



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN PSICOLOGIA

**COMO SE CONSTRUYE EL CONCEPTO DE FEMINEIDAD A
TRAVES DE LA MODA**

Cecilia Alaciel Bocanegra Sanchez

Carlos Francisco Cabrera Buendia

Asesora: Angelica Bautista Lopez



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIA SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

TESINA

COMO SE CONSTRUYE EL CONCEPTO DE FEMINEIDAD A TRAVÉS DE LA
MODA

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN PSICOLOGÍA
SOCIAL
PRESENTAN:

CELIA ALACIEL BOCANEGRA SÁNCHEZ

CARLOS FRANCISCO CABRERA BUENDÍA



FIRMA DE LA ASESORA
ANGÉLICA BAUTISTA LÓPEZ



FIRMA DEL LECTOR
MANUEL GUTIÉRREZ FIALLO



FIRMA DEL LECTOR
DAVID MIGUEL GUZMAN

RESUMEN

A lo largo de la historia hemos observado el paso de diferentes modas, que han de marcar etapas y épocas importantes de la humanidad, dejando un cierto sello o marca a su paso en la historia. Dentro de la moda encontramos diversos fines de esta, fines que atañen a nuestra sociedad y estos van desde el ámbito económico (mercado) hasta la necesidad de seguirla y ser participe de ella es así que para poder entender el impacto que la moda tiene para determinar y construir el concepto de femineidad en nuestra cultura, hemos realizado esta investigación ya que encontramos cierta conexión entre dos conceptos contruidos socialmente como son la moda y la femineidad esto lo hicimos a partir de antecedentes bibliográficos y entrevistas a profundidad que fueron aplicadas a cincuenta mujeres de diferentes edades y dedicadas a diferentes ocupaciones estas mujeres habitan en diferentes regiones para dar explicación a este fenómeno nos apoyaremos en una teoría de corte construccionista ya que a mi consideración la moda es algo que se va construyendo aun a veces basado en modas pasadas o características innovadoras nos parece interesante ver como a través de la moda los seres humanos en este caso las mujeres son capaces de identificarse, interactuar y hasta lograr desarrollar un sentido de pertenencia, a través de

la moda dando esto como resultado la inseguridad o inseguridad de si mismas en una situación específica ya que para ellas el vestir de forma indicada en el lugar indicado es de suma importancia.

Dentro de este trabajo, consideramos que uno de los papeles más importantes es la socialización que es la forma en que los individuos comparten preferencias en este caso sería a través de la moda o de la forma de vestir de un grupo de personas en (este caso de mujeres), aunque nos encontramos con que la mayor parte de mujeres entrevistadas comentaron que la moda entre más femenina es mejor, donde femineidad es conocida por dos conceptos básicos en nuestra investigación tales como la maternidad y la maternalidad. Dichos conceptos se refieren a lo siguiente: En el caso de las mujeres la maternidad es la capacidad de procrear y dar a luz un ser que es parte de ellas mismas y la maternalidad es ese sentimiento de amor, cariño, dulzura, ternura y protección así a los demás. Ambos conceptos se ven reflejados en lo que ya se mencionó como femineidad y esto se proyecta a través del uso de prendas específicas y propias de las mujeres como por ejemplo las faldas, vestidos, zapatillas, etc., que hacen ver a una mujer más femenina que un pantalón holgado o una playera.

Regresando a lo que es la moda las personas entrevistadas dieron a entender que la moda es cíclica, ya que se va y regresa aunque con algunas variantes, pero estas siempre retoman gran parte del pasado para que esta moda pueda seguirse o llevar a cabo debe haber un cierto interés por parte de quienes la siguen ya sea por sentirse parte de un grupo o simplemente por cumplir con algún requisito para ser aceptado.

Dentro de la moda a pesar de ser tan amplia nos encontramos con que existen iconos ideales, propios de la época en donde la moda sugiere mujeres delgadas y altas, excluyendo así a las mujeres de complexión robusta y de estatura baja.

Recordemos que dentro de todos estos procesos encontramos a los medios de comunicación que se van a encargar de difundir a los iconos y las modas que van surgiendo con el paso del tiempo, hasta llegar a crear una supuesta necesidad de seguir o alcanzar lo que es el ideal de la moda o la última moda, esto lo logran los medios de comunicación a través de la televisión, las revistas, los periódicos, el Internet, etc., otorgándole a las mujeres que siguen esta moda una cierta seguridad que les proporciona un cierto estatus en la sociedad y medio en que se desenvuelven aunque no debemos olvidar que existen diferentes modas para diferentes necesidades y diferentes tipos de personas pero esto finalmente es moda.

Los problemas que se nos presentaron a lo largo de la investigación fueron básicamente el tiempo ya que las mujeres entrevistadas en ocasiones no tenían el tiempo disponible para atendernos y esto retrasaba el avance de la investigación.

INTRODUCCION

En la actualidad tanto para el hombre como para la mujer una de las practicas culturales que rigen la manera de vestir, la imagen el como actuar y hasta el que comer; es la moda. Esta práctica ha incitado a que en particular las mujeres tengan que estar en constante movimiento con los cambios de la moda, es decir que están en constante cambio de imagen y para muchas de las mujeres mexicanas el no estar a la moda, significa no tener femineidad (características esenciales de la mujer).

Esto ha ocasionado durante mucho tiempo gran polémica, por que la moda ha marcado significativamente el concepto que se tiene de femineidad ya que este ha sido regulado por la moda.

Las características por las que podríamos definir a la femineidad son por aspectos socio históricos los cuales son los encargados de construir la imagen que se tiene socialmente de lo que constituye una mujer. Durante el transcurso de la historia la moda ha cambiado de modos de vestir desde los mas extravagantes vestidos, hasta nuestros tiempos con la ayuda de la ropa inteligente; que según la moda esta puede ser usada por hombres y mujeres durante el proceso que la moda ha realizado para caminar a lo largo de la historia junto con el ser humano. Se ha encontrado que las mujeres son el mejor medio para que la moda siga su curso de imposición,

de maneras de vestir o de cómo actuar ya que ellas siempre han hecho que la moda sea un factor determinante para que la moda siga subsistiendo y en nuestra actualidad tenga un lugar importante dentro de la cultura.

Dentro de la cultura mexicana los medios de comunicación juegan un papel muy importante, ya que ellos también regulan algunos de los factores por los cuales el mexicano se rige (creencias, costumbres, ideologías y hasta la moral). El papel que juegan los medios de comunicación en la moda es determinante, ya que la moda utiliza a los medios para difundir lo que podría estar a la moda y lo que ya paso de moda la forma en que son utilizados los medios de comunicación es por medio de iconos los cuales están representados por cantantes deportistas y otras personas involucradas en este medio. Los medios los utilizan como parte de su repertorio para la presentación de lo que se quiere transmitir; pero estos a su vez , también trabajan para la moda ya que al ser portadores de esta la promueven entre sus seguidores dando así a los medios una gran ganancia económica que se ve reflejada en los anuncios de las grandes marcas

Las investigaciones que se han realizado para saber que es lo que esta de moda en la actualidad se han hecho con la ayuda de los medios de

comunicación y en consecuencia se sabe que los medios imponen la moda; ya sea por medio de un cantante o un anuncio publicitario de alguna tienda o una marca específica

El público mexicano en especial las mujeres son influenciadas por la televisión y por la moda en sí

En el caso de la televisión creemos que esta es la responsable de regir algunas conductas por lo que esta se ha convertido en un medio para evaluar lo que es bueno y lo que es malo

Para algunas mujeres mexicanas significa estar a la moda según investigaciones realizadas por revistas parecerse a una actriz o un cantante de fama esto en combinación con la moda se sabe que los modelos de mujeres que están a la moda son las de estilo anoréxico, esto quiere decir las que están demasiado delgadas, sin resaltar los senos y las nalgas además que las maneras de comer también son impuestas por algunos medios de comunicación formando así categorías como por ejemplo las mujeres que comen ligero son más sanas y más bellas (salud es belleza) esta categorización realizada por los comerciales es introyectada por las mujeres que los observan o escuchan lográndose así un impacto importante en ellas.

I CONSTRUCCION DEL MUNDO SOCIAL

1.1 Comprensión Intrasubjetiva

La investigación que llevaremos a cabo será sustentada por una teoría de corte construccionista donde retomaremos autores con esta tendencia .

Ya que a nuestra consideración la moda relacionada con la femineidad es algo en continuo movimiento y construcción a través de las épocas, considerando cada contexto necesidad y cultura

Desde el punto de vista fenomenológico; se estudiara el mundo social, para tratar de comprender las relaciones que se dan dentro del mundo social, a través de la subjetividad de los demás individuos.

Cuando se quiere interpretar las acciones de las otras personas, tratamos de darles significado a través de las experiencias que hemos vivido durante el lapso de nuestra existencia. Cuando se interpreta una acción del otro, se hace con la finalidad de conocer el porque de la conducta de ese individuo, pero además de tratar de comprender su comportamiento analizaremos en el mundo de lo simbólico significativo esto quiere decir que, analizaremos lo que en nuestro mundo es muy significativo y además lo representa un símbolo, mas adelante trataremos de explicar lo que es mas significativo en nuestro mundo y esta representado con un símbolo. La mayoría de las acciones que realizamos están acompañadas con

acciones corporales las cuales tienen una intencionalidad. Esta intencionalidad se encuentra en el así y el ahora por lo tanto estas se organizan para darle sentido a la vida cotidiana. Para tratar de observar las acciones que yo realizo. Sería solo como imágenes y estas solo serían del pasado, en consecuencia, no podría observar las que realizo en el presente, para observar las acciones que realizo en el presente necesito del tú, para poder comprender, las acciones que realizo en el presente y no valerme de imágenes, las cuales solo representarían partes del pasado. En consecuencia el otro forma parte de mi existencia por que hacemos el proceso de simultaneidad. Esto quiere decir que el me observa durante el proceso de envejecimiento y él podrá dar una interpretación de lo que yo he vivido, esta interpretación la dará como ya hemos dicho con las mismas que él ha vivido a través de su subjetividad además la interpretación que él dará de mis actos será por medio de su propio contexto de significancia, quiere decir que lo que es significativo para mi es significativo para el otro utilizando el proceso de internalización.

La sociedad existe como realidad objetiva y subjetiva y toda explicación teórica debe de abordar estos aspectos recordando que debe de haber un cierto balance entre ambas realidades estas realidades quedaran bien fundamentadas por tres momentos externalización, objetivación e internalización. Estos tres momentos en forma simultánea caracterizan a la sociedad así como a sus diferentes sectores pues resulta importante tomar

en cuenta que una sociedad esta compuesta por sectores, individuos, costumbres y demás que la constituyen.

Comenzaremos explicando esto desde el individuo hasta llegar a la sociedad. Un individuo no nace siendo miembro de una sociedad mas bien nace con una predisposición a la socialidad para luego llegar a ser miembro de una sociedad, para que pueda llevarse acabo este proceso deberá partirse de la internalización es decir aprehensión o interpretación de un conocimiento

En cuanto se da una manifestación de los procesos subjetivos de otro que en consecuencia se vuelve subjetivamente significativos esto no es garantía de que "yo" pueda comprender de manera adecuada al otro¹

1.2. La Internalizacion:

Esta resulta fundamentalmente de lo que es la base de lo que podemos comprender en cuanto al mundo significativo y realidad social.

Una parte importante de esto es cuando el individuo asume, y una vez que ha asumido la acción, emoción o papel que juega el otro o los otros puede ser creativamente modificado y proyectar un cambio en él mismo

¹ Shutz Alfred, 1993. La construcción significativa. Paidós

1.3. La Socialización

Es la forma en la que el individuo empieza a interactuar con su entorno social, la socialización quedara dividida en dos: socialización primaria y socialización secundaria

. La Socialización Primaria

Primaria es la primera a la que el individuo se enfrenta pues ocurre en las primeras etapas de la vida y esta transcurre en circunstancias de enorme carga emocional ya que es donde el niño acepta los roles y actitudes de los otros como significantes.

. La socialización secundaria:

Es aquella que llega a complementar a la socialización primaria, ya que es posterior a esta, en esta etapa el individuo tiene objetivos específicos al interactuar esto no quiere decir que antes no los tuviera si no que ahora ya tiene mas libertad para elegir, en esta etapa la socialización resulta mas afinadora y definitoria de cada individuo ira modelando tanto al individuo como a su contexto y cultura social bajo la que se desenvuelve

El carácter de esta socialización o validez que cada individuo le da depende del estatus del cuerpo de conocimiento del que se ha retomado, esta socialización tiene un carácter mas artificial (ya que su realidad se halla menos arraigada en la conciencia y resulta mas sensible al cambio)

Por ejemplo en la socialización primaria de alguna manera se nos enseñan los cánones de la vestimenta en los diferentes momentos sociales en los que nos podamos encontrar esto se afina en la socialización secundaria quedándose ya de alguna manera establecido en la vida cotidiana de cada individuo

Cuando el niño internaliza el mundo y a los significantes sociales no lo hace pensando en que estos solo son uno de tantos mundos o significantes posibles lo hace mas bien como únicas posibilidades existentes

Cuando el individuo hace esto se vale de esquemas que le son proporcionados en el momento de la socialización, así como también se vale de programas institucionalizados para llevar a cabo su vida cotidiana es por eso que los diferentes contextos o escenarios sociales resultan un factor determinante para la socialización adecuada de cada individuo. La internalización y la socialización son partes importantes para la interpretación de la conducta de los individuos.

Lo que pretende explicar la teoría de la construcción social es:

“la comprensión de la otra persona dentro del mundo social”. Para la explicación de las acciones del otro como ya se menciono, se tratara de interpretar por medio de nuestras propias vivencias, pero se le dará de una forma subjetiva y otra objetiva, en este caso la que nos interesa es la subjetiva. Recordemos que el hombre nace dentro de una realidad ya construida (mas no estática) esta realidad es objetiva, para después ir

añadiendo elementos dados por significantes y una vez complementado todo esto obtenemos diferentes contextos sociales con cierta realidad objetiva en común, por lo cual los procesos que existen dentro de la realidad los tomaremos como una realidad subjetiva.

Explica las formas de interpretar los significados (como procesos que están inmiscuidos dentro de la comunicación). Cuando no hay ningún intento comunicativo, en determinado contexto se efectúa la acción corporal de un sujeto, entonces yo o como el otro o el que interpreta la acción tratara de ubicar el contexto y quien lo esta efectuando para poder dar la interpretación de lo que se presenta. Esta es una manera con la cual se puede dar una explicación de la conducta de un individuo, otra manera en la cual interpretamos es cuando observamos la acción y tratamos de recordar una parecida o igual a la que esta ocurriendo, para poder interpretar la acción que se presento. Para interpretar cuando se presenta un movimiento expresivo los cuales solo tienen valor para el observador y no para el que lo emite podríamos captar lo que trata de expresar la persona que hace un gesto facial por ejemplo , para la comprensión de los gestos faciales es necesaria la utilización de signos y la comprensión de estos. Para la utilización e interpretación de los signos debe conocerse el contexto donde se presentan, además de quien los envía, para la interpretación de un signo, se debe conocer el significado del signo.

Que es un signo son artefactos u objetos que se interpretan no de acuerdo con los esquemas interpretativos que le son adecuados como objetos del mundo externo sino de acuerdo con esquemas que no son adecuados para ellos y pertenecen mas bien a otros objetos² .

Para darle un sentido subjetivo y un sentido objetivo al signo, se designara al signo como algo objetivo. Cuando se presente solo el signo, y se le dará un sentido subjetivo cuando se realice la interpretación del signo.

Concluyendo para que ocurra un cambio debemos tener conciencia de que algo previo ocurrió, y al asumir este cambio el acontecimiento anterior es considerado como negativo, poco practico o talvez solo por necesidad de cambio como en el caso de la moda utilizando el concepto "pasado de moda"

Es así como entendemos que se va dando una construcción social recordando que la socialización se efectúa en contextos sociales teniendo condiciones y consecuencias

Socio _ estructurales y adquiriendo una cierta simetría o asimetría con respecto a la realidad objetiva y realidad subjetiva.

² Shutz Alfred, 1993. La construcción significativa. Paidós

II ANTECEDENTES DE LA MODA DE 1810 A LA ACTUALIDAD

Los años 1810 hasta 1910 fueron tiempos de lujo, riqueza y extravagancia ese periodo de tiempo fue llamado "Belle Époque".

En la moda fue evidente este periodo; los vestidos almidonados y con falda de crinolina (falda circular con seis aros de acero flexible que abultaban el vestido) eran los que marcaban la moda. Este pesado aditamento, obligó a los modistos a inventar algo más cómodo pero siempre dentro de los cánones de mujer con clase y a la moda, parecida a una muñeca de porcelana. Fue entonces como a principios de 1900 se formó el ideal de la "Chica Gibson", un personaje de caricatura que representaba el ideal femenino para aquel entonces y que se convirtió en un icono. Su creador era por supuesto un hombre, el que atribuía a esta belleza los valores y costumbres que los caballeros consideraban adecuadas para una dama. Éstas debían ser de pecho levantado, caderas anchas y nalgas sobresalientes además de sumisas y obedientes. Poco después nació la mujer con forma de "S", las que ajustaron la falda para resaltar la figura, los peinados se subieron sobre la cabeza y los sombreros se adornaron con plumas. Para este momento comienza a nacer un nuevo ideal de mujer, que fue creado por ellas mismas y no por hombres. La nueva imagen era la de una mujer trabajadora, que luchaba por obtener el derecho al voto y que se inmiscuía en los asuntos que hasta

entonces eran privilegio de los hombres. Esta nueva tendencia era representada por vestidos que se alejaron gradualmente del decorado haciendo mucho más simple su confección. El traje de dos piezas, denominado "traje sastre", era lo más adecuado para los nuevos tiempos. En 1910 hubo un cambio definitivo en la moda, influenciado por el "Ballet Ruso" que recorría los escenarios europeos. Los colores llamativos y la onda oriental, reemplazó la supremacía en tonos pastel y las faldas largas. Bailarinas como la sensual Isadora Duncan y la enigmática Mata Hari, se transformaron iconos de belleza. Gracias a esto las mujeres se atrevieron a desafiar los sólidos principios morales que las ataban y comenzaron a mostrar el cuerpo, lo que no fue nada fácil sin la gran influencia de la iglesia.

Los cuellos antes "hasta las orejas" dieron paso al escote en "V" y las faldas se acortaron levemente, dejando destapados los tobillos, lo que por supuesto causó aturdimiento en la época porque durante siglos las piernas femeninas habían sido el símbolo erótico que "provocaba la lujuria en los hombres" y que por ello, debían ser escondidas.

En 1914 con la llegada de la Primera Guerra Mundial, la cual tomó posturas negativas y de trágicas consecuencias en el viejo continente, terminó por completo con el mundo de la farándula y el lujo de la moda francesa e inglesa, en donde se hallaban las grandes casas de alta costura.

Una vez terminado este conflicto agresivo, en 1918, la falda campana cedió el paso a los cortes rectos, "tipo tubo". El muy utilizado corsé cambió su estrategia, ahora se utilizarían para disminuir el busto y no para levantarlo como en tiempos anteriores. El "corsé alisado" y los vestidos acinturados en la cadera, trazaron el nuevo tipo de belleza y de mujer, las que buscaban parecerse más a los muchachos que a las antiguas bellezas femeninas. Así surgió el estilo Garzonne, en donde las mujeres para lograr más aún el parecido con los hombres, se acortaron el pelo y perfilaron las cejas, comenzaron a salir a bailar y trataban de eliminar los patrones preestablecidos que diferenciaban las clases sociales. Ahora hasta podría ser bien visto ser amiga o parecerse a las cortesanas de "vida alegre".

En la plena época de la post guerra y personificando a esta nueva generación de mujeres independientes y modernas, apareció la mitológica Coco Chanel. Su estilo representaba la revolución femenina y la economía que debía seguir en época de recesión. Por esta razón, introdujo materiales más simples y menos costosos que el chiffon, el tul y la seda. Entonces creó los trajes de punto, tejidos finos que otorgaban más y mejor flexibilidad para la nueva mujer, la que además ponía énfasis en la práctica deportiva, incentivada por la reciente costumbre de ocupar el tiempo en algo útil.

Debido a la caída económica de 1929, la industria introdujo el lino como material de moda (debido a su bajo costo) y los materiales artificiales como las medias de seda sintética que reemplazaron rápidamente a las antiguas de seda natural y que tenían un elevado costo (1969 Kimball). En 1930 el modelo a seguir fueron las actrices como Greta Garbo y Marlene Dietrich, mujeres de hombros anchos y caderas delicadas, altas y delgadas. En este período el punto erótico cambió desde las piernas hasta la espalda, la que era resaltada por destacados escotes y que provocaban más de una pasión en el ámbito masculino. En este momento la mujer estaba envuelta en un esplendor de encanto, sensualidad y misterio. Los hombres se morían frente a esta belleza madura, mirada dormida y la mujer sacaba provecho de su cuerpo y no lo ocultaba por prejuicios moralistas.

Los diseñadores intentaron revivir la riqueza de años anteriores, en donde el lujo regía la moda. A pesar de este intento frustrado, Europa nuevamente entró en guerra en 1939. El pesado poder nazi logró que la moda de los años 40's fueran un estilo militar. El traje de dos piezas y la humanidad de los materiales representaron la pobreza del viejo continente, que ocultó la escasez con recursos que desataron toda la creatividad en peinados, maquillaje y atuendos como guantes, pañuelos y bolsillos falsos en las chaquetas.

París se encontraba bajo ocupación nazi y Londres peleaba con sus últimas fuerzas, debido a esto, la industria textil y de la moda dejó de ser importante y Estados Unidos se vio en la necesidad de crear su propia moda.

1945 con el fin de la guerra de nuevo se buscó la luminosidad y glamour de tiempos pasados; la tristeza lleno de elegancia y sofisticación los años 50's. La melena soignéé, estilo Marilyn Monroe, reemplazaron a los moños y sombreros de los 40's y las pieles finas, cachemiras y joyas se propagaron por toda Europa³.

La oposición de esta elegancia fue "la moda estudiantil", que era más desordenada y cómoda y utilizado por toda la nueva generación. A mitad de los 50's apareció el estilo Beatnik, cuyo comienzo callejero y popular estaban directamente ligado a la música rock que venía desde América con leyendas como Elvis Presley. El grupo inglés The Beatles creó una moda particular de melenas largas y botas puntiagudas y elevadas, lo que causó una gran revolución social que retó los rígidos cánones a los que la juventud estaba sometida. De hecho, la moda siempre había girado en torno a mujeres y hombres sin distinguir a los adolescentes como tal.

³ Gilles Lipovetsky, 1987. *El imperio de lo efímero*. Editorial Anagrama.

A mediados de los 60's la diseñadora Mary Quant innovo y revoluciono por completo la industria de la moda imponiendo la "mini", que se reducía a un pequeño trozo de tela. Esto produjo el enojo y el escándalo de los padres y sectores tradicionales, los que le dieron la inmortalidad del vestir a la música satánica. Esta época era consecuencia de la liberación juvenil. Esto también se reflejó en las artes, manifestándose principalmente en el arte rupturista y transgresor del "Pop Art." de Andy Warhol. El atuendo tenía dos esquemas bien precisos. Esta última se inspiró en la creciente competencia entre Estados Unidos y la URSS por conquistar el espacio durante la llamada Guerra Fría. Los materiales también cambiaron, las telas dieron paso al plástico, el que se empezó a usar no solo en la ropa sino también en todo tipo de accesorios como aretes, collares y carteras.

La guerra diferenció aún más las relaciones entre adultos y jóvenes, ya que mientras los primeros apoyaban la intromisión norteamericana en el país oriental, los últimos proclamaban todo un movimiento político y social fundado en la paz y el amor.

Esta libertad abrió un mundo lleno de perspectivas y conocimientos que antes no estaban al alcance de los jóvenes, con lo que los excesos llegaron apresuradamente a través de la experimentación con drogas, especialmente aquellas alucinógenas como el LSD. Las mentes distorsionadas crearon un estilo fantasioso y onírico inundado de formas y

colores de las telas. Ese fue el nacimiento de la era de la psicodélica y el hipismo de los "libres" años 70's.

Los años 60's fueron años en que la juventud reclamó su intervención y se posicionó de un espacio que antes les estaba prohibido. La liberación fue producto de una serie de cambios económicos, políticos y sociales, pero fue la música la que principalmente libertó las mentalidades juveniles reprimidas durante tanto tiempo⁴. Fueron años de diversión y de una constante búsqueda de identidad. La siguiente década empezó con la entrada del crecimiento de esta generación que de a poco fue perdiendo el brillo de años anteriores. Esta tranquilidad se reflejó en un regreso hacia la naturaleza y la utilización de materiales nobles y sencillos como el algodón y la lana.

En ese momento se produjo un furor hacia lo "retro".

El no estar conformes con un mundo lleno de conflictos y ambiciones conflictivos los llevó a mirar hacia el oriente, especialmente hacia la India y su religión, el Hindú

Numerosos artistas como The Beatles y Jane Fonda entre otros, profesaron este culto y lo expandieron por occidente, de cuya experiencia se extrajo una moda que más que una manera de vestir, fue todo un movimiento social: el Power Flower Hippie. Asentados en la ciudad estadounidense de

⁴ Yonnet Paul, 1985. Juegos, modas y masas. Editorial Gedisa..

San Francisco, los jóvenes vivían en comunas, comían comida macrobiótica y fumaban sin restricciones marihuana. Bajo esta forma de vida nacieron los clásicos pantalones “patas de elefante”, las camisas hindúes, el pelo largo y el pacifismo cuyo principal centro de ataque era la Guerra de Vietnam y el gobierno norteamericano.

La música también jugó un papel fundamental. La experimentación y los sonidos más radicales y disonantes de artistas como Manis Joplin, Jimmy Hendrix y el destructivo Jim Morrison, hacían enloquecer a las drogadas masas y se transformaron en mitos vivientes de toda esta generación.

Entre tanto las flores, símbolo de la época, se usaban en la ropa, en el pelo y representaban la ideología ilusoria que los guiaba en la llamada “Revolución de las Flores”.

En el transcurso de estos años se mostraron dos partes bien concretos de jóvenes: aquellos que sólo querían divertirse y aquellos que buscaban una participación activa en el país. Estos últimos participaban en movimientos estudiantiles y políticos y aspiraban a lograr un verdadero cambio social, profundo y comprometido. A diferencia de las épocas anteriores en las que existía una supremacía mundial en cuanto a moda y actitud, esta realidad correspondía principalmente a la latinoamericana en general y a la chilena en particular.

A esto se sumó la creciente popularidad del feminismo, que se proyectó en una marcada masculinización de la vestimenta, Las mujeres buscaban la comodidad más que la belleza y la ropa ya no tenía sexo, eran prendas unisex. El pelo, tampoco era ya un signo de distinción; caminando de espaldas, muchos hombres parecían mujeres de eternas cabelleras.

Ya entrenados los años 70's se desató una diversidad de formas y estilos. Como en toda época, un a parte del cuerpo femenino llamaba la atención por sobre el resto y los trajes y vestidos se encargaban de resaltarla. Esta vez fue el turno de las nalgas, las que se lucían con ajustados pantalones. El ser demasiado delgada, sin senos ni caderas prominentes, eran herencia dejada por el culto a una belleza anoréxica cuya principal exponente fue la modelo inglesa Twiggy. Ya a finales de la década, la llegada de los brillos y los bailes de "Fiebre de Sábado por la noche", trastornó la vida hacia las horas nocturnas. La diversión, la música con ciertos toques electrónicos, las discotecas y las luces hicieron de la moda una fiesta. El algodón fue destronado como rey por la lycra y se dio paso a las botas y zapatos de tacón tipo sueco, con una altura exagerada. La sencillez del maquillaje y el pelo lacio y suelto, se transformó en un producción multicolor y estafalaria de estilos y formas más complejos y llamativos . El pelo crespo y voluminoso tipo Donna Summer y el de Farrah Facewtt moldeado con rollos y laca, guiaban la estética mientras la música "disco" de grupos como "ABBA", " K.C and The Sunshine

Band" y "Gloria Gaynor" entre otros, hacían estremecer a una generación que quería pasarlo bien. Proviene de este estilo, nació una corriente que fusionó los colores de ésta con el de la inadaptación de los primeros años. Fue así como a principios de los 80s el "punk" invadió las calles de Gran Bretaña.

Representantes del anarquismo en su propuesta estética y musical, rompieron con una moda "políticamente correcta" y se utilizaron artículos y peinados con un marcado significado violentista y anti - monárquico.

Un poco después, los colores fuertes, los estampados y las hombreras gigantes pusieron de moda los "excesos". Todo era exagerado; los peinados y las prendas rodeadas por un grueso cinturón, llevaron la moda a su peor momento histórico.

La década del Flash: Todo en los 80's era grande: peinados voluminosos, joyas grandes, grandes hombreras, gran dinero. Incluso el estilo impuesto era grandioso. Michael Jackson causó euforia con las chaquetas de cuero rojo, pantalones de paracaídas y todo lo que tuviera cierres. La llamativa sensualidad de Madonna creó una devoción por los crucifijos, las cadenas de strass y pulseras de caucho. (Paginas de Internet) Lady Di, en la más grande boda de la década, creó de nuevo el interés en el estilo romántico con muchos velos. por otro lado, nos vendió grandes sombreros y hombreras.

En las reuniones de mujeres, el poder era el que dominaba, con sus amplias hombreras, cinturas pequeñas, faldas rectas y altos tacones que tenían como efecto una agresiva feminidad⁵.

El traje Chanel revivido por la primera dama Nancy Reagan, muestra la imagen ideal, conservadora y chic de la mujer ejecutiva.

Al mismo tiempo, los jeans comenzaron a hacerse increíblemente más comunes, siendo fabricados por diseñadores que les dieron otro nivel y estatus en la moda. Hacia el final de la década, el Jean sería pre - lavado con ácidos produciendo un efecto ingeniosamente decolorado y originalidad.

La individualidad:

El principio de la década de los 90's, fue parecido a los 80's, continuaban utilizándose el maquillaje recargado y los pantalones al estilo MC Hammer al igual que los grandes peinados.

Esto cambió en el año 1993 cuando una pequeña banda llamada Nirvana, empezaban a sonar en las emisoras de radio logrando entrar en el top 40 del Billboard y llegando al puesto No. 1, influenciado enormemente a los jóvenes de esa época con su forma de vestir, alterando dramáticamente la moda juvenil con lo que se llamó el "grunge look" caracterizado por sweater o franelas muy largas y pantalones rotos,

⁵ Entwistle Joane, *El cuerpo y la moda*. Paidós

descosidos y deshilachados. Rápidamente los jóvenes se volcaron hacia los almacenes de ropa barata o de segunda mano en busca de ropa andrajosa, para poder vestirse "a lo Nirvana" y estar a la moda.

El "grunge" fue eventualmente desplazado por el "hip hop" inspirado en los pantalones muy anchos o que quedaran grandes.

En el año 1995 poco después del gran éxito que causara la serie de televisión "Friends" se puso muy de moda el corte de cabello a lo "Rachel" (Jennifer Aniston).

En los 90's era el equivalente al de Farrah en los 70's.

En 1998 - 1999 se utilizaron los ganchos de mariposas para el cabello, pequeñas mariposas de plástico o metal fueron utilizadas por mujeres de todas las edades y para toda clase de eventos.

Los Levi's, siendo una marca conocida en el mundo de los jeans, en los 90's se adueñaron del mercado, para ser la marca más utilizada.

La moda se fue puliendo cada vez mas a medida que la década progresaba, de repente se fue convirtiendo en una mezcla de todo: el diminuto top que se llevaba en los 70's y que fue vendido en 1940 como ropa interior, esta vez es utilizado como una prenda mas en el vestuario femenino y el vestido de corte recto tan utilizado por Jackie O, estaba de moda de nuevo, pero esta vez en colores mas sobresalientes.

Hoy en día podemos decir que la moda dio un giro de 180 grados en comparación con la de hace cien años atrás. Ahora es ligera e individual, enormemente adaptable y para todos los gustos.

Para ser parte de una moda todas las mujeres devén portar los siguientes artefactos que son de suma importancia, los cuales se han formado a través de la historia como complemento para ser parte de la moda de la actualidad.

2.1 VESTIMENTA PARA DAMA COMO PARTE DE LA MODA

Bolso: Usado por los romanos, que lo llamaban bursa, en el siglo I a. de C, era una simple bolsa, con el paso del tiempo fue convertida en un accesorio exclusivamente femenino. Tras la Segunda Guerra Mundial, cuando la mujer comenzó a incorporarse al mundo laboral, se pusieron de moda las bandoleras para tener libres las manos.

Botones: Utilizado desde la prehistoria pero fabricado en serie desde el siglo XII. Siempre presente en el vestuario masculino. Durante la Edad Media eran de cuerno o de cristal. Perdieron su rigor útil y ganaron en estética cuando la alta costura lo feminizó y a partir de 1930. Resinas sintéticas fueron las culpables de poder fabricar botones de cualquier forma y color más insospechados.

Blusa: En el siglo XV a. de C. las mujeres ya utilizaban blusas ceñidas con un cinturón. Durante varios siglos fue la prenda de las campesinas, y en este siglo se reveló por otra más ligera para acompañar a los primeros trajes femeninos. La aparición de las blusas escotadas, en 1913, hizo que se llamasen camisa de neumonía.

Bragueta: Inventada en Francia en el siglo XV, originalmente no llevaban botones; se trataba de un triángulo de tela que se ataba con un lazo y que servía para guardar las monedas.

Calzoncillos: Hasta 1920 los hombres los llevaban largos. En el año 1939 nació el slip en Estados Unidos. Curiosamente, el 70 por ciento son comprados por mujeres.

Camisa: Creada por los griegos en el siglo V a. de C. Desde entonces sus formas, tejidos y colores han ido cambiando constantemente. Fue la prenda de los proletariados durante mucho tiempo, por lo que los burgueses la ocultaban, pero actualmente su uso está asociado a la respetabilidad y la elegancia. Como curiosidad, IBM obligó a sus empleados llevar siempre camisa blanca como símbolo de la honestidad de la compañía.

Chaqueta: Nació en el siglo XVII en Francia como una prenda para montar a caballo de ahí la raja situada en la espalda. En 1860, Napoleón III la hizo más sobria, y en los años cincuenta los modistos la liberaron de la rigidez de su corte inicial.

Falda: La primera falda, de piel, apareció hace ya 600.000 años y desde entonces esta prenda nunca ha abandonado a la mujer. En el año 1915 la moda enseñó los tobillos femeninos, pero la auténtica revolución llegó en 1965 gracias a Mary Quant, con el lanzamiento de la minifalda.

Foulard: Con una finalidad función higiénica en sus orígenes, servía también para protegerse del frío. Durante el imperio bizantino alcanzó una finalidad estética y eran lucidos sobre el hombro o el brazo izquierdo. Durante la Edad Media, su color reflejaba la condición social de quien lo llevaba. En la época del Renacimiento las italianas lo utilizaban como un objeto exclusivamente ornamental y comenzaron a ser muy estimados los que estaban confeccionados de seda.

Guantes: Los mitones, primera prenda para proteger las manos del frío, apareció en el norte de Europa hace diez mil años. En las pirámides egipcias se encontraron los primeros guantes, cuya finalidad era, fundamentalmente, estética. En su origen eran un accesorio dedicado al mundo masculino, pero más tarde fueron imprescindibles para el femenino ya que hasta el siglo XIX una mujer decente nunca salía a la calle sin llevar guantes puestos.

Medias: Las mujeres las usan desde el siglo XVI. Eran de lana o seda hasta la invención del nylon, en 1939. En 1968 llegó un duro rival con los leotardos confeccionados en nuevos materiales, como la lycra y la poliamida.

Pantalón: Su nombre se le atribuye a San Pantaleón, médico, mártir del siglo IV y patrón de Venecia. Ya que hace 4.000 años los nómadas de Centroeuropea llevaban bombachos atados a la cintura. Pero el pantalón, tal como lo conocemos hoy en día, apareció en 1830. Y en 1860 se creó el vaquero o Jean por el bávaro emigrado Levi Stratus, en San Francisco, durante la fiebre del oro.

Paraguas: Su uso comenzó a realizarse en Mesopotamia hace 3.400 años como parasol. Y en la antigua Grecia las mujeres cretenses unos 1.700 años a. de C. Pero el sujetador, tal y como lo conocemos hoy, es reciente; nació en 1914 pero su uso se generalizó en los años cincuenta. Después, con la influencia del movimiento beatnik y la moda de lo natural, tuvo cierto retroceso, recuperado en los últimos años, para convertirse en la estrella de la lencería femenina. Últimamente ha habido innovaciones de esta prenda como el Wonderbra.

Zapatos: Unas sandalias de papito en Egipto y que datan del 2000 a. de C., son de el antecedente encontrado más remoto. Los primeros zapatos como tales son unos de tipo mocasín hallados en Babilonia que tienen una antigüedad de 3.600 años.

Innovaciones de la moda en 80 años:

1914: Llega el primer sujetador.

1939: Comercialización del nylon.

1939: La mujer comienza a usar pantalón.

1955: El jeans causa delirio en Europa.

1959: Du Pont de Nemours inventa la lycra.

1965: La minifalda enseña la rodilla.

1975: Moda punk.

1980: Se crea la moda yuppy.

1985: Auge de la moda interior.

1989: Los japoneses inventan la micro fibra.

1994: Aparecieron las prendas vivas.

2000: Llega la ropa inteligente.

3- FEMINEIDAD

3.1 Que es femineidad:

Es importante mencionar que existe una gran diferencia entre lo que es el feminismo y femineidad ya que el primero se refiere a la doctrina social que tiende a conceder a la mujer derechos reservados hasta ahora a los hombres por convicción cultural. El concepto femineidad se refiere a la calidad propia de ciertos bienes pertenecientes a la mujer, dichos bienes son referidos básicamente a la estructura de pensamiento y conductas que la mujer utiliza para interactuar con los demás.

En este caso solo hablaremos mas ampliamente del concepto femineidad desde el punto de vista: de Aurora Arnaiz el móvil que mueve a la mujer

es con frecuencia lo sentimental ya que para que esta reaccione con objetividad de manera fría y racional le resulta muy difícil se dice que la mujer es víctima de su propia inestabilidad emocional la creación ha dado a las mujer y al hombre naturalezas distintas para complementarse otra característica de la femineidad es la ternura el amor la entrega el renunciamiento y la consagración el que la mujer sea diferente no quiere decir que sea inferior (feminismo y femineidad)⁶

Es común que la mujer desarrollando sus características femeninas aspire a realizar y alcanzar metas nobles y trascendentes siguiendo esta lógica la mente de la mujer esta estructurada para captar lo esencial y profundo de las cosas esta suele ser intuitiva, en el campo de lo emotivo es su labor social y político tiene por causa un sentimiento altruista noble y desinteresado ya que es buena colaboradora cuando hace suyo el dolor que acarrea la injusticia otra característica propia de la mujer o la femineidad es la compasión ya que la mujer pone compasión en todo lo que toca y ve otro concepto importante a tratar es la bondad, la mujer dotada de femineidad deberá ser bondadosa ya que esta es considerada no solo como una emoción o sentimiento intimo sino como una

⁶ Arnaiz Amigo Aurora feminismo y femineidad Edit.UNAM

concepción vital en la vida de los seres humanos especialmente en las mujeres⁷

La mente femenina también posee una fina percepción del tiempo ya que estas cronometran todo y son muy receptivas al tiempo por ejemplo el nacimiento de un hijo su crecimiento y los mas mínimos e insignificantes problemas que a su juicio desestabilizan su paz interior su compleja psicología impide la actuación mecanizada

3.2 LA MUJER Y SU FEMINEIDAD COMO IDEA Y CULTURA (otro punto de vista

Se dice que la femineidad es el complemento glorioso de la naturaleza humana dicha femineidad es puesta a cada mujer en el momento de su nacimiento la que consiste en derechos y deberes especiales, dentro de esta definición de mujer y femineidad encontramos nuevamente que la mujer junto con su femineidad es el complemento perfecto del hombre donde encontramos de manera textual lo siguiente:

La mujer mas espíritu y un tacto mas exquisito

El hombre raciocina

La mujer observa

El hombre es menos sensible

⁷ Arnaiz Amigo Aurora feminismo y femineidad Edit.UNAM

La mujer es menos reflexiva

El hombre es enérgico y tenaz

La mujer diestra y flexible

El hombre mas franco y resuelto

La mujer llena de contradicciones y misterios⁸

Dentro de la mujer los sentimientos y las emociones se generan de manera acelerada

La mujer es considerada desde luego un ser físicamente mas débil que el hombre se dice que su vida es mas corta pero además de estas cuestiones exteriores la mujer esta dotada de una gran sensibilidad que decide sobre su carácter e influye sobre su espíritu lo que da un tono mas constante a su sensibilidad es la compasión aunque la mujer es irritable hasta el extremo revistiéndose de toda clase de formas, las mas fugaces y afectándose de las cosas frívolas como de las importantes. Es capaz de experimentar un sufrimiento heroico y susceptible de grandes y tiernas pasiones que habitan dentro de su tierno y femenino corazón que en mas de una ocasión corre el riesgo de dejarla inhabilitada esto para la mujer es valido ya que por naturaleza ella debe ser así y no olvidemos la parte de la extrema sensibilidad ya que sus sentidos son mas finos los olores tienen gran

⁸ Tuñón Julia El Album de la mujer colección de divulgación

influencia sobre ella; los perfumes suaves la embriagan y los olores fétidos la dominan, su gusto es muy delicado. Un gran ruido las espanta la simple palabra las halla distraídas o indiferentes pero un canto melodioso las conmueve; un grito suplicante las excita su conmiseración una queja las aflige⁹.

3.3.- DESDE LA CULTURA

A través de la historia el género se ha dividido en masculino y femenino dentro de nuestra investigación nos interesa el aspecto femenino (femineidad). Dentro de la cultura. Este se ha construido por los diferentes roles o papeles que la mujer ha desempeñado a lo largo de la historia.

Diferentes investigaciones se han realizado acerca de la femineidad, algunas de estas investigaciones han coincidido en la explicación de dos conceptos: maternidad y materialidad. Estos conceptos acerca de la femineidad son los más significativos para la muestra en la que se investigo, además de otros aspectos que no fueron tan sobresalientes; como la comprensión y la capacidad de protección. De cualquier manera los conceptos que se construyen en una determinado contexto social no pueden ser los mismos para todos los individuos en otros contextos, en

⁹ Tuñón Julia El Album de la mujer colección de divulgación

consecuencia se podría argumentar que los estudios de la femineidad por lo regular han arrojado los mismos resultados, quiere decir que, femineidad se puede explicar como maternidad y materialidad dentro de nuestra muestra.

La sociedad ha creado para la mujer diferentes aspectos, que pasan de ser solo comportamientos en determinadas situaciones a ser prácticas culturales que la sociedad impone como positivos y negativos. Estos aspectos pasan a ser prácticas culturales, por que rigen lo que la sociedad juzga como bueno y malo, tanto para hombres como para mujeres. Para hacer la definición de femineidad en el primer párrafo mencionamos la investigación de (Raguz). Acerca de como se puede definir este concepto que se ha construido en diferentes contextos sociales y de lo que se entiende por femineidad. En las nuevas culturas, el término de femineidad solo se aplicaba a las mujeres, lo cual ha ido cambiando de manera lenta pero sistemática pues en estos tiempos de cambio la cultura a sido influida por otras culturas facilitando una resignificación en muchos conceptos tradicionales dando como resultado otros modos de pensar y de convivir, lo cual ha hecho que hasta los hombres adopten características de femineidad. Como por ejemplo el cuidar de los demás así como la ternura con la que se puede ver un acontecimiento que antes para el genero masculino quedaba totalmente prohibido, estas practicas que los hombres han adoptado no se dan en

todos los contextos sociales por lo que sabemos que los estudios acerca de la cultura son solo aplicables en determinado lugar y no pueden ser aplicables a todos los contextos en los que se presente un mismo fenómeno como el que se ha mencionado.

A continuación presentaremos los aspectos más importantes por los que se puede definir a la femineidad dejando los mas importantes en otro apartado por el hecho de que se encuentran en la mayoría de las sociedades los que se encuentran en el estudio realizado por (Raguz). Por femineidad las sociedades tradicionales entienden que la mujer debe de ser tierna, amar a los niños, ser sensitivas a necesidades de otros, comprensiva y compasiva, cálida, flexible, leal, suave y demás atributos y conductas de "natura" o cuidados asociados a lo maternidad. Todos estos conceptos han cambiado a través del tiempo de tal forma que los que son más importantes para la comprensión de femineidad son los que se han mencionado como son de materialidad y maternidad.

Para analizar todos los conceptos que se desprenden de femineidad podríamos argumentar que los propuestos en este apartado pueden ser aplicables en las sociedades mexicanas lo cual es de suma importancia, para realizar nuestra investigación. En las culturas mexicanas lo que se puede entender por femineidad es la maternidad y otros aspectos que tienen que ver con las conductas sumisas y tiernas reforzado todo esto por el matiz machista que la sociedad le aplica a las practicas culturales de

cada sociedad gran parte de estos aspectos entendidos por la cultura para definir la femineidad son mas susceptibles de dejar a la mujer en un termino de segundó grado por tal motivo los aspectos que puede definir la cultura a cerca de lo que es la femineidad tiene que ver con la idea de que la mujer brinda amor, cariño, comprensión y protección a los demás¹⁰ Entonces los medios por los cuales se puede explicar socio-culturalmente la femineidad pueden ser definidos. Estudiando o investigando al escenario en que se pretende realizar la investigación, por lo cual estos conceptos que la cultura ha definido como femineidad solo pueden ser un medio para tratar de descubrir otros que pueden estar inmiscuidos en cada cultura a la que se pretenda estudiar.

3.4.-ASPECTO PSICOSOCIAL :

Dentro del siguiente apartado explicaremos como desde una perspectiva psicosocial es explicada la femineidad, mediante los estereotipos creencias y auto percepción tanto individual como social mediante la identidad, donde quedara fundamentada en el genero quedando esto matizado por creencias, valores, e ideologías propias de cada contexto social para moverse en diversos escenarios dentro de dicho contexto.

¹⁰ Raguz Maria. Construcciones sociales y psicológicas de la mujer

Todo esto en conjunto representara lo que es el comportamiento humano, construyendo a su vez social y psicológicamente los conceptos de feminidad.

Como ya se menciona estos conceptos son construidos personal y socialmente y consideramos que ayudan a la valoración de ser mujer u hombre para ser así reconocidos por el otro u otros.

Dentro del campo de la Psicología se encuentran teorías explicativas dentro de las que encontramos diversidad de conceptos dichas teorías se basan en estereotipos sociales que pueden categorizar a las personas en cada contexto social dichos estereotipos se apoyan en raza edad estatus económico y en estatus social . así es como basándonos en estos criterios de estratificación se espera una determinada actitud o comportamiento de cada persona en cada situación considerando el aspecto genérico (en este caso solo nos interesa el femenino).

De todo esto también recordaremos que los estereotipos definen roles o papeles de cada genero. Dichos roles van cambiando lentamente pues estos en el caso de la mujer están tradicionalmente asumidos aunque quizás bajo las condiciones de una sociedad cambiante y se termine por desplazar lo que se ha venido asumiendo por rol femenino, es decir la mujer inferior frágil y débil pues esta ya cuenta con las diferentes herramientas que le pueden llegar a proporcionar un cambio en el auto concepto, la autoestima , la asertividad y su propia autonomía.

Finalmente, hay que tener en cuenta el cambio en el rol femenino tradicional ya que este no se da cuando el entorno no es facilitado; si la pareja no cambia también sus actitudes sexuales, sino ofrecen oportunidades de capacitación para un trabajo remunerado que posibilite la independencia no solo económica, sino emocional, como difícilmente las mujeres podrán salir del rol de género y de las relaciones de poder., Resultaría muy difícil hacer cambios en el rol de la mujer sin que necesariamente se afecte también el rol de género que juega el hombre en la sociedad

3.5.-ASPECTO PSICOANALITICO

Dentro de la explicación psicoanalítica de lo que está entiendo por femineidad, uno de los grandes problemas por los que ha pasado Freud es que sus teorías solo son consideradas en un plano individualista, pero cabe señalar que el tratamiento de aspectos donde entra el ser humano no solo podría ser en el corte individual, si no que por el contrario el individuo no esta en un plano y la sociedad esta en otro sino es un conjunto en plena interacción. A esta problemática se ha enfrentado Sigmund con sus teorías, pero lo que nos interesa es saber como Freud puede argumentar que la femineidad se puede construir desde sus teorías y dejaremos de un

lado el que sean de corte individualista, para solo tomarlo desde una perspectiva social.

Freud trata de explicar la femineidad desde sus etapas o fases como son la fase fálica, el complejo de castración y el complejo de Edipo. Estas fases son interpretadas desde la niñez por lo que cuando se habla de un pasado se habla de una interacción con la sociedad y en la cual se comparten diferentes procesos de socialización que el niño ha experimentado. Para la explicación que se da de femineidad y como se ha conseguido a través del tiempo, Freud ha considerado que las etapas son la explicación de cómo la mujer consigue su femineidad desde una temprana edad.

En la primera etapa que retoma de la fase Fálica, donde la mujer envidia el FALO que sería el poder simbólico que los hombres han creado sobre la mujer, esto quiere decir que la mujer construye su femineidad a través del poder ejercido del hombre sobre ellas y que solo el poder esta en manos del hombre. Las mujeres solo tomaran su valor hasta que haga valer su condición de progenitora. Según el si las mujeres pasan esta etapa de saber que nunca podrán tener el FALO , ellas en la edad adulta habrán conseguido su femineidad y podrán desarrollarla en plenitud.

La segunda etapa que retoma para explicar la femineidad es el complejo de castración, este se puede explicar desde una desilusión del la niña con la madre por el hecho de que la niña siente la necesidad de tener un pené al igual que el niño pero esta se ve frustrada al saber que tampoco

su madre puede tener un pené y se siente en la necesidad de buscar el pené con el padre con el que se siente identificada. Con el fin de conseguir el pené la niña se construye alrededor del padre. Al término de esta etapa la identificación con el padre, la niña tendrá que haber asimilado que la falta del pené será para toda la vida, además que dará en disposición de aceptar su fin como madre y creará su propia femineidad si logra pasar por las etapas de la teoría psicoanalítica

La tercera etapa que Freud retoma es la Edípica que se explica cuando una mujer se enamora de su padre o cuando un hombre se enamora de su madre. Este concepto hace referencia a que la mujer siempre necesita alguien quien la proteja en la niñez y en la edad adulta; esto quiere decir que durante la identificación de la niña con su padre también es con el fin de encontrar la protección en cualquier lugar donde ella se desenvuelva. Para las mujeres el alcanzar la plenitud de su femineidad es parte de pasar por las etapas aquí planteadas por él.

Para la explicación psicoanalítica de la femineidad es necesario haber conocido las etapas que el hecho de que no sean aceptadas por los investigadores de la Psicología social no significa que ninguna de estas explicaciones puedan estar inmiscuidas en la sociedad y que no tengan valor psicosocial, además analizando las primeras explicaciones se observa que todas llevan a un mismo significado de la femineidad : que sería que una de las partes más importantes de la femineidad es el hecho

de poder progenitora y además de tener características como el de cuidados de otros aun que no sean de su mismo genero.

3.6.-LA FEMINEIDAD DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA MODA

La femineidad ha tomado diferentes caminos que ya analizamos con anterioridad dentro de este capitulo y ya que no volveremos a mencionarlos por ahora, recordemos los dos extremos de dichas definiciones, la primera de ellas es la investigación de (Raguz) donde los conceptos que se toman son los de maternidad y maternalidad; estos conceptos son de un estudios cultural realizado por esta autora los cuales nos llevan a una definición, las mujeres que no pueden tener hijos, no están dentro de esta definición. Otras investigaciones como la de Freud tiene una definición, el dice que las mujeres son dependientes de su padre en la vida de un niño y esto repercute hasta la edad adulta. El concepto de femineidad desde lo psicosocial nos dice que la mujer se hace desde características basadas en los estereotipos, valores y creencias; las cuales marcan los rasgos definatorios de una mujer en nuestras sociedad y que ayudada por la moda esta proyecta su femineidad basándose en escotes o prendas especificas de su genero y que aunque en ocasiones estas prendas también sean utilizadas por el otro genero en el momento que se crean para la mujer se les pone un cierto

toque de femineidad haciendo los mas entallados o mas escotados para dejar que los atributos o características femeninas resalten a la vista.

La femineidad se define a partir de características físicas y culturales, esto es como lo define la moda. Pero estas características se le dan a las mujeres dentro de determinado contexto social, para cada mujer dentro de su contexto la moda ha creado cánones que pueden ser de su agrado o no, estas características que la moda crea para la mujer hacen que todas las practicantes de la moda o no practicantes busquen su grupo de pertenencia. Estos grupos de pertenencia están mediados por las características que la moda crea o sea han creado a lo largo del tiempo los rangos que pueden definir a un grupo y que la moda ha creado además que pueden definir la femineidad son (el vestido, el maquillaje, el pantalón femenino, la falda y las pantimedias). La moda ha definido a cada una de estas características para que las mujeres puedan sentirse con el glamour que la moda puede proporcionar, ahora definiremos cada característica que la moda ha tomado como cánones que se buscan dentro de la femineidad.

El Vestido:

El vestido es la prenda por excelencia de la mujer. Esta vestimenta amplia tradicionalmente destinada al mujer proviene directamente del deseo

sexual. El cuerpo femenino no puede manifestarse sin provocar el deseo del hombre por eso es un objeto de tres aspectos que pueden ser muy ocultos como; el de la desnudez, el develamiento de la silueta natural y el del contacto. Para estas explicaciones la moda ha marcado que cada mujer debe tener cierto grado de provocar al hombre con su manera de vestir en especial con el vestido, además que las que puedan portar un vestido tiene que ser personas esbeltas para que pueda haber una provocación hacia el hombre. En épocas como la del las cruzadas el vestido fue un paño para la no provocación de los machos y para traer de cubrir el cuerpo de la mujer sin que resaltara la silueta, en la actualidad esta practica ha cambiado hasta el grado de ser un medio de incitación para los hombres además que un vestido cuanto mas pegado esto quiere decir que cuanto mas resalte la silueta de la mujer con la combinación de un cuerpo esbelto mejor serán los resultado para la moda que logre sus acometidos. La femineidad es para nosotros una condición social, por medio de ella la sociedad impone un estatus ala mujer que la moda le proporciona. El vestido es una característica muy importante para la mujer que quiera ser un objeto sexual, pero tomando en cuenta las características que en ese momento la moda dictamine como un buen vestido; estas características son (los colores, la tela, la forma del vestido y los adornos que la moda considere). Estas características son definitoria

para que el vestido forme parte de una moda y la combinación de una bonita figura.

El Maquillaje;

Como lo marcan los modisto de la época actual, para poder tener un maquillaje perfecto es importante considerar que es necesario que tu piel se encuentre limpia, tonificada e hidratada. Son aspectos muy importantes para el aplacamiento del maquillaje según los cánones de la moda todas la mujeres que quisieran ser femeninas o tener femineidad tienen por consecuencia que contar con las siguientes tres características limpieza, tonicidad he hidratación Los diferente tipos de maquillaje son:

- a) Corrector : este se aplica en el párpado inferior, barba y nariz
- b) Base Maquillaje: se aplica la base del maquillaje esparciéndola ligeramente con una esponja por todo el rostro sin olvidar los párpados y los labios
- c) Polvo: una vez aplicada la base de maquillaje, tomamos el polvo translucido con una brocha y no los aplicamos, esto para que tenga un mejor acabado
- d) Cejas: la definición de las cejas es para dar formas correcta a esas imperfecciones de la cara

- e) Sombras: se aplica debajo de la ceja para definir mejor los ojos del párpado
- f) Delineador: si deseas que tu mirada sea natural , puedes aplicar delineador café, si tus ojos son claros usa azul o gris
- g) Mascara: aplica la mascara primero en la raíz de las pestañas, espera que seque y aplica una segunda capa y hasta una tercera en toda la pestaña
- h) Rubor: con una broca aplica el rubor en las mejillas
- i) Delineador de Labios: perfila tus labios con el color de tu labial con uno o dos tonos más oscuro
- j) Labial con un pincel toma el labial y rellena los labios desde el centro hacia las comisuras

El cómo se usan todas estas partes del maquillaje, la moda las ha ido utilizando en sus diferentes épocas dando un matiz adecuado para cada moda y así al pasar del tiempo aunque sean los mismos utensilios y maquillajes de belleza estos van a servir para dar un cierto sello a cada moda considerándose como un medio de influencia para adaptarse a la necesidad de cada moda

El Pantalón Femenino:

Antes que se hablara del falo, el pantalón era un símbolo del poder y el dominio, y cuando se decía el que lleva los pantalones es el hombre nos indica que un matrimonio era la mujer la que mandaba. Pero socialmente seguía dominada. Para estudiar el asentamiento de la moda en el pantalón para ocupar un lugar dentro de la moda su difusión se hizo remontando la escala de las edades. Primero pasa por las niñas para llegar a las adultas. Al igual que el vestido la moda lo ha tomado como fuente de provocación hacia los hombres otro de los aspectos que la moda crea es que las mujeres se sienten igual que los hombre al portar el pantalón (aun que solo sea por potarlo, como ya menciono atrás) y también al dejar de ponerse vestido para coquetearle al hombre para recurrir al pantalón. Por el hecho de usar pantalón femenino las formas de la mujer no se déjense mostrar en el estilo del pantalón femenino; en la caderas el pantalón se reduce hasta que dar demasiado pegado y en las piernas de igual manera pero de las rodillas hacia abajo este te hace un poco mas amplio, esto la moda lo ha tomado al igual que el vestido con la combinación de una figura esbelta. Este pantalón que fue tan criticado paso de ser un problemas para los hombres machistas de algo que le causa conflicto a una practica cultural por la aceptación, pero la moda

ha marcado para las mujeres el como debe tener las formas tanto el pantalón como la mujer que lo porta, del tal manera que usar pantalón no es estar en libertad de usar lo que se quiera, si no de lo contrario el usarlo es marcar un punto que la moda a trazado para ser en la actualidad parte de la cultura que las mujeres usen pantalón.

Minifalda;

Una de las innovaciones recientes que los jóvenes han creado además que la moda a patentado con sus diferentes estilos y modos de portar es la minifalda .de principio fueron los jóvenes quienes la portaba pero la moda tuvo mucho que ver con la utilización de la minifalda de mujeres de diferentes edades¹¹. La aceptación de los hombres para la minifalda era contradictoria al mismo tiempo de interés e indagación. En un proyecto de conquista sexual y en lugares de descanso se apreciaban aquella nueva pieza de ropa que dejaba muy poco a la imaginación era demasiado provocativa, pero esa era la forma de la minifalda para llamar la atención además que la moda se encargo de vestir a las mujeres mas esbeltas para poder lucir mejor esta prenda.

¹¹ Marc- Alain Descamps psicología de la moda fondo de cultura economica

Pantimedia;

Dentro de la moda la minifalda no hubiera tenido el éxito que logro sin la ayuda de la pantimedia esta no podía vestirse sin la ayuda de las media por las piernas desnudas en ocasiones descomponía la figura de las portadoras de estas prendas. Aprobada la minifalda las tendencia progresistas y las tradicionalistas impulsaron la pantimedia como un medio de protección. Para poder aprobar la percepción y aceptación de la desnudez se reartan las reproducciones objetivamente en tres grupos: las mujeres vestidas, las semidesnudas y las desnudas (las que usaban pantimedias). Estos tres conceptos no fueron acuñados por la moda sino por aquellos que estaban en contra de la combinación de la minifalda y la pantimedia. Pero la moda creo para las mujeres minifaldas y pantimedias que poco fueron ganando terreno para ser aceptados por todos los que constituyen la sociedad, pero la moda a su vez construyo no solo la vestimenta sino también la forma de como vestir y quienes lo podían vestir en este caso las mujeres esbeltas eran quienes mejor portaban este tipo de atuendo.

Todos estos factores han llevado a que la mujer crea que los cánones que la moda dicta sean absolutos en consecuencia hace que piensen que estos les brindan seguridad dentro del contexto donde ellas interactúan.

los factores que se enunciaron atrás le brindan además de seguridad a la mujer otros aspectos como:

- 1) la seducción y la orientación hacia la conquista de uno o varios hombres
- 2) el narcisismo con que la mujer se viste adorna su propio placer
- 3) la regresión por la cual busca inconscientemente en la comodidad y la estabilidad la seguridad de su vida prenatal
- 4) la autosatisfacción o el deseo de bastarse así misma por la independencia económica, afectiva y sexual.
- 5) la atracción hacia las demás mujeres, las amistades femeninas y la homosexualidad
- 6) el exhibicionismo o apreciar las representaciones del cuerpo femenino

la sociedad y la cultura le dan demasiada importancia a la moda, al grado que una mujer puede lograr un estatus por el hecho de vestir de manera adecuada según los estatutos de la moda. Estas practicas que la mujer realiza para ser parte de una moda han hecho que tanto hombres como ellas mismas tengan la necesidad de ser parte de un grupo determinado o grupos de pertenencia.

Para determinar que tanto pesa la moda sobre la cultura abría que preguntar a cada una de la mujeres mexicanas que tanto puede influir sobre ellas la moda y la que no estén de acuerdo o nieguen esta influencia

habría también que mencionar que existe la moda de la antimoda es por eso que la moda ha sido un factor que la cultura ha tomado como una practica cultural, Como resultado de una característica de la feminidad que la moda ha creado tendríamos que los puntos que sean presentado son los mas significativos para determinar los que la moda detecta como rasgos de la feminidad.

IV. MEDIOS DE COMUNICACION

. Al transcurrir de los años, los medios de comunicación notaron la importancia y facilidad que tiene la mujer para vender productos. Por ello, tanto la publicidad como los artículos, reportajes e incluso programas televisivos están enfocados a ganar, especialmente, la atención y la preferencia del publico femenino.

Fue así que a mediados del siglo pasado surgieron revistas y programas en los medios de comunicación dirigidos a este público.

Sin embargo, dichos medios de comunicación se dedicaron a informar y fomentar a la mujer sólo cuestiones vanas dentro del campo femenino

Es decir la mujer era vista y considerada como una consumidora que debía estar al día para satisfacer con su apariencia a su pareja esposo o amante. y al mismo tiempo satisfacer las exigencias de las otras mujeres ya influidas por los medios de comunicación creando así los estereotipos que

las revistas femeninas han ido creando hasta nuestros días. Son muchos los estereotipos que las revistas femeninas han fomentado y que han trascendido hasta hoy.

Uno de estos estereotipos creado por los medios de comunicación es que a través de la imagen fabricada por cientos de artículos ofrecen ser a la mujer más bella para así poder encontrar al hombre de sus sueños y estas tengan la capacidad y belleza de retenerlo y es peor aun lo que se da a entender, que si no encuentran al hombre de sus sueños o no lo retiene a su lado es seguramente por no tener un físico ni un cuerpo adecuado según los cánones de la moda.

Los cánones de moda y estos medios impresos han impuesto a la mujer cuestiones diversas que varían constantemente. Antes, marcaban como el cuerpo perfecto a una mujer con un cuerpo un tanto llenito, de caderas anchas y busto prominente. Precisamente, en este aspecto es en el que se han visto mayores cambios. Desde principios de 1990, las revistas para mujeres detectaron que la ropa lucía mejor en mujeres más delgadas y constantemente iban siendo más estrictos los requerimientos para aquellas mujeres que quisieran lucir en las revistas.

Poco a poco, las jóvenes y no tan jóvenes fueron tomando dichas reglas como propias y exigiéndose ser más esbeltas para lucir atractivas hacia los

hombres, quienes por cierto también piden –en algunas ocasiones- que su pareja tenga cuerpo escultural.

Es evidente que todas estas situaciones generaron en muchas mujeres, que no eran tan delgadas, angustia y desesperación por lucir a la moda. Con ello lo único que se ocasionó fueron problemas psicológicos, físicos y de salud integral a las mujeres que tomaron dichos estereotipos como lineamientos.

En muchas mujeres, las gorditas principalmente se generaron complejos y obsesiones que no terminarán hasta que logren verse como Claudia Schiffer o Cindy Crawford.

Pero esta cuestión va mas allá, porque ante la angustia y desesperación por ser delgadas muchas mujeres realizan rigurosos regímenes de dietas que, por supuesto fueron tomadas de las revistas con la promesa de: "Luce como una modelo", evidentemente son dietas que no cuentan con control médico, lo cual las lleva al extremo de convertirse en anoréxicas, bulímicas e incluso hasta a la muerte.

Los estereotipos que las revistas para mujeres han creado no son un juego ni mucho menos un asunto que debe tomarse a la ligera, porque día a día varias jovencitas se suman a la larga lista de personas que presentan deficiencias por falta de alimentación y que, si aún no ven las

consecuencias, cuando sean mayores, se verán reflejadas en el deterioro de su cuerpo.

Las revistas de moda y la televisión principalmente muestran y difunden la moda, las colecciones que hacen los diseñadores, también son las revistas las que muestran o difunden la imagen de las mujeres más famosas del mundo vistiendo la moda que han propuesto los distintos diseñadores. ¿En qué o quien se inspiran los diseñadores?, sin duda en los intelectuales, que proponen un tipo de persona para un tipo de sociedad.

4.1. MODA Y ELEGANCIA

Que la moda no es algo anecdótico o trivial lo pone de manifiesto el que gran parte de los intelectuales, filósofos y hasta papas y santos se hayan ocupado de ella. Ya el Papa Pio XII en los años cincuenta decía que "el arte de saber vestir, es poner en moderado realce la belleza del cuerpo humano, creación divina, es un arte relacionado con lo más íntimo de la persona, que ha de tener en cuenta los valores de los que goza". Y el fundador del Opus Dei, definía la moda como " aquello que contribuye a embellecer a la mujer haciéndola más consciente de su dignidad, de su genio femenino, enriqueciéndola", cuando esto no es así no se puede seguir irreflexivamente los dictados de la moda porque se irá en contra de uno mismo.

En la moda además del exterior (-la apariencia-) que puede proporcionar una prenda ó un complemento, hay que buscar también la funcionalidad. No tiene sentido comprar una falda tan estrecha y tan corta que a una no le permita sentarse, sin sentirse al menos incómoda, como no lo tendría adquirir una prenda que no se puede lavar en casa, ni llevar al tinte , a no ser que su precio justifique el uso de una sola vez. Como no tiene sentido calzar zapatos con tacones de aguja de 10 cms. pasados los sesenta años, por mucho que alarguen la figura, aunque estén de moda, en esa temporada. Como no tiene sentido ir con ropa transparente enseñando la ropa interior. (salvo que la moda lo dicte en ese momento así)

La moda es una estrella fugaz, aparentemente vistosa para contemplar en el firmamento social, pero una persona medianamente elegante y ligeramente responsable no puede montarse en la estrella simplemente porque le atraiga su color, porque sobre ella acaparará la atención de todos, porque mucha gente también se monta y otras razones más o menos superficiales, sin analizar, por ejemplo, si esa estrella quema o no a acercarse a ella, que sería una razón de más entidad.

Se dice que estrenamos un nuevo día cada nuevo día y una moda cada nueva temporada en los que los modos y las modas se superponen, lo que exige que esa formación sea actualizada a ese mismo ritmo.

V.-RECAPITULACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

En la actualidad y a lo largo de la historia las sociedades han observado cambios de vestuario o de imagen, lo cual en los hombres (género) no es muy marcado, pero para las mujeres estos cambios han hecho que se identifiquen con lo que es llamado la "moda ". Como lo menciona Gilles.

La moda es una parte que la mujeres necesitaban para ser totalmente felices.

Pero no solo las ha hecho felices si no que ha marcado su vida. En la actualidad las mujeres ha ganado terreno con respecto a los hombres, han logrado que sean tomadas en cuenta tanto en la vida laboral como en el terreno político, además que se ha creado derechos para la mujer para el bienestar de su vida presente.

Las investigaciones que se han realizado en torno a este tema han demostrado que la mujer es entendida por ser o llegar a ser solamente madres y estar al cuidado de los demás tanto hombres como mujeres. Como la investigación que realizo Raguz en la que pretendía observar como se ha construido el concepto de femineidad dentro de las sociedades.

Para abordar el tema de la moda es necesario conocer quienes son los portadores de la moda en la actualidad o quienes le han dado vida a través del tiempo. Dentro de la historia de la moda se han diseñado diferentes estilos de ropa o de imágenes, pero los que han servido como iconos para portar lo más nuevo de la moda ha sido las mujeres. La moda asimismo ha estado dentro de los medios de comunicación y con los grandes artistas tanto de cine, como de la música y también ha logrado llegar en grandes dimensiones con los mejores deportistas de diferentes décadas. La moda ha logrado entrar en diferentes contextos y diferentes lugares del mundo pero no siempre de la misma manera, pero lo más importante es que la seguidoras fieles de la moda siempre serán la mujeres. Pero no solo las mujeres de una buena situación económica si no que también, los demás estratos sociales participan .

A la moda le interesa llegar a la mayor cantidad de públicos en los que pueda lograr una influencia sobre los que quieren vestir a la moda además que sus públicos tienden a homogeneizarse y lograr una identidad con la moda misma, andar a la moda te brinda seguridad y protección por pertenecer a un grupo que este a su vez pertenece a otro grupo.

Las mujeres se han identificado con la moda a lo largo de la historia creemos que el hecho es que le ha brindado protección o identificación dentro de la sociedad, por ese motivo ellas se han sentido protegidas, en el pasar de los tiempos se observo que los diseños pretendían como única

finalidad la conquista del hombre, para la igualdad y tratar de ganar mucho mas terreno del que ya tenían ganado.

La femineidades es un factor que en la actualidad esta entendido de diferentes formas como ya lo explicamos a lo largo del capitulo dedicado a este tema recordando un poco este concepto observamos que se a construido alrededor de la ternura, fragilidad física y sensibilidad emocional que a de constituir una forma de ser muy propia de la mujer aunque esta forma de ser no es exclusiva de las mujeres pero si es algo necesario y requerido por la sociedad para las mujeres

Y aunque la moda a creado también su concepto de femineidad este seguirá respetando los conceptos anteriores de las diferentes áreas

Este concepto de femineidad es para darle otro tipo de cara a la mujer como el de ser una mujer triunfadora con el simple hecho de vestir o andar a la moda. Los seres humanos tendemos a construirnos diferentes modos de ver la vida pero en la mayoría de los casos si observamos que los otros individuos visten o calzan de tal o cual forma y si esto esta combinado con una persona que es una portadora de triunfo entonces tratamos de vestir de la misma manera que la persona exitosa. Esto es lo que ha hecho la moda con la ayuda de los medios de comunicación y con los iconos que constantemente mandan para que vistan las ropas de moda. Un gran icono de la actualidad es Madonna (Pagina de Internet) esta referencia

que se hace es para la comprensión de los diferentes medios por los que la moda se puede ayudar para proyectar una influencia sobre las mujeres del planeta a las que se quiera influenciar.

Para las sociedades occidentales y en especial para los latinos los artistas o las artistas han servido de catapulta para el lanzamiento de modas pero con lo anterior no afirmamos que solamente las mujeres estén a la moda si no que del mismo modo se han realizados estudios sobre que en los hombres también la moda puede influir en la muchedumbres se mezclan tanto mujeres como hombres, el punto interesante de nuestra investigación es cómo las mujeres han tomado esto una practica cultural¹². El hecho de tratar de estar siempre a la moda se trata ya como algo que las sociedades han practicado, hasta convertirlo en algo que tiene tanto peso, que puede dar estatus y una posición social dentro de un determinado contexto.

Para tratar de explicar esta investigación utilizaremos la teoría de la construcción social, la cual explicara el fenómeno desde una perspectiva de corte cualitativo. En los diferentes apartados que sean mencionado, uno de los mas importantes que se han tratado es la historia tanto de la

¹² Kimball Young, 1969, *Psicología social de la muchedumbre*. Paidós.

femineidad como la de la moda, la historia de cada una de ellas es de vital importancia, ya que conocemos el como se construyen a través del tiempo como una parte fundamental del como a sido el transcurrir y la construcción de cada una de ellas.

Para la comprensión de cada parte de la que están compuesta tanto femineidad como moda es bien sabido que la moda se creo a partir de que las mujeres sintieron la necesidad de satisfacer necesidades como el vestir, pero no solo era un vestir rudimentario, este debería estar cargado de emotividad por el hecho de que lo imponían artistas y la moda los aceptaba como parte de la gente exitosa.

Al momento de que la moda inventaba las mujeres se creían mas tomadas en cuenta. La moda al ver que la mujeres tenían esta necesidad creo para cada estación del año un modelo y así sucesivamente los grandes cambios de la moda para las mujeres se siguieron dando. Otra de las partes que componen la teoría de la construcción es la parte de lo significativo, en los diferentes contextos sociales en conocer algo y hacerlo significativo para mi, y para los otros es muy difícil por que en cuanto para mi algo es significativo para otro individuo no lo es. Pero en la moda y la femineidad esto es lo importante en la medida en que a diferentes mujeres no les gusta algo que la moda dictamina como algo que les da

estatus, la misma moda puede crear otro tipo de ropa para que las mujeres no sientan que no entran en ningún tipo de moda.

En lo significativo el ser humano carga de emotividad a las diferentes situaciones a las que se enfrenta y del mismo modo a diferentes objetos, para dejar en claro que es lo que significa lo significativo para mi es significativo para los demás

hace referencia hacia los diferentes portadores de la moda, esta distribución que realiza es para saber ,un que no estés a la moda te muestres en contra de ella por medio de los antimodistas y las que no siempre andan ala moda en determinado momento tienden a ponerse a la moda por el hecho de hacer significativo ya sea de manera positiva o de manera negativa.

El hecho de que la moda cargue de emotividad el usar la moda no significa que siempre es positivo el usarla, por darle emociones, algo material es estar en constante movimiento por que lo material cambia constantemente. La emotividad de lo significativo para la mayoría de la gente tiene mucha relación como lo dice Luckman. Para comprender el por que el concepto de femineidad ha cambiado a lo largo de la historia debemos comprender la historia (Shutz). En la construcción que la moda ha realizado sobre el concepto de femineidad actúan hombres como mujeres por lo cual otra parte de la construcción es como el otro interpreta

lo que yo realizo y lo pasa por un resultado tanto positivo como negativo. En el proceso de interpretación el otro trae a la actualidad un hecho que se parezca al mío, en el caso de la moda la interpretación que se da a esta es quien la realiza.

En el caso de la femineidad es el otro la moda, la que hace la interpretación de lo que es bueno y lo que es malo según sea su convicción.

Para finalizar este apartado en nuestro planteamiento asumimos que la moda ha creado un nuevo concepto de femineidad y que este a su vez ha manipulado a su conveniencia este concepto ocasionando la problemática que es de nuestro interés en esta investigación. Asumimos que el concepto que la moda ha creado son algo como estos son (emprendedores, capacidad para ser independientes, son iguales a los hombres). Según la revista de moda para la mujer. Pero observamos que solo ha creada este concepto para vestir a las mujeres de una manera y depuse de otra y que estén en constante cambio. El hecho de que la moda subsista hasta nuestra actualidad no es por que sea demasiado importante sino por que ha utilizado los medios propicios para seguir funcionando y los cuales han hecho de la mujer una mujer dependiente de la moda y que no solo depende de esta si no que llega el grado de vivir

solo estando a la moda. Lo que hacíamos referencia en apartados anteriores la moda no propone sino impone, el hecho de presentar diferentes modelos pero todas con un cuerpo esbelto significa la exclusión de mucha mujeres que al no estar delgadas entran en conflicto o hasta enfermedades como lo son la bulimia y el ser anoréxica son enfermedades que la moda ha creado. En la actualidad los iconos que presenta la moda son demasiados delgados. Anteriormente estas enfermedades solo eran de las mujeres pero con la moda atacado a los hombres diferentes estudios de la revista moda para hombres se ha observado que la enfermedades para adelgazar están pasando no solo de las mujeres si no de los hombres también.

Para la investigación presente realizamos diferentes visitas a bibliotecas y revistas de moda entre algunas paginas de Internet por que creemos que la moda se encuentra en todas partes en los que el ser humano se encuentre.

METODOLOGÍA

Para este apartado se elaboro una entrevista a profundidad la cuál consta de 54 preguntas, estas preguntas se elaboraron con la categoriza existentes al iniciar la entrevista se contaban con 16 categorías y al análisis de los resultados resultaron solamente 11. La entrevista fue aplicada en el segundo trimestre del año de investigación. En las delegación de Iztapalapa y el municipio de Chimalhuacan. En un tiempo de dos meses. Visitamos colonias de chimalhuacán como Xochiaca y Xaltipac, por parte de Iztapalapa el pueblo de Aculco. Nuestra muestra solo contaba con mujeres por la importancia y la significación del tema, la muestrea se componía de amas de casa, profesioncitas y estudiantes, de edades de 18 a 50 años , no importando que pertenecieran a una o dos categorías estas se definían por la mayor ocupación que desempeñaran. La aplicación de la entrevista fue por los dos integrantes de la investigación se dividió en dos partes; Celia en el municipio de Chimalhuacán y Carlos en de Iztapalapa. Las aplicación se extendió del tiempo que teníamos planeado por el factor tiempo, debido a que nuestras entrevistadas no se encontraban el día acordado para la cita. Pero se lograron hacer las 30 entrevistas a profundidad que se planearon al principio de la investigación.

CATEGORIA

SOCIALIZACION

<p>PUBLICIDAD: Difusión de información promedio de cualquiera de los medios de comunicación</p> <p>IMITACIÓN DE Moda: imitación de los modelos por razón de status basada en la identificaciones con la clase que la posee superior en particular por medio de gastos de ostentación de vestidos accesorios, muebles y adornos personales</p> <p>PERIODOS DE MODA: Variaciones continuas, relativamente efímeras y socialmente aprobadas, en el vestido, maneras de hablar. Los cambios de la moda no se fundan en ninguna superioridad utilitaria o artística de lo nuevo sobre lo viejo</p>	<p>ESTUDIANTES</p> <p>ESTUDIANTES PROFESIONISTAS</p> <p>PROFECIONISTAS ESTUDIANTES</p>	<p>DE 18 A 25 AÑOS</p> <p>18 A 25 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p> <p>25 A 40 AÑOS 18 A 25 AÑOS</p>	<p>DEFINICIÓN</p> <p>La primera categoría presenta el medio por el cual se propaga la moda además que la publicidad sirve para compartir las diferentes preferencias y las que son mas propensas y según esta presentación las estudiantes son mas susceptibles a seguir una moda</p> <p>Esta subcategoría presenta la necesidad de imitar a los demás ya sea por estatus o por sentirse mejor y en esta categoría encontramos a las estudiantes y a las profesionistas</p> <p>Estas variaciones que presenta la moda, tienden a ser retomadas en el presente y crearse nuevos estilos para ir construyendo la moda</p>
--	--	--	--

<p>CATEGORÍA</p> <p>MODA</p>	<p>SEGURIDAD: situación de encontrarse a salvo y con defensa para no sentirse menos, en aspectos físicos ,economitos y psicológicos</p> <p>BELLEZA: Es el resultado de armonías que sugiere el cuerpo en conjunto con la naturaleza</p> <p>COSTUMBRES: Expresión ordenada de la voluntad social que surge natural y espontáneamente de habito y el uso activo en cuanto manifestaciones del común consentimiento</p> <p>ACTUALIDAD: lo que actúa, lo que posee realidad actual reciente y que ejerce alguna influencia sobre otros que conocen o son parte de esa actualidad</p>	<p>ESTUDIANTES PROFECIONIS TAS</p> <p>ESTUDIANTES AMAS DE CASA</p> <p>AMAS DE CASA PROFESIONIST AS</p>	<p>18 A 25 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p> <p>18 A 25 AÑOS 18 A 50 AÑOS</p> <p>18 A 50 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p> <p>18 A 50 AÑOS 25 A 40 AÑOS 18 A 25 AÑOS</p>	<p>Dentro de estas 4 categorías según la moda: esta brinda seguridad para estudiantes y profesionistas además de que ellas se sienten bellas es así que la moda se toma como una costumbre para nuestra muestra además que se puede ser lo mas actual lo que esta bien para nuestra muestra</p>
------------------------------	--	--	--	---

<p>CATEGORÍA</p>	<p>VESTIR A LA MODA: es la novedad mas bien que la tradición lo que recomienda una moda, debido a la insignificancia funcional de una moda acomodarse a ella tiene como motivación, en gran medida, el prestigio que se deriva del mero hecho de aceptar sus exigencias</p>	<p>AMAS DE CASA ESTUDIANTES PROFESIONISTAS</p>	<p>18 A 50 AÑOS 18 A 25 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p>	
<p>FEMINEIDAD</p>	<p>SEDUCCIÓN :Se denomina así a la simple fornicación es decir, al comercio sexual libremente consentido entre personas adultas sin violencia ni fraudes reales o presuntas sin escándalo publico y sin que implique la infracción de deberes especiales de ninguna clase</p>	<p>ESTUDIANTES PROFESIONISTAS</p>	<p>18 A 25 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p>	<p>Lo que significa para toda nuestra muestra la feminidad es portar lo mas nuevo o lo que dictan los medos de comunicación además de ser educadas y seductoras para así lucir mas femenina</p>
	<p>EDUCADA: proceso de inculcar la cultura y buenos modales a los miembros jóvenes de la sociedad (preferente) y poner a prueba lo aprendido y</p>	<p>AMAS DE CASA PROFESIONISTAS</p>	<p>18 A 50 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p>	

<p>CATEGORÍA</p> <p>VIDA COTIDIANA</p>	<p>NECESIDAD DE VESTIR A LA MODA: las necesidades son bienes o servicios buscados por la mujer que sobre pasan a las necesidades absolutas de la vida como la necesidad de vestir a la moda</p> <p>CICLOS DE LA MODA: alternativa de prosperidad donde la moda provee en determinado tiempo su manera de vestir, peinarse, hablar etc, etc.</p>	<p>ESTUDIANTES</p> <p>ESTUDIANTES AMAS DE CASA PROFESIONISTAS</p>	<p>18 A 25 AÑOS</p> <p>18 A 25 AÑOS 18 A 50 AÑOS</p>	<p>Dentro de esta categoría que incluye a la vida cotidiana el vestir a la moda es una realidad, aunque no sea con lo mejor o lo mas caro simplemente que se le parezca a lo que la moda a impuesto en ese momento.</p> <p>sin olvidar que la moda a lo largo de la historia va efectuando cambios y adaptaciones para los diferentes tipos de mujeres.</p>
--	---	---	--	---

<p>CATEGORIA</p> <p>MUJERES SUMISAS</p>	<p>SUMISIÓN A LA MODA proceso por el cual una persona cede se resigna o se rinde al poder o voluntad de la moda</p> <p>COSTUMBRES : expresión ordenada de la voluntad social que surge natural y espontáneamente de habito y del uso activo en manifestaciones del común consentimiento</p> <p>AUTONOMIA: estado o condición en la que se difiere de la facultad de</p>	<p>PROFESIONISTAS AMAS DE CASA ESTUDIANTES</p> <p>PROFESIONISTAS AMAS DE CASA ESTUDIANTES</p> <p>PROFESIONISTAS</p>	<p>25 A 40 AÑOS 18 A 50 AÑOS 18 A 25 AÑOS</p> <p>25 A 40 AÑOS 18 A 50 AÑOS 18 A 25 AÑOS</p> <p>25 A 40 AÑOS</p>	<p>En esta categoría se presenta a la sociedad mexicana y al reflejo de cómo se ven las mujeres y como podemos ver las que difieren un poco son las profesionistas ya que esta se conciben de alguna manera como autónomas</p>
---	---	---	---	--

<p>CATEGORIA</p>	<p>MODELOS: es algo que mas que aprendizaje, imitación y sugestión , aun cuando implica todas estas características en mayor o menor medida las modelos son presentaciones que la moda crea para sus seguidores</p>	<p>ESTUDIANTES AMAS DE CASA PROFESIONISTA S</p>	<p>18 A 25 AÑOS 18 A 50 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p>	
<p>ICONOS</p>	<p>ICONOS TELEVISIVOS: modo elevado de vida considerado esencial para el bienestar humano y deseable para pureza personal se presentan para la sociedad que puede tomar de ellos lo que mas les agrade</p> <p>MIMESIS: imitación y remedo de una persona su modo, de hablar sus gestos, ademanes o expresiones y actitudes</p> <p>ESTEREOTIPO: Juicio prejuizado y extremo simple acerca de las actividades de</p>	<p>ESTUDIANTES AMAS DE CASA PROFESIONISTA S</p> <p>ESTUDIANTES</p> <p>ESTUDIANTES</p>	<p>18 A 25 AÑOS 18 A 50 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p> <p>18 A 25 AÑOS</p> <p>18 A 25 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p>	<p>Esta categoría presenta los modelos los que servirán como iconos presentados por los medios de comunicación además de imitar sus modas tanto de vestir como de actuar para formar así los estereotipos “ideales” para cada mujer.</p>

<p>CATEGORIA</p> <p>MODA COMO STATUS</p>	<p>STATUS TEMPORAL: posición en un grupo de manera temporal o en la sociedad. posición relativa ,rango o reputación.</p> <p>PERSONALIDAD: desarrollo gradual y equilibrado de todos los aspectos de una personalidad humana incluyendo el afectivo, físico y social.</p> <p>SATISFACCIÓN SOCIAL: capacidad de una sociedad determinada a través de su sola organización de llevar a la mayoría de sus miembros o grupos de miembros a la</p>	<p>ESTUDIANTES AMAS DE CASA PROFESIONISTAS</p> <p>PROFESIONISTAS</p> <p>ESTUDIANTES AMAS DE CASA</p>	<p>18 A 25 AÑOS 18 A 50 AÑOS 25 A 40 AÑOS</p> <p>25 A 40 AÑOS</p> <p>18 A 25 AÑOS 18 A 50 AÑOS</p>	<p>Esta moda brinda seguridad o status por temporadas o lugares propicios para toda nuestra muestra, además brinda mas personalidad a las profesionistas y satisfacción a las estudiantes y amas de casa, aunque estas no tengan reconocimiento pueden sentirse bien con ellas mismas.</p>
--	--	--	--	--

RESULTADOS

Dentro de esta investigación se pretende dar a conocer la importancia que tiene la moda en lo que a una mujer le significa ser mujer, para llevar acabo esta investigación se crearon 11 categorías las cuales son.

socialización, moda, femineidad, vida cotidiana, maternidad y maternalidad, mujeres sumisas, iconos de la moda, utilización de la moda como estatus, aspectos socioculturales y medios de comunicación.

para llegar a estas categorías se formularon entrevistas a profundidad, dichas entrevistas contenían 55 preguntas.

Para la primera categoría llamada socialización se presentaron los indicadores publicidad, imitación de la moda y periodos de la moda. Estos indicadores de la socialización muestran como la población entrevistada responde la manera de ver ala mujer asociada con la moda.

La segunda categoría llamada moda se desprenden los indicadores seguridad, belleza, costumbres y actualidad

Tercera categoría llamada femineidad los indicadores que surgen es vestir a la moda, seducción y educada.

Cuarta categoría llamada vida cotidiana se desprenden los indicadores necesidad de vestir a la moda y ciclo de la moda.

Quinta categoría aspectos socioculturales de los cuales e desprende los siguientes indicadores no imitar y estereotipos.

Sexta categoría maternidad y maternalidad de las cuales se desprenden los indicadores sumisas y femineidad.

Séptima categoría mujeres sumisas de las cuales se desprenden los indicadores sumisión hacia la moda, costumbres y autonomía.

Octava categoría iconos de la cual se desprenden los indicadores modelos, iconos televisivos y mimesis.

Novena categoría utilización de la moda de la cual se desprenden los siguientes indicadores dependencia, tendencia y status.

Décima categoría moda como status de la cual se desprende los siguientes indicadores status temporal, personalidad y satisfacción social.

Onceava categoría llamada medios de comunicación y los indicadores que se desprenden son socialización, influencia y comunicación.

Para la realización de las categorías se examino el marco teórico el cual arrojó en principio 15 categorías pero al efectuar la entrevista y la interpretación de estas solo quedaron 11. Después de la realización de la entrevista examinamos las entrevistas de manera cualitativa de cada pregunta se localizó su categoría, con el fin de hacer una interpretación según la categoría. Los indicadores que presentamos en las categorías son resultados de las entrevistas realizadas e interpretadas, estos indicadores muestran la manera en la las mujeres visualizaron las respuestas de la entrevista. Los indicadores muestran el orden de mayor a menor frecuencia en la contestación de la entrevista, además que engloban de

varias respuestas en un solo concepto. Este concepto muestra la manera en que la mayoría de las mujeres respondieron la entrevistas y los indicadores son una sumas de varis respuestas.

Para llegar a estas categorías se formularon entrevistas a profundidad dichas entrevistas contenian 55 preguntas, que quedaron divididas de la siguiente manera. cada una de las categorías a las que pertenecen .

en la primera categoría que es SOCIALIZACIÓN :surge el indicador Publicidad; este indicador surge del análisis de las respuestas de la categoría socialización. al revisar las entrevistas encontramos que para la socialización un medio importante para que se lleve acabo la información se necesita a la publicidad, según las estudiantes de 18 a 25 años, para ellas la publicidad es un medio para socializar. dentro de este indicador la socialización significa el imitar para conseguir estatus e identificación con los miembros de algún estrato social, las entrevistadas que formaron parte de estas respuestas fueron las estudiantes y las profesoras. en el tercer indicador que se llama Periodos De La Moda, para este indicador la manera de socializar es a través de las variaciones continuas que la moda presenta; este indicador muestra que tanto en las profesionistas y estudiantes la manera de socializar es a través de seguir los periodos de la moda

En la segunda categoría llamada MODA según su definición a creado o ha impuesto las características de la femineidad. Primer indicador

Seguridad, la moda da a las mujeres una característica de seguridad que según la definición es encontrarse a salvo en situaciones de sentirse minimizada, esta categoría y este indicador son mas importantes en estudiantes y profesionistas referidos en nuestra muestra. En el segundo indicador llamado Belleza, es una característica de tener femineidad para nuestra muestra en este indicador lo mas relevante de la femineidad es la belleza y en donde este indicador tiene mayor peso es en estudiantes y amas de casa. Como tercer indicador se desprenden las costumbres; las características de la mujer según este indicador, la moda es una costumbre donde el común consentimiento para ser usada la moda es algo aceptado por la sociedad,. para este indicador las amas de casa y las profesionistas resulto ser relevante este indicador. El cuarto indicador llamado Lo Actual, como definición en lo que ejerce influencia es en lo real, la moda es algo actual por lo que es un medio que genera influencia para ser usada. dentro de este indicador que esta presente dentro de nuestra muestra tanto en amas de casa, estudiantes y profesionistas

En la tercera categoría llamada FEMINEIDAD donde la definición es las características que se le atribuyen a la mujer y una de ellas es vestir a la moda y el vestir a la moda es una característica que forma parte de la femineidad, este indicador es relevante para profesoras, amas de casa y estudiantes. las cuales una de sus características para ser o tener femineidad es el vestir a la moda. el segundo indicador que se formo es la

Sedución, este indicador propone que a partir de la seducción, las mujeres pueden ser mas femeninas, esta característica de la femineidad propone que la seducción (provocación sexual aprobada públicamente) sea parte de las características de las mujeres, según la moda; este indicador es trascendental tanto en profesionistas y estudiantes En el tercer indicador llamado ser Educada, una de las características para que la mujer sea o tenga feminidad es ser educada (poner a prueba lo aprendido y aceptado socialmente) la educación de la mujer dentro de la sociedad mexicana es un factor determinante, para saber que tan femenina puede ser una mujer dentro del contexto social en donde se desenvuelve este indicador tiene mayor peso en las amas de casa y profesionistas

La cuarta categoría llamada VIDA COTIDIANA: desprende varios indicadores, dentro de esta vida cotidiana surge la necesidad de vestir a la moda, esto quiere decir vestir necesariamente a la moda, esta es una necesidad que sobrepasa las necesidades absolutas de la vida convirtiéndose dentro de la vida cotidiana en una parte importante para la muestra este indicador resulto ser representativo en estudiantes de nuestra muestra. El segundo indicador llamado Ciclos De La Moda (son los procesos que la moda ha tenido durante su estancia en el paso del tiempo) este indicador muestra, que dentro de la vida cotidiana los procesos que la moda ha tenido han sido absorbidos por las diferentes

edades y clase sociales esto quiere decir que durante el paso de las diferentes modas y que estas modifican casi siempre han estado dentro de la vida cotidiana; encontramos que este indicador afecta o es trascendental a amas de casa, profesionistas y estudiantes

La quinta categoría: ASPECTOS SOCIOCULTURALES. son movimientos que pueden estar en contra o a favor de movimientos ideológicos, modas etc, etc. el indicador que surgió de esta categoría es No Imitar: siendo estos procesos sociales que están en contra de cualquier movimiento. dentro de esta categoría surge para el rechazo de algunas modas, pero como se explica en el marco teórico, al no estar dentro de la moda se crea el antimodismo, creando una nueva moda para usarla en diferentes contextos sociales. la población a la que afecta este indicador son las profesionistas. el segundo indicador son los Estereotipos, en este indicador encontramos que las mujeres entrevistadas se sienten estereotipadas por la moda.

En la categoría ASPECTOS SOCIOCULTURALES. surge como resultado que la mayoría de las mujeres estereotipan a las demás mujeres para poder ser o pertenecer a un grupo que se muestre con diferencias o preferencias. se encontró que este indicador afecta a profesionistas, amas de casa y estudiantes

Séptima categoría: llamada MATERNIDAD Y MATERNALIDAD. es el proceso por el cual las mujeres tiene la capacidad de cuidar a otras personas aun

que no sean sus hijos Dentro de esta categoría surge el indicador de Sumisión, el ser madre para las mujeres significa que una mujer que cede su persona a otra y sin pedir nada a cambio, las que mas han dado muestra de este indicador son las amas de casa. el segundo indicador es el llamado Femeidad, características que se le atribuyen a ser mujer, estas características se reducen a ser madre o a cuidar a otras personas, las características que son atribuidas dentro de esta categoría y este indicador son parte de la sociedad mexicana. nuestra muestra así lo indica pues este indicador afecta tanto a profesionistas, amas de casa y estudiantes

la octava categoría se refiere a las MUJERES SUMISAS:

gran parte de la sociedad mexicana solo ve a la mujer como un instrumento el primer indicador que se desprende de esta categoría es el llamado sumisión, dentro de la cultura mexicana la sumisión resulta ser parte importante de ser mujer ya que esta característica es bien vista aunque no en todas las mujeres de nuestra muestra la sumisión es estricta sino que en las amas de casa se presenta de manera relevante El segundo indicador el llamado Costumbres, este proceso que implica que algo se vuelva costumbre se da a lo largo del tiempo y es aceptado como normal dentro de las normas sociales al igual que la categoría que nunca ha estado fuera de las normas el ser sumisa para las amas de casa estudiantes y profesionistas pero de la misma manera que existe la sumisión existe la

autonomía. tercer indicador autonomía es aquí donde las mujeres tienden a tener rechazo al machismo mexicano para poder lograr una autonomía además esta autonomía funciona del todo en una parte de nuestra muestra que son las profesionistas

La categoría llamada ICONOS de la moda surge por la necesidad de crear modelos a seguir durante un lapso de tiempo, además que se han creado no solo para una determinada edad esto quiere decir que las diferentes modas para las diferentes edades son tomadas en cuenta en esta categoría. El indicador que surge dentro de esta categoría es modelos como ya hemos mencionado estos modelos son presentaciones de las diferentes modas y que se crean para ser imitadas. El segundo indicador que surge Los Iconos Televisivos, que junto con la televisión son los mas tomados en cuenta dentro de las sociedades. Para los modelos televisivos tomar el papel de un icono no solamente hay que seguir a la moda sino que también debe de tener otras características como pueden ser cantar, actuar etc. la combinación de estas características con la moda es una forma ideal de convertirse en un icono televisivo. El segundo indicador que surgió fue la Mimesis, esto no es mas que la imitación de un icono donde no solo es suficiente con imitar al icono sino que también se deben de tener actitud o conductas agradables para las personas a las que se quiere impactar, la combinación de estas conductas puede influir demasiado para tener la posibilidad de convertirse en un icono de la

moda. Los iconos para la moda son demasiado importantes por esto son el medio por el cual la gente conoce lo que la moda presenta

La novena categoría llamada UTILIZACIÓN DE LA MODA. Puede influir o no en mujeres de las diferentes edades pero un indicador que surge dentro de esta categoría es la Dependencia, que no es mas que la utilización de una moda aun sin tener los medio necesarios para vestir una moda, cuando una moda se convierte en una necesidad esta pasa a ser un problema no por vestir a la moda sino como se consiguen los medios para satisfacer este indicador encontramos mayor relevancia de este indicador en mujeres estudiantes. El segundo indicador la Tendencia, algunas mujeres utilizan la moda por seguir una dirección determinada ya sea una cosa o una moda y la mayoría de las integrantes de nuestra muestra fueron afectadas por este indicador en este caso las amas de casa, las estudiantes y las profesionistas. El tercer indicador que se muestra dentro de esta categoría es el Estatus, que es la utilización de la moda, y el como esta ofrece a las mujeres un cierto estatus social este puede o brinda a las mujeres seguridad posición y prestigio la cual en combinación con esta utilización es uno de los puntos esenciales que brinda la moda este indicador se presenta en estudiantes y profesionistas

La décima categoría llamada ESTATUS. Surge el indicador que se refiere al estatus temporal es decir existe solo durante un tiempo determinado una

cierta seguridad, la cual es durante un determinado tiempo según el tiempo que dure una moda o una determinada situación como puede ser cuando la moda esta en una cierta edad o solo para una determinada edad este indicador afecto a estudiantes, amas de casa y profesionistas. El segundo indicador muestra como la moda puede brindar Personalidad, esto quiere decir que solo con ser parte de la moda se alcanza un nivel de desarrollo mas alto tanto en lo físico, emotivo y social las que tienen mas inclinación en este indicador fueron las amas de casa y las y las profesionistas. Un tercer indicador es el llamado Satisfacción social, cuando en determinado grupo se aceptan con la condición de aceptar reglas y normas a veces no escritas y con el hecho de tratar de pertenecer a este grupo se logra un determinado estatus dentro del grupo las mujeres para las que fue representativo este indicador fueron amas de casa y estudiantes

Categoría onceava MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Que son las vías por las cuales la moda envía sus mensajes y sus modelos. La prestación de todo el impacto de la moda a través de la publicidad que surge de los medios de comunicación. Primer indicador la socialización que no es mas que compartir preferencias con los demás individuos bajo un sistema de instituciones que transmiten todo tipo de relaciones sociales, los medios de comunicación transmiten mensajes para todo su publico y es ahí donde la moda utiliza estos medios para transmitir a su favor las tendencias que la

moda va imponiendo en sus diferentes contextos este indicador tuvo mas relevancia para amas de casa, estudiantes y profesionistas. El segundo indicador que se formo es la influencia que tiene los medio de comunicación televisión radio revistas etc, los cuales tiene un poder de llegar a un sin fin de personas a las cuales logran influenciar con todo lo que presentan en sus canales de emisión este indicador muestra que las mas influenciables son las amas de casa y las estudiante

El tercer indicador que surge es el que nos da el proceso por el cual se transmiten afectos y necesidades de socializar con los demás y es utilizado por la moda para transmitir todo tipo de mensajes a su favor las que resultaron mas afectadas con este indicador son las amas de casa y las estudiantes.

CONCLUSIÓN

Dentro de la investigación realizada pude darme cuenta de la importancia que tiene el vestir dentro de la sociedad, ya que el vestir no solo implica cubrir al cuerpo para enfrentarse a las inclemencias del tiempo o para resguardarlo de los peligros que implicaría traerlo desnudo; sino todo esto de la vestimenta va más allá de lo que pareciera elemental.

Dentro de lo que es el vestir podemos encontrar situaciones tan importantes como la creación de conceptos tales como la creación de conceptos tales como la femineidad o masculinidad así como el estatus social, o la pertenencia a algún grupo ya que en la mayoría de las veces esto otorga la capacidad de sentirse seguro o segura dentro de alguna situación determinada ayudando así a determinar escenarios o contextos específicos es de esta manera como se va creando un estrecho vínculo entre lo que es el vestir y la moda, la moda entendida como un montón de artificios establecidos por un grupo selecto de personas que representan marcas prestigiadas y con bastante poder económico sin olvidar desde luego a los diseñadores de alta costura que se mueven perfectamente bien dentro de el campo de la moda en los diferentes países con el poder de influencia dentro de este campo. Estas personas que determinan o dictan lo que está de moda en cada periodo del año lo dividen en temporadas y al año existen dos : la temporada primavera verano y la temporada otoño invierno

Dentro de cada temporada impera un color y una tendencia estructural de la ropa por ejemplo en la temporada primavera verano seguramente estará de moda la ropa ligera y de colores vivos y cálidos así como los colores claros ya que en esta época del año el clima se torna caluroso y abrumador a diferencia de la temporada otoño invierno donde la moda se inclinara asía la ropa abrigadora y de colores fríos y neutros como el negro el rojo entre otros ya que el clima en esta época es frió extremo es en este momento cuando los abrigos gorras y bufandas salen del closet.

Pareciera que la moda es útil y muy necesaria ya que hasta este momento parece ser que no tiene otro interés mas que el de proporcionarle al cuerpo los elementos para enfrentarse al clima pero como ya lo dije dilucidar al principio la moda tiene que ver con diversos aspectos que se articulan de manera perfecta con lo anterior como la impresión o el impacto que puede causar una vestimenta en alguna situación social incluyendo por supuesto otro elemento de suma importancia dentro de estos constructos sociales y este es el cuerpo ya que cuando este difiere de la expectativas sociales ya sea en términos proporcionales de movimiento o de simetría puede ser el peor de los traidores para llevar acabo alguna interacción favorable dentro de un contexto social en el que se encuentre en ese momento. Recordemos pues que el cuerpo en esta cultura esta sujeto a un sin numero de técnicas a fin de hacerlo parecer perfecto, y sexy estas técnicas van desde las dietas que en ocasiones pueden

acarrear graves consecuencias como la bulimia y la anorexia que en muchas ocasiones tienen consecuencias fatales; hasta los ejercicios absurdos y dolorosos todo esto a fin de obtener la perfección corporal o al menos algo que se asemeje a este ideal corporal que en ese momento este de moda para la moda

Otro aspecto que a mí consideración es importante es la identidad que proporciona la moda ya que este aspecto así como los anteriores guardan una estrecha relación con la moda y la femineidad ya que la forma de vestir dice algo acerca del género la clase o posición social así como del poder económico con que cuenta el portador de la vestimenta aunque también se da el caso de interpretaciones o apariencias que nos engañen y la verdad no tengan nada que ver con lo que hemos interpretado pero de entrada el impacto que causa una indumentaria resulta irremediable ante un acontecimiento o escena social

Aunque lo que realmente me intereso dentro de todo este universo temático que puede abarcar la moda fue básicamente como se va construyendo el concepto de femineidad a través de la moda que aunque no es solo esta la que lo va determinando y construyendo y es una importante participe para su construcción; este concepto tiene que ver primeramente con lo que significa ser femenina que concluyendo los análisis expuestos en el trabajo es la fragilidad la ternura y sentimiento de protección asía los demás ya que la moda puede reforzar o debilitar esta

aparición con un atuendo adecuado y de moda es así como la moda y el concepto de femineidad le dan a la mujer la etiqueta de mujer femenina por que según esta sociedad para ser mujer no solo basta con tener genitales femeninos sino que hay que cumplir con ciertos requerimientos para que la mujer sea verdaderamente femenina

Y dichos requerimientos los proporciona la moda es por ello que cuando una mujer asiste a una fiesta de noche sabrá que lo ideal será llevar un vestido largo de color poco llamativo en fin todo será cuestión de cumplir las reglas que en ese momento dicte la moda

Dentro de esta investigación hubieron cosas que realmente me desagradaron como por ejemplo el hecho de encontrar bibliografía que solo hablaba en términos de una femineidad que parecía notar la debilidad y fragilidad de la mujer, por que según este concepto femineidad solo alude a cuestiones frágiles y no a cosas que hagan ver a la mujer como algo mas que eso, por ejemplo a mi me hubiera gustado encontrar a algún autor o autora que resaltara la capacidad que tiene las mujeres para planear o talvez para organizar y por que no hasta lograr puestos de alto mando pero creo que para muchos autores femineidad solo se resume a características maternales.

ANEXOS

INSTRUMENTOS:

- 1 Que es para ti la moda?
- 2 Crees que la mayoría de las mujeres siguen una moda?
- 3 Crees que la moda sea sólo para mujeres?
- 4 Piensas que todas las mujeres deberían seguir una moda?
- 5 Cuando vistes a la moda como te sientes?
- 6 A que edad comenzaste a vestir a la moda?
- 7 En la actualidad que tipo de moda te gustaría vestir?
- 8 Cuando vistes a la moda te sientes segura?
- 9 El ser mujer y vestir a la moda hace que te traten mejor?
- 10 Todas las mujeres visten a la moda?
- 11 Cuando no vistes a la moda te sientes mal?
- 12 Piensas que la maternidad te deja ser parte de la moda?
- 13 Que características debe tener una mujer que sea exitosa?
- 14 El ser madre hace que la mujer se sienta parte de la moda?
- 15 Cuales son las características que hace que alguien sea parte de la moda?
- 16 Crees que la moda manipula el como debe ser una mujer?
- 17 Cuando vas a fiestas te preocupa vestir a la moda?
- 18 Cuando estas en casa, trabajo o escuela te gusta vestir a la moda?

- 19 A través de que medio de comunicación la moda propaga lo mas nuevo?
- 20 Cual es tu artista favorito?
- 21 Crees que el o ella visten a la moda?
- 22 Te gustaría vestir como el o ella?
- 23 Con que artista te identificas?
- 24 Si tu impusieras la moda que características te gustaría que tuviera?
- 25 Crees que la TV. sea la portadora mas importante de la moda?
- 26 Cuando consultas revistas de moda que te gusta?
- 27 Cual es tu programa televisivo que mas te agrada?
- 28 Como te sientes al ser parte de la moda?
- 29 Que es lo que te hace falta para ser parte de la moda?
- 30 Que harías para ser parte de la moda?
- 31 Como te gustaría que fuera la moda?
- 32 Crees que la moda imponga el como ser mujer?
- 33 Tus amigas visten a la moda?
- 34 Como te gustaría que fuera la moda en 5 años?
- 35 En el pasado que moda era de tu agrado?
- 36 Crees que la moda te ayude a sentirte mejor?
- 37 Crees que la moda tenga aspectos negativos para las mujeres?
- 38 Cual es el tipo de mujer que la moda quiere?
- 39 Crees que los que imponen la moda sean hombres?

40 El lugar donde trabajas o estudias la mayoría viste a la moda o como viste?

41 Que entiendes por feminidad?

42 Te consideras femenina?

43 Que hace que un ser humano sea femenino o femenina?

44 Cuales son los rasgos fisicos que tu consideras como femeninos?

45 Crees que hayan prendas que roban feminidad a la mujer?

46 Crees que existan comportamientos o actitudes que ocultan la feminidad de una mujer?

47 Crees que los comportamientos y actitudes de un hombre se diferencian de los de una mujer?

48 Como crees que debe ser una mujer que se considera femenina?

49 Que aspectos consideras mas importantes en el arreglo de una mujer?

50 Que tanto peso tiene la moda en lo que determina lo que es femenino y lo que no lo es?

51 Crees que existen prendas que hagan ver a una mujer mas femenina?

52 Crees que la edad sea un factor que determine la feminidad?

53 Cuales son los tipos de feminidad que hay y cuales son?

54 Cuales son las características que definen el ser mujer?

RESPUESTAS DEL INSTRUMENTO APLICADO

PROFESORA YADIRA

1.-Es como las estaciones, se van renovando, se van rescatando de otros momentos las modas sobretodo en las mujeres somos muy dadas a eso.

2.- si, se dejan llevar por las temporaditas, también se dejan llevar por la publicidad, por ejemplo lo que te pasan en las tiendas prestigiadas, en la televisión; no pues que tal ropa de temporada desfiles. No pues que empiezan a ver a alguien con algo y dicen yo quiero imitar y caemos en la imitación.

3.- también para los hombres, pero quien esta mas dada a seguir la influencia de la moda es la mujer.

4.-pienso que deberían ser mas que nada autenticas no dejarse llevar por esta.

5.-casi no ando ala moda, no ando así, de que si algo esta de temporada lo vista. Como me sienta bien.

6.-de los 15 a los 18 años.

7.-me gusta la ropa casual, me gusta sentirme cómoda, pero ósea muy natural pero fresca. que te sientas bien.

8.-la seguridad esta contigo, la moda no teda la seguridad. No meda seguridad vestir bien o mal.

9.-no, bueno depende cuando llegas a un lugar como tu trabajo pues vestir algo formal, normal bien, algo casual pero sin llegar o caer en los modismos. O que de repente te encuentres a alguien que trae lo mismo y dices ¡ hijole; trae la misma ropa que yo.

10.-la mayoría.

11.- normal , cómoda.

12.-si también, por que hay ropas muy bonitas, pero hay si me gusta que se arregle por luego se ven muy mal parece que no estuvieran embarazadas se ven muy fodongas.

13.-la seguridad ante todo, personalidad, algo decidido muchas ganas de salir adelante, no ser de esas personas que las cosas les lleguen.

14.-depende en el circulo que se desenvuelva, hay unas mujeres que durante ese periodo se descuidan y se siente excluidas de la moda

15.-los medios de comunicación esa es una característica que influye en las mujeres por que las mujeres tienden a comprar cualquier cosa aun que no lo utilicen, solo por el hecho de tenerlo.

16.-no, yo siento que no.

17.-me preocupa verme bien, presentable y dependiendo la ocasión.

18.-cuando estoy en mi casa normal tranquila, por que toda la semanas tratas de verte presentable cuando estas en casa tratas de relajarte y hacer quehacer. Pues no boy a vestir a la moda. En el trabajo pues tratas de verte higiénico por que te presentas con mucha gente, cuidado personal.

19.-la televisión y la radio que son los medios de comunicación mas fuertes.

20.-me gusta mucho la trova, Fernando Delgadillo me gusta como canta.

21.-creo que ellos no visten al moda sino que es al contrario, son casuales para vestir, no les gusta lo que les impongan .

22.-no por que seria imitarlos me gusta mucho pero no me guata imita.

23.-no ninguno.

24.-imponer algo que fuera formal fresco y con mucho color.

25.-si por que todas la familias no tienen televisión y que mujer no ve la tele y se deja llevar por lo ve.

26.-casi no veo revistas, pero cuando veo reviso los apartados donde se ve ropa. Pero me gusta mas lo casual, lo que puedes combinar y lo tomas quizás como una sugerencia.

27.-casi no veo tele, pero me gusta una serie que se llama Doson Ccrnii.

28.- pues no se por que todo el tiempo te tendrías que estar cuidando, tendrías que estar cuidando tu armario.

29.-el cuerpo no se. Toda la ropa esta hecha para gente delgada y muy entallada, yo no soy una Barby y no puedo usar todo lo que quiera.

30.-no se. bajar unos quilitos.

31.-no se depende de las temporadas y los lugares. Por ejemplo yo estoy en la universidad no puedo ponerme determinada ropa para el lugar.

32.- depende en algunas ocasiones, por ejemplo que yo viva en Texcoco y que cuando viviera en la Zona Rosa.

33.- si , bueno una de ellas tiende a vestir siempre a la moda.

34.-pues quien saber como esta la juventud en estos momentos tal vez los escotes no sean los mismo que los de ahora, no me gustaría caer en una moda por que así como yo soy no me gustaría.

35.-el traje sastre y vestidos largos.

36,-pues no pero en algunas ocasiones hay personas se dejan influenciar por la moda. pero la moda a mi no va a ser mas o menos que nadie. Depende de tu autoestima el como estés de este.

37.-creo que si. por que las personas que están gordas siempre están que ya no me queda estos. Por eso los traumas, las jovencitas siempre están en constante cambio y tratando de seguir ala moda, por eso las jovencitas que se provocan la bulimia.

38.- muy delgadas altas y en México somos muy bajitas de una estatura media baja, entonces son muy contadas.

39.- hay de las dos cosas, por que al igual que los hombres diseñan, las mujeres también se dedican a eso.

40.- no viste ala moda, por como ves son personas adultas y tratan de vestir casual. Visten cómodo.

41.-Son características de la mujer, como el como debe ser una mujer, el comportarse. Pero no deben ser muy liberales, por que luego caen el la exageración y el otro tipo de mujeres mas conservadoras yo soy de ese tipo de mujeres.

42.- claro que si.

43.-una diferencia de las cualidades como las de ser un hombre machista, y el como ser femenina.

44.-los rasgos físicos, pero el como de ser tu como persona en este caso como ser una mujer. Caer en lo estético como te cuidas como persona.

45.-si, por ejemplo las ropas muy colgadas las que parecen como barón, que se pierda el como ser mujer.

46.-si, tu sutileza como mujer y tu atención para con los demás.

47.-si.

48.-no deberían ser diferentes pero hay hombres muy machistas pero hay hombres que de verdad te respetan como mujer, te dan tu lugar y te dejan ser parte de su ambiente.

49.-su manera de ser, de pensar, de actuar de vestir, de cuidarse y su manera de apoyar a las demás personas.

50.-el físico sobre todo, el como te cuidas tu como persona en cuanto a tu peso. Digo no puedes ser una persona muy delgada, pero te cuidas para no estar fuera de peso, el cabello de hecho yo me gusta arreglarme el cabello pero el ambiente no me lo permite cuidármelo mas de lo que yo quisiera.

51.- puede variar, por que hay modas que parecen de hombres y no se ven mal por el hecho que esta ala moda.

52.-tal vez pero como te digo la personalidad no te la da la prenda.

53.-no que la determine pero, si te hace ver un poquito mas femenina te hace madurar

54.-no podría decírtelos como tal, bueno unos podrían ser la calidad humana. No caer en la vanidad.

55.-el sexo, alguien que en verdad este luchando y que demuestre ser la persona que en realidad es en su trabajo. Seria todo.

SOCIALIZACION	La manera en que los individuos comparten preferencias.	Medio por el cual la moda utiliza el concepto de feminidad
MODA	La difusión súbita de un objeto o de un uso sin justificar utilización valida	A creado o a impuesto las características de la feminidad
FEMINIDAD	Características que se le atribuyen a la mujer	Se ha dejado influenciar o ser parte de una moda
HISTORIA	Recolección de datos del pasado encaminados en el presente	Medio por el cual la moda a adquirido peso social
VIDA COTIDIANA	Sucesos que se presentan dentro de la realidad	En la actualidad la moda es un factor que representa hechos y esta dentro de la realidad
ASPECTOS SOCIOCULTURALES	Son marcadores de cambio dentro de la sociedad	La moda a creado nuevos aspectos para la creación de niveles de sociedad
MOVIMIENTOS IDEOLÓGICOS	Creencias de persona o grupo que son llevados a la realidad	Estos se han creado en contra de lo impositivo de la moda pero a su vez han creado nuevas modas
MATERNIDAD Y MATERNALIDAD	Conceptos con que se define a la feminidad	Conceptos con los cuales la sociedad mexicana califica a la feminidad
MUJERES SUMISAS	Concepto con el cual la moda califica a las mujeres	La moda crea para los mexicanos que ven a la mujer como un instrumento
CREACIÓN DE ICONOS	Representaciones sociales que la moda crea para su beneficio	Dentro de estos se crea la imagen de la mujer ideal según la moda
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Es el medio por el cual la moda llega a los lugares deseados	Medio por el cual se difunden las modas
UTILIZACIÓN DE LA MODA COMO NECESIDAD	Es considerada como una necesidad dentro de la vida cotidiana	Dentro de la sociedad mexicana el no estar a la moda puede crear baja autoestima en las mujeres
LA MODA COMO ESTATUS	Brinda a las mujeres mejores tratos y niveles sociales adecuados	La moda crea ropas específicas para diferentes clases sociales
DIFERENTES MODAS	Esta es creada para sus seguidores abarcando diferentes estilos para cada gusto	La moda como clasificación de estrato
TELEVISIÓN	Medio de comunicación usado por la moda para difundir ideas	Es el medio por el cual la moda presenta sus iconos a la sociedad
REVISTAS	Es el medio de comunicación impreso	Medio impreso por el cual se difunden las modas

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 9 DEL 10 AL 14 DE MARZO. MUNICIPIO DE CHIMALHUACAN

DIA VIERNES 14 DE MARZO

HORA DE INICIO: 12:50 AM

HORA DE TEMRINIO: 18:30 PM

Fue el día más tranquilo, al ya terminar nos sentíamos más en confianza para hacer las entrevistas. Se realizaron res entrevistas en este caso fue a estudiantes los cuales solo contestaron sin hacer ningún comentario acerca del tema.

Pero ya aplicadas las entrevistas la mayoría de los estudiantes se displayaron, una de ellas es universitaria, su nombre es perla sus respuestas acerca de la moda siempre fueron negativas pero de alguna u otra manera se viste como los cano nones lo marcan.

La primera de ellas duro 33 minutos, la segunda duro 56 minutos y la última de nuestra muestra duro 35 minutos.

Logrando nuestro objetivo trataremos de dar una propuesta de intervención para que nuestra muestra, que la gran mayoría de ellas se mostraron entusiasmadas.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 9 DEL 10 AL 14 DE MARZO. MUNICIPIO DE CHIMALHUACAN

DIA JUEVES 13 DE MARZO

HORA DE INICIO: 11:50 AM

HORA DE TEMRINIO: 17:30 PM

Para estas entrevistas las visitas las realizamos por separado y con punto de unión fue la plaza de Xochiaca cerca de la casa de Carlos.

Las entrevistas se aplicaron en un tiempo muy corto. Una de las problemáticas que encontramos, fue que se tenia que esperar a las entrevistadas en cada casa. Tardamos más de dos horas esperando a una de ellas.

Una de las empleadas comento que la gente de clase baja, la moda es como un escalón por no poder a veces y que lo más que puede vestir son las ropas que nos encontramos en los tianguis.

Todas las entrevistadas estuvieron en la mejor disposición para ser parte de una investigación universitaria. La primera duro 34 minutos, la segunda 47 minutos, la tercera 28 minutos y la última del día duro 38 minutos.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 9 DEL 10 AL 14 DE MARZO. MUNICIPIO DE CHIMALHUACAN

DIA MIERCOLES 12 DE MARZO

HORA DE INICIO: 14:15 PM

HORA DE TEMRINIO: 19:20 PM

El día miércoles se realizaron cuatro entrevistas.

En las primeras dos entrevistas que se aplicaron fueron empleadas que se encontraban muy cansadas, por que las dos trabajaban en una escuela. Las dos son secretarias y tenían poca disponibilidad. Son personas muy jóvenes pero que tienen que cargar con la responsabilidad de la casa, una de ellas la menor tenía poco más de disponibilidad para hacer las preguntas, la otra ya quería que termináramos la entrevista. Con la menor tardamos 43 minutos. Con la segunda 33 minutos.

La tercera entrevista fue a una madre soltera y a su cuñada que no trabajaban en el mismo lugar pero que viven en el mismo domicilio, por lo cual nos facilito la entrevista. Al llegar del trabajo las estábamos esperando para aplicarles las entrevistas, ellas se mostraron con entusiasmo por el tema que les interesaba, un poco más a la madre soltera. Ella pregunto que si ella era una mujer que le gustaba andar a la moda que pasaría, nos limitamos a decir que con los resultados podríamos responder a su pregunta. Pero pregunto que si podía saber los resultados; contestamos que si. El día que los tuviéramos se los haríamos saber. Con la madre soltera la duración fue de 45 minutos y con la cuñada fue de 40 minutos.

Este día realizamos cuatro entrevistas porque en dos domicilios realizamos todas las entrevistas.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 9 DEL 10 AL 14 DE MARZO. MUNICIPIO DE CHIMALHUACAN

DIA MARTES 11 DE MARZO

HORA DE INICIO: 10:25 AM

HORA DE TEMRINIO: 15:30 PM

El día martes se realizaron tres entrevistas.

La primera entrevista de este día fue aplicada a una ama de casa, la cual es una persona muy introvertida, lo único que nos comento fue que ella no sabia nada acerca del tema pero trataría de ayudarnos, pero siempre haciendo el comentario de que ella no sabia acerca del tema, su casa es muy modesta, cuenta con muy pocos servicios de urbanización pero estuvo dispuesta a ayudar, su entrevista duro aproximadamente 30 minutos.

La segunda entrevista fue aplicada a una empleada de fábrica que contaba solo con 22 años y se mostró emocionada por saber si era parte de la moda. Ella se mostró contenta en cada una de las preguntas y cada vez se mostraba más interesada.

Esta entrevista fue aplicada en la casa de la anterior entrevistada ya que tenían cierto parentesco, esta entrevista duro aproximadamente 38 minutos.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 9 DEL 10 AL 14 DE MARZO. MUNICIPIO DE CHIMALHUACAN

DIA LUNES 10 DE MARZO

HORA DE INICIO: 15:30 PM

HORA DE TEMRINIO: 19:30 PM

Este día se realizo una entrevista.

A la llegada a este pueblo teníamos concertada cuatro entrevistas, pero el factor tiempo otra vez fue determinante para no poder realizar las entrevistas solamente una ama de casa darnos un tiempo para realizar nuestras entrevistas y la entrevista solo duro 35 minutos. Al término de nuestra entrevista tratamos de localizar a más de nuestras amas de casa pero como lo mencionamos anteriormente todas estaban muy ocupadas por lo cual solo realizamos una entrevista.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 8 DEL 03 AL 07 DE MARZO. DELEGACION IZTAPALAPA

DIA LUNES 3 DE MARZO

HORA DE INICIO: 16:00 PM

HORA DE TEMRINIO: 19:30 PM

El día lunes se realizaron tres en la primera, nuestra entrevista nos comento que del tema no sabía nada ya que desde que ella se caso el tema le era indiferente ya que ella comento que no se había puesto a pensar que tan relevante era este tema para las mujeres ya en su casa la señora se mostró amable por ser parte de una entrevista de investigación universitaria, la entrevista duro alrededor de 50 minutos. Y todas las preguntas fueron contestadas.

La segunda persona que visitamos nos pidió que no fuera demasiado tiempo ya que ella tenia cosas que hacer aunque ella si se mostró interesada en nuestra entrevista ya que a esta persona le gustaría vestir más a la moda para verse más joven.

Está entrevista ocurrió sin ningún contratiempo.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 8 DEL 03 AL 07 DE MARZO DELGACION IZTAPALAPA

DIA MARTES 04 DE MARZO

HORA DE INICIO: 15:30 PM

HORA DE TEMRINIO: 19:30 PM

Este día se realizaron tres entrevistas, fue un poco más fácil ya que las entrevistadas del día anterior habían platicado ya con las entrevistadas de este día y les pareció fácil, así que sus respuestas eran más fluidas y con mucha seguridad.

Ellas tres comentaron que era algo raro ver a un hombre investigando acerca de este tema fue así que les explicamos que se trataba de un proyecto de investigación y a ellas les pareció interesante ya que nunca se les había ocurrido pensar en este tema de la manera en que lo habíamos hecho nosotros.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 8 DEL 03 AL 07 DE MARZO DELGACION IZTAPALAPA

DIA MIERCOLES 05 DE MARZO

HORA DE INICIO: 12:30 PM

HORA DE TEMRINIO: 16:30 PM

Este día se realizaron tres entrevistas, estas fueron realizadas en una zona más urbanizada con casas de un estilo arquitectónico, las entrevistas tienen una situación económica cómoda por lo cual el tema les pareció muy agradable y argumentaron que para ellas la moda era fundamental y las entrevistas duraron aproximadamente 40 minutos cada una.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 8 DEL 03 AL 07 DE MARZO DELGACION IZTAPALAPA

DIA JUEVES 06 DE MARZO

HORA DE INICIO: 15:30 PM

HORA DE TEMRINIO: 19:30 PM

Este día se realizaron dos entrevistas y tuvimos bastantes contratiempos ya que en la primera entrevista estuvimos esperando a la persona que íbamos a entrevistar porque tenia algunas cosas que hacer y no podía atendernos en ese momento así que esperamos un rato.

En la segunda entrevista también hubieron contratiempos ya que esta fue interrumpida por más de cuatro veces por sus hijos al termino de esta entrevista y ya sin la grabadora encendida esta señora nos comento que a ella le gustaría estar más a la moda pero como tenia “unos kilos de más” y ella se sentía muy mal por ese motivo.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 8 DEL 03 AL 07 DE MARZO DELGACION IZTAPALAPA

DIA VIERNES 07 DE MARZO

Este día no se realizo ninguna entrevista.

Motivo: Las amas de casa que entrevistaríamos este día no pudieron, atendernos ya que tenía algunas cosas que hacer y terminarían hasta muy tarde así que cambiamos las citas para otro día.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 7 DEL 24 AL 28 DE FEBRERO ESCUELA PRIMARIA

DIA LUNES 24 DE FEBRERO

El día de hoy no pudimos trabajar ya que es un día festivo y el personal de la primaria en la que íbamos a trabajar no asistió.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 7 DEL 24 AL 28 DE FEBRERO ESCUELA PRIMARIA

DIA MARTES 25 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 12:30 PM

HORA DE TERMINIO: 16:30 PM

El día de hoy comenzamos a trabajar temprano ya que no teníamos mucho tiempo disponible y las personas a las que entrevistaríamos nos dieron la facilidad de realizar nuestro trabajo temprano he hicimos tres entrevistas, consideramos que el día de hoy las entrevistadas estaban un poco nerviosas aunque esto fue solo al principio porque después de un rato se sintieron en confianza y le nerviosismo de un principio se esfumo.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 7 DEL 24 AL 28 DE FEBRERO ESCUELA PRIMARIA

DIA MIERCOLES 26 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 15:30 PM

HORA DE TERMINIO: 19:30 PM

El día de hoy se realizaron dos entrevistas fueron aplicadas a dos profesoras, al principio ellas nos comentaron que ellas de moda no sabían nada pero que nos tratarían de ayudar ya que para ellas la moda es solo para las jovencitas y que además son delgadas y que ellas no se consideraban dentro de la moda, en estas entrevistas nos tardamos aproximadamente unos 50 minutos por cada una.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 7 DEL 24 AL 28 DE FEBRERO ESCUELA PRIMARIA

DIA JUEVES 27 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 12:30 PM

HORA DE TERMINIO: 16:30 PM

El día de hoy continuamos entrevistando a profesoras de primaria solo que en este caso si se mostraron interesadas en el tema de la moda y en general nos comentaron que aunque ellas no seguían una moda, si les agradaba vestir a la moda pero siempre y cuando esta prenda les fuera bien, porque, según ellas la moda esta dirigida a cierto tipo de personas refiriéndose a las personas delgadas.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 7 DEL 24 AL 28 DE FEBRERO ESCUELA PRIMARIA

DIA VIERNES 28 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 15:30 PM

HORA DE TERMINIO: 19:30 PM

El día de hoy comenzamos a trabajar en la tarde y como los demás días ya teníamos en mente cuantas entrevistas íbamos a realizar.

Pero no contábamos con que el tiempo nos sería insuficiente y solo realizamos dos entrevistas de las que originalmente íbamos a realizar, las personas entrevistadas se portaron muy amables y el tema creemos que realmente les intereso, es por eso que las entrevistas de este día duraron un poco más de lo que habíamos previsto.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 6 DEL 17 AL 21 DE FEBRERO SECUNDARIA PARA TRABAJADORES

DIA MARTES 18 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 15:30 PM

HORA DE TERMINIO: 19:30 PM

El día de hoy continuamos trabajando en la secundaria y entrevistamos a dos mujeres, una de ellas dijo que la moda a ella realmente no le interesaba por que no le gustaba verse igual a las demás y la otra dijo que la moda a veces era bonita pero otras tantas no, así que solo en ocasiones le gustaba estar a la moda.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 6 DEL 17 AL 21 DE FEBRERO SECUNDARIA PARA TRABAJADORES

DIA MIERCOLES 19 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 12:30 PM

HORA DE TERMINIO: 16:30 PM

El día de hoy nuestras entrevistadas estaban un poco nerviosas pues cuando vieron la grabadora, nos preguntaron ¿a poco nos van a grabar? A lo que tratamos de responder sin darle mucha importancia en un principio una de ellas no dejaba de ver la grabadora, pero luego se le olvido y se comporto de manera normal es decir como si la grabadora no estuviera a diferencia de la otra que al final de la entrevista nos pidió escuchar su voz en la grabación.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 6 DEL 17 AL 21 DE FEBRERO SECUNDARIA PARA TRABAJADORES

DIA JUEVES 20 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 15:30 PM

HORA DE TERMINIO: 19:30 PM

El día de hoy realizamos tres entrevistas, las mujeres a las que se las realizamos se mostraron muy amables y no tuvieron ningún inconveniente en apoyarnos para realizar nuestro trabajo, solo una de ellas nos pidió que la entrevistáramos primero porque se iba a ir temprano y si la dejábamos al final tal vez ya no le daría tiempo de ser entrevistada.

REPORTE DE TRABAJO

SEMANA 6 DEL 17 AL 21 DE FEBRERO SECUNDARIA PARA TRABAJADORES

DIA VIERNES 21 DE FEBRERO

HORA DE INICIO: 16:30 PM

HORA DE TERMINIO: 19:30 PM

El día de hoy iniciamos nuestro trabajo a las 16:30 y entrevistamos a tres mujeres de entre 19 y 23 años, ellas al termino de las entrevistas nos comentaron que a veces les cuesta un poco de trabajo encontrar ropa de sus tallas pues según ellas nos comentaron que la ropa que se fabrica hoy en día esta diseñada solo para gente extremadamente delgada y eso es un problema.

BIBLIOGRAFIA

1. Aburdene patricia. . 1993. *Mega tendencias de la mujer*. Norma Bogota
2. Amigo Aranaiz, 1992 .*Feminismo y feminidad*. Fondo de cultura económica
3. Antonie Artous, 1978. *Los orígenes de la opresión de la mujer*. Fotorama
4. Baker Millar. 1992. *Jean Hacia una nueva psicología de la mujer*. Paidos.
5. Berger Peter y Lukman Thomas, 1992. *La construcción social de la realidad*. Amorroutur
6. Castro Ana Lucia. 2000. *Culto al cuerpo, modernidad y medios de comunicación de masas*. UNICAMP/FAPESP (Brasil)
7. Entwiflle Joane, *El cuerpo y la moda*. Paidos
8. Fernández Anamaria.1992. *Las mujeres en la imaginación colectiva*. Paidos
9. Gilles Lipovetsky, 1987. *El imperio de lo efímero*. Editorial Anagrama.
10. González Blanco Edmundo. *Feminismo en las ciudades modernas*.
11. González Ma Asunción. *Feminidad y masculinidad*
12. Kate Young *Atropologia y feminismo* Edit anagrama

13. Ibañes Tomas, 1994. *Psicología social contruccionista*. Universidad de Guadalajara
14. Kimball Young, 1969, *Psicología social de la muchedumbre*. Paidos.
15. Loaeza Guadalupe. 1995. *Compro, luego existo*. Miami Shopping
16. Marc Alain Descamps *Psicología e la moda* Edit fondo de cultura económica
17. Michele Mattelar. 1977. *La cultura de la opresión femenina*. Serie popular Era.
18. Navarrete Efigenia Ma. 1969. *La mujer y los derechos sociales*. Ediciones Oasis
19. Pastor Reina. 1993. *Historia de las mujeres en el occidente*. Taurus.
20. Raguz Maria. *Construcciones sociales y psicológicas de la mujer*
21. Shutz Alfred, 1993. *La construcción significativa*. Paidos
22. Wolfe Marshall, 1975. *Mujeres en América latina*. Fondo de cultura Económica
23. Yonnet Paul, 1985. *Juegos, modas y masas*. Editorial Gedisa..

INDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN.....	5
I CONSTRUCCIÓN DEL MUNDO SOCIAL.....	8
1.1 comprensión intrasubjetiva.....	8
1.2 Internalización.....	10
1.3 Socialización.....	11
II ANTECEDENTES DE LA MODA DESDE 1810.....	15
2.1 Vestimenta para dama como parte de la moda.....	27
III FEMINEIDAD.....	31
3.1 Que es femineidad.....	31
3.2 La mujer y su femineidad.....	33
3.3 Desde la cultura.....	35
3.4 Aspecto psicosocial.....	38
3.5 Aspecto psicoanalítico.....	40
3.6 La femineidad desde el punto de vista de la moda.....	43
3.6.1 Accesorios Femeninos (moda).....	44
IV MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	52
4.1 moda y elegancia.....	55
V RECAPITULACIÓN DEL MARCO TEORICO	57
METODOLOGÍA.....	65
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	66
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	77
CONCLUSIÓN.....	88
ANEXOS.....	92
BIBLIOGRAFÍA.....	119
INDICE.....	121