiempo:** 1 hora aproximadamente.



## Fase 4

### Comienzo de mi nuevo yo.

Conversación en base al paso anterior para saber cómo se siente la persona respecto al orden de su closet, lo que se está donando y el nuevo desafío de utilizar prendas que creía descartadas.

Tomar conciencia es necesario para poder abrirse a la experiencia de conseguir los objetivos deseados. Aquí se refuerzan las creencias y emociones positivas de la persona.

Superadas las resistencias iniciales, la persona se dará cuenta que estará mejor si modifica algo en su imagen interna, en relación con su imagen externa, en su proyección social y sus vínculos con los demás.

### ¿Qué se hace?

Se sigue la conversación según cómo fluya el proceso. Es importante entender que en esta etapa las preguntas o conversación que emergen van a depender de cada una de las personas.

En esta fase se hizo una recopilación de las preguntas más frecuentes que fueron surgiendo al aplicar los primeros prototipos

### Concepto:

*Imagen interna: La imagen interna es el autoconcepto, la identidad de la persona. Tiene directa relación con la percepción, simbolización y significado que una persona tiene de su exterior.*

#### 1. Mi conciencia:

- ¿Qué estás aprendiendo a través de Self-mi?
- ¿De qué te das cuenta?
- ¿Qué quieres conseguir?
- ¿A qué conclusión has llegado con ello?

#### 2. Mi futuro:

- ¿Cómo te ves dentro de cinco años?
- ¿Cómo te gustaría ser?
- ¿Cómo te gustaría sentirte?
- ¿Qué necesita tu yo del presente para llegar a ese futuro que imaginas?

#### 3. Mi mirada:

- ¿Qué te inspira verdaderamente en otras personas que tú también tienes?
- ¿Cómo actúa tu cuerpo cuando piensas en ello?
- ¿Qué diría de esto tu persona interior?

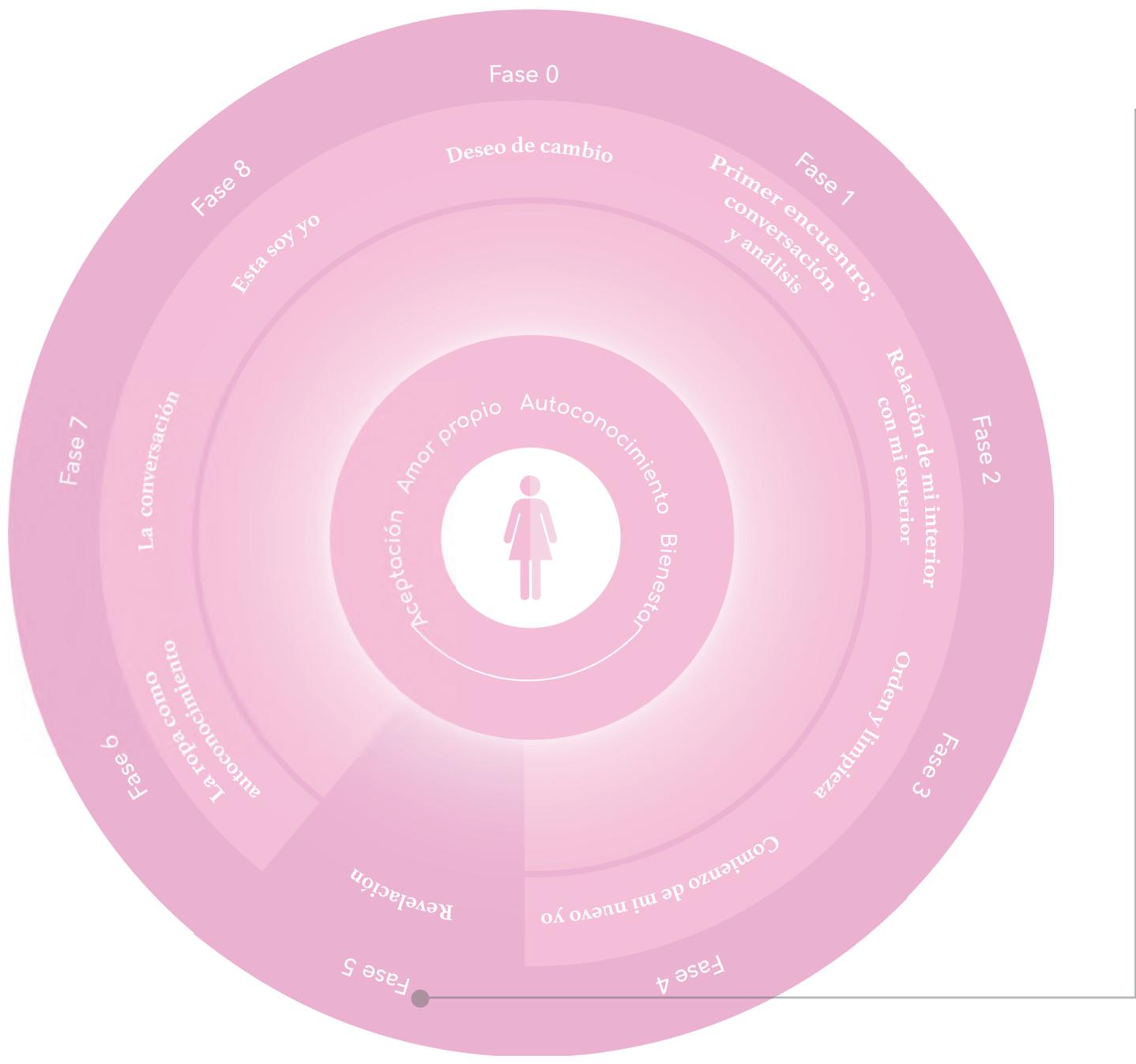
#### 4. Mis posibilidades:

- ¿Cómo sería tu vida si consiguieses tu meta?
- ¿Qué sería de ti sin tus limitaciones actuales?
- ¿Qué recursos necesitas para aprender a gestionar tu imagen exterior e interior y poder avanzar?

#### 5. Mis emociones:

- ¿Cómo te hace sentir eso que cuentas?
- ¿Puedes ponerle nombre a lo que sientes?
- ¿Qué más hay "debajo" de eso que sientes?

**Tiempo:** 20 a 25 minutos.



## ● Fase 5

### Revelación.

Durante esta fase, el eje central es crear un rito en base a dos prendas elegidas y las emociones y sensaciones generadas a partir de ellas en la persona. El fondo de este rito es poder encontrar las características que guardan las prendas que posee la persona en su closet.



### ¿Qué se hace?

Proceso:

1. Frente al closet la persona debe escoger dos prendas:

- a. La prenda preferida.
- b. La prenda que menos le guste.

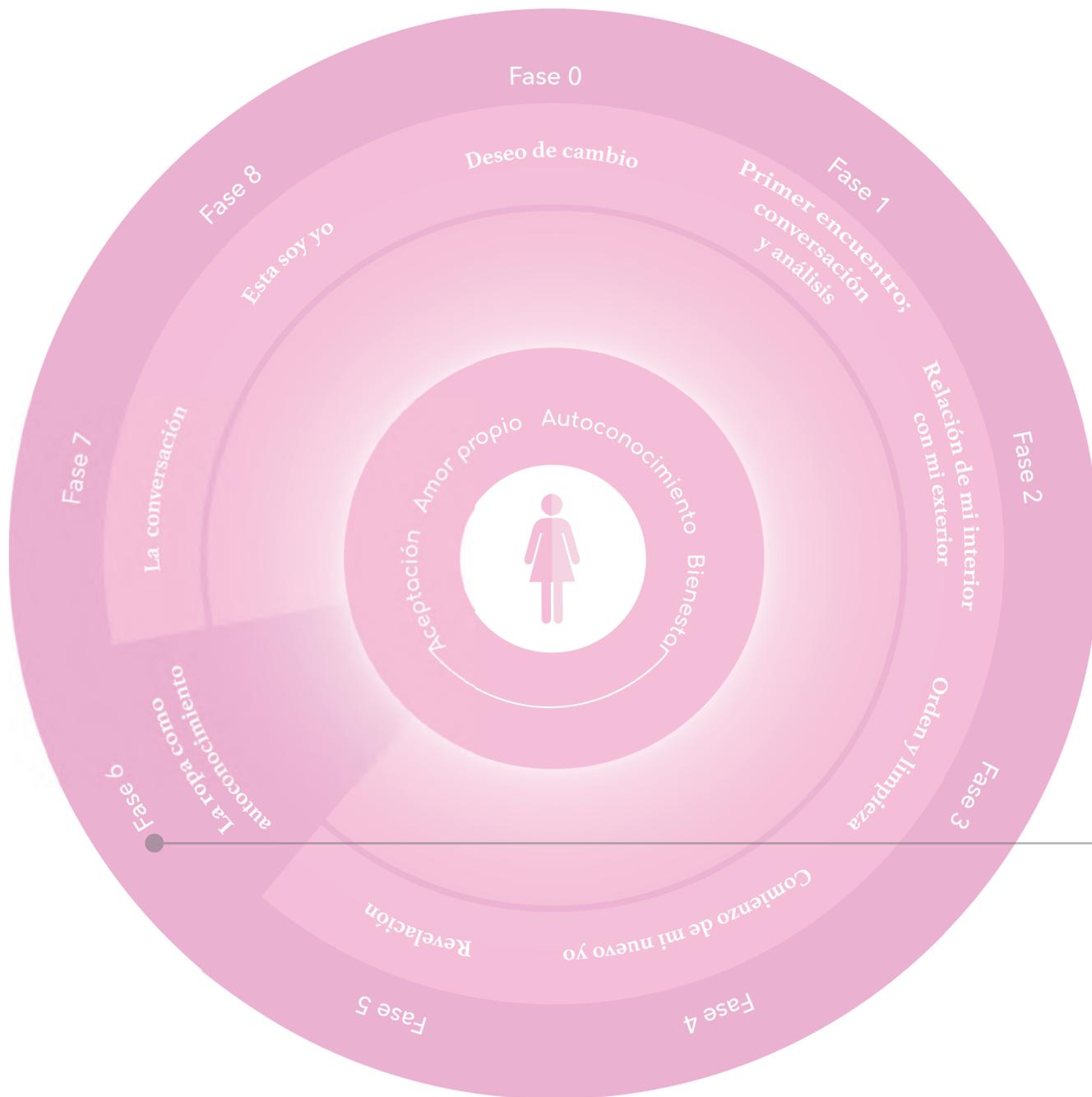
2. Realizar una lista de cinco cualidades de la prenda preferida, en base a qué emociones surgen a través de ella, sus características, su versatilidad, comodidad, lo que representa la prenda y todo aquello que le genere.

3. Realizar una lista de cinco defectos de la prenda que menos le guste. Dentro de la lista anotar las características que la definen: los sentimientos que le provoca, incomodidades e inseguridades generadas, dificultad en su uso, todo lo que genere rechazo en esa prenda.

4. Teniendo ambos listados, la persona tendrá la posibilidad de entender por dónde va su estilo y cómo este se ve reflejado directamente con su interior. Las emociones y sensaciones que refleja cada una de estas prendas es de suma importancia para poder seguir entendiendo y evaluando el resto del closet.

5. Con los listados en mano, la persona es capaz de preguntarse si el resto de su ropa cumple con esas características y así poder lograr tener una mejor relación con su closet. Con esto creamos un mayor autoconocimiento desde lo que la persona usa para poder reflejar lo que es y que quiere mostrar.

**Tiempo:** 20 a 25 minutos.



## ● Fase 6

### *La ropa como autoconocimiento.*

Armado de conjuntos de ropa. Se pasa de la teoría a la práctica, del interior al exterior y se inicia la aventura de experimentar y provocar el cambio.

### ¿Qué se hace?

El armado de los conjuntos se realiza en torno a cuatro prendas previamente elegidas en conjunto con la persona. Estas prendas son elegidas a base de la seguridad, confianza y amor que le generan, con el objetivo de brindar bienestar y autoconocimiento.

Por cada una de las prendas se crean cuatro conjuntos:

1. Formal.
2. Nocturno.
3. Urbano.
4. Híbrido.

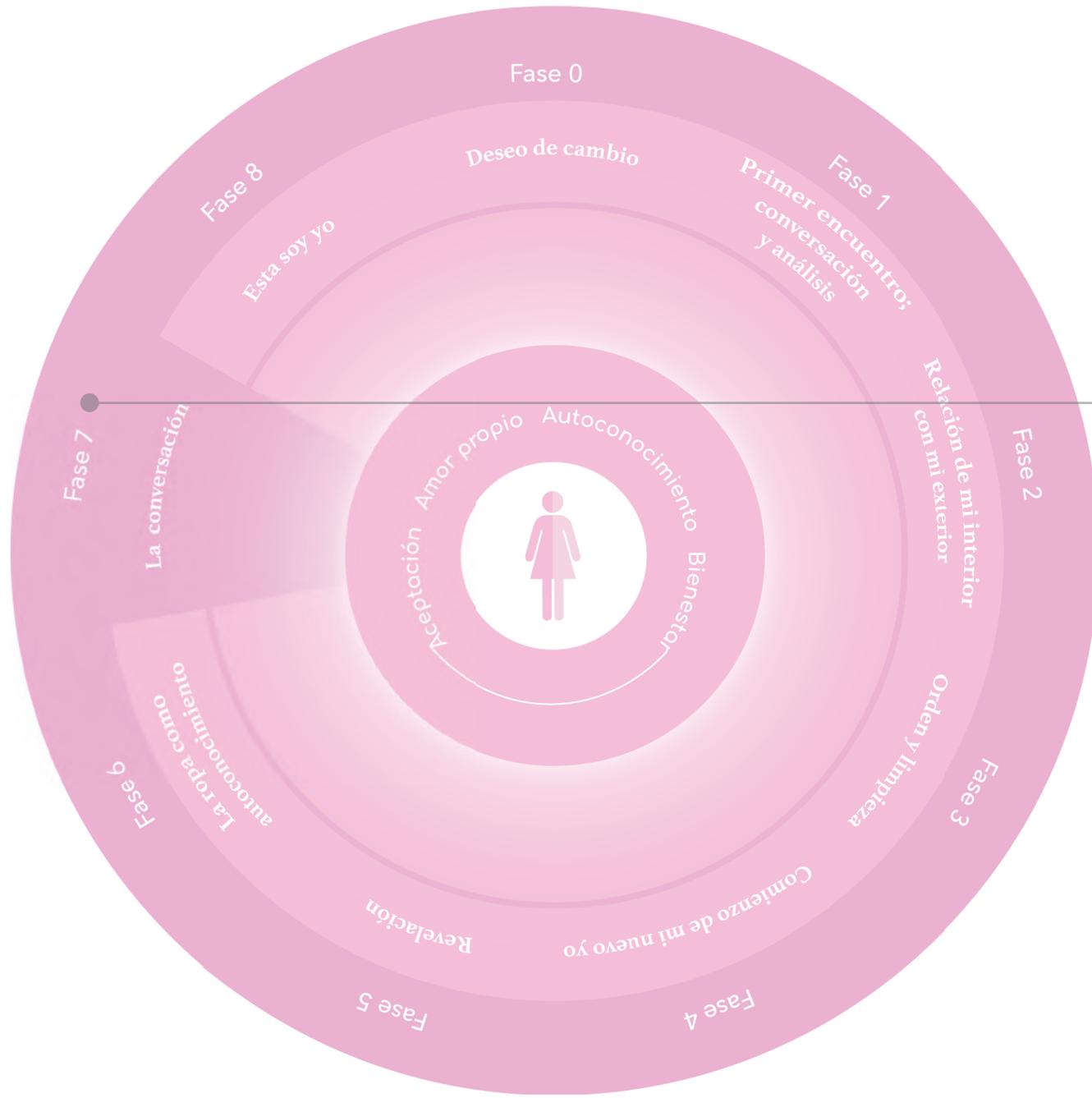
La persona, tiene la posibilidad de elegir las cuatro opciones o solo una de ellas. Esto va a depender directamente del carácter de la persona y de sus necesidades.

### Concepto:

*Psicología positiva: busca aumentar el bienestar de las personas a través de lo que busco.*



**Tiempo:** 30 a 40 minutos.



## ● Fase 7

### Conversación.

Ya realizados los conjuntos y las fases anteriores, es hora de comenzar a entender el cambio total. Se comienza con el viaje a la aceptación emocional.

### ¿Qué se hace?

Prosigue la conversación según cómo fluya el proceso. Es importante entender que en esta etapa las preguntas o conversación que se cree va a depender de cada una de las personas.

En esta etapa se hizo una recopilación de las preguntas más frecuentes que fueron surgiendo en los primeros prototipados.

### Concepto:

*La aceptación emocional es la experiencia completa en la que la persona se hace dueña de su cambio y está más abierta al apoyo, integrando tanto las emociones agradables como también las incómodas o difíciles de internalizar.*

#### 1. Mi conciencia:

- ¿Qué estás aprendiendo a través de Self-mi?
- ¿De qué te das cuenta?
- ¿Qué quieres conseguir?
- ¿A qué conclusión has llegado con ello?

#### 2. Mi futuro:

- ¿Cómo te ves dentro de cinco años?
- ¿Cómo te gustaría ser?
- ¿Cómo te gustaría sentirte?
- ¿Qué necesita tu yo del presente para llegar a ese futuro que imaginas?

#### 3. Mi mirada:

- ¿Qué te inspira verdaderamente en otras personas que tú también tienes?
- ¿Cómo actúa tu cuerpo cuando piensas en ello?
- ¿Qué diría de esto tu persona interior?

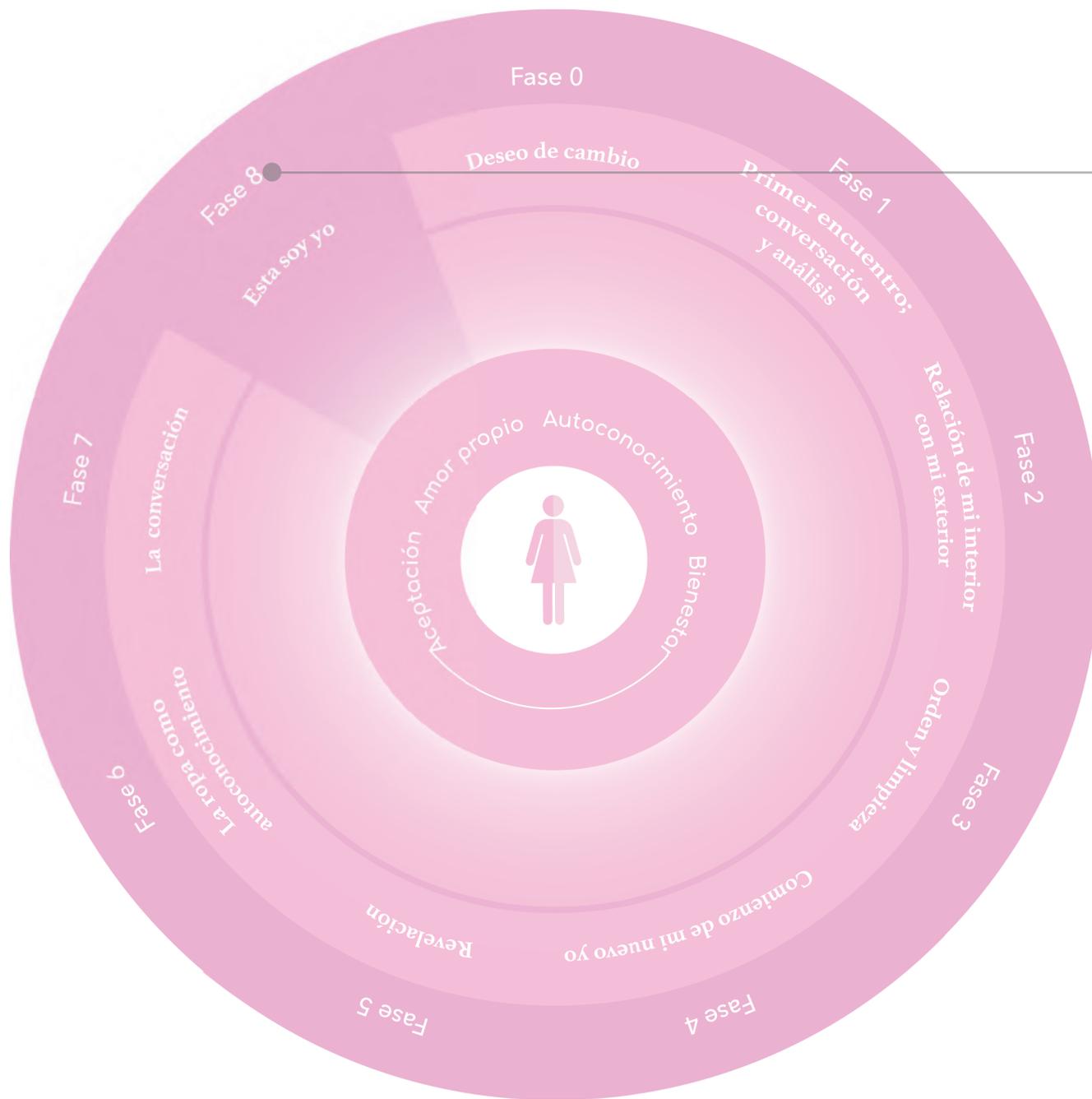
#### 4. Mis posibilidades:

- ¿Cómo sería tu vida si consiguieses tu meta?
- ¿Qué sería de ti sin tus limitaciones actuales?
- ¿Qué recursos necesitas para aprender a gestionar tu imagen exterior e interior y poder avanzar?

#### 5. Mis emociones:

- ¿Cómo te hace sentir eso que cuentas?
- ¿Puedes ponerle nombre a lo que sientes?
- ¿Qué más hay “debajo” de eso que sientes?

**Tiempo:** 20 a 25 minutos.



## Fase 8

### *Esta soy yo.*

**Mantenimiento:** la fase más importante. La de instalar nuevas conductas, reforzar una imagen y autoconcepto renovado, desarrollar nuevas creencias positivas que aumenten la capacidad de expresión y manifestación en el exterior.

### ¿Qué se hace?

Se le entrega una lista de consejos con el objetivo de perseverar y hacer del proceso un hábito, sin dejar nunca de lado las fases de Self-MI.

Consejos y guías:

Es importante destacar que el proceso no termina; tenemos que ser capaces de entender que vivimos en constante cambio, tanto externo, pero sobre todo interno. Es por esto, que al finalizar el proceso se entregan algunos consejos para que la persona los incorpore día a día con el fin no solo de comenzar a respetar y entender su imagen tanto corporal como emocional,

sino que también la de los demás. A esto se le denomina *acertividad estética*, la que habla de respetar y valorar la imagen propia y la de otros, dejando de juzgar y haciéndonos cargo de nuestro interior.

1. Partamos con algo pequeño: acostúmbrate de a poco a expresar tus emociones a través de lo que vistes día a día. Permítete sentir tus emociones y estados de ánimos.
2. Desde los comentarios negativos que muchas veces escuchas a tu alrededor, sólo toma los que realmente te sirvan. ¡Sabemos que no es algo fácil, pero poco a poco lo vas a lograr!
3. Día a día, permítete sentir y expresar tus emociones, especialmente esas que influyen en lo que te pones. Desde esto, aprende a no juzgar a los demás y a entender que todos pasamos por diversos procesos que muchas veces se ven retratados en lo que usamos diariamente.

procesos que muchas veces se ven retratados en lo que usamos diariamente.

4. Evita disculparte por algo que expresas de forma natural y premia tu autoconfianza. ¡Se dueña de tus palabras y de tus actos siempre desde el amor propio!
5. Amplía tu libertad expresiva y estética eligiendo la ropa y accesorios que representen quién eres.
6. Disfruta del look de otras personas por muy diferentes que sean al tuyo; recuerda que también como tú, buscan su lugar en el mundo.

### Concepto:

*Autoconcepto renovado: es tener la posibilidad y capacidad que la persona pueda generar una nueva imagen de sí misma. Esta nueva imagen se ve directamente influenciada por las interacciones realizadas y la posibilidad de aumentar sus capacidades generales y seguridad interna.*

**Tiempo:** 25 a 30 minutos.



La totalidad de proceso ayuda en la empatía, en la autoestima, a ponerse en el lugar del otro y a mirar desde el no juzgar.

---

Es necesario que la persona quite la atención de sí misma y entienda que una buena autoestima no se trata de convencerse de que es válido, sino de que todos son válidos. Cuando consiga aceptar que cada uno es como es y que pertenece a una sociedad con diversidad será más fácil para la persona aceptarse a si misma y así poder llegar a un autoconocimiento más completo.

## 4.4 Metodología: Service Blueprint

A continuación se presentará el método utilizado para el desarrollo del proyecto. El Blueprint, es un instrumento utilizado en el desarrollo de la metodología Diseño para Innovar, creada por Paula Wuth y Sebastián Negrete el año 2018 (Escuela de Diseño PUC). Este instrumento está orientado a representar de manera visual y detallada lo que el método propuesto desarrolla. Ayuda a identificar oportunidades y resolver problemas propios del proceso. En base a este instrumento se desarrolló el método Self-MI.

El proyecto es un trabajo teórico-creativo junto a la psicóloga María de los Ángeles Encina para entender en profundidad la relación entre la psicología y el lenguaje no verbal de la ropa que se traducirá en una terapia y método. El proceso se inicia analizando la vestimenta ya adquirida de la persona. Este análisis se hace en torno a qué ropa lo hace sentir mejor y por qué.

Es aquí donde el método entra en juego, ya que se observa a las personas desde el lenguaje no verbal y la psicología. Lo que se busca obtener es qué ideas, sentimientos, actitudes y comportamientos positivos (bienestar, autoimagen y autoestima) son asociados a la ropa que utilizan diariamente y de esta forma potenciar la vestimenta de las personas al cierre del proceso.

Self-MI, además de observar estos aspectos, contiene acciones tales como reducir prendas innecesarias, clasificación y reordenamiento de ellas, depuración, y sólo si es necesario la adquisición de prendas nuevas, siempre priorizando la compra de piezas de segunda mano.

Junto a la psicóloga María de los Ángeles Encina se definieron pautas, procedimientos e interacciones que tuvieron como objetivo traducir las ideas

obtenidas en el trabajo teórico-creativo mencionado anteriormente.

El lenguaje no verbal de la ropa es una declaración que encuentra un apoyo en la psicología: de aquí se desprende que la ropa es parte de la vida interior y por ende de los sentimientos de todas las personas. La ropa puede ser un agente que conduce a un mejor vivir.

Pre Servicio

Servicio

Post Servicio

Servicio (front stage)

Fase 0

La persona se entera sobre Self-MI a través de la publicidad de Instagram.

La persona comienza a seguir el Instagram y revisa las publicaciones.

La persona se conecta vía mensaje de Instagram para vivir la experiencia Self-MI.

Fase 1

Duración: 10 a 15 minutos.

Self-MI llega al hogar de la persona.

Comienza una conversación donde se le cuenta a la persona qué es lo que entrega el servicio y sus principales fundamentos.

Fase 2

Duración: 20 a 25 minutos.

En este punto se desarrolla un diálogo en donde se busca conocer el entorno e intereses de la persona.

Se toma una foto del perfil del usuario y se le pide que haga un post.

Fase 3

Duración: 50 a 1 hora.

Se realiza una descripción de la fase que se experimentará.

En base a cinco preguntas se desarrolla una conversación.

Nota: Conversación a base de cinco preguntas. El primer comentario se refiere a la experiencia de la persona. El segundo comentario se refiere a la experiencia de la persona. El tercer comentario se refiere a la experiencia de la persona. El cuarto comentario se refiere a la experiencia de la persona. El quinto comentario se refiere a la experiencia de la persona.

Fase 4

Duración: 20 a 25 minutos.

Se realiza una conversación en base a la Fase 3.

El momento entender que se va a realizar una conversación que se va a realizar en un momento de la vida de la persona.

Fase 5

Duración: 20 a 25 minutos.

En esta fase el ojo central se lleva a cabo un rito en base a cinco preguntas.

Respecto a las preguntas que se van a realizar en esta fase, se va a realizar una conversación que se va a realizar en un momento de la vida de la persona.

Fase 6

Duración: 25 a 30 minutos.

Armedo de conciencia: Se eligen tres prendas en conjunto a la persona.

Este proceso con el objetivo de que la persona se sienta más cómoda y segura.

Fase 7

Duración: 30 a 35 minutos.

Se guía la conversación para que la persona entienda todo el proceso recordado.

Se busca que la persona se sienta más cómoda y segura.

Fase 8

Duración: 25 a 30 minutos.

Se entrega una lista de consejos para que la persona pueda aplicarlos en su vida.

Se busca que la persona se sienta más cómoda y segura.

Luego de terminar el servicio la persona desde la Fase 8 se involucra e ignora incorporar Self-MI en su vida. La metodología diseñada es cíclica por lo que no termina con el servicio sino que dentro del post servicio se sigue guiando a la persona a través de los mensajes entregados en la última fase y a través de el Instagram.

La persona recomienda Self-MI

Usuario

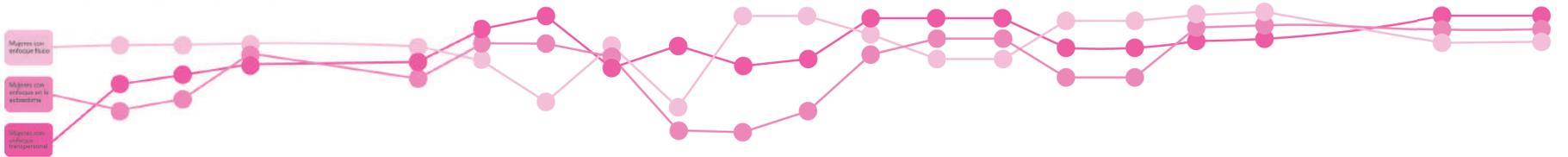


Emociones

Curiosidad

Acción y motivación

Reflexión



Backstage

Equipo desarrolla el Instagram y se realizan campañas publicitarias mediante esta plataforma, esto con el fin de incrementar la parte de Self-MI.

Se establecen metas de logro para un corto, mediano y largo plazo.

Se generan estrategias para cumplir con las metas establecidas.

La metodología es diseñada y desarrollada a través de una diseñadora y una psicóloga. Es un servicio de trato e interacción personalizada.

Se analizan las opiniones de las personas que viven el servicio con el fin de evaluar los logros cumplidos y los que aún no lo han sido. También podría usarse la posibilidad de incorporar alianzas con psicólogos o personas que se alinean a los Fundamentos Self-MI.

Se genera contenido como promociones, información, tips, interacciones dinámicas vía Instagram, etc.

Soporte

Equipo interdisciplinario encargado de desarrollar el método y la experiencia. Se propone: Diseñador gráfico para la imagen de marca, diseñador UX para crear la experiencia que cubra las necesidades de las personas, psicóloga para el desarrollo del método en conjunto con la diseñadora a cargo de Self-MI y un ingeniero comercial para el marketing y la publicidad.

Equipo interdisciplinario encargado de mantener y seguir desarrollando el método y su experiencia. Se propone: Diseñador UX, para el seguimiento de la experiencia, un diseñador gráfico para la comunicación

Equipo interdisciplinario encargado de mantener el Instagram y el desarrollo tanto de la metodología como de la experiencia de servicio de Self-MI.

## 4.5 Preguntas desarrolladas

Durante los primeros ejercicios de prototipado se tomó conciencia de que cada persona es “un mundo” muy distinto entre sí, por lo que, a raíz de las conversaciones, fueron surgiendo distintas preguntas. Para cada persona cada una de las fases tiene un impacto distinto pues a medida que se fue diseñando el método Self-mi se escribió una lista de posibles preguntas que se asocian según niveles a diversas problemáticas o situaciones que fueron surgiendo. El observar, escuchar y sentir de una manera atenta es muy importante para crear un proyecto que es sensible tanto al interior de la persona como a su exterior. Las preguntas fueron analizadas por la psicóloga María de los Ángeles Encina. Junto a ella se trabajaron preguntas que buscan encontrar recursos propios de la persona con el fin de obtener una reflexión, donde encontrar un sentido al tema trabajado es el foco del proyecto. Lo que se busca con ellas es dilucidar las motivaciones para crear un camino hacia un mayor autoconocimiento.

### 1. Mi conciencia:

- ¿Qué estás aprendiendo a través de Self-mi?
- ¿De qué te das cuenta?
- ¿Qué quieres conseguir?
- ¿A qué conclusión has llegado con ello?

### 2. Mi futuro:

- ¿Cómo te ves dentro de cinco años?
- ¿Cómo te gustaría ser?
- ¿Cómo te gustaría sentirte?
- ¿Qué necesita tu yo del presente para llegar a ese futuro que imaginas?

### 3. Mi mirada:

- ¿Qué te inspira verdaderamente en otras personas que tú también tienes?
- ¿Cómo actúa tu cuerpo cuando piensas en ello?
- ¿Qué diría de esto tu persona interior?

### 4. Mis posibilidades:

- ¿Cómo sería tu vida si consigues tu meta?
- ¿Qué sería de ti sin tus limitaciones actuales?
- ¿Qué recursos necesitas para aprender a gestionar tu imagen exterior e interior y poder avanzar?

### 5. Mis emociones:

- ¿Cómo te hace sentir eso que cuentas?
- ¿Puedes ponerle nombre a lo que sientes?
- ¿Qué más hay “debajo” de eso que sientes?

## 4.6 Conclusiones método

Con el método empleado, además de autoconocerse, encontrar seguridad y respuestas a través de la ropa, se busca volver al ritual del vestir, es decir, volver a encontrarse con este acto que se ha dejado de lado. Ritualizar este acto es muy valioso, ya que le damos un sentido a la vida. Los ritos dan profundidad tanto al interior como al exterior. Cuando se toma conciencia de lo que provocan estos actos se comienzan a venerar y, es así, como los ritos se convierten en una manera de enriquecer la vida y gozar el momento. El rito de la vestimenta hace tomar conciencia del ser.

La ropa como tal, sin ser utilizada, claro que tiene muchos significados, pero el acto de vestir es el que le da el verdadero sentido a ese objeto. Cuando la vestimenta no es utilizada esta tiene otras significancias.

Al finalizar la experiencia, la persona podrá ser capaz de entender y reconocer que el método busca recuperar el ritual del acto del vestir.

05.

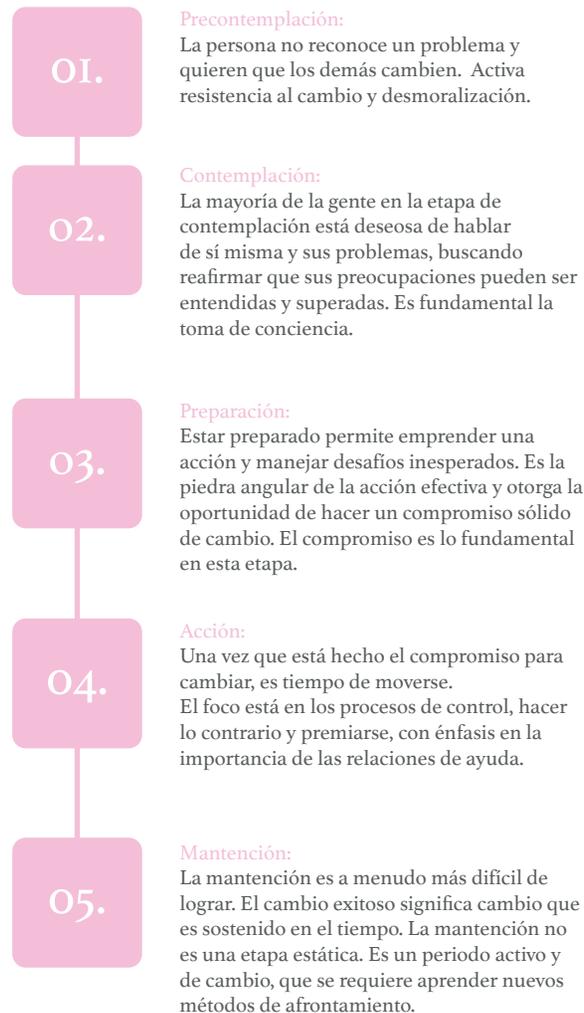
Testeo

---



## 5.1 Descripción de testeo

### Etapas de cambio:



*Durante los testeo no existe la etapa de precontemplación ya que en este caso las personas fueron seleccionadas para desarrollar el proceso.*

Para el proceso de testeo se buscó y seleccionó a tres mujeres que cumplieran con la edad de rango del proyecto y que quisieran ser parte del método. Previamente se acordó una fecha y se contó a grandes rasgos lo que se desarrollaría durante el proceso de testeo.

Self-MI consta de nueve fases las cuales van directamente relacionadas con las etapas de cambio que se describen a mano izquierda, con el fin de guiar el método a través de etapas aplicables dentro de la psicología y también poder tener un respaldo del proceso de cambio de cada persona.

Los objetivos principales:

01. Producir un sentimiento de satisfacción en las personas por medio de la reducción y readecuación de sus prendas en uso.

*¿Cómo se realizará?*

Por medio de encuestas y entrevistas y por medio del registro en imágenes de sus closets.

02. Generar un mayor bienestar y amor propio desde el autoconocimiento de las personas.

*¿Cómo se realizará?*

Con el apoyo de metodologías de la psicología, se conducirán encuestas y/o entrevistas para conocer los niveles en los que aumentan o disminuyen dichos estados psicológicos en las personas.

A continuación se mostrarán los resultados obtenidos durante los testeos y en los anexos se podrán visualizar las entrevistas desarrolladas a cada una de las mujeres.

## 5.2 Testeo

*Edith Gajardo*



Edad: 50 años

Ocupación: Educadora diferencial

Fecha de testeo: 3 de junio, 2022

Edith, a medida que fue desarrollando el método se fue abriendo más. En una primera instancia se veía algo nerviosa por el proceso, pero a la vez con muchas ganas de poder expresar lo que sentía. A medida que se iba progresando en cada etapa se notaba que quería poder entrar en su

interior y desarrollar las diversas preguntas que se iban formulando. Al finalizar el proceso ella misma comenta que le costó al principio poder responder desde su interior ya que nunca se había tomado el tiempo de conectar la vestimenta que usaba con lo que sentía y pensaba.

*Antes*



## Después



Fase 3: orden y limpieza. Para Edith el proceso no fue fácil de realizar, ya que le costaba mucho desprenderse de piezas que ya no usaba o simplemente creía que en algún momento las iba a necesitar. Esto ocurre bastante en relación con el proceso de desapegarse de esos objetos que muchas veces nos traen recuerdos o que marcaron algún hito en la vida de la persona. Se logró que Edith diera el paso a entregar esa ropa que ya no utilizaba y que para otros podría ser un tesoro.

La empatía, en este caso, era muy importante ya que ella debía sentir el apoyo durante este proceso y con esto incentivar al cambio desde el entendimiento. Muchas veces lo que falta para dar un paso es el apoyo de un tercero.



### Prenda favorita



### Prenda que menos le gusta



En cuanto a la Fase 5: Revelación, Edith tenía muy claro su prenda favorita y también la que menos le gustaba. Luego del rito realizado, Edith entendió que muchas veces dejaba de lado lo que sentía con las prendas, que las utilizaba por “inercia” ya que nunca se había dado el tiempo de analizarlas y ver qué sentimientos le producían más allá de si las encontraba lindas o no.

La prenda favorita:

1. Cómoda y le entrega seguridad ya que es una prenda suelta.
2. Siente que se ve bien y eso le genera felicidad y tranquilidad al ponérsela.
3. Muy calentita.
4. Muy combinable.
5. Lindo color.

La prenda que menos le guste:

1. La tela se pega al cuerpo y eso le genera inseguridades.
2. No se siente identificada con, no la hace ser ella.
3. Es poco versatil, no tiene muchas oportunidades para usarlo.
4. Muy colorida.
5. Mangas muy ajustadas.

## Conjuntos



Fase 6: la ropa como autoconocimiento, en donde desde la psicología positiva, se busca aumentar el bienestar de la persona desde las acciones realizadas. En este caso, el elegir ropa que generen en Edith confianza y seguridad fue clave para el resultado exitoso obtenido. Ella se sintió muy feliz al entender que la ropa tiene la capacidad de combinarse de múltiples de formas y que estas combinaciones cuentan la historia de la persona que la utiliza. Se asombró cuando ella misma, de un momento a otro, se dio la oportunidad de crear conjuntos y entender cómo sus sentimientos se veían reflejados en los *looks*.

Edith comenzó el proceso con dudas sobre lo que iba obtener, pero los resultados generados en ella fueron muy interesantes y de suma importancia en su vida ya que pudo comenzar a descifrar y entender desde el interior lo que generaba en su exterior. Se dio la oportunidad de salir de su zona de confort y comprender desde sus sentimientos el actuar diario respecto a lo que viste.

*Florencia Sandoval*



Edad: 25 años

Ocupación: estudiante pedagogía

Fecha de testeo: 16 de junio, 2022

Al comenzar el proceso y durante su desarrollo, Florencia siempre tuvo motivación por seguir una conversación y comenzar a descifrar respuestas provenientes de su interior.

Su energía por describir y descubrir qué había más allá de la ropa que utilizaba era notoria y muy enriquecedora tanto para el proceso como para ella misma.

*Antes*



## Después



Durante la Fase 3: orden y limpieza, se descubrió que más que un orden físico en el mismo closet, se necesitaba un orden mental de lo que se tenía y lo que realmente se usaba y lo que no. Es importante destacar que cada fase es distinta en cada persona. En este caso, el orden se orientaba más a algo espiritual y de sentimientos, donde a medida que se iba ordenando iban apareciendo sentimientos y emociones en la ropa que se iba seleccionando. Es interesante entender que la limpieza del clóset ayuda a destapar recuerdos y pensamientos como ocurrió durante este testeo.



### Prenda favorita



La prenda favorita:

1. Es mi color preferido.
2. Me encanta los vuelos muy femenina.
3. Me siento cómoda cuando la uso.
4. Mi autoestima sube al usarla.
5. Creo que es muy versátil, la uso para ir a la playa o para trabajar.

La prenda que menos le guste:

1. Me hace sentir incómoda.
2. Me recuerda a mi tratando de cumplir los estándares que impone la gente que me rodea.
3. Me baja la auto estima y seguridad.
4. Me da hasta miedo probármela, no quiero volver a esos recuerdos.
5. El escote no me gusta.

### Prenda que menos le gusta



En cuanto a las Fase 5: revelación, Florencia tenía muy claro su selección, pero lo interesante durante la conversación fue lo que le producía la prenda que menos le gustaba. En este caso fue una polera que le generaba angustia solo por el hecho de los recuerdos que tenía sobre ella. Mencionaba que la había comprado porque estaba de moda pero que nunca la había ocupado ya que cuando se la probó podía ver en ella todas las inseguridades físicas que quería esconder. El tener conciencia de lo que usamos y lo que tenemos es relevante tanto para como nos sentimos, como para como nos desenvolvemos en el medio. El guardar prendas que generan sentimientos negativos o recuerdos innecesarios llevan a imposibilitar un bienestar y entendimiento con el closet y a la vez con el interior. Al finalizar la fase, Florencia decidió regalar la polera sintiendo así una liberación y un paso hacia el autoconocimiento.

## Conjuntos



Cuando una persona se siente empoderada y con ganas de llegar al cambio, los resultados son favorables y enriquecedores. Esto fue lo que ocurrió durante todo el proceso de Florencia. El disponerse a una autoayuda es un punto clave para lograr conocerse y entender el porqué de los actos cotidianos que muchas veces dejamos de lado como lo es el vestirse. Cuando se entiende que esta *segunda piel* representa lo que somos internamente, es fácil entender y pasar del hábito a la ritualización de la vestimenta.

*María de los Ángeles Fuentes*



Edad: 29 años

Ocupación: Ingeniera Comercial

Fecha de testeo: 22 de junio, 2022

Durante el proceso María de los Ángeles siempre tuvo las ganas y la motivación de comenzar a comprender esta conexión entre su interior y exterior. A medida que iban pasando las fases se iba abriendo a

conocer y conectar con esos pensamientos que, como ella describe, “no los había notado o simplemente no los había escuchado”.

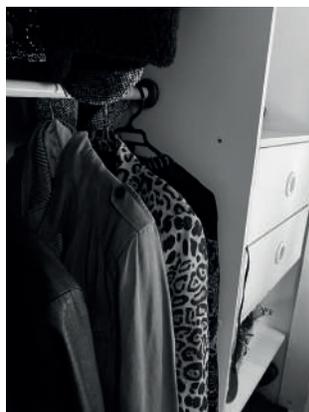
Antes



Después



En relación a la Fase 3: orden y limpieza para María de los Ángeles fue un proceso en donde pudo liberar sus emociones. Para ella su closet era “angustiante” y eso se veía reflejado en cómo se relacionaba con él y cómo también esto estaba siendo un problema a la hora de elegir qué utilizar cada día. El closet no solo es el lugar donde se guarda la ropa, sino que es un lugar donde se conserva y reúnen nuestros *pensamientos* y lo que nos *identifica*. Luego de completar esta fase ella quedó muy contenta y entendió que liberarse de ciertas prendas y reordenar el closet es una oportunidad para comprender y conocerse a ella misma.



### Prenda favorita



### Prenda que menos le gusta



En esta fase María de los Ángeles pudo analizar las prendas elegidas y ser consiente de lo que guarda en su closet.

La prenda favorita:

1. Es una prenda cómoda.
2. Fácil de combinar.
3. Me acomoda que sea no tan abrigada ni tan desabrigada.
4. Siento que me favorece a mi cuerpo.
5. Se ve relajado-elegante, versátil.

La prenda que menos le guste:

1. No me gusta el color.
2. El cierre es complicado.
3. No me favorece a mi imagen.
4. Por dentro no es rica, es como áspera.
5. No abriga.

## Conjuntos



Junto a María de los Ángeles el proceso de crear conjuntos fue muy fructífero ya que no solo se dio la oportunidad de crear estos *looks*, sino que ir más allá y contar el porqué de las prendas elegidas. Ella buscaba crear conjuntos un poco más formales y a la vez relajados, esto con el fin de adaptarse a sus necesidades. El crear *looks* que representen a una persona genera seguridad en ella misma y también el poder de sentirse empoderada de esta segunda piel. Al finalizar el proceso se llega a la conclusión de la importancia de darse estos espacios de reflexión con respecto a lo que utilizamos a diario. Muchas veces se cree que la ropa es un elemento de adorno o un tanto superficial, pero cuando se entiende que es un objeto de expresión interior la mirada cambia rotundamente generando así una vía hacia el autoconocimiento desde la vestimenta.

## 5.3 Testimonios

*Edith Gajardo*

“Muchas veces pienso en lo que estoy ocupando pero también me pasa que tengo tan poco tiempo para de verdad entender porque me visto así o darle más vuelta a lo que de verdad me gustaría ponerme. Vivimos en un mundo tan rápido sin tiempo para nada y claro que la vestimenta pasa a un segundo plano cuando no sabes como tratarla o no conoces que es lo que verdaderamente te representa”

“La transformación que provoca y la conexión conmigo misma me impactó. El mayor beneficio es que es un proceso que al vivirlo tan intensamente cuando lo usas y lo pones en práctica es muy interesante y reconfortante”

*Florencia Sandoval*

”Muchas veces me guío por lo que venden en zara y es *heavy* que nos vestimos todas igual, eso me da mucha lata porque siento que no soy capaz de ser yo misma o de ser otra persona, es como si todas fuéramos Florencias”

“La experiencia Self-MI fue realmente increíble. Me gusto mucho como todo se relaciona con el bienestar personal y desde afuera hacia adentro. Me di cuenta de muchas cosas que yo no había pensado, como las sensaciones tanto positivas como negativas que me da cierta ropa. Esto tiene como consecuencia, que yo tenga más ganas de seguir en este proceso y poder verdaderamente encontrarme a mi misma a través de la forma en que me visto. También fue muy útil el darme cuenta de diferentes *looks* que puedo armar con cosas que tengo dentro de mi propio closet que no me había dado cuenta, siguiendo la línea en que trabajamos sobre armar *looks* que potencien mi autoestima y seguridad”

*María de los Ángeles Fuentes*

”Me parece que el proceso te enseña a ver que en realidad el verse bien pasa a un segundo plano en comparación a sentirse bien, a entender que lo más importante es poder llevar la belleza interna hacia el exterior. Amarse y conocerse es un proceso personal que abarca no solo lo que mostramos al mundo, sino que sentirnos lindas con nuestros atributos internos”

## 5.4 Conclusión

Como conclusión general de los testeos, se logró cumplir con los objetivos deseados y por sobre todo ver como Self-MI realmente generaba en las mujeres un espacio de reflexión e introspección, donde cada una de ellas encontró respuestas a interrogantes que tenían que ver tanto con su interior, como con esta *segunda piel*, su vestuario.

En cuento a las etapas de cambio, estas ayudaron a validar, comprender y guiar el desarrollo del método en cada una de las mujeres, teniendo como resultado el poder medir y entender su avance en cuanto al autoconocimiento, bienestar, autoestima y amor propio durante el proceso.

Durante los testeos también existieron errores. Un punto a mejorar es la manera en que se pasa de una fase a otra. Es importante dar una mayor fluidez a como se lleva a cabo el fin de una fase y el inicio de otra, esto con el objetivo de crear un ambiente más relajado y menos pauteado.

Para finalizar doy la gracias a las tres mujeres que participaron del testeo, ya que me ayudaron a llevar a la realidad el método creado: Self-MI.

06.

**Pasos futuros**

---





Una vez realizada toda la investigación, el trabajo con distintas psicólogas, la creación y desarrollo del método y los prototipados creo interesante y de suma importancia comenzar el camino a lo que podría llegar a ser la *Ropaterapia*. Esta terapia lo que busca es por medio de la ropa encontrar la sanación de la persona desde el autoconocimiento.

Se entiende entonces que la ropa en interacción con el cuerpo podría tener el poder de ayudar a bajar los índices de ansiedad, subir el autoestima de la persona, luchar contra la depresión, disminuir el estrés y alcanzar el bienestar personal.

07.

Conclusión

---



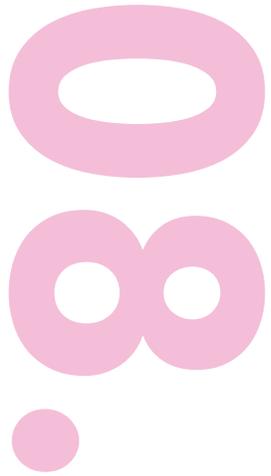
A nivel personal, todo el camino recorrido durante el proceso de titulación ha sido muy valioso ya que pude tomar dos áreas que para mí son muy importantes, la vestimenta y lo que conlleva vestirla. Es decir, comprender sus sentimientos y lo que genera día a día este elemento reconocido como una *segunda piel*.

Self-MI es un método interdisciplinario que desde el diseño se acerca a la psicología, creando así una unión entre dos campos de conocimiento que muchas veces se topan sin que nos demos cuenta. A pesar de que el método fue diseñado y creado en conjunto con psicólogas tiene mucho de intuición, atención, observación y conversación, las cuales fueron orientadas al desarrollo de este método.

Con el método propuesto yo no espero entender como la persona se viste, sino que la persona sea capaz de entenderse a sí mismo a través de la ropa.

Me siento muy afortunada con el camino recorrido y con que se nos dé la oportunidad de elegir el área y diseñar desde cero un proyecto, en donde explorar y experimentar fueron las bases para lograr crear un proyecto propio y representativo.





## Bibliografía

---



## 08. Bibliografía

1. Aparicio, T. (2018). La comunicación y psicología del vestir. Nutrición y bienestar - Puleva. <https://www.lechepuleva.es/nutricion-y-bienestar/la-psicologia-del-vestir>
2. Alcántara, José A. "Cómo educar la Autoestima". Barcelona, Edit. CEAC S.A. 1993.
3. Bernabé, T. "Psicología práctica de la vida cotidiana". Edic. Temas de Hoy SA, Madrid, 2001.
4. Boutaud, J. (2004). *Sémiotique et communication : Un malentendu qui a bien tourné*. (Tesis de doctorado). Borgogne : Université de Borgogne
5. Bourdieu, P. (s. f.). Sobre el poder simbólico. <https://sociologiac.net>. [https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu\\_SobrePoderSimbolico.pdf](https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_SobrePoderSimbolico.pdf)
6. Casablanca, L. y Chacón P. (2014a). La moda como lenguaje. Una comunicación no verbal. *Revista de la Asociación Aragonesa de Arte*, 29 (2), 1-10.
7. Casablanca, L. y Chacón, P. (2014b). El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda. *Cartaphilus*, 13,60-83.
8. De la Herrán, A. (2004). Vista de El autoconocimiento como eje de la formación. *Revista Complutense de Educación*, 15(1). Recuperado 17 de abril de 2022, de <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/RCEDo404120011A/16270>
9. Ferrer de Luna, J. (2014). El papel de la segunda persona en la constitución del autoconocimiento. *Daimon Revista Internacional de Filosofía*, (62), 71-86. <https://doi.org/10.6018/daimon/164831>
10. Frith, H., & Gleeson, K. (2014, 7 octubre). Dressing the Body: The Role of Clothing in Sustaining Body Pride and Managing Body Distress. Taylor & Francis. Recuperado 28 de abril de 2022, de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14780880701752950>
11. Gálvez, A., & Sastre, A. (2011). El cuerpo como experiencia de autoconocimiento y desarrollo de sí mismo. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN CUERPO, CULTURA Y MOVIMIENTO*, 1(2). Recuperado 5 de mayo de 2022, de <https://www.proquest.com/docview/2482005010/fulltextPDF/767FB87644424262PQ/1?accountid=16788>
12. Gamble, T., & Gamble, M. (2017). *Nonverbal Messages Tell More: A Practical Guide to Nonverbal Communication*. New York: Routledge
13. Garcia, J. L. (2000). *Comunicación no verbal, periodismo y medios audiovisuales*. Madrid: Universitas.
14. Gómez, G. & Martínez, A. (2019). De la semiótica visual a la semiótica de la moda: identificando el color durante la Ruta Libertadora. *Designia*, 7(1), 85-115.
15. Gómez, R., Gómez, G. M., Díaz, G. M., Sánchez, P. H., Cobarro, S. P. D. H., Delgado Gómez, M. S., García Gómez, M., Gómez Díaz, M., Gómez Sánchez, R., & Sánchez Cobarro, P. H. (2016). *Bienestar Emocional*. Dykinson.

16. **González, X.** (2014, junio). Arte Sartorial. De lo ritual a lo cotidiano (N.o 48). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5234536>
17. **Gordoa, A.** [Colegio de Imagen Pública]. (2018, 23 agosto). Psicología de la ropa [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=28wucD6mzbE>
18. **Hale, A., Freedy, J., & Ricotta, D. N.** (2020, 1 agosto). Bienestar débil. ClinicalKey. <https://www-clinicalkey-com.pucdechile.idm.oclc.org/#!/content/playContent/1-s2.o-S0002934320301510?returnurl=null&referrer=null>
19. **Hart Louise.** “Recupera tu autoestima”. Ediciones Obelisco, Barcelona. 1998
20. **Heybroek, N., & Fernández, C.** (2019, 19 mayo). “Una prenda de vestir es más que un accesorio, es un ritual de transformación”. What Design Can Do. Recuperado 15 de abril de 2022, de <https://www.whatdesigncando.com/es/historias/una-prenda-de-vestir-es-mas-que-un-accesorio-es-un-ritual-de-transformacion%C2%A8/>
21. **Karen J. Pine:** Mind What You Wear: The Psychology of Fashion. Kindle (2014).
22. **Luceño, L.** (2018). Estudio de las paradojas de la moda. Madrid: Dobras.
23. **Magallón, M.** (s. f.). ¿Qué es una terapia? <https://www.terapiaypsicologia.com/terapia/que-es-una-terapia>
24. **MacLuhan, M.** (1996). Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano (1.a ed.). Paidós. [https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan\\_Marshall\\_\\_Comprender\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacion.pdf](https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan_Marshall__Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf)
25. **Mendes, R., da Silva, C., & Luiz, M.** (2018, 3 julio). ¿Cuáles categorías se interactúan con la imagen corporal en la literatura de conducta del consumidor y psicología? Pensamiento y gestión, 45.
26. **Moreno, P.** Historia de la Indumentaria, 2019
27. **Mosciatti, O.** (2021, 25 abril). ¿Por qué al color rosado se le considera «femenino»? BioBioChile - La Red de Prensa Más Grande de Chile. Recuperado 18 de mayo de 2022, de <https://www.biobiochile.cl/noticias/sociedad/curiosidades/2021/04/25/por-que-al-color-rosado-se-le-considera-femenino.shtml>
28. **Nannini, V.** (2016). Moda, Comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso? <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/6618/TesinaNanniniModa.pdf?sequence=3>
29. **Navarro, M.** (2009). Autoconocimiento y Autoestima. Temas para la Educación, No 5(2009). <https://www.feandalucia.ccoo.es/andalucia/docu/p5sd6409.pdf>

- 30. Ospina, A.** (2017). La moda como empoderamiento femenino. Universidad Pontificia Bolivariana Escuela de arquitectura y diseño. Recuperado 3 de mayo de 2022, de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3754/La%20moda%20como%20empoderamiento.pdf?sequence=1>
- 31. Perpiña, C., & Borra, C.** (2010). Estima corporal y burlas en mujeres con atracones: desarrollo de una imagen corporal negativa – Behavioral Psychology / Psicología Conductual. Behavioral Psychology / Psicología Conductual, 18(1). <https://www.behavioralpsycho.com/producto/estima-corporal-y-burlas-en-mujeres-con-atracones-desarrollo-de-una-imagen-corporal-negativa/>
- 32. Pontificia Universidad Javeriana, & Alvarado, M.** (2020, noviembre). Ropa Queer: cuerpos que se visten para romper estereotipos de género.
- 33. Ramírez, P.** (2020). El rosa y la cultura femenina. Domesticidad y contestación. En El rosa y la cultura femenina (1.a ed., Vol. 1, pp. 115–125). Paula Ramírez. <https://www.culturaydeporte.gob.es/mtraje/dam/jcr:d0548b97-9d17-4645-ae5-023a702986d1/3-indumenta-10-rosaculturafemenina.pdf>
- 34. Rp.salud.** (2017, 31 mayo). “Wellness”: El difícil arte de estar bien. [https://www.rpsalud.com/blog/Wellness\\_el\\_dificil\\_arte\\_de\\_estar\\_bien.html](https://www.rpsalud.com/blog/Wellness_el_dificil_arte_de_estar_bien.html)
- 35. Sandoval, N., & Rosas, M.** (2021, 22 junio). Territorio Gratia : una experiencia de autoconocimiento. Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/54212>
- 36. Shibutani, T.** (1971). Psicología social y psicología. Buenos Aires, Paidós.
- 37. Spielmann, G.** (2011). Théorie(s) de la communication le modèle classique à six éléments. <http://faculty.georgetown.edu/spielmag/docs/comm/commschema.htm>
- 38. Tobón, S., Núñez, A., & Vinaccia, S.** (2004, agosto). DISEÑO DE UN MODELO DE INTERVENCIÓN SICOTERAPÉUTICA EN EL ÁREA DE LA SALUD A PARTIR DEL ENFOQUE PROCESAL DEL ESTRÉS. Revista de Estudios Sociales, 18(2004). <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a07.pdf>
- 39. Tomás, C.** (2015, 23 abril). En qué consiste una terapia o tratamiento psicológico|Psicólogos Valencia. Centro Psicológico Consuelo Tomás. <https://tratamientospsicologicos.es/en-que-consiste-una-terapia-o-tratamiento-psicologico/>
- 40. Torres, A.** (2021, 29 noviembre). ¿Qué es el wellness? El nuevo bienestar mental y físico. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/vida/wellness-bienestar-fisico-mental>

41. **Villeneuve, M. I.** (2015, 1 diciembre). A new vaccine!: the vaccine of self-knowledge: self-knowledge through neuroscience self-knowledge, emotional intelligence and the mindfulness. scielo. Recuperado 26 de abril de 2022, de [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1139-76322015000500018&lng=en&nrm=iso&tlng=en](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1139-76322015000500018&lng=en&nrm=iso&tlng=en)
42. **Kamps, C., & Berman, S.** (2011, junio). Body image and identity formation: the role of identity distress. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 43(2).
43. **Kodžoman, D.** (2019, 6 junio). THE PSYCHOLOGY OF CLOTHING: Meaning of Colors, Body Image and Gender Expression in Fashion. University of Zagreb, Faculty of Textile Technology, Zagreb, Croatia. Recuperado 5 de mayo de 2022, de <https://hrcak.srce.hr/clanak/322338>
44. **Zinker, J.** (2003). EL PROCESO CREATIVO EN LA TERAPIA GUESTALTICA. Paidós. [https://dlwqtxtsixzle7.cloudfront.net/36917851/El-proceso-creativo-en-terapia-gestaltica-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638560720&Signature=UJkPMY51OeyCfSD3coFQCFeD7Fn7pNKYNU8OhSoq1fiwi5STfV~ApgJNnhaO-OORSZFi8eckoBO3qS33mxO8p-iZxVlHhQpHCKjU~XhmNOzs~lu9jGUyf27VoZ8z-R3JtvUWKqSdmOhnmd7A7TcEfi8miINIt6LoGr gLSNwb5siMAMlbPsYctOeoQjkw4N9EgQJSp2iZkd4~VU8QcsSnlzQxdTRJIS1BpblLpjIH6mHj bHb5hBzW7PegKem7NoxXEcIXq9dvTj6ygW2W a5fPVcgr4YtfxqjAf7aHSrjfCK5qMVyjCOOe9YKw6PhYymceOhzo36g3s8oc-j8tnKiA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://dlwqtxtsixzle7.cloudfront.net/36917851/El-proceso-creativo-en-terapia-gestaltica-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1638560720&Signature=UJkPMY51OeyCfSD3coFQCFeD7Fn7pNKYNU8OhSoq1fiwi5STfV~ApgJNnhaO-OORSZFi8eckoBO3qS33mxO8p-iZxVlHhQpHCKjU~XhmNOzs~lu9jGUyf27VoZ8z-R3JtvUWKqSdmOhnmd7A7TcEfi8miINIt6LoGr gLSNwb5siMAMlbPsYctOeoQjkw4N9EgQJSp2iZkd4~VU8QcsSnlzQxdTRJIS1BpblLpjIH6mHj bHb5hBzW7PegKem7NoxXEcIXq9dvTj6ygW2W a5fPVcgr4YtfxqjAf7aHSrjfCK5qMVyjCOOe9YKw6PhYymceOhzo36g3s8oc-j8tnKiA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

0

88

•

Anexos

---



Entrevista Edith Gajardo:

Fase1:

¿Qué esperas encontrar con esta experiencia?

“Me gustaría reconocermé en el resultado de la experiencia, que al final de cada una de las fases me sienta identificada con el resultado, es decir que mi ropa diga quien soy realmente”.

¿Cómo te percibes a ti misma?

“Con exceso de peso, alegre, feliz”.

¿Qué necesitas para este momento de tu vida?

“Me gustaría seguir con la tranquilidad que tengo actualmente, mantener mi estabilidad laboral y ampliar mis actividades recreativas”.

\*Edith me comenta que le costó un poco la última pregunta ya que nunca se había detenido a pensar y a ver qué era lo que realmente necesitaba dentro de su vida.

Fase 2:

¿Cómo crees que te ven los demás en relación a la ropa que utilizas a diario; te importa qué piensan los demás sobre ti?

“Como una persona sencilla que le gusta la comodidad de la ropa, los colores que uso muestran a una persona tranquila, serena, que no le gusta llamar la atención. Si claro que me importa lo que piensan los demás, porque uno vive dentro de una sociedad que

marca pautas y en el fondo hay que convivir con las personas que nos rodean, por ejemplo si fuera una bomba sexy y usara una ropa así super como sensual interferiría absolutamente en lo que es mi trabajo”.

¿Qué crees que proyectas con lo que usas?

“Una mujer adulta, más bien conservadora en su forma de vestir, que no le gusta llamar la atención, de bajo perfil”.

¿Cómo te sientes con la ropa que utilizas? ¿Qué sentimientos/emociones/estados de ánimo generan en ti lo que usas? ¿Cómo te quieres sentir? ¿Qué emociones agradables quieres vivir? ¿O qué emociones desagradables quieres ayudarte a transitar?

- Cómoda y bonita.

-Tranquilidad, comodidad, seguridad.

-Armonía familiar, expectación frente a nuevas experiencias.

-Los miedos frente a la realidad social que está ocurriendo. Los asaltos, drogas, la inestabilidad laboral.

¿Cómo te hace sentir tu closet? ¿Qué sentimientos/emociones/estados de ánimo genera en ti tu closet?

-Bien me hace sentir contenta, satisface mis necesidades y gustos.

-No muchos.

¿Cómo te quieres sentir? ¿Qué buscas proyectar?

“Busco sentirme cómoda, atractiva, adecuada a mi edad, estilo y forma de ser”.

Entrevista Florencia Sandoval:

Fase I:

¿Qué es lo que esperas encontrar con esta experiencia?

“Quiero conocerme profundamente a mi misma, creo que es muy fácil como que se tiña lo que yo quiero con lo que la moda me propone entonces quiero encontrar quien soy, cual es mi estilo y como con eso sentirme yo misma y no una mas del montón”

“Quiero despertarme en las mañanas y no preguntarme qué le va a gustar a la gente que me pusiera, con que me veo mas flaca, al final sentirme que dia a dia soy yo quien está detrás de las elecciones”

“y me gustaría que cuando me compro ropa sea desde lo que a mi me gusta y no desde lo que hoy está en tendencia o como los demás me quieren ver”

¿Cómo te percibes a tí misma?

“Me percibo como una persona muy preocupada de quienes me rodean, apasionada por las cosas que me gusta hacer, me considero muy preocupada de la moda, me gusta ver las tendencias pero siempre sacando lo que a mi me representa de ellas. Creo que cada vez he ido definiendo más mi estilo, me gusta el estilo romántico, los colores pasteles...cada vez me doy cuenta mas de mi estilo pero claramente queda un largo camino por recorrer.”

¿Qué necesitas para este momento de tu vida? Por ejemplo: autocuidado, seguridad, autoestima, nuevas relaciones, logro vocacional, desarrollo personal, contribuir a tu entorno.

“Creo que necesito autoestima y seguridad en mi misma, mucho, mi camino ha mejorado desde que me realice una reducción mamaria. Desde ahí que ha mejorado mucho y yo creo que mi cambio de definición de estilo viene muy ligado a eso, a sentirme más cómoda conmigo misma. Necesito sentirme en confianza con mi persona y no preocuparme por lo que los demás puedan pensar sobre mi.”

“Cuando salgo el fds siempre me preocupa verme más flaca, y si siento que me veo gorda mi seguridad y mi estado de ánimo cambia radicalmente”

“En el área laboral, al trabajar en un colegio, iba vestida como me sentía a diario, no me preocupaba ya que sabía que en ese entorno nadie me juzgaba”

“Depende del entorno en que uno de desenvuelva, el cómo me visto, en el colegio soy yo, pero cuando salgo y me enfrento a esa sociedad juzgadora y más en la sociedad sexualizada en la que vivimos me siento con mucha presión de cumplir estándares que me hacen sentirme insegura o poco deseada”

“Después de la reducción mamaria la gente a mi alrededor noto mi cambio, es heavy como al interiorizar algo se demuestra para afuera”

¿Cómo es tu autoconocimiento?

“Creo que conozco muy bien mis sentimientos, mis sensaciones y lo que me pasa, pero muchas veces mi alrededor genera influencias sobre lo que pienso y lo que soy día a día. Esto pasa en muchos aspectos de mi vida, y hay veces en que me encuentro pensando en que es lo que realmente yo quiero. Llevo 4 meses en el psicólogo

para poder ayudar a mi interior a responder preguntas, a entender y conocer quién soy yo, no quién creen los demás que soy.

“El darme cuenta de lo que yo quiero es difícil, a pesar de que yo me conozco muy bien lo que los demás piensa me influye mucho”

“Tengo autoconocimiento pero me falta darme cuenta que muchas veces cambio por lo que escucho”

“Yo creo que el autoconocerse es un proceso muy largo, que tal vez nunca se termine, pero cada vez trato de avanzar y dar el máximo para lograr esa meta”

Fase 2:

¿Cómo crees que te ven los demás en relación a la ropa que utilizas a diario; te importa qué piensan los demás sobre ti?

“Creo que muchas personas piensan que yo me visto formal en muchas instancias, a mí me encanta y por ende cada vez me importa menos si a alguien le molesta o lo encuentra raro. Esa formalidad me genera seguridad y por eso me gusta. Algo que me genera mucha seguridad es usar pantis, porque me siento mas flaca y resaltan mis piernas que es la parte del cuerpo que más me gusta”

¿Qué crees que proyectas con lo que usas?

“Me ven como una persona formal y a la vez romántica, pero cuando llega el momento de salir en la noche se me disturba un poco ya que en ese momento no busco verme formal o tierna, prefiero ocupar más escote más que nada por la aceptación de los demás, bueno y obvio por llamar mas la atencion”

¿Cómo te sientes con la ropa que utilizas? ¿Qué sentimientos/emociones/estados de ánimo generan en ti lo que usas? ¿Cómo te quieres sentir? ¿Qué emociones agradables quieres vivir? ¿O qué emociones desagradables quieres ayudarte a transitar?

“Depende mucho del día y de cómo me vista, hay veces que siento mucha seguridad y hay veces que siento que no soy yo, que me cuesta mucho entender que es lo que quiero mostrar ese día”

“Hay veces que me siento muy segura, cómoda y como con mucho power, pero hay veces que lo que me pongo genera en mí mucha desconfianza, inseguridad, pena y angustia, me pasa que hay prendas que me las pongo pensando que se me van a ver muy bien y no es así, ahí baja todo lo malo”

“Me quiero sentir segura, linda y que los demás perciban eso, esas emociones quiero vivir. También me gustaría dejar de lado lo que dicen los demás de mi, pero es como utópico. Quiero dejar de lado la inseguridad y como esa pena que a veces tengo cuando me comparo o cuando escucho lo que la gente comenta sobre mí”

¿Cómo te hace sentir tu closet? ¿Qué sentimientos/emociones/estados de ánimo genera en ti tu closet?

“Me hace sentir bien aunque me gustaría que estuviera más ordenado para ver bien lo que tengo. A veces me frustro al ver que tengo tantas cosas y no ocupo tanto. Esto me pasa porque muchas veces me compro ropa que pienso que me va a gustar o que está muy de moda, pero luego me la pruebo y no me gusta nada y la dejé ahí. Siento que muchas veces dejo esa ropa por la tranquilidad mental de tenerla, porque no la uso”

¿Qué buscas proyectar?

“Confianza conmigo misma, autoestimas, sentirme muy yo, muy segura”

Fase 4:

¿Cómo te ves dentro de cinco años?

“Me veo trabajando y haciendo lo que me gusta, que es enseñar. Me veo más realizada en cuanto a mis sentimientos y emociones”

¿Qué necesita tu yo del presente para llegar a ese futuro que imaginas?

“Tener confianza en migo misma, autoestima y amor propio, son elementos claves”

Fase 7:

¿Qué te inspira verdaderamente en otras personas que tú también tienes?

“Me gustaría tener la capacidad de armar looks choros desde mi estilo, tener ese poder de desde una prenda generar looks distintos pero siempre desde la seguridad que genera en mí esa prenda. También me gustaría tener la confianza que muchas personas veo que tienen, que lo hacen ver más desarrollada y con la inseguridades menos desarrolladas según lo que yo siento y eso se proyecta mucho en cómo se ven. También me gusta mucho que la gente tenga su estilo personal, que sea muy propio que no se guíe por lo que los demás o lo que la moda no ha propuesto.”

Florencia termina comentando:

“Me gustaria que mi aprobación personal estuviera desligada de lo que piensan las personas que me rodean o que se encuentran cerca, pero por sobre todo que mi aprobación personal no se vea influenciada por lo que opinan los hombres sobre mí”

Entrevista María de los Ángeles Fuentes:

Fase 1:

¿Qué es lo que esperas encontrar con esta experiencia?

“En esta experiencia me encantaría poder entender cómo realmente mi mente piensa respecto a mis sentimientos y cómo esto mismo lo llevo a lo que ocupo día a día me gustaría aprender qué es lo que es el autoconocimiento y por sobretodo empezar este camino hacia el conocerme y hacia el entender quién soy. Me gustaría entender y saber qué es lo que estoy transmitiendo por lo que he visto y también tengo muy claro que eso es un trabajo de mi persona y por lo mismo esta experiencia creo que va a ser muy enriquecedora en ese sentido. De hecho ahora que lo pienso me doy cuenta que muchas veces o casi siempre no me doy cuenta de lo que transmite mi imagen y me encantaría poder averiguarlo”.

¿Cómo te percibes a tí misma?

“Me percibo como una mujer empoderada como muy consciente de mis decisiones y muy leal a mí misma persiguiendo mis sueños y lo que de verdad quiero desde lo más profundo y bueno ahora estoy en una etapa de mi vida que necesito cumplir esos deseos y dónde creo que soy más capaz de poder realizarlos. Igualmente Creo que uno siempre está influenciado por lo que hice los demás pero creo que a medida que pasa el tiempo y los años me voy dando cuenta y entendiendo que lo que yo pienso y lo que yo quiero solamente lo puedo construir yo y nadie más”.

¿Qué necesitas para este momento de tu vida? Por ejemplo: autocuidado, seguridad, autoestima, nuevas relaciones, logro vocacional, desarrollo personal, contribuir al entorno, etc.

“Yo creo que ahora necesito desarrollo personal, bueno ya que me voy a casar necesito explorar más como mujer y a pensar a futuro tener hijos y lo que significa traer una persona al mundo desde un punto de madurez y también un poco sostenerse a uno mismo porque muchas veces decimos con suerte puedo conmigo misma y cómo voy a poder además tener un hijo si no soy capaz de ello tenerme a mí. Igualmente creo que me conozco mucho dentro de lo que creo pero me imagino que existe un mundo enorme al cual Todavía no he podido llegar y que espero día a día y más con esta experiencia poder entender un poquito más lo que soy y lo que me gustaría entregar desde mi interior. Igual quiero destacar qué a medida que mi hijo conociendo he podido ir logrando contener mis emociones y saber qué es lo que me están hablando de alguna u otra forma y en ese sentido creo que se me está abriendo en conjunto a las decisiones que voy tomando también se me está abriendo este mundo interior que se relaciona a todo lo que te dije”.

Fase 2:

1. ¿Cómo crees que te ven los demás en relación a la ropa que utilizas a diario; te importa qué piensan los demás sobre ti?  
“Sí obvio que sí me importa lo que piensan los demás sobre mí sobre todo con Gente con la que estoy formando nuevos lazos y que finalmente por lo único que me está conociendo en esta

primera instancia es por mí apariencia, esto ocurre sobre todo en el ámbito laboral donde el ser y parecer es un punto clave, es cómo esa llave que finalmente te ayuda a entrar en ese mundo. Muchas veces uno no tiene la oportunidad de conocer a la persona así como personalmente o más allá entonces uno la mayoría las veces se queda con esa careta. Yo creo que me ven cómo una mujer simple, neutra y cómoda”.

2. ¿Qué crees que proyectas con lo que usas?

“Creo que proyectó ser una persona segura, sencilla y un poco también siento que mi cuerpo es así, simple, liso, poco curvilíneo, flaco y como que la ropa también siento que me acompañen esto, Nunca me pondría un escote muy extravagante o algo que no vaya con lo que siento ser hoy”.

3. ¿Cómo te sientes con la ropa que utilizas? ¿Qué sentimientos/emociones/estados de ánimo generan en ti lo que usas? ¿Cómo te quieres sentir? ¿Qué emociones agradables quieres vivir? ¿O qué emociones desagradables quieres ayudarte a transitar?

“Me siento cómoda le prestó atención a estos temas que estamos hablando es algo que se está hablando en varias partes del mundo y esto mismo me ayuda a darme cuenta de esa conexión que existe entre este exterior que está ropa y Bueno lo que yo tengo en mi interior. Otra cosa que también me llama mucho la atención es como por ejemplo el tema de la colorimetría o estos estándares que se ha impuesto me da mucha lata que según esto tipos de reglamentos y uno pueda ocupar un color porque se me ve la cara Más ojerosa o más blanca eso me molesta porque siento que no

puedo ser yo porque alguien me tiene que decir qué es lo que tengo que hacer o qué es lo que debo hacer”.

“Me gustaría sentirme no sé o sea como me siento ahora quizás y creo que para algunas cosas especiales me gustaría desarrollar un poco este ámbito o sea como por ejemplo cuando salgo me junto con amigos o tengo reuniones importante eso me gustaría instancias diferentes de poder jugar con este tipo de ropa y entender como quiero expresar eso es lo que uso”.

“Muchas veces he sentido que hay cosas que no me quedan bien qué me veo gorda que me veo flaca o que me veo ancha o que me veo plana”.

4. ¿Cómo te hace sentir tu closet? ¿Qué sentimientos/emociones/ estados de ánimo genera en ti tu closet?

“Mi clóset me hace sentir muy angustiada, Igual yo soy muy ordenada en general en los aspectos de mi vida y la verdad que mi clóset no representa para nada eso y me encantaría poder cambiar ese rincón qué siento que es muy importante en el sentido que habla y cuenta un poco mi historia. Además que el espacio que tengo no me permite estar ordenada o yo creo que no me permite estar ordenada Entonces lo que decidí es disminuir la cantidad de ropa que tengo y tratar de ir regalando y donando todos los meses para que mi clóset no sufra las consecuencias de estar repleto de ropa que además muchas veces no uso”.

Fase 4 y 7:

¿Cómo te ves dentro de cinco años?

“Me veo siendo una mujer muy integrada en todos los sentidos cuidando mucho de mí exterior en cuanto a la salud y transmitiendo mediante ella las etapas que voy viviendo y como cada una de estas etapas se ve reflejado en lo que yo soy exteriormente Me encantaría que esas etapas de las que hablo me fueron guiando y enseñando día a día hacer la persona que busco a ser en el futuro”.

¿Cómo te gustaría ser?

“Me gustaría seguir siendo la mujer empoderada que soy hoy y tal vez hasta más porque nadie sabe cuál es el límite y a través de ese empoderamiento femenino que siento que tengo hoy también llegar hasta la confianza y el autoconocimiento que hemos hablado”.

¿Cómo te gustaría sentirte?

“Tal vez está respuesta a la digo hoy pero me gustaría sentirme aceptada por la gente que me rodea En cuanto a lo laboral y sé que lo voy a lograr pero más que eso me gustaría también que en ese momento de mi vida en 5 años más no tenés que preocuparme de esto que no sea un tema y el único tema importante sea mi familia mis amigos pero por Sobre todo como me siento yo y como estoy entregando esta información a los demás”.

¿Qué necesita tu yo del presente para llegar a ese futuro que imaginas?

“Creo que necesito un poco más de madurez para llegar a lo que es esa imagen que busco, creo que este concepto es muy difícil de desarrollar pero que con los años lo voy a obtener”.

¿Qué te inspira verdaderamente en otras personas que tú también tienes?

“Me inspira mucho de las otras personas el ser tranquila desde el interior o sea tener esa paz mental carpediem meditar estar muy en sintonía y tranquila con el presente. también me gusta mucho la gente que tiene la capacidad y la personalidad de vestirse expresar su persona al 100% porque es verdad que muchas veces yo no ocupo toda la ropa que me gustaría ocupar por el qué dirán”.

¿Cómo actúa tu cuerpo cuando piensas en ello?

“La verdad me da mucha ansiedad ver esto en otras personas y no poder tenerlo y yo me encantaría poder desarrollarlo pero en este momento de mi vida la tranquilidad y está Paz extrema que busco no es posible encontrar por la vida rápida en la que vivo”.

¿Qué diría de esto tu persona interior?

“Mi persona interior me llama a que lo veremos esta paz pero creo que siempre ha sido mi talón de Aquiles y es algo que he trabajado durante mucho tiempo y es algo que sé que tengo que trabajar

durante toda la vida porque algo que me cuesta y le tengo que seguir dedicando tiempo pero obviamente siento que progresado y también siento que sin duda también en cinco o diez años más voy a hacer mucho más tranquila”.

¿Cómo sería tu vida si consiguieses tu meta?

“Creo que sería increíble, no pero hablando en serio obviamente me mejoraría la calidad de vida pero también soy consciente de que es algo difícil de alcanzar pero si es algo que me gustaría seguir mejorando, aprendiendo y desarrollando”.

¿Qué recursos necesitas para aprender a gestionar tu imagen exterior e interior y poder avanzar?

“Creo que me falta tiempo para poder gestionar esta imagen exterior e interior ya que tengo muy claro y con lo todo lo que hemos hablado, que es una meta difícil de lograr y que requiere de optimismo y de un largo camino a recorrer”.

“Y cuando te respondo esta pregunta también voy cuenta que estás reflexiones que estamos haciendo ahora me hacen dar cuenta de El enorme camino que he recorrido desde que tengo uso de conciencia y como mis emociones y estados de ánimo han ido cambiando a través del tiempo y como eso mismo se ha visto reflejado en lo que soy hoy en cuanto a mi exterior. Creo sumamente importante darse estos minutos o momentos de pensar y reflexionar sobre cosas que muchas veces queremos que no tienen tanto poder o tanto peso dentro de nuestras vidas pero que realmente hoy me pude dar cuenta y entender un poquito más sobre esta importante relación de lo que tú llamas el exterior y el interior”.

