

# IDENTITY

## AUTORRECONOCIMIENTO

## CIMIENTO

Como resultado de  
experiencias e  
interpretaciones  
subjetivas en la moda

Ph: Julia Kuzenkov

Valentina  
Cuesta  
**TRABAJO  
GRADO I**



# resumen

## RESUMEN



**E**l siguiente escrito surge de la necesidad del ser humano de reconocer la identidad y la aceptación como temas relevantes, los cuales se ven influenciados principalmente por las experiencias personales y sociales acumuladas durante el ciclo vital, vivencias que intrínsecamente incorporan la necesidad básica del vestuario, que además de ser indispensable se ha convertido en un partícipe activo del desarrollo individual, logrando crear

una distinguida personalidad, identidad y apariencia en cada ser humano, a través de la moda, la cual representa un fenómeno del cambio y la transformación, que otorga altos referentes a la sociedad, la cual se encarga de difundir y procrear tendencias objetivas a partir de la distinción subjetiva de cada miembro de ella (Simmel, 1905).

“Además de proteger el cuerpo ante las inclemencias climáticas y de las hostilidades del ambiente que nos rodea, el vestido nos distingue” (Iliaris A 2016) asimismo, nos otorga identidad y poder de expresión, pues su funcionalidad no es netamente física y exterior, también cumple funciones psicológicas en las que son involucradas experiencias emocionales y enriquecedoras, relacionadas con todas aquellas vivencias sociales por las que pasa cada individuo y a partir de ellas inicia la obtención de inseguridades y auto rechazos debido a la estandarización de la belleza y la estereotipación de la apariencia. Partiendo de esto, son desglosadas las etapas de la jerarquía de necesidades humanas de Maslow y relacionadas con el desarrollo

personal, la aceptación de apariencias, el reconocimiento y la unificación de perspectivas subjetivas.

*Identidad*  
*Cambio*  
*Aceptación*  
*Moda*  
*Experiencias*

} PALABRAS  
CLAVE

## abstract ABSTRACT

The following paper arises from the need of human beings to recognize identity and acceptance as relevant issues, which are mainly influenced by personal and social experiences accumulated during the life cycle, experiences that intrinsically incorporate the basic need for clothing, which besides being indispensable has become an active participant in individual development, managing to create a distinguished personality, identity and appearance in every human being, through fashion, a phenomenon of change and transformation, which gives high references to society, which is responsible for disseminating and

procreating objective trends from the subjective distinction of each member of it (Simmel, 1905).

"In addition to protecting the body from inclement weather and from the hostilities of the environment around us, clothing distinguishes us" (Iliaris A 2016) in addition, it gives us identity and power of expression, because its functionality is not purely physical and external, it also fulfills psychological functions in which emotional and enriching experiences are involved, related to all those social experiences through which each individual goes through and from them begins the obtaining of insecurities and self-rejections due to the standardization of beauty and stereotyping of appearance. Based on this, the stages of Maslow's hierarchy of human needs are broken down and related to personal development, acceptance of appearances, recognition and unification of subjective perspectives.

Keywords: Identity, change, acceptance, fashion, experiences.

*Identity*  
*Change*  
*Acceptance*  
*Fashion*  
*Experiences*

} KEYWORDS

# objetivo

## OBJETIVO

**E**l objetivo de este estudio es comprender y transmitir la transformación de la identidad a través de ilustraciones que comuniquen los aspectos positivos y negativos del desarrollo personal de cada ser, así como las distinciones y las interpretaciones subjetivas de la apariencia adquiridas por la moda y la sociedad, las cuales no solo otorguen información al espectador, sino además generen experiencias emocionales que contribuyan en la autorrealización, la creatividad y el amor propio.



Thaís Silva



Hayana Fernanda

# OBJETIVO

# AUTORRECONOCIMIENTO

**E**l ser humano se encarga de construir su identidad individual a través de las experiencias únicas que vive y se permite vivir desde su respiro inicial, y así a lo largo de todo su ciclo vital logra construir una edificación inmensa de características, cualidades, rasgos y pensamientos que terminan siendo los factores distintivos en la definición del ser.

Esta identidad no es negociable, es adquirida por todo aquel que reciba vida y su destino se base en desarrollarse como ser humano, lo cual conlleva a la gran responsabilidad de ser unitario e irrepetible, sin un límite de tiempo y sin una razón u objetivo claros, simplemente es dada, como dice Frege “la identidad es una relación dada a nosotros de una forma tan específica que es inconcebible que pueda darse de manera distinta” (Frege 2000).

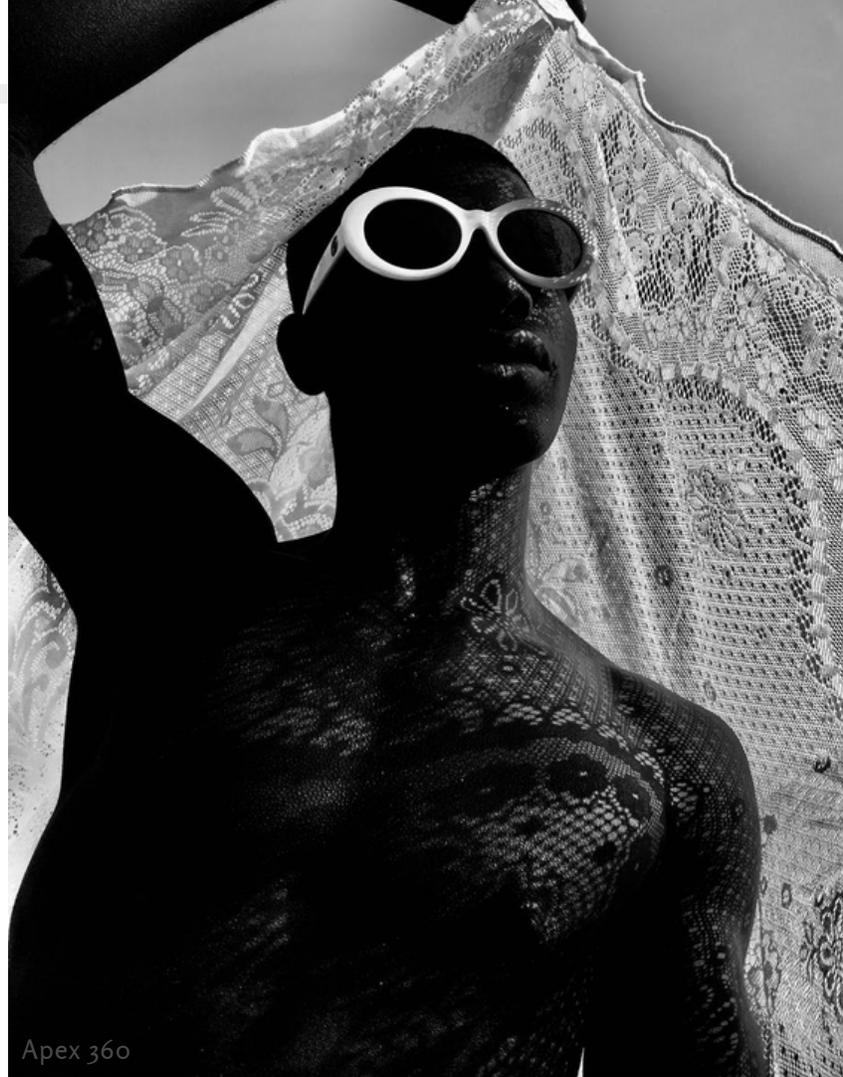
Este proceso de desarrollo es moldeado por situaciones y experiencias vividas en cada una de las etapas de crecimiento, en las cuales influye el núcleo de relaciones, el entorno, las decisiones propias y las emociones producidas a lo largo de cada situación. Estas experiencias — personales e interpersonales son las encargadas de componer la personalidad y de dar una identidad individual, sin embargo, en la mayoría de los casos existen vivencias que suelen dejar raíces negativas durante el desarrollo de la persona, ya que afectan la autoestima, la confianza, la desaprobación de la apariencia propia y las expectativas personales,



Alexander Krivitskiy

además de ser habitualmente proporcionadas por personas cercanas, del núcleo familiar, o totalmente ajenas a las que se les permite dar una opinión en la vida del individuo, desestabilizando su proceso, llevándolo por caminos de inseguridad, desaprobación y auto rechazo.

Así que debido a que ningún proceso puede ser perfecto y necesita de errores, fracasos y altibajos para seguir creciendo con mayor fuerza, es aquí donde inicia la senda de la aceptación y la autorrealización. Abraham Maslow, uno de los fundadores y principal exponente de la psicología humanística, se encargó de investigar y profundizar los comportamientos que adquiere el ser humano de acuerdo a su entorno de crecimiento y la manera en que estos hechos determinan su autorrealización. Logrando clasificar los aspectos de un buen desarrollo personal y la jerarquía de las necesidades humanas psicológicas y físicas que contribuyen en el proceso y dan una visión clara de cada obstáculo seguido de una idea de cómo superarlo.



Para enfatizar un poco en el tema de la autorrealización Maslow se encargó de proponer una pirámide de necesidades claras. La primera se basa en las fisiológicas, como la respiración, la alimentación y el descanso, las cuales podemos definir como necesidades ya existentes y sencillas, pues son imposibles de ignorar, en segundo lugar vemos las seguridades físicas, de empleo, financieras y morales, estas son requisitos que lleva el ser humano por el bien de su desarrollo personal, en tercer lugar es puesta la afiliación, aquí se evalúa la

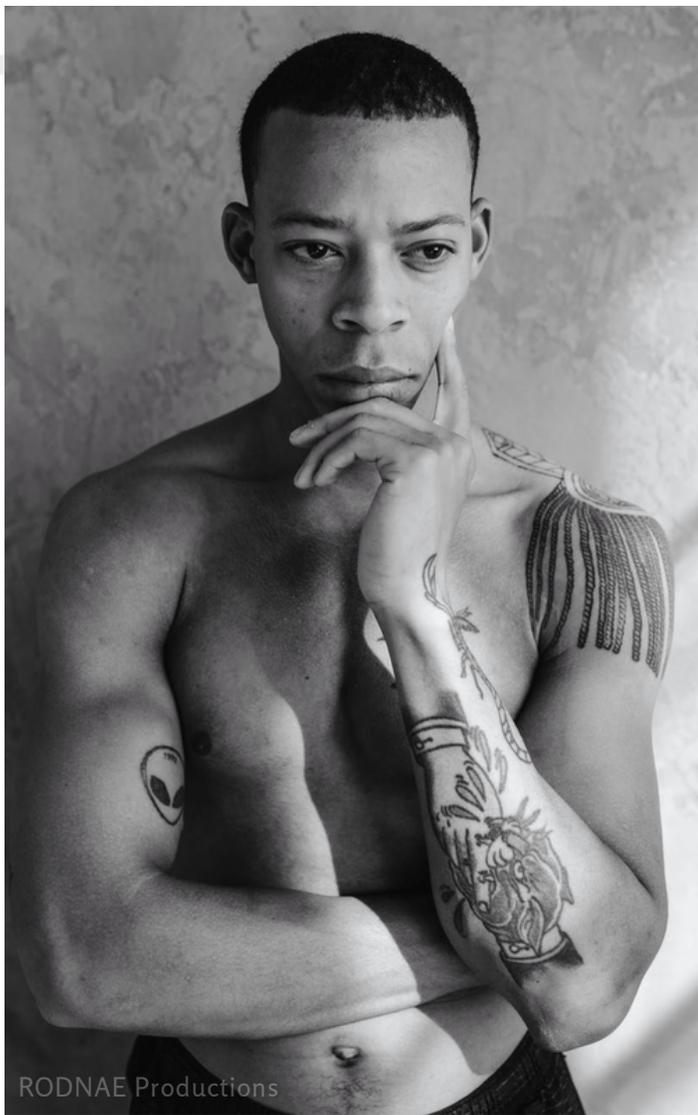
aquí se evalúa la necesidad de relacionarse, generar amistades, afecto e intimidad sexual, debido a que esto afirma su capacidad de comunicación, su identidad y su autoestima para llegar a la cuarta en la que se encuentra el reconocimiento (Maslow, 2018).

En esta última necesidad de reconocimiento es necesario profundizar un poco más, ya que luego de haber escalado hasta aquí, la aceptación, el respeto y la confianza son el nuevo foco. Estos aspectos son presentados como una necesidad y se interpone el hecho de que nunca han sido considerados de esta manera, más bien, son propuestos como expectativas a las que solo pueden acceder individuos que superan elevados estándares de belleza y disponen de una apariencia aceptable y cómoda para la sociedad, lo cual impide que la persona se auto reconozca como un ser suficiente o digno de ser aprobado, ya que “vivimos en una sociedad de representaciones en la que sólo lo que se observa tiene importancia” (Iliaris A 2016).

Esta aceptación necesaria, tiene una relación notoria con el desarrollo de la autoestima de cada ser humano



la cual se encuentra en continua evolución y depende de distintos factores influyentes, como el entorno familiar, la educación y la relación con la sociedad; elementos que sostienen una gran influencia a un desarrollo pleno de aceptación, identidad y buena autoestima, por lo tanto requieren de una reformulación de conceptos errados, como el de la belleza, la cual es definida por medio de estandarización o estereotipos y en realidad “no es una cualidad innata al objeto[ o a la persona], sino una propiedad percibida con respecto a ella por otra” (Lloyd, 1923: 225),



es decir, la verdadera belleza es captada de manera individual de acuerdo a las experiencias personales, y no es un concepto objetivo.

De manera que este reconocimiento es crucial en el camino hacia la autoaceptación y realización, vemos necesario adquirir una madurez durante esta transformación, con el fin de reconocer todo lo que conlleva ser unitario e irrepetible, cómo dijo Jose Antonio Garcia

“Aceptar el cuerpo, la edad, el tiempo que vivimos sin invasiones, nostalgias o fugas hacia adelante, es sabiduría y sensatez. Es la posibilidad de vivir de una manera personal, aceptada, constructiva y existencialmente valiosa” (Garcia, J.A.2009).

Luego de recalcar la relevancia del reconocimiento, la aceptación de las distinciones del ser y el desarrollo de su identidad individual, damos paso a la transformación personal y emocional que aportan la moda y el vestuario a un individuo, debido a que estructuran la mayor parte de las experiencias humanas y tienen un rol importante en la formación de tal identidad, es posible aportar una perspectiva emocional que permita a cada persona transmitir su seguridad y construir un reconocimiento de aceptación y confianza, dejando de lado los conceptos errados, las apariencias estereotipadas y logrando una distinción única a través de tendencias y referentes objetivos que ofrecen la moda y sus cambios constantes.

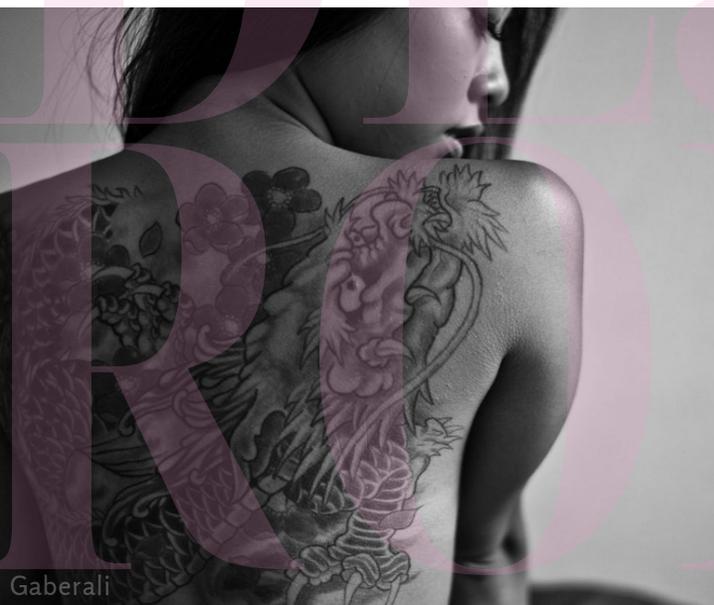
En este camino de realización individual, el vestuario cumple el papel de comunicar,

ya que el ser es miembro de la sociedad, la cual es un mundo de cuerpos vestidos (Fernández. C. 2013), cuerpos que hablan por sí solos, y reflejan su identidad por medio de prendas, colores y accesorios, cuerpos que viven diariamente comunicándose de esta manera y que frecuentemente se cohiben de ser, debido a estereotipos, prejuicios y opiniones irracionales propuestas por un mundo social.

La inevitable necesidad del ser humano de cohibirse para encajar, desencadena una falla de comunicación interna que crea una barrera entre los deseos propios y las expectativas exteriores, generando por tanto una muestra falsa o una realidad maquillada de lo que realmente se espera manifestar por medio del vestuario (Marta, D. 2022).

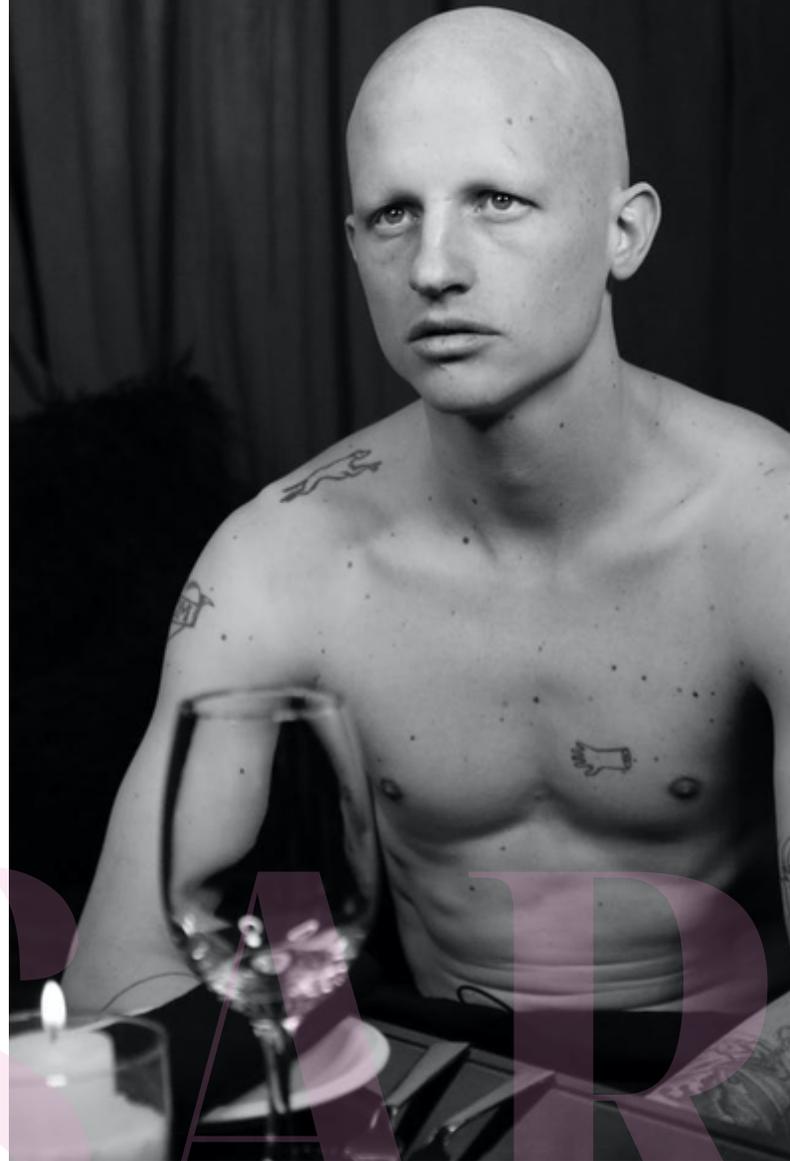


Cada vez que un individuo decide usar una prenda, automáticamente se desglosan dos factores inevitables, primero la auto perspectiva que esta prenda provoca y segundo la percepción e interpretación que otros desarrollan de ese ser, estos dos aspectos nunca han tenido la intención de ser uno solo, pues las opiniones subjetivas que se dan en este caso parten de identidades y personalidades totalmente distintas, sin embargo, el hecho de que la subjetividad prime sobre las opiniones sociales, no puede cambiar



no puede cambiar la idea de que la objetividad es la suma de varias subjetividades (Simmel, 1905).

El autoconocimiento, la confianza y la aceptación son algunos de los más importantes aspectos de la penúltima etapa de la torre de Maslow, y además pensamientos subjetivos y positivos que el ser realiza de sí mismo, dejando una operación abierta a opiniones subjetivas exteriores que pueden ser negativas o positivas y aun así siguen siendo captadas, ya que realizando la suma de todos estos pensamientos individuales, se obtiene una definición objetiva con puntos buenos y malos que terminan subiendo a la quinta y última etapa "la autorrealización" en el que la perfección es solo un mito y la aceptación, la creatividad, la espontaneidad y la falta de prejuicios conforman la personalidad y la identidad individual.



Skyler Ewing



Dominique ROELLINGER

# conclusión

## CONCLUSIÓN



Mariana Montrazi

**E**n conclusión, vemos que la moda y el vestuario no solo cubren un cuerpo físicamente desnudo, también se encargan de cubrir un alma desnuda, marcada por experiencias positivas y negativas e inseguridades proporcionadas por la belleza estereotipada y la superficialidad, cicatrices invisibles que se convierten en grandes obstáculos para la autorealización y la aceptación de un ser humano frágil que siempre termina encontrando la sencilla salida de la aprobación social a cambio de la negación total de sí mismo.

La moda cubre el alma, y le abre un nuevo camino al ser, para recordarle que la verdadera autorrealización se trata de aceptar, amar y cuidar de una única esencia, la cual es propia y totalmente unitaria, fomentando la aceptación de cada individuo y unificando las subjetividades propias y sociales, alejando el resultado objetivo de prejuicios y estereotipos perfectos y recordando el proceso de transformación a través de las experiencias vividas a lo largo del camino.

La ilustración aportará una interpretación distinta para cada personalidad, y generará opiniones de aspectos positivos y negativos, que conformen el desarrollo del proyecto y lo lleven por la senda de la unificación y la suma de perspectivas subjetivas.



Alexander Krivitskiy

# referencias

## REFERENCIAS

- Maslow, A. (2015). El hombre autorrealizado. Kairós SA.
- Maslow, A. (2018). A theory of human motivation. Wilder Publications
- Huber, D. (2014, mayo). slideshare. Recuperado abril de 2022
- Gallegos M. (2016) El problema de la identidad personal a través del tiempo. Universidad de Concepción facultad de educación pedagogía en filosofía.
- IEP (2018). Las 5 fases de la pirámide de Maslow
- Ortiz, I. A. (2016). Reflexiones en torno a la moda: Tensiones, paradojas, y frivolidades. Apuntes sobre Georg Simmel y Gabriel de Tarde Bajo Palabra, 12(2016), 265-273. <https://doi.org/10.15366/bp2016.12.022>
- Marta, D., Llaguno, M., Dra, C., & En, C. (n.d.). La tiranía de la apariencia en la sociedad de las representaciones. Rua.Ua.Es. Retrieved 2022, from <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2324/1/latina.pdf>
- Lipovetsky, G., & Anagrama, E. (n.d.). EL IMPERIO DE LO EFÍMERO La moda y su destino en las sociedades modernas. Acheesil.Com. Retrieved April 26, 2022, from <https://www.acheesil.com/wp-content/uploads/2009/10/lipovetsky-el-imperio-de-lo-efimero.pdf>

