

**DETERMINAR CÓMO INFLUYE EL ESTADO DE ÁNIMO EN LAS MUJERES
UNIVERSITARIAS DEL PASCUAL BRAVO DEL PROGRAMA DE PRODUCCION
TEXTIL Y DISEÑO DE MODAS DE MEDELLÍN ENTRE 19 Y 25 AÑOS AL
MOMENTO DE ELEGIR UNA PRENDA Y SU COLOR**



NATALIA BUSTAMANTE ARIAS

STEFANY CLAVIJO HERNANDEZ

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCION TEXTIL Y DISEÑO DE MODAS
Medellin noviembre del 2015**

**DETERMINAR CÓMO INFLUYE EL ESTADO DE ÁNIMO EN LAS MUJERES
UNIVERSITARIAS DEL PASCUAL BRAVO DEL PROGRAMA DE PRODUCCION
TEXTIL Y DISEÑO DE MODAS DE MEDELLÍN ENTRE 19 Y 25 AÑOS AL
MOMENTO DE ELEGIR UNA PRENDA Y SU COLOR**

NATALIA BUSTAMANTE ARIAS

STEFANY CLAVIJO HERNANDEZ

**Trabajo de grado para optar el título de tecnóloga en diseño textil y producción de
moda**

Asesora: Alina Gómez Cardona

Filósofa y diseñadora

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN TEXTIL Y DISEÑO DE MODAS
Medellín noviembre de 2015**

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	8
RESUMEN	11
ABSTRACT	13
1. DEFINICION DEL PROBLEMA.....	15
1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.....	15
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	16
1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	16
2. OBJETIVOS.....	17
2.1 OBJETIVO GENERAL:.....	17
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	17
3. JUSTIFICACIÓN.....	18
4. MARCO CONTEXTUAL.....	19
4.1 MARCO DE REFERENCIA.....	20
5. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO	28
6. DISEÑO METODOLÓGICO	29
7. ETAPAS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO	30
8. CRONOGRAMA	31
9. ENCUESTA.....	32
10. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN	35
11. CONCLUSIONES	77
12. REFERENCIAS.....	78

Índice de Tablas

Tabla 1. Descripción técnica del proyecto Fuente Elaboración propia	28
Tabla 2. Cronograma de Actividades Fuente Elaboración propia	31
Tabla 3. Emociones e indumentaria	35
Tabla 4. Color e indumentaria	39
Tabla 5. Como influye nuestro ánimo al vestirnos	43
Tabla 6. El negro, un color que predomina en la juventud.....	46
Tabla 7. ¿El tanto influye el ánimo en lo que vistes?	52
Tabla 8. ¿Mi actividad determina lo que visto?.....	57
Tabla 9. ¿Bajo qué influencia te vistes?	60
Tabla 10. Color y edad	64
Tabla 11. Color y personalidad.....	68
Tabla 12. Las mociones y el color	73

Índice de Gráficas

Gráfica 1.....	35
Gráfica 2.....	36
Gráfica 3.....	36
Gráfica 4.....	37
Gráfica 5.....	37
Gráfica 6.....	38
Gráfica 7.....	38
Gráfica 8.....	39
Gráfica 9.....	40
Gráfica 10.....	40
Gráfica 11.....	40
Gráfica 12.....	41
Gráfica 13.....	41
Gráfica 14.....	42
Gráfica 15.....	42
Gráfica 16.....	43
Gráfica 17.....	44
Gráfica 18.....	44
Gráfica 19.....	44
Gráfica 20.....	45
Gráfica 21.....	45
Gráfica 22.....	45
Gráfica 23.....	46
Gráfica 24.....	46
Gráfica 25.....	48
Gráfica 26.....	48
Gráfica 27.....	49
Gráfica 28.....	49

Gráfica 29	50
Gráfica 30	50
Gráfica 31	51
Gráfica 32	51
Gráfica 33	53
Gráfica 34	53
Gráfica 35	54
Gráfica 36	54
Gráfica 37	55
Gráfica 38	55
Gráfica 39	56
Gráfica 40	56
Gráfica 41	57
Gráfica 42	57
Gráfica 43	58
Gráfica 44	58
Gráfica 45	59
Gráfica 46	59
Gráfica 47	59
Gráfica 48	60
Gráfica 49	61
Gráfica 50	61
Gráfica 51	62
Gráfica 52	62
Gráfica 53	63
Gráfica 54	63
Gráfica 55	64
Gráfica 56	64
Gráfica 57	65
Gráfica 58	65
Gráfica 59	66

Gráfica 60	66
Gráfica 61	66
Gráfica 62	67
Gráfica 63	67
Gráfica 64	68
Gráfica 65	69
Gráfica 66	69
Gráfica 67	70
Gráfica 68	70
Gráfica 69	71
Gráfica 70	71
Gráfica 71	72
Gráfica 72	72
Gráfica 73	73
Gráfica 74	73
Gráfica 75	74
Gráfica 76	74
Gráfica 77	75
Gráfica 78	75
Gráfica 79	76
Gráfica 80	76

INTRODUCCIÓN

El interés de la psicología por la vida en comunidad es relativamente nuevo y surge a partir del movimiento de la salud mental en las décadas de los 50 y 60.

El nuevo campo de la psicología comunitaria está dividido en varias aproximaciones diferentes para abordar los problemas de la comunidad: una social de la salud, que trata con los determinantes principales de la salud, comportamientos, hábitos y en general, todas las estrategias tendientes a promover las condiciones de vida saludables y a prevenir comportamientos de riesgo. (Losada)

Los aspectos emocionales del ser humano han tomado prioridad dentro del mundo, ya que se crea una cultura de salud mental y se es más conscientes de las emociones y como ellas repercuten en el cuerpo, de igual manera como estas se ven reflejadas en el mundo del mercadeo, puesto que de ellos depende la aceptación o no de nuevas tendencias, en este caso tomamos como punto de partida los estados de ánimo, ya que estos estados nos indican acciones y maneras como podemos determinar un hilo conductor para establecer deseos, aspiraciones y necesidades extrínsecas e intrínsecas, generando una idea del reflejo en los aspectos físico y las exaltaciones, de esta forma mostrar por medio de la ropa, el color, siendo el color el más representativo debido a que comunica deseos, sentimientos y demás, brindando cualidades comunicativas en la cultura, en el diario vivir y en la sociedad.

Al ser seres vivos nos vemos en la necesidad de buscar cómo expresar las necesidades que gobiernan el interior de la mente humana, busca comunicar sensaciones, pensamientos en pro de la libertad de exponer lo que se siente en un momento determinado sin necesidad de usar expresiones habladas. Al momento de buscar cómo expresar las emociones utilizando el cuerpo es un lienzo para difundirlas, es por ello que los colores y las emociones son el vehículo para encontrar dentro de la sociedad personas con las mismas o similares afinidades, compatibilidades y gustos, por ello, el mercadeo hoy en día fija pautas que pasan de lo global a lo individual, buscando exteriorizar las necesidades internas que le permitan con mayor facilidad manifestar todos aquellos sentimientos sin necesidad de estar contando al mundo aquello que pasa por su mente.

El color es un gran aliado debido a su alto impacto expresivo al momento de comunicar cualquier tipo de emoción, es así como algunos colores reflejan seguridad, confianza, identidad, y en algunos casos estatus económico o social, por ello los colores proyectan las sensaciones positivas o negativas según las experiencias individuales desde el interno hacia lo externo.

En la cultura contemporánea el cuerpo, sus prendas, sus siluetas, sus materiales y sus colores, han convertido una identidad que experimentamos al utilizar la ropa para expresar nuestro carácter único, dándole una importancia o valor al color que lleva la prenda, la ocasión de uso y el sentimiento que este llega a transmitir.

Es por ello que este trabajo se realiza teniendo Como referente jóvenes estudiantes del Institución Universitaria Pascual Bravo en el Programa de Diseño Textil y Producción de Modas de Medellín para analizar la influencia que tienen los colores y de qué manera estos inciden según su significado en el momento de elegir una prenda.

Queda demostrado que el 80% de las mujeres universitarias se sienten influenciadas por el estado de ánimo que tienen en el momento, o ya sea por un acontecimiento que ejerza inclinación a la hora de elegir una prenda y un color determinado para usar en un atuendo.

RESUMEN

PALABRAS CLAVES: color, moda, emociones, psicología, indumentaria.

Los aspectos emocionales del ser humano han tomado prioridad dentro del mundo, ya que se crea una cultura de salud mental y se es más conscientes de las emociones y como ellas repercuten en el cuerpo, de igual manera como estas se ven reflejadas en el mundo del mercadeo, puesto que de ellos depende la aceptación o no de nuevas tendencias, en este caso tomamos como punto de partida los estados de ánimo, ya que estos estados nos indican acciones y maneras como podemos determinar un hilo conductor para establecer deseos, aspiraciones y necesidades extrínsecas e intrínsecas, generando una idea del reflejo en los aspectos físicos y las exaltaciones, de esta forma mostrar por medio de la ropa, el color, siendo el color el más representativo debido a que comunica deseos, sentimientos y demás, brindando cualidades comunicativas en la cultura, en el diario vivir y en la sociedad.

A través de la historia la salud mental toma una gran importancia, la vida en comunidad y todo lo que rodea a un ser humano, creando un conjunto de experiencias y teniendo en cuenta que los determinantes en este caso son: de qué manera, cómo, cuándo, y las diferentes perspectivas que se tienen en una ocasión de uso al utilizar una prenda con un color específico, ya que estos siempre transmiten un estado de ánimo personal o cómo las otras personas pueden llegar a visualizar o interpretar un estado emocional.

El color es un gran aliado debido a su alto impacto expresivo al momento de comunicar cualquier tipo de emoción, es así como algunos colores reflejan seguridad, confianza,

identidad, y en algunos casos estatus económico o social, por ello los colores proyectan las sensaciones positivas o negativas según las experiencias individuales desde el interno hacia lo externo.

Es por ello que este trabajo se realiza teniendo Como referente jóvenes estudiantes del Institución Universitaria Pascual Bravo en el Programa de Diseño Textil y Producción de Modas de Medellín para analizar la influencia que tienen los colores y de qué manera estos inciden según su significado en el momento de elegir una prenda, sus materiales, colores y diseños se ven influenciados por los estados emocionales y por factores psicológicos que llegan a determinar los estilos de vida y con ello la forma de vestir.

ABSTRACT

Keywords : Colour , fashion, emotions, psychology , dress

The emotional aspects of the human being have taken priority in the world, since it creates a culture of mental health and is more aware of emotions and how they affect the body, in the same way as these are reflected in the world of marketing, since they depend on the acceptance or not of new trends in this case we take as starting point of mood States, since these States indicate us actions and ways how we can determine a thread to set desires, aspirations and needs of extrinsic and intrinsic, generating an idea of the reflection on the physical aspects and exaltations, thus show through clothes, the color, color being the most representative since it communicates wishes , feelings and others, providing communication qualities in the culture, in the daily life and society.

Throughout history, mental health takes a great importance, community life and everything that surrounds a human being, creating a set of experiences and taking into account that the determinants in this case are: how, how, when, and the different perspectives that are a chance to use to use a garment with a specific color Since these always transmit personal mood or how others can view or interpret an emotional state.

Color is a great ally because of its high expressive impact when communicating any type of emotion, as well as some colors reflect safety, trust, identity, and in some cases social, or economic status so the colors project according to individual experiences positive or negative feelings from the internal to the external.

So, this work is carried out regarding young students of the University institution Pascual Bravo in the program of textile design and fashion production of Medellin to analyze the influence that have the colors and how these affect according to their meaning at the time of choosing a garment, its materials, colors and designs are influenced by emotional States and psychological factors that come to determine lifestyles and This is the way of dressing.

1. DEFINICION DEL PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Reconocer qué factores emocionales influyen más en las mujeres universitarias del Pascual Bravo en el programa de Producción Textil y Diseño de Modas de Medellín entre los 19 y 25 años, al momento de elegir una prenda y su color.

La selección de la indumentaria, sus materiales, colores y diseños se ven influenciados por nuestros estados emocionales y por factores psicológicos que llegan a determinar los estilos de vida y con ello la forma de vestir.

De igual manera dado el significado de un color podemos determinar el tipo de sensación que este produce, y como este se refleja en un estado de ánimo que se da en el momento, y como él puede ser cambiado o interpretado por otra persona que lo visualiza.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué factores emocionales influyen en las mujeres universitarias del Pascual Bravo en el Programa de Producción Textil y Diseño de Modas, entre los 19 y 25 años de edad al momento de elegir una prenda de vestir y un determinado color?

1.3 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Especificar de qué manera el estado de ánimo tiene una influencia en las mujeres Universitarias del Pascual Bravo en el Programa de Producción Textil y Diseño de Modas de Medellín entre los 19 y 25 años de edad y la importancia que se le da al color que llevan las prendas, ya que éstos tienen un significado y pueden expresar un sentimiento. Conocemos el significado de los colores que llevan las prendas a través de su utilización por momentos protocolarios y ocasiones de uso.

A través de la historia la salud mental toma una gran importancia, la vida en comunidad y todo lo que rodea a un ser humano, creando un conjunto de experiencias y teniendo en cuenta que los determinantes en este caso son: de qué manera, cómo, cuándo, y las diferentes perspectivas que se tienen en una ocasión de uso al utilizar una prenda con un color específico, ya que estos siempre transmiten un estado de ánimo personal o cómo las otras personas pueden llegar a visualizar o interpretar un estado emocional.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL:

Definir la relación existente entre las emociones y la manera de vestir de las mujeres universitarias del Pascual Bravo del programa de Producción Textil y Diseño de Modas de Medellín entre los 19 y 25 años de edad y como su personalidad se refleja.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer de qué manera el color tiene influencia en aspectos como el estado de ánimo y la indumentaria.
- Generar un formato de encuestas para realizar a las mujeres universitarias del Pascual Bravo en el Programa de Diseño Textil y Producción de Modas entre los 19 y 25 años.
- Crear un estudio para un proyecto de emprendimiento que sirva como apoyo para una investigación con fines de promover nuevos productos, accesorios o artículos, basados en el uso del color y su influencia en la indumentaria.

3. JUSTIFICACIÓN

La investigación se realiza con el objetivo de tener un conocimiento en el campo de la moda con la ayuda psicológica, para determinar por igual estados de ánimo y de qué manera los colores influyen en estos estados, y como se reflejan al momento de elegir una prenda de vestir en el día a día de las mujeres universitarias del Pascual Bravo en el Programa de Producción Textil y Diseño de Modas de la ciudad de Medellín.

Dentro de lo planteado en el proyecto, se realiza un trabajo de campo, a través de la generación y realización de una encuesta, con la finalidad de lograr una jerarquización y establecer algunos estándares, de significados de los colores para las estudiantes del Pascual Bravo del programa de Producción Textil y Diseño de Modas, siendo ellas la muestra significativa del universo, para tabular y plasmar sus experiencia frente al color y lo que en su percepción lo que el refleja en su interior.

Este proyecto se visualiza con un alto beneficio para diseñadores que quieren incursionar en nuevos mercados, ya que pueden desarrollar nuevas ideas a partir de la investigación y enfocarse en ideas que cumplan con las expectativas de dicho público, la apertura de nuevas tendencia, líneas y manejo de los colores, teniendo en cuenta los significados y las sensaciones que estos producen

4. MARCO CONTEXTUAL

El proyecto se realizara en el sector del Valle de Aburra, puntualmente en la Institución Universitaria Pascual Bravo en el Programa de Producción Textil y Diseño de Modas, para ello se hará un trabajo de carácter mixto, se determina una muestra de 100 estudiantes.

El objetivo del estudio se centra en las mujeres entre los 19 y 25 años de edad, el trabajo de campo se desarrolla a través de encuestas, las cuales especifican variables como gustos, colores, estado de ánimo y la inclinación que tienen hacia ciertas prendas, según lo anterior mencionado, teniendo como objetivo principal determinar la relación entre los estados de ánimo y como el color influye y refleja una forma de expresión en una prenda.

4.1 MARCO DE REFERENCIA

Los seres humanos comunicamos de muchas... (Y diferentes maneras, no solo con sus palabras si no también mediante la expresión de su cuerpo que se manifiesta desde su postura, gestos faciales, su forma de vestir y el color a usar en las prendas de vestir).

Específicamente conocemos más emociones y sentimientos que colores, porque cada color puede significar y actuar en cada ocasión de diferentes formas, es decir una amarillo por ejemplo puede significar divinidad, envenenamiento o una situación de rabia o de agresión.

¿A qué se deben estos efectos tan particulares?

A que los colores se relacionan con las emociones de sentimientos semejantes por ejemplo la alegría, la actividad física y mental están asociados con la energía, el ímpetu y la voluntad.

Por lo tanto ningún color carece de significado y contexto porque cada color está en conexión o lo percibimos según los condicionantes de cada situación.

Sea el caso de los colores de una vestimenta que se aprecia de una forma diferente si existen o si se dan en un alimento u objeto, en otras palabras lo que nos permite entender o valorar un color es su contexto, porque nos va a indicar si resulta agradable pertinente de buen gusto o no.

Un color puede estar en diversos mundos de consumo por ejemplo en la gastronomía, la arquitectura, en el arte en la indumentaria en fin en todo aquello que compone nuestra realidad.

Para Raquel Samper el color en la cotidianidad tiene un papel expresivo,” Imagina por un momento la siguiente situación cotidiana: te despiertas un día más, te levantas para ir a trabajar, estudiar o realizar las labores de casa, sin apenas pensarlo de forma instintiva al ir al guardarropa, te lanzas inmediatamente hacia una prenda en particular, de un color específico, luego la combinas con lo que consideras más conveniente, e incluso eliges unos determinados complementos.” (raquel Samper, 2012)

Siempre hay una estrecha relación en nuestro modo de vestir y el estado de ánimo, ya que el querer elegir una prenda con un color determinado indica que estamos reflejando un estado anímico en el que nos encontramos en el momento o bien sea por sentirse cómodo.

La relación entre vestimenta color y emociones podríamos explicarlas desde esa conversación que se da entre el cuerpo y el yo que implica entender que el cuerpo es el vehículo con el que nos manifestamos en el mundo relacionándonos con el otro con el entorno y con nosotros mismos un cuerpo que vestimos, pintamos y proyectamos.

“vestirse implica diferentes grados de conciencia en lo que se refiere a como uno piensa respecto al cuerpo y como presentarlo. A veces somos conscientes de nuestros cuerpos como objetos que se han de mirar, si se entra en espacios sociales concretos, mientras que en otras ocasiones y espacios como el hogar, nos sintonizamos con nuestros cuerpos como objetos que han de ser” (entwistle, 2002)

El modo de vestir es un factor que refleja fielmente el estado de ánimo en el que nos encontramos, convirtiéndose en un indicador de alteraciones emotivas o buena salud emocional. Aun así ignorando o conociendo el factor color y el poder que ejercen en las prendas y lo que puede llegar a transmitir.

El color tiene una influencia con valía difusora por lo cual representa un medio de expresión, por ello se puede considerar un medio de comunicación de sensaciones, emociones, sentimientos y deseos, es un mecanismo que influye en la calidad vida. Por qué vestir un color determinado tiene una importancia esencial en la expresión de nuestra identidad personal nuestra vida cotidiana nosotros recurrimos a nuestros cuerpos vestidos de color para tener experiencias intersubjetivas por lo que vestirse es una actividad social que involucra nuestro estado mental, emocional y físico.

El color ha sido usado como un tradicional adjetivo, que interviene no solo en objetos sino también en poesía y literatura, por lo que vestirse es un intento propio y personal de adaptarnos a ciertas circunstancias y así reconocer los contextos significativos y códigos del mundo social, por una parte y además de la acción personal de elegir que llevar, por la otra.

Específicamente la amplitud simbólica de los colores está caracterizada por una enorme libertad de elección, con todas sus inevitables contradicciones conforme a los niveles de cultura y educación, de creencias religiosas e ideológicas, de sexo y edad, de raza y geografía. Pero hay patrones muy específicos, con importantes coincidencias, así podemos citar el trabajo elaborado por la profesora mexicana Georgina Ortiz (1992), en cuanto se refiere a los colores de alta permanencia.

- ☐ Negro: Muerte, feo, noche, profundo, odio pesado;
- ☐ Blanco: Paz, ligero, virtud, inocencia, bondad, salud;
- ☐ Rojo: Inquieto, amor, caliente, placer, fuerte, agresivo;
- ☐ Gris: Triste, fatiga;
- ☐ Azul: Felicidad, masculino;
- ☐ Rosa: Femenino;
- ☐ Verde: Esperanza.

La relación entre el vestir y la elección consciente o inconsciente del color que la acompaña expresa una identidad tanto individual como colectiva que nos permite visibilizar y movilizar nuestros estados de ánimo y sus expresiones emocionales por eso en la cultura contemporánea el cuerpo, sus prendas, sus siluetas, sus materiales y sus colores han convertido una identidad que experimentamos al utilizar la ropa para expresar nuestro carácter único, para expresar que somos diferentes a los demás nuestras prendas y obviamente el color que lleva nos abre siempre posibilidades para enmarcar nuestro yo y sus manifestaciones siempre en construcción y cambiantes “por ende el yo moderno es cada vez más consiente de sí mismo, lo que incluye su imagen y es capaz de intervenir y actuar sobre ella” (entwistle, 2002)

Debido a que hay muchas maneras en que la ropa nos influencia, la relación simbólica con una prenda, por ejemplo, nos puede conducir a adoptar las características que asociamos a ella. Una situación que tiene, realmente, el poder de cambiar la forma en que pensamos y en que nos sentimos.

Una prenda de vestir puede conectarnos, también, con nuestros recuerdos, llegando a desencadenar sentimientos y emociones asociados a esos recuerdos. Es lo que en la teoría de la PNL (Programación Neurolingüística) se le conoce como “Anclas Emocionales”, que consisten en asociar un estímulo a un estado emocional. Y el proceso mediante el cual se crean las anclas, se llama Anclaje.

Diariamente vivimos emociones de diferentes intensidades. Algunas emociones más fuertes que otras. Estas vivencias, emociones, quedan automáticamente asociadas a todos los estímulos involucrados en el momento de vivir la experiencia. La memoria sería el vehículo donde ese anclaje se pone en marcha a través del recuerdo, de ahí que se hable de anclaje emocional.

Todos realizamos anclajes de forma inconsciente, es así como muchas veces no logramos encontrar la causa de nuestras reacciones, aparentemente Inexplicables o desmedidas frente a determinadas circunstancias.

Un anclaje es la asociación automática entre un estímulo y una respuesta emocional. Por ejemplo, escuchar una canción nos puede llevar en automático a pensar en un amor pasado o llenarnos de nostalgia o quizás de energía y de vitalidad. Sentir un aroma que de inmediato nos asocie con el recuerdo de la abuela que cocinaba delicioso, y que nos evoca momentos pasados en la casa de los abuelitos.

Estos recuerdos o situaciones que provocan otras a su vez, consisten en la asociación que se genera entre un espacio físico y/o mental determinado y una conducta y/o sensación que se asocia a ellos. En otras palabras, son una relación del tipo estímulo-respuesta, causa-efecto, medio ambiente-condicionamiento. En nuestro caso, el del vestir, por ejemplo, si nos ponemos una prenda asociada a experiencias felices anteriores, desencadenará recuerdos positivos que, a su vez, desencadenarán las mismas respuestas emocionales positivas.

La técnica del anclaje con PNL está basada en el condicionamiento clásico, que se inició con el fisiólogo ruso Ivan Pavlov – y quien fue premio nobel de medicina en el año 1904- formando parte de la corriente psicológica Conductista donde tuvo sus raíces.

El acondicionamiento clásico consiste en la asociación de un estímulo con una respuesta, de modo que cada vez que se presenta dicho estímulo se obtiene siempre la misma respuesta. Un estímulo puede ser un gesto, un olor, una persona, una sensación táctil, etc. En general los estímulos que percibe nuestro sistema neurofisiológico se pueden clasificar en forma más detallada como visual, auditivos, y kinestésicos. Y los kinestésicos a su vez, son los que se perciben por el olfato, el gusto y la piel, y Las respuestas a estos estímulos pueden ser muy variadas, muchas veces muy sutiles por lo que no somos conscientes de lo que sucede, pero efectivamente tiene consecuencias. Las respuestas pueden ser de todo tipo y género, como por ejemplo enamoramiento, ira, rabia, pena, seguridad, confianza, humor, empatía, taquicardia, etc.

De tal suerte que, nuestros pensamientos y emociones pueden, a su vez influir, en lo que decidimos lucir, de hecho, se trata de una relación que se retroalimenta... Lo que nos ponemos afecta a nuestro estado de ánimo y nuestros sentimientos. Así mismo, las emociones que tengamos en el momento de elegir la ropa ante el armario, influyen en la indumentaria que finalmente nos pondremos.

Esto es muy interesante, porque el hecho de conocer esta relación nos puede permitir pasar un sentimiento negativo frente al armario y elegir conscientemente ropa que nos modifique a positivo nuestro estado de ánimo inicial.

Ahora, el color también es un elemento que mueve nuestras emociones y recuerdos en relación a nuestra selección en el vestir del día a día: el color de la ropa que elijamos, tendrá cierta influencia sobre nuestras emociones.

Algunos ejemplos que pueden servir de referencia son por ejemplo, que el naranja nos hace sociables, potencia nuestra autoestima y reduce la fatiga. Un color ideal para un día repleto de reuniones y compromisos.

El amarillo mejora la capacidad de concentración y sube la moral. Un color, por tanto, ideal si ese día toca hacer trabajo reflexivo como preparar un análisis de texto para la universidad.

El verde aporta serenidad y mejora la empatía. Útil para reuniones o sustentaciones en público. El azul potencia la generosidad y la solidaridad, Y el rojo facilita la toma de decisiones importantes.

Como esto no es infalible, lo que sí nos puede servir más es observar cómo nos sentimos cada uno con cada color y utilizarlos en las situaciones que lo necesitemos. (Ferrer, s.f.)

5. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO

Tabla 1. Descripción técnica del proyecto Fuente Elaboración propia

PASOS	RECURSOS
Formular las preguntas	Universidad (Pascual Bravo)
Cronograma de actividades	Cámara, encuesta
Elaboración de encuestas	Hoja, lápiz, borrador, computador.
Recopilación de datos	Transporte
Observaciones y socialización	Grupo de trabajo del proyecto de grado

6. DISEÑO METODOLÓGICO

- Método de investigación: mixta.
- Tipo de estudio: cuantitativa y cualitativa.
- Universo: A los estudiantes de la universidad Pascual Bravo en el programa de Diseño Textil y Producción de Modas.
- Tamaño de la Muestra: 100 estudiantes.

7. ETAPAS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

ETAPA 1	PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO
Nacimiento de la idea del proyecto.	
ETAPA 2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
Se formula el problema y su misma vez la identificación y descripción de este.	
ETAPA 3	PLANTEAMIEINTO DE OBJETIVOS
Plantear objetivos para llevar a cabo durante el proyecto...	
ETAPA 4	ESTABLECER HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS
Esto se desarrollara por medio de encuestas físicas.	
ETAPA 5	RECOPILACIÓN DE DATOS
Obtener los datos necesarios por medio de las encuestas, para responder las preguntas de la investigación.	
ETAPA 6	ORGANIZACIÓN DE LOS DATOS PARA EL ANÁLISIS
Realizar etapas preliminares como por ejemplo organizar las encuetas por edades a fin de preparar los datos para el análisis.	
ETAPA 7	ANÁLISIS DE DATOS
Resumen de la información obtenido en el estudio por medio de procedimientos estadísticos.	
ETAPA 8	CONCLUSIÓN DE LOS RESULTADOS
Resultado final de todo el proyecto.	

8. CRONOGRAMA

Tabla 2. Cronograma de Actividades Fuente Elaboración propia

ACTIVIDADES	MESES			
	28/08/15	18/09/15	29/10/15	10/11/15
Formulación del proyecto	X			
Identificación del problema	X	X		
Planteamiento de objetivos	X	X	X	
Marcos de referencia	X	X	X	
Elaboración de encuestas			X	
Análisis de datos			X	
Conclusiones de los resultados			X	
Sustentación del trabajo				X
Publicación del trabajo				X

9. ENCUESTA

Esta encuesta se hace con el fin de determinar cómo influye el estado de ánimo en las mujeres universitarias del Pascual Bravo del Programa Producción Textil y Diseño de Modas de Medellín entre 19 y 25 años al momento de elegir una prenda y su color.

Nombre:

edad:

Fecha:

Profesión:

Marque con una x la opción que crea más adecuada según su criterio

1 ¿usted se siente influenciada por emociones tales como tristeza, alegría, ira, felicidad, a la hora de elegir su indumentaria?

- a. si
- b. no
- c. no sabe/ no responde

2 ¿crees que el color de la indumentaria determina su elección?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe/ no responde

3 ¿Usted cree que el estado de ánimo se puede reflejar en nuestra indumentaria?

- a. Si
- b. No

c. No sabe/ no responde

4 ¿qué color le gusta más en sus prendas?

- | | | |
|-------------|------------|---------------|
| a. Rojo | g. Verde | m. Plateado |
| b. Amarillo | h. Café | n. Fucsia |
| c. Azul | i. Violeta | ñ. Turquesa |
| d. Rosa | j. Naranja | o. Magenta |
| e. Negro | k. Gris | p. Coral |
| f. Blanco | l. Dorado | q. Aguamarina |

5 ¿qué estados reconoce usted que influyen a la hora de elegir una prenda?

- | | | |
|-----------------|------------|------------------------|
| a. Tristeza | f. Temor | k. Apatía |
| b. Alegría | g. Alerta | l. Coraje |
| c. Tranquilidad | h. Pena | m. Aceptación |
| d. Ira | i. Paz | n. Deseo |
| e. pánico | j. Orgullo | ñ. Otros (especifique) |

6 ¿a la hora de vestirse, influye la labor en las que se desempeña?

- a. Si
- b. No
- c. No sabe/ no responde

7 ¿qué es lo que más la influye para escoger una prenda?

- a. El diseño
- b. La profesión
- c. El color
- d. El clima
- e. La ocasión
- f. Otros (especifique)

8 ¿crees que los colores tienen edad para lucirse?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez
- d. No sabe/ no responde

9 ¿crees que al elegir un color y lucirlo en tus prendas reflejas tu personalidad?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez
- d. No sabe/ no responde

10 ¿cree que el color también puede representar emociones?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

d. No sabe/ no responde.

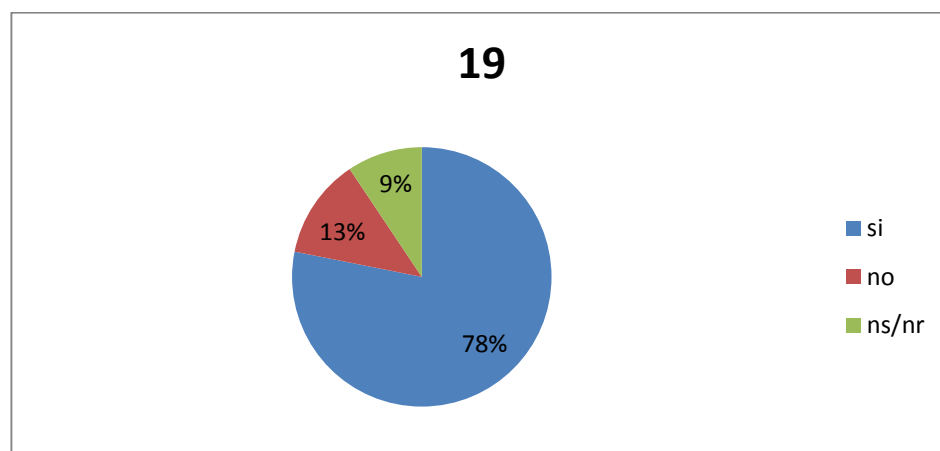
Gracias por la atención prestada en esta encuesta.

10. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

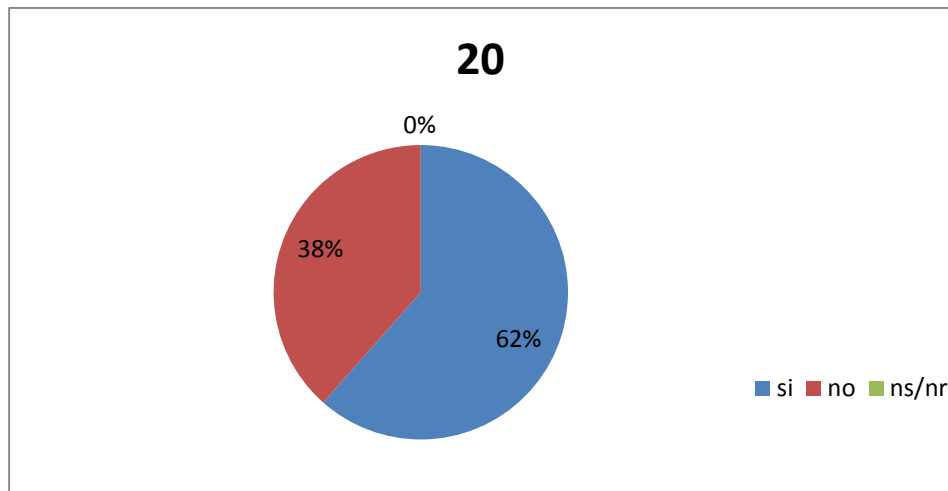
Para lo que se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 3. Emociones e indumentaria

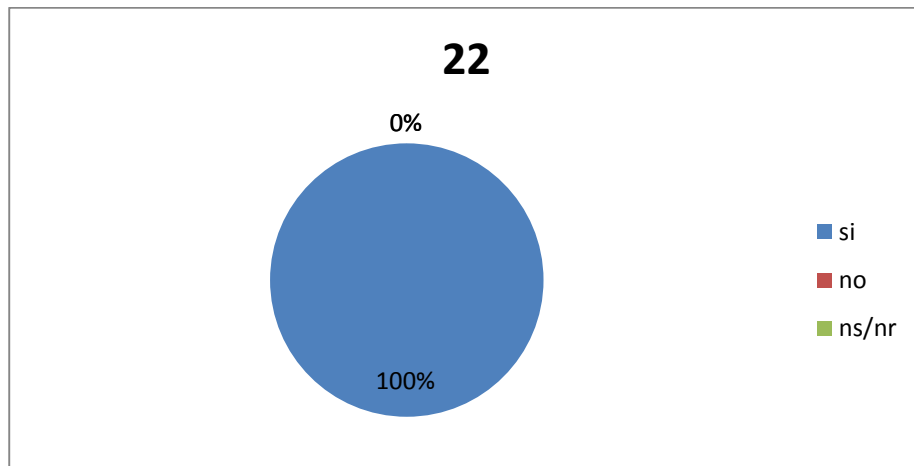
¿Se siente influenciada por emociones a la hora de elegir su indumentaria?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
si	25	8	11	5	4	9	7	69
no	4	5	1	0	1	4	7	22
ns/nr	3	0	0	0	0	0	1	4



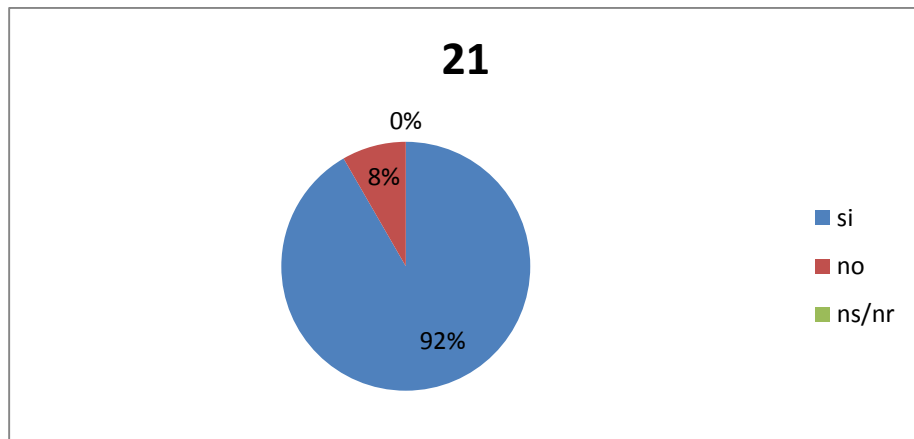
Gráfica 1.



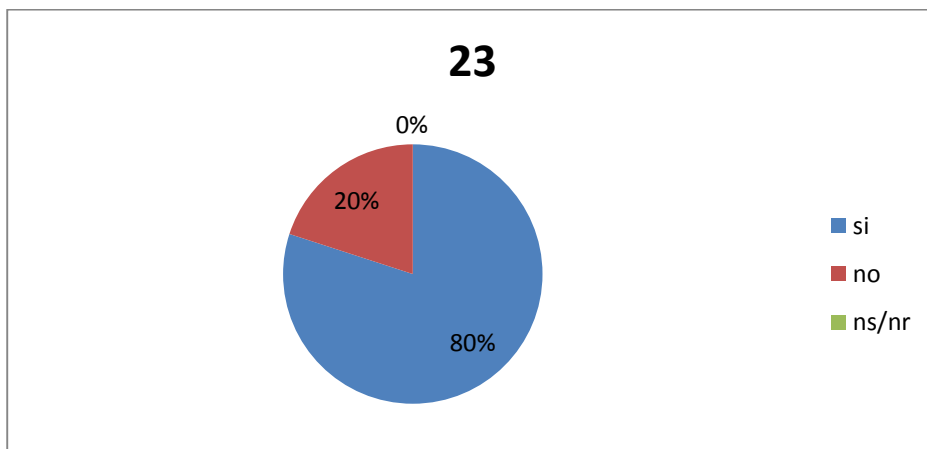
Gráfica 2.



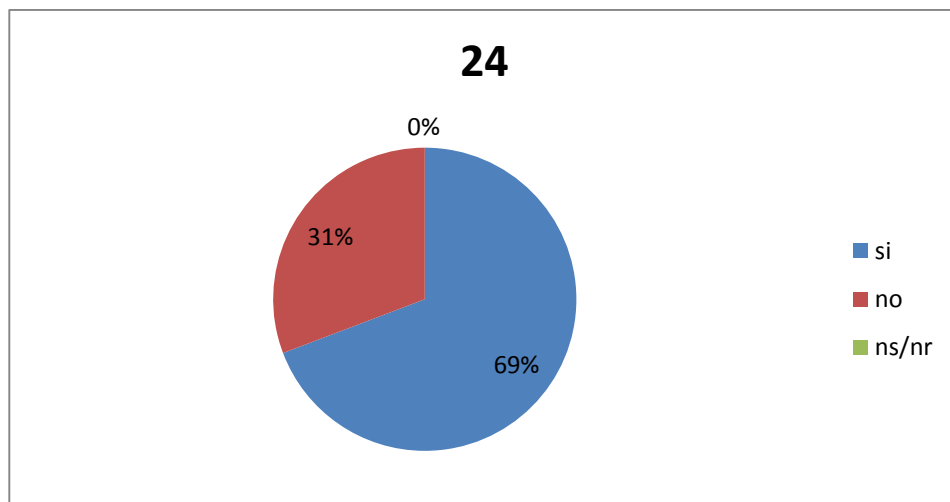
Gráfica 3.



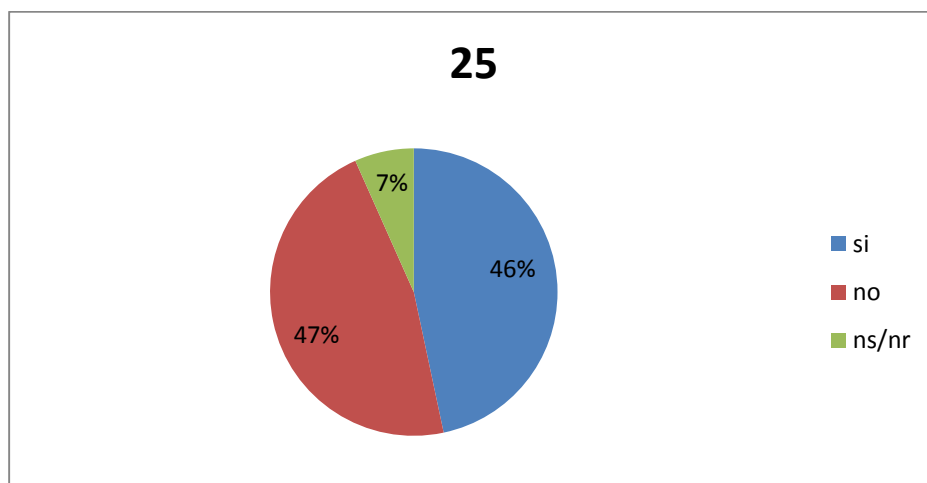
Gráfica 4.



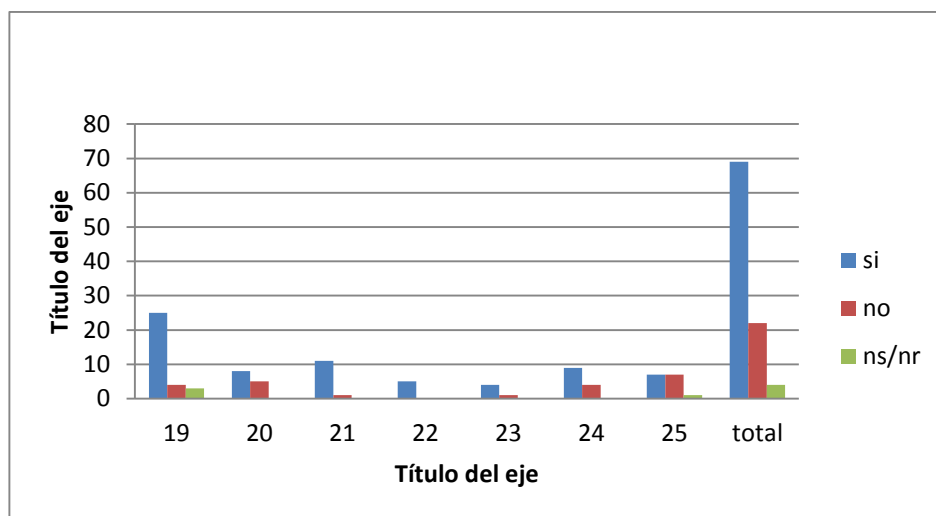
Gráfica 5.



Gráfica 6.



Gráfica 7.

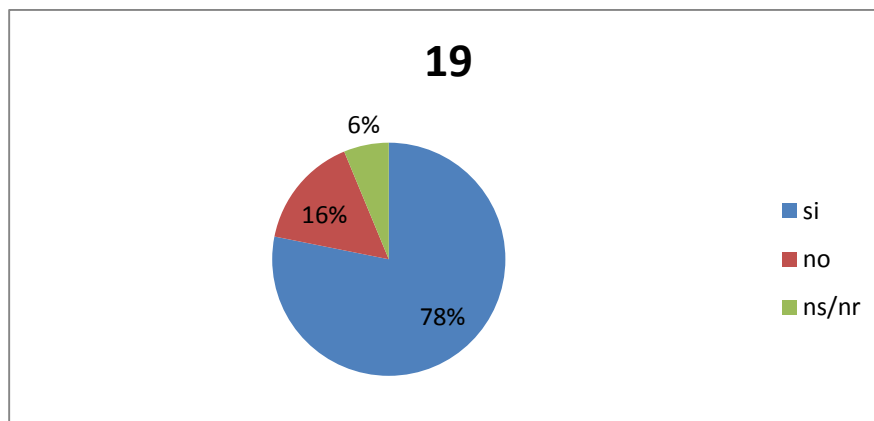


Gráfica 8.

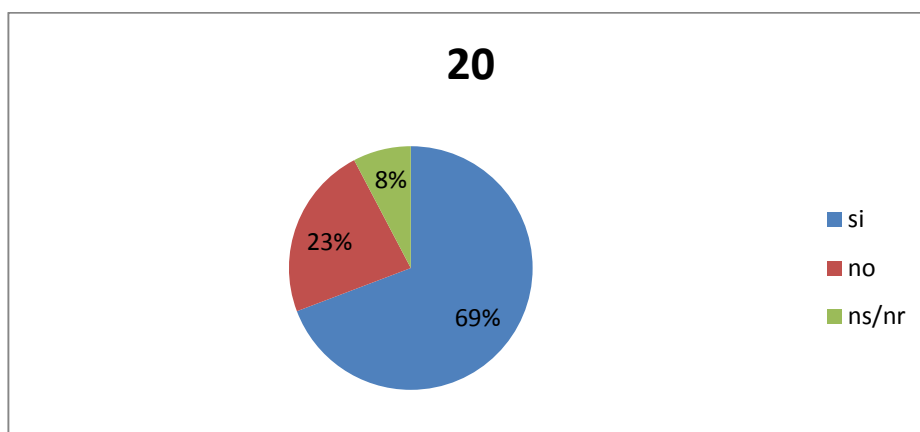
La mayoría de las mujeres encuestadas respondieron que si se sienten influenciadas por emociones al momento de elegir su indumentaria.

Tabla 4. Color e indumentaria

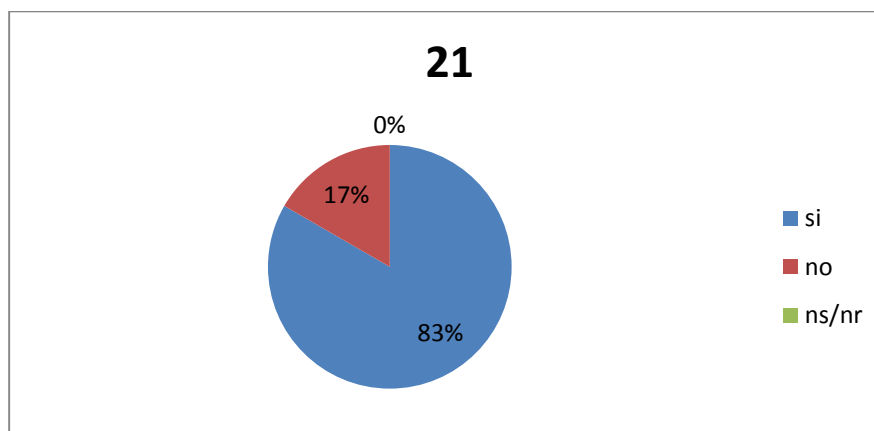
¿Crees que el color de la indumentaria determina su elección?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
si	25	9	10	5	4	12	13	78
no	5	3	2	0	1	1	2	14
ns/nr	2	1	0	0	0	0	0	3



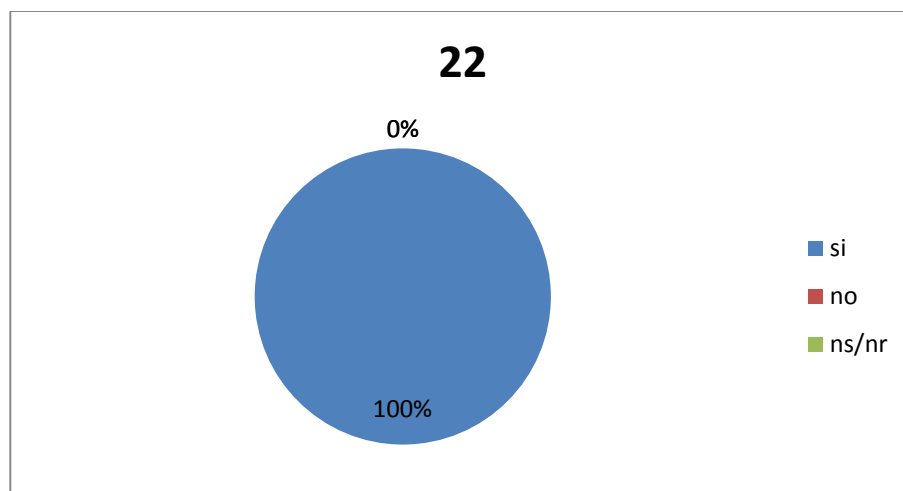
Gráfica 9.



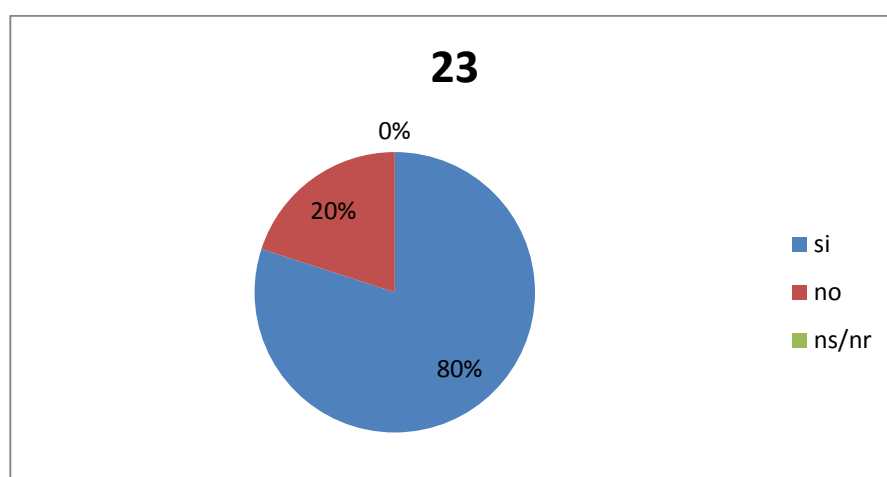
Gráfica 10.



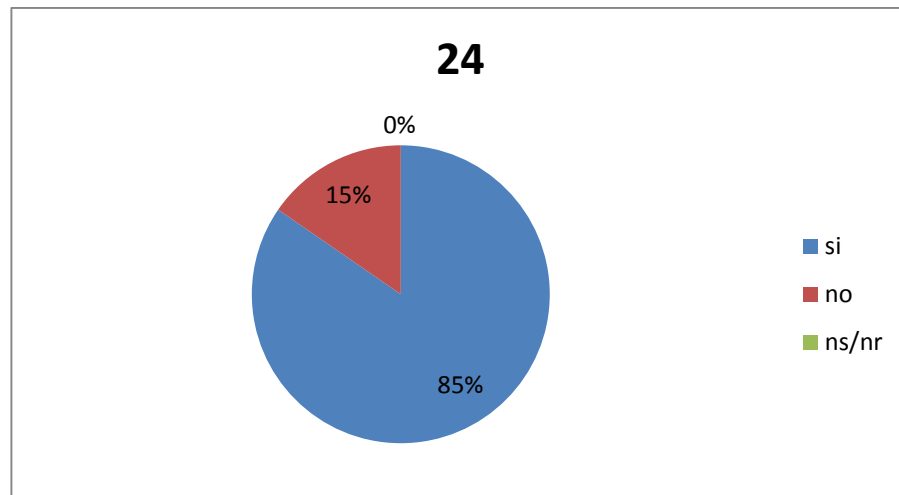
Gráfica 11.



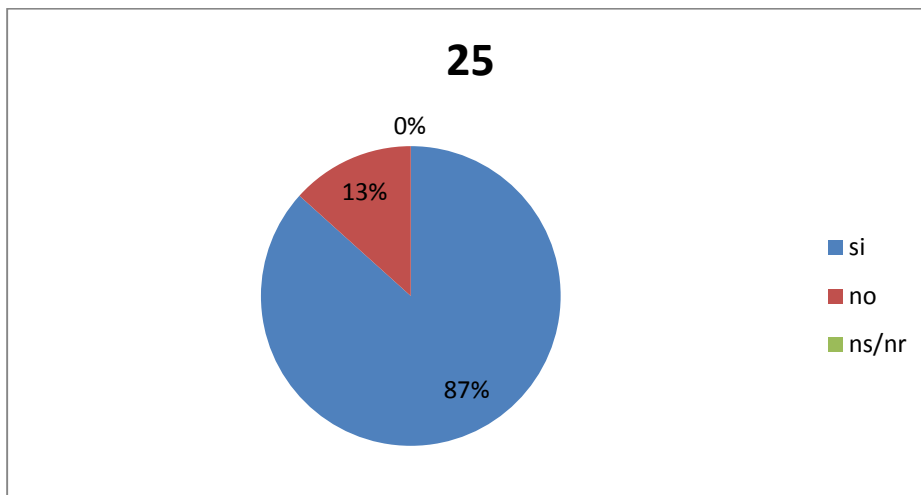
Gráfica 12.



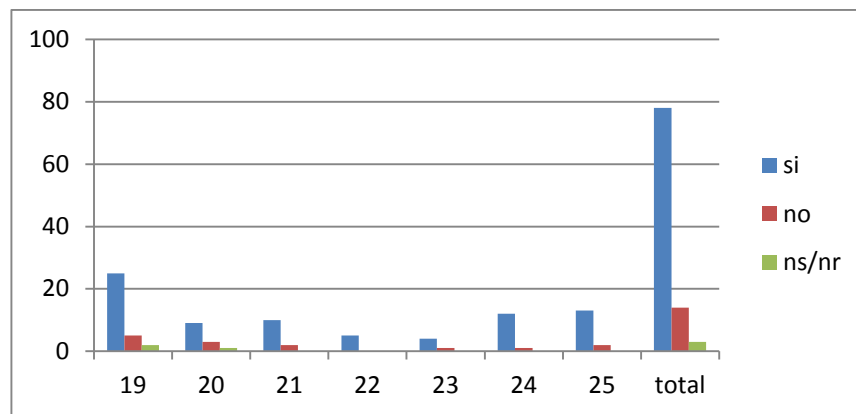
Gráfica 13



Gráfica 14



Gráfica 15

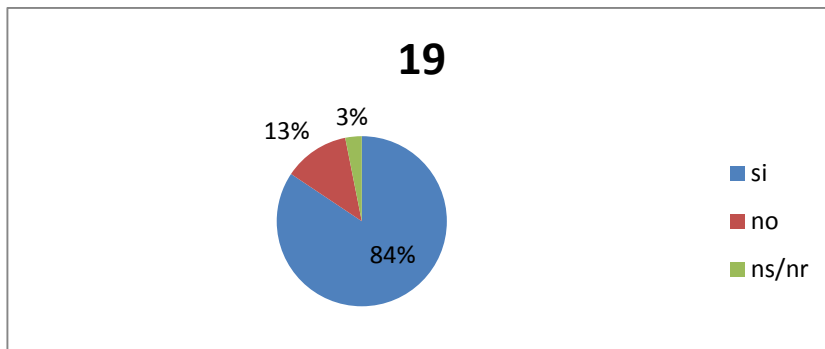


Gráfica 16

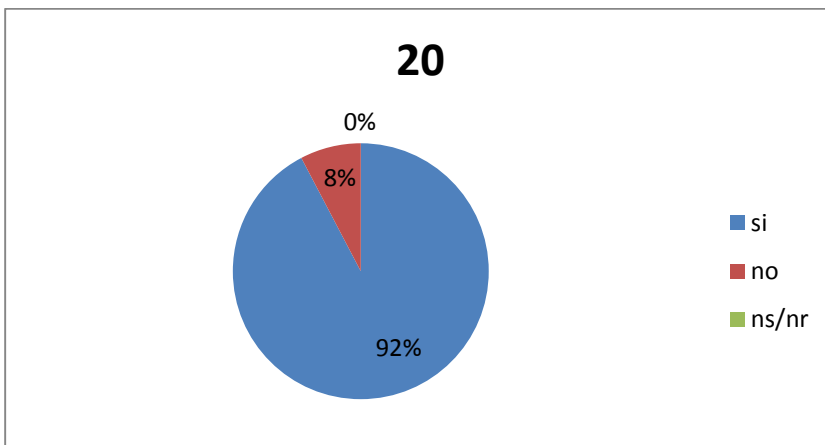
El 80%de las mujeres consideran que el color si determina la elección de las prendas a la hora de vestirse.

Tabla 5. Como influye nuestro ánimo al vestirnos

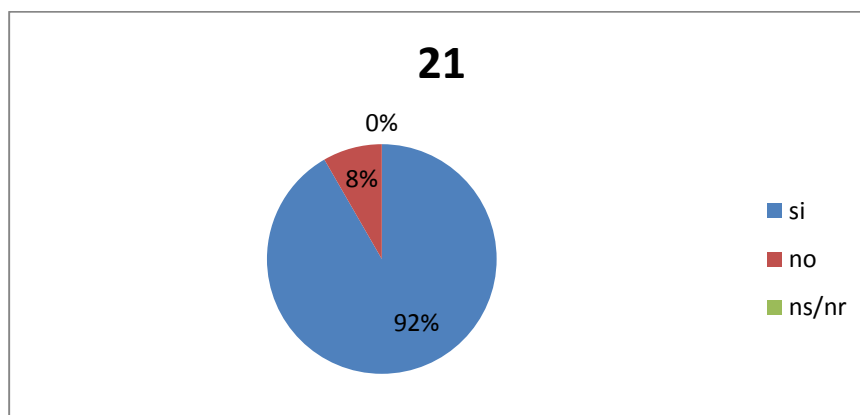
¿Cree que el estado de ánimo se puede reflejar en nuestra indumentaria?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
si	27	12	11	5	5	11	13	84
no	4	1	1	0	0	2	2	10
ns/nr	1	0	0	0	0	0	0	1



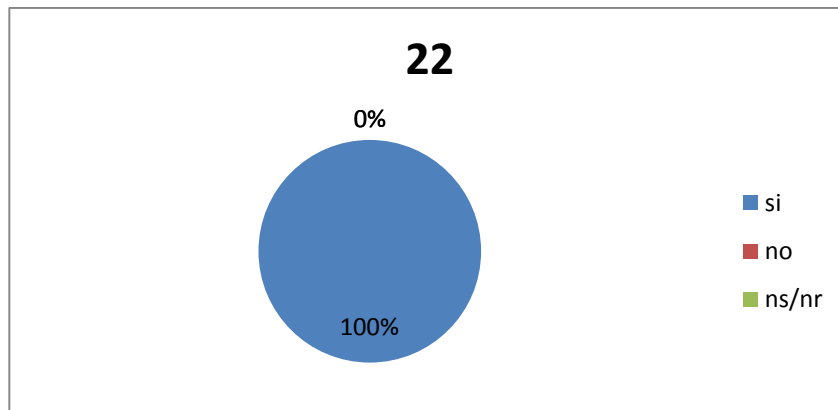
Gráfica 17



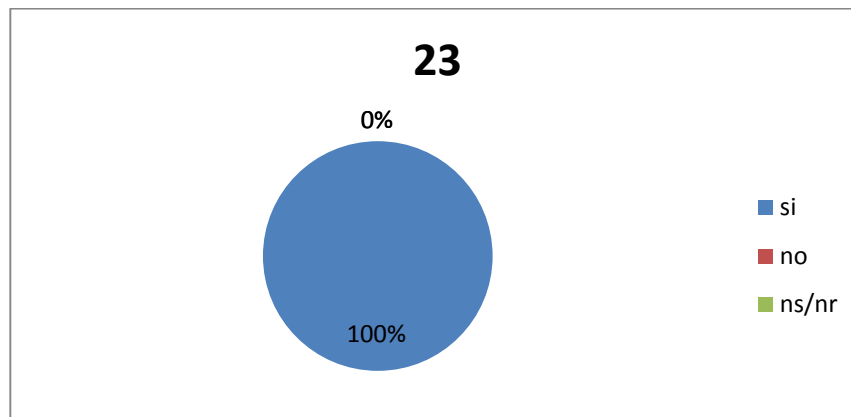
Gráfica 18



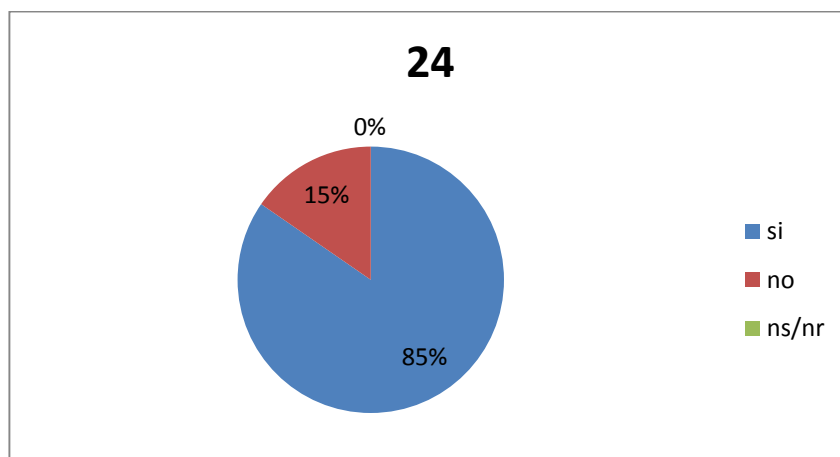
Gráfica 19



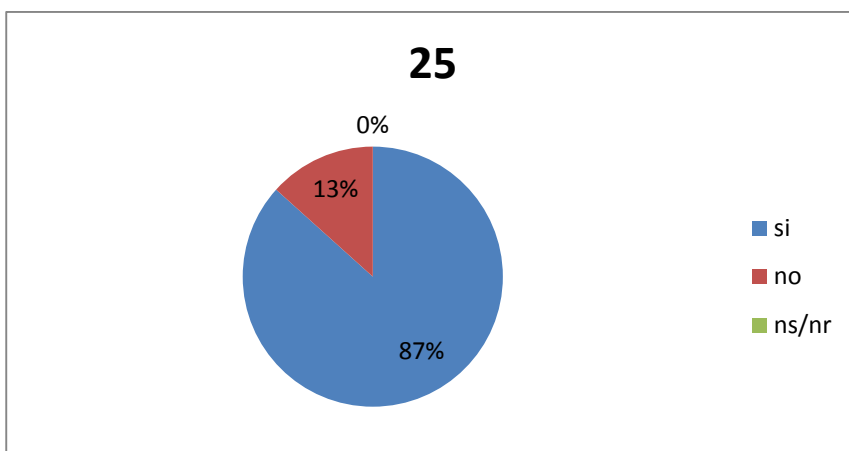
Gráfica 20



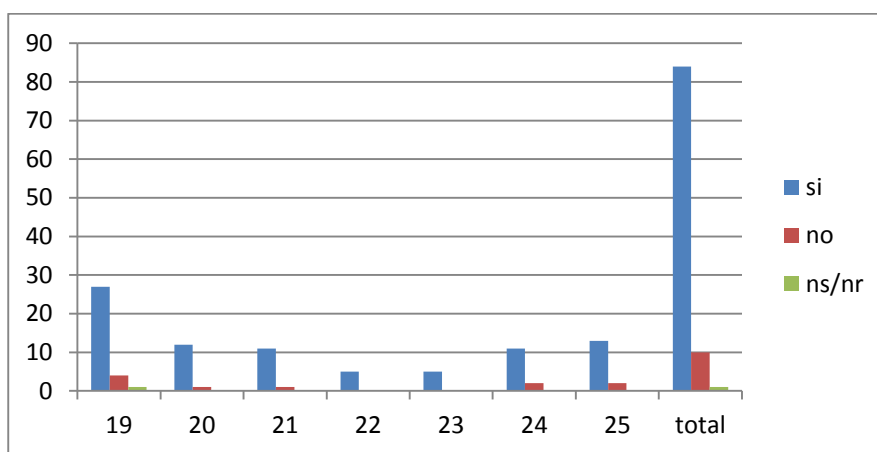
Gráfica 21



Gráfica 22



Gráfica 23



Gráfica 24

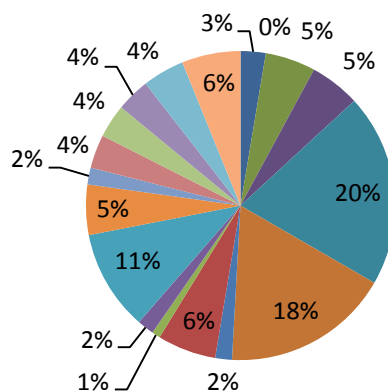
Según el estudio podemos concluir que el estado de ánimo si se refleja en nuestra indumentaria.

Tabla 6. El negro, un color que predomina en la juventud

¿Qué color le gusta más en sus prendas?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
rojo	3	2	2	1	1	2	1	12

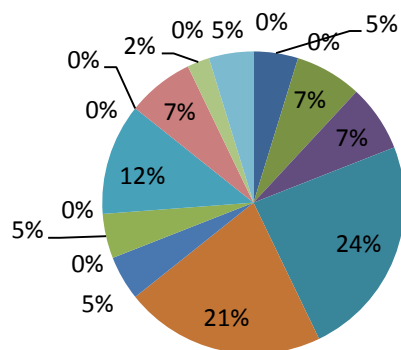
amarillo	0	0	0	0	1	0	0	1
azul	6	3	5	1	3	4	4	26
rosa	6	3	2	0	3	1	5	20
negro	23	10	10	4	4	9	9	69
blanco	20	9	8	2	4	5	8	56
verde	2	2	2	0	0	2	0	8
café	7	0	2	2	1	1	2	15
violeta	1	2	3	0	1	1	1	9
naranja	2	0	1	0	0	1	0	4
gris	12	5	3	2	2	1	3	28
dorado	6	0	0	3	1	2	3	15
plateado	2	0	0	1	0	1	1	5
fucsia	4	3	0	0	0	0	1	8
turquesa	4	1	4	0	0	1	2	12
magenta	4	0	3	0	0	1	1	9
coral	5	2	1	1	0	1	3	13
aguamarina	7	0	2	0	0	1	2	12

19



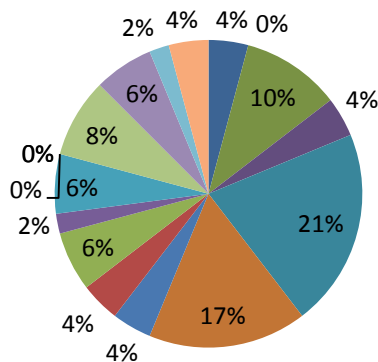
Gráfica 25

20



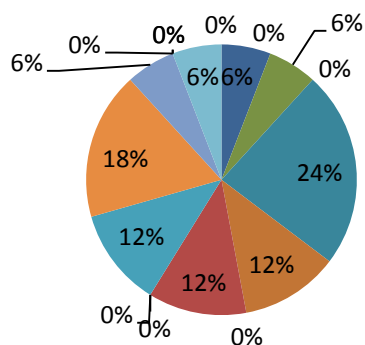
Gráfica 26

21



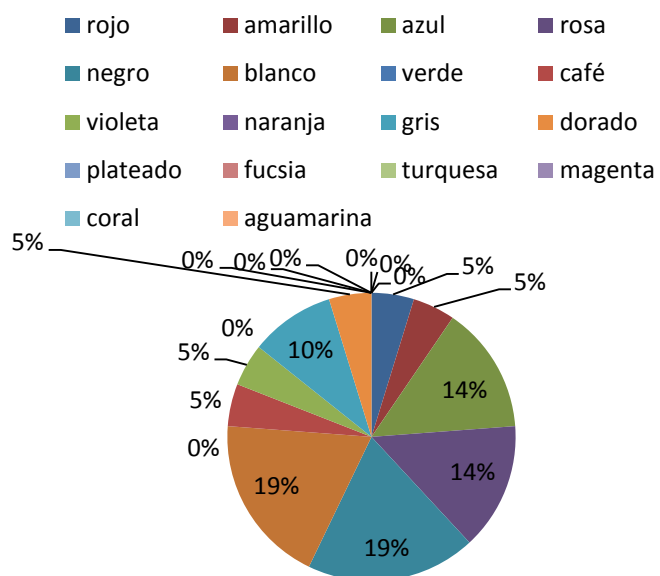
Gráfica 27

22



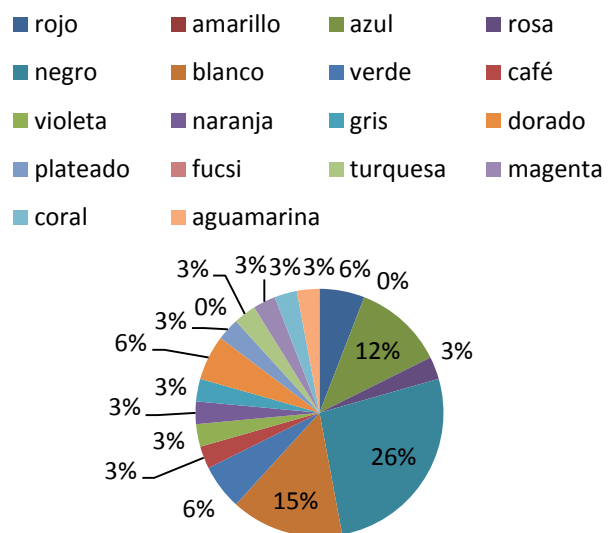
Gráfica 28

23

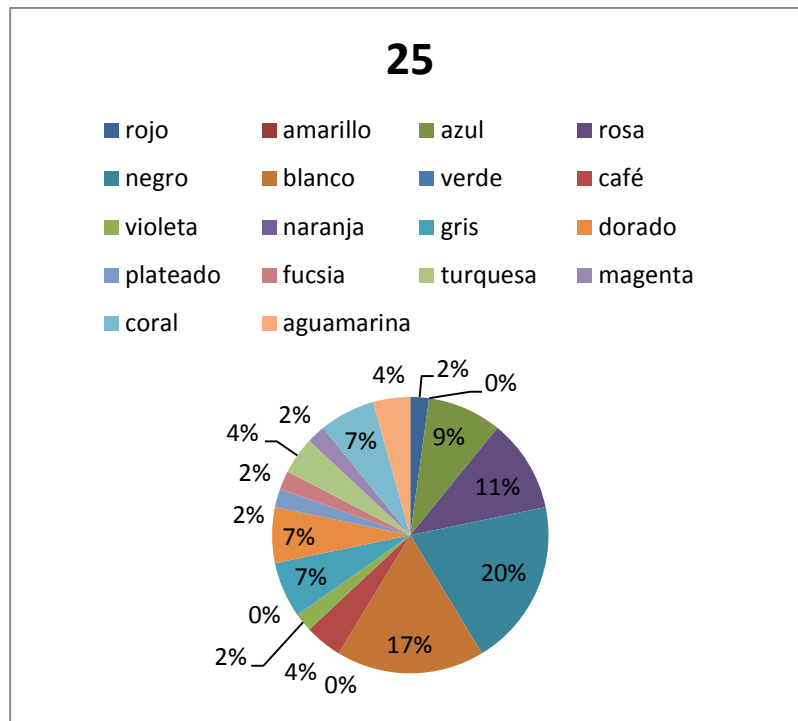


Gráfica 29

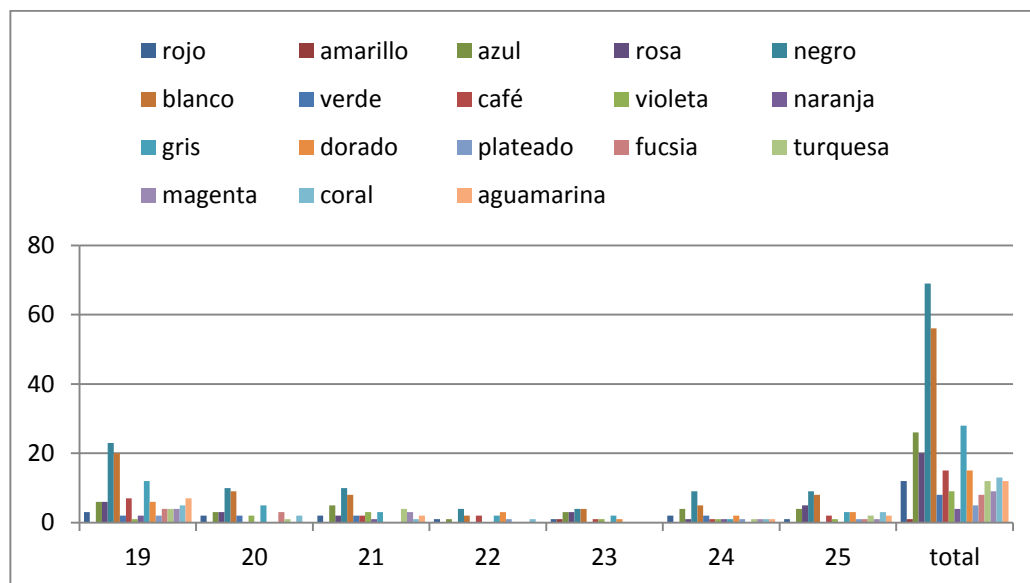
24



Gráfica 30



Gráfica 31



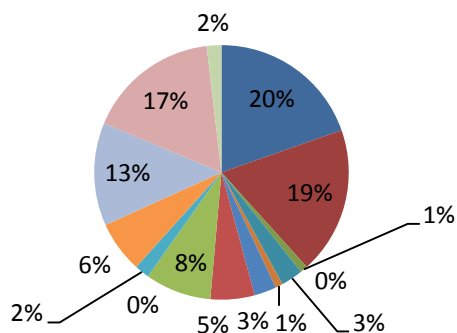
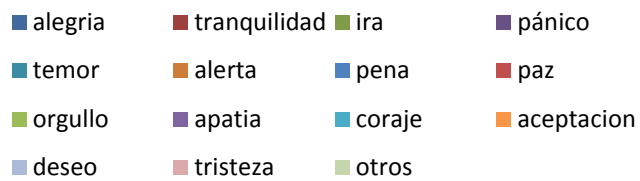
Gráfica 32

Con el estudio realizado se puede observar que las mujeres que oscilan entre los 19 y 25 años de edad prefieren el color negro en sus prendas de vestir

Tabla 7. ¿El tanto influye el ánimo en lo que vistes?

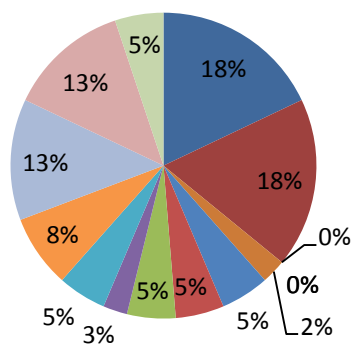
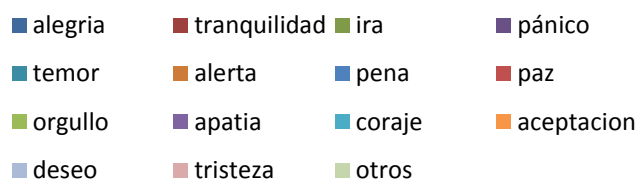
¿Qué estados reconoce usted que influyen a la hora de elegir una prenda?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
alegría	21	7	7	1	4	9	13	62
tranquilidad	20	7	10	3	3	7	4	54
ira	1	0	1	0	0	0	0	2
pánico	0	0	0	0	0	0	0	0
temor	3	0	0	1	1	0	1	6
alerta	1	1	0	0	0	0	0	2
pena	3	2	1	0	0	0	1	7
paz	6	2	1	0	0	1	1	11
orgullo	9	2	3	2	1	2	4	23
apatía	0	1	0	0	0	1	1	3
coraje	2	2	2	0	0	0	0	6
aceptación	7	3	1	1	2	2	3	19
deseo	14	5	4	3	0	8	4	38
tristeza	18	5	3	2	1	5	4	38
otros	2	2	1	0	0	1	0	6

19



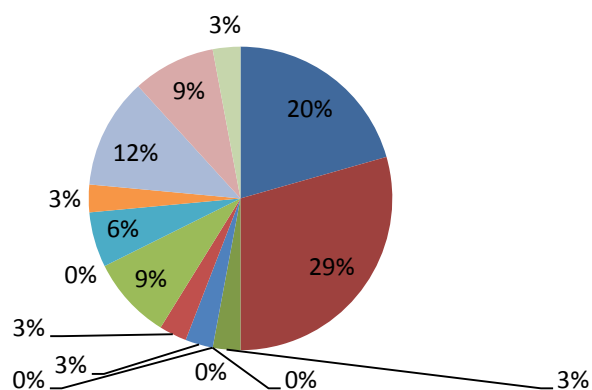
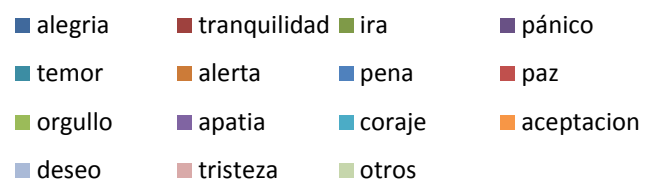
Gráfica 33

20



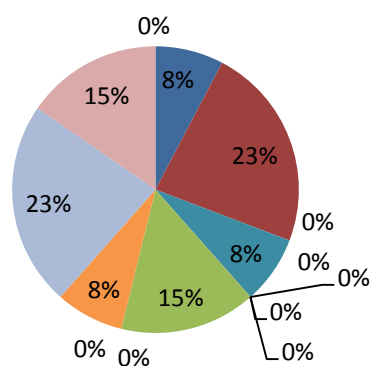
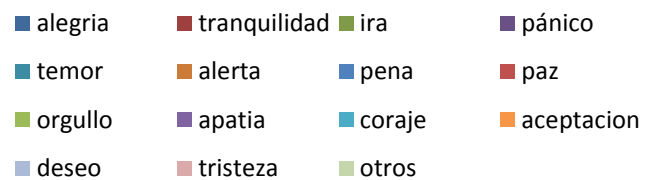
Gráfica 34

21



Gráfica 35

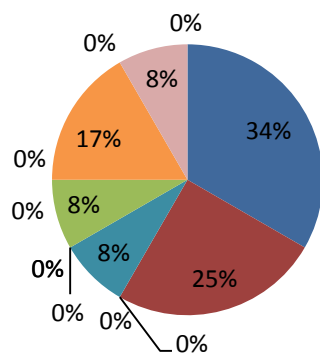
22



Gráfica 36

23

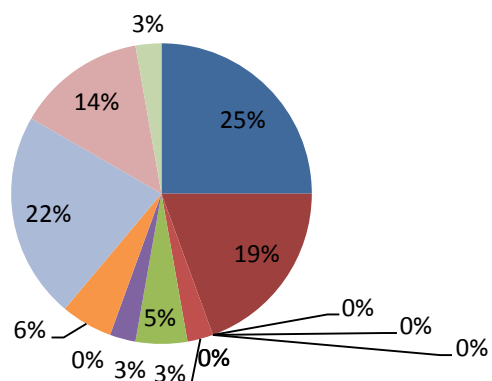
- | | | | |
|-----------|----------------|----------|--------------|
| ■ alegría | ■ tranquilidad | ■ ira | ■ pánico |
| ■ temor | ■ alerta | ■ pena | ■ paz |
| ■ orgullo | ■ apatia | ■ coraje | ■ aceptacion |
| ■ deseo | ■ tristeza | ■ otros | |



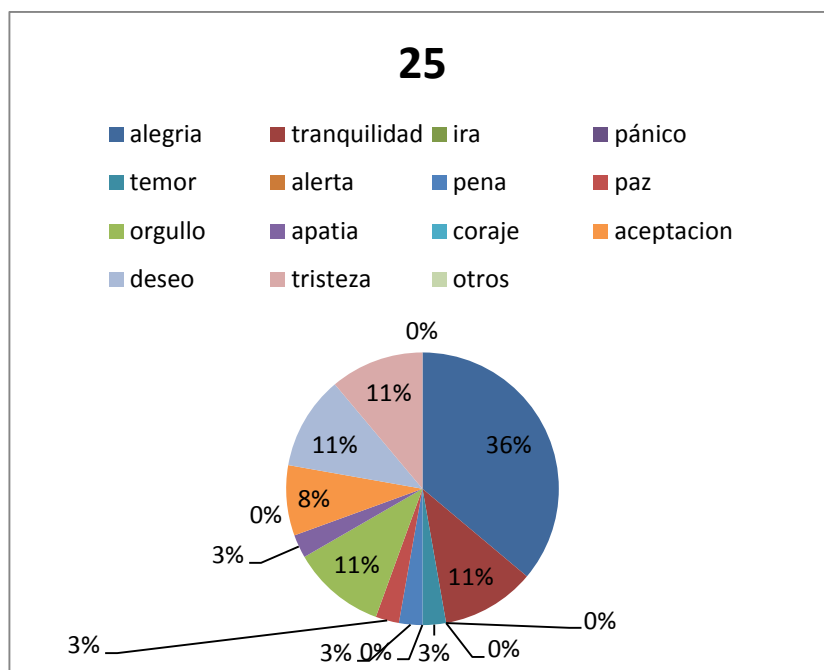
Gráfica 37

24

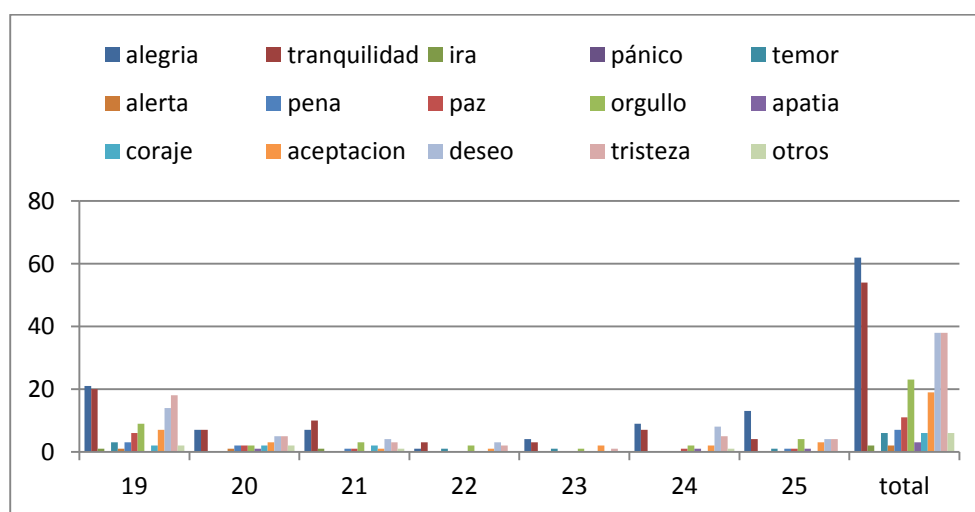
- | | | | |
|-----------|----------------|----------|--------------|
| ■ alegría | ■ tranquilidad | ■ ira | ■ pánico |
| ■ temor | ■ alerta | ■ pena | ■ paz |
| ■ orgullo | ■ apatia | ■ coraje | ■ aceptacion |
| ■ deseo | ■ tristeza | ■ otros | |



Gráfica 38



Gráfica 39

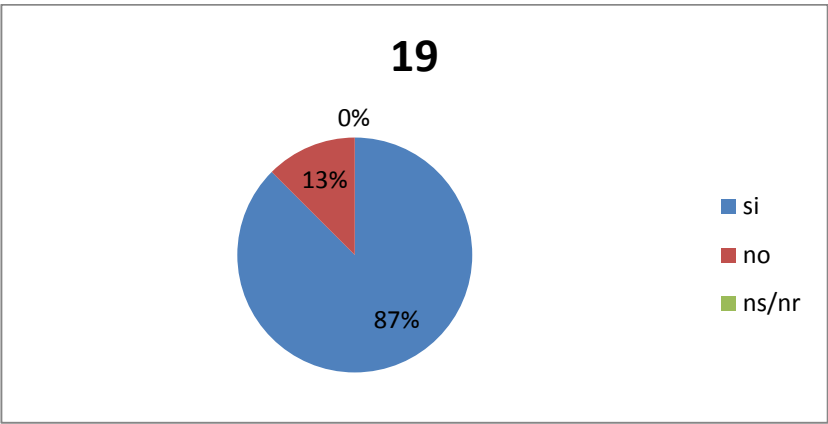


Gráfica 40

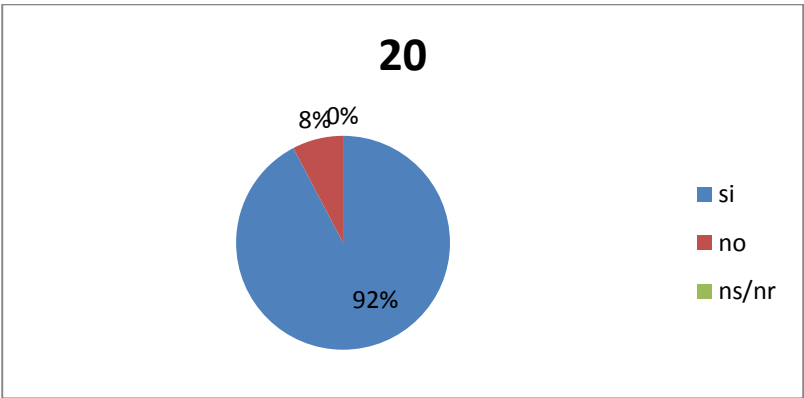
Entre las 100 mujeres que fueron encuestadas el 62% reconoció que uno de los estados de ánimo que influyen al momento de elegir una prenda de vestir es la alegría.

Tabla 8. ¿Mi actividad determina lo que visto?

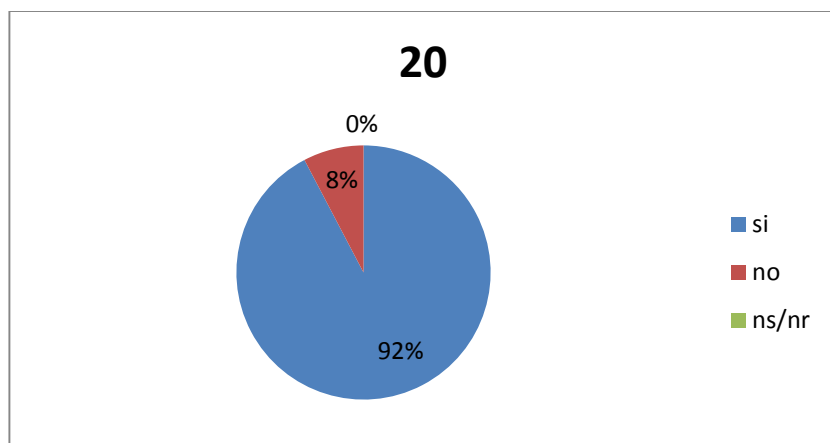
¿A la hora de vestirse, influye la labor en la que se desempeña?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
si	28	12	8	4	5	11	12	80
no	4	1	4	1	0	2	0	12
ns/nr	0	0	0	0	0	0	0	0



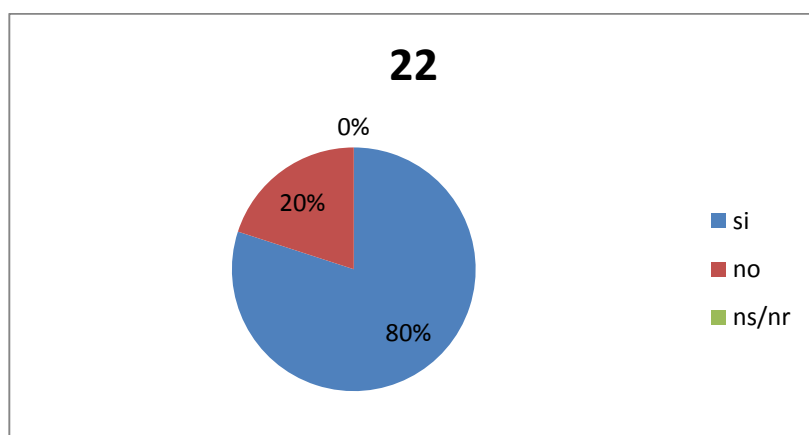
Gráfica 41



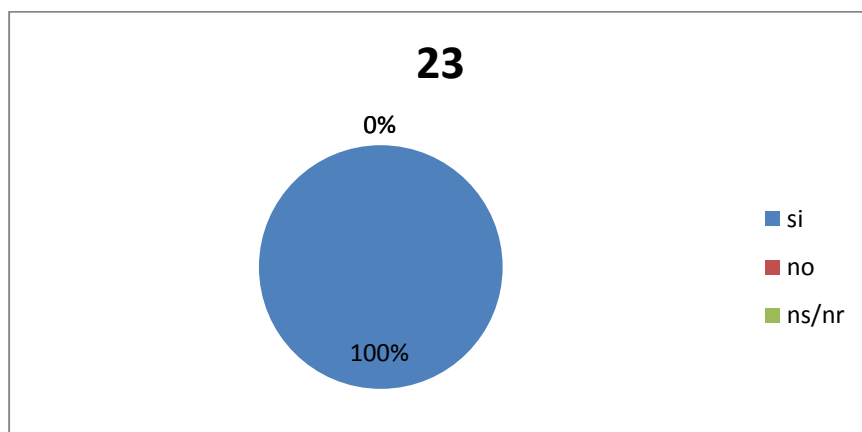
Gráfica 42



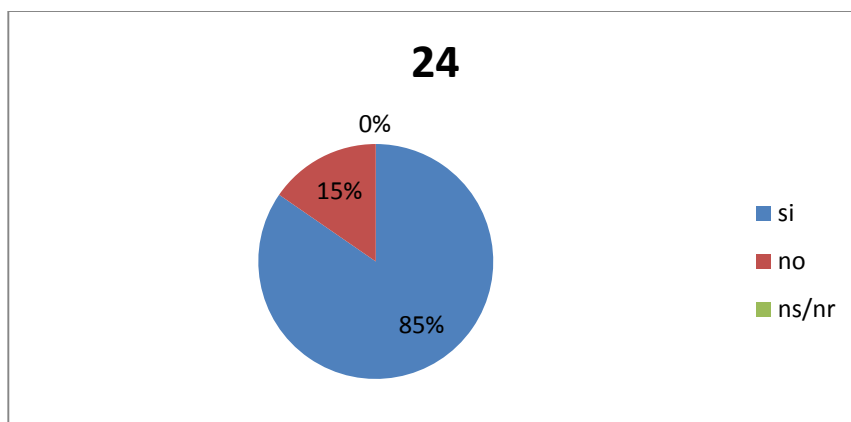
Gráfica 43



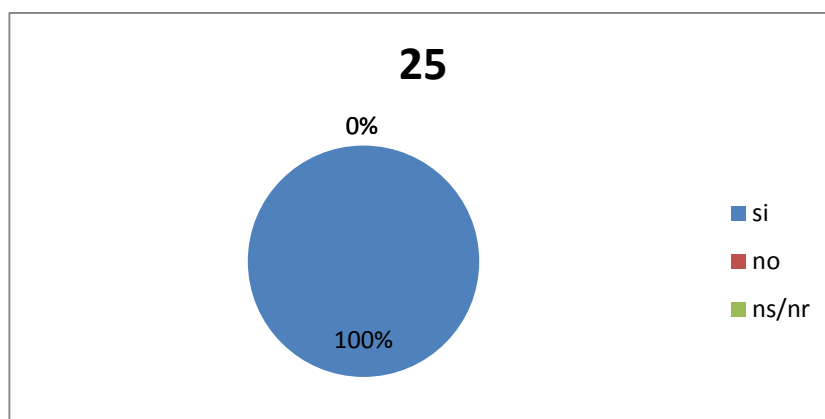
Gráfica 44



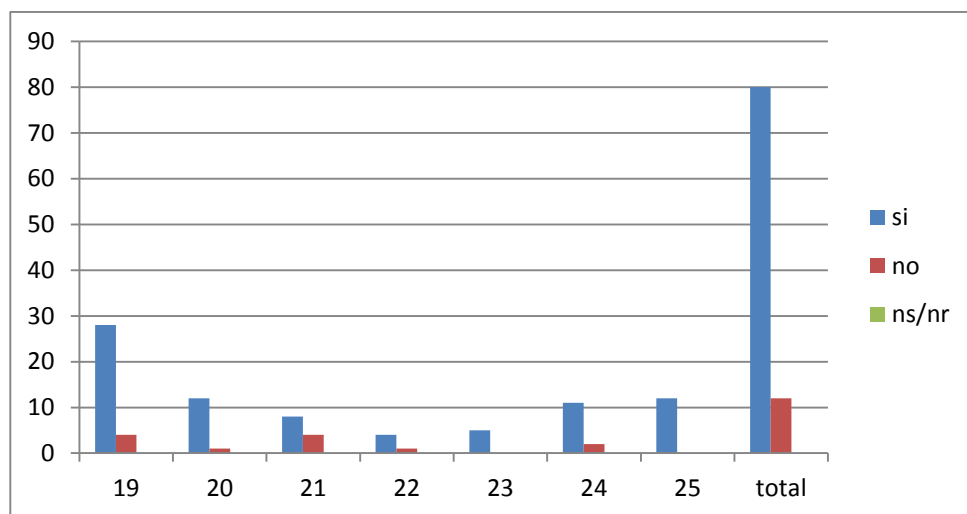
Gráfica 45



Gráfica 46



Gráfica 47

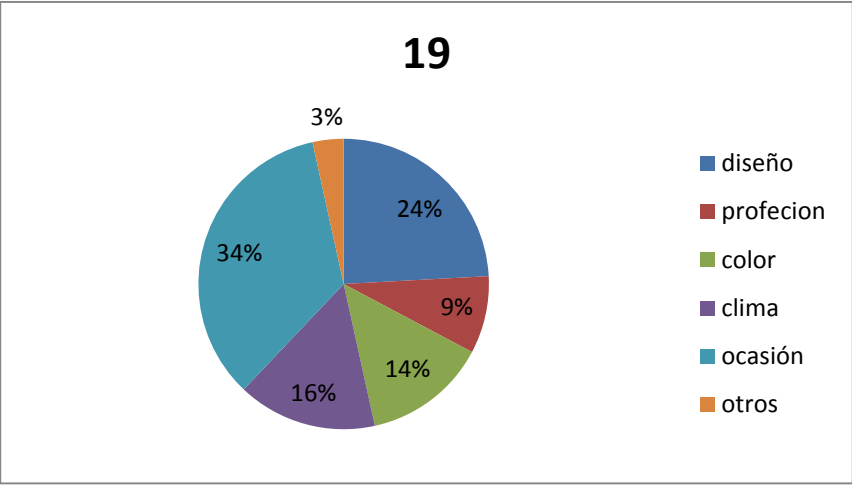


Gráfica 48

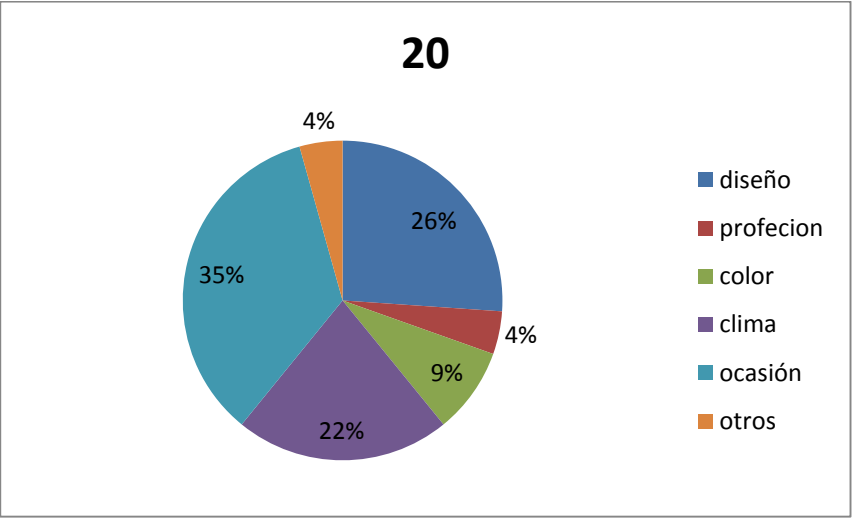
Tenemos presente que parte de las mujeres estudiantes de la tecnología de Diseño Textil y Producción de Modas se desempeñan en otras labores, las cuales si influyen a la hora de vestirse.

Tabla 9. ¿Bajo qué influencia te vistes?

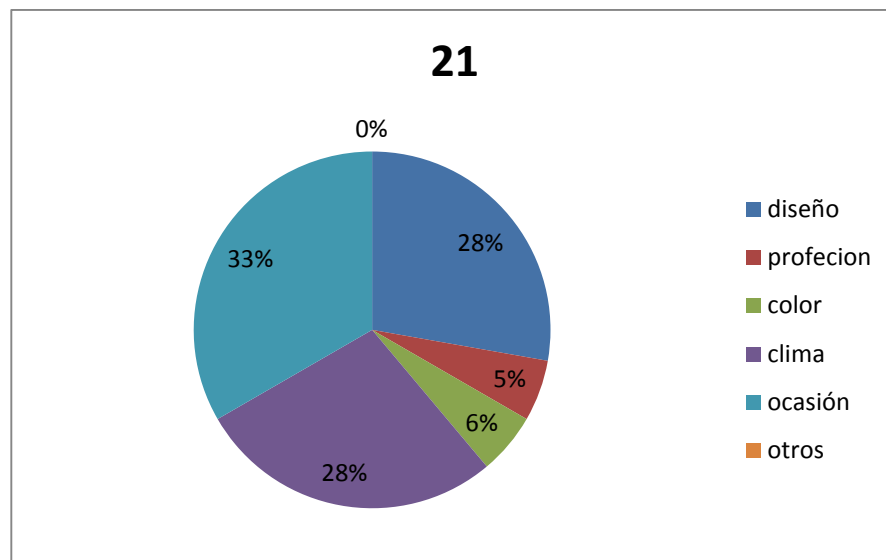
¿Qué es lo que más la influye para elegir una prenda?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
diseño	14	6	5	3	5	7	7	47
profesión	5	1	1	1	1	0	1	10
color	8	2	1	1	3	4	1	20
clima	9	5	5	2	2	5	6	34
ocasión	20	8	6	3	3	5	10	55
otros	2	1	0	0	0	2	0	5



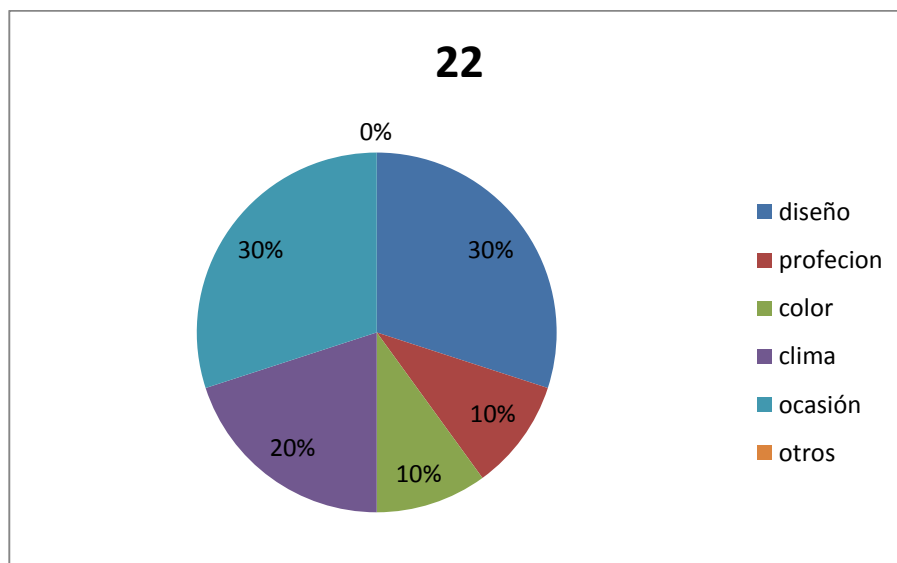
Gráfica 49



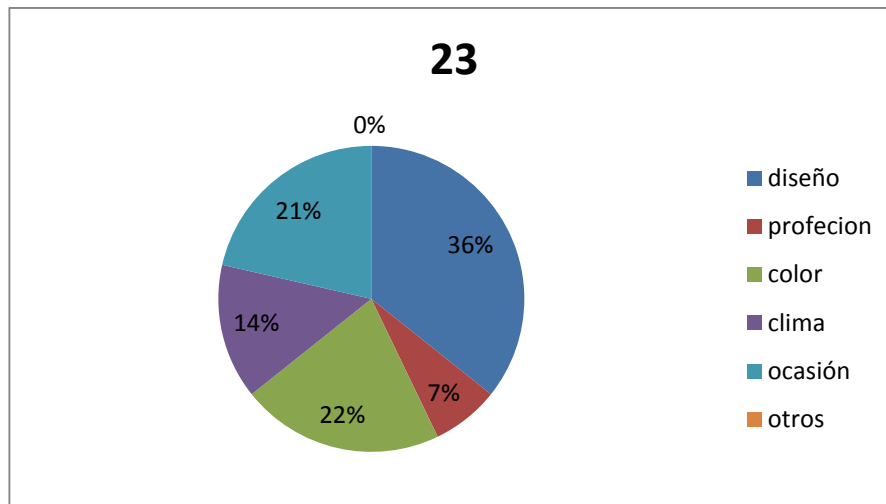
Gráfica 50



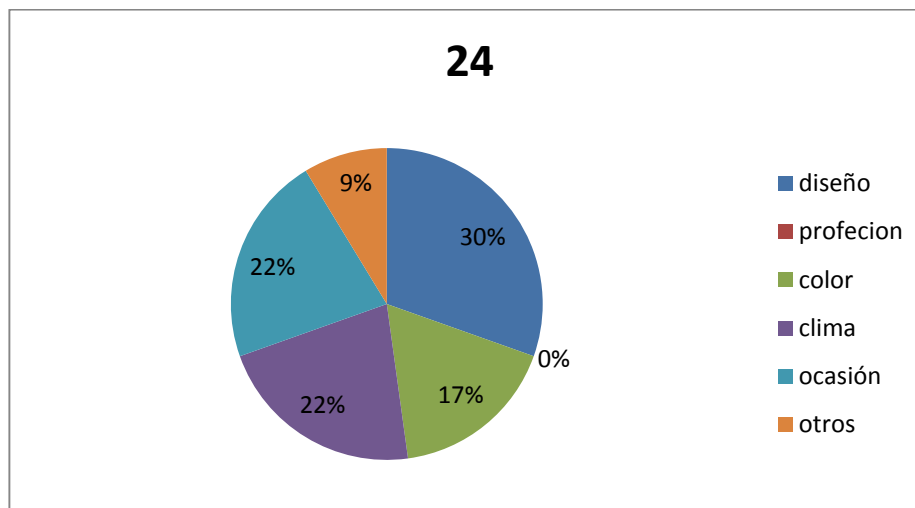
Gráfica 51



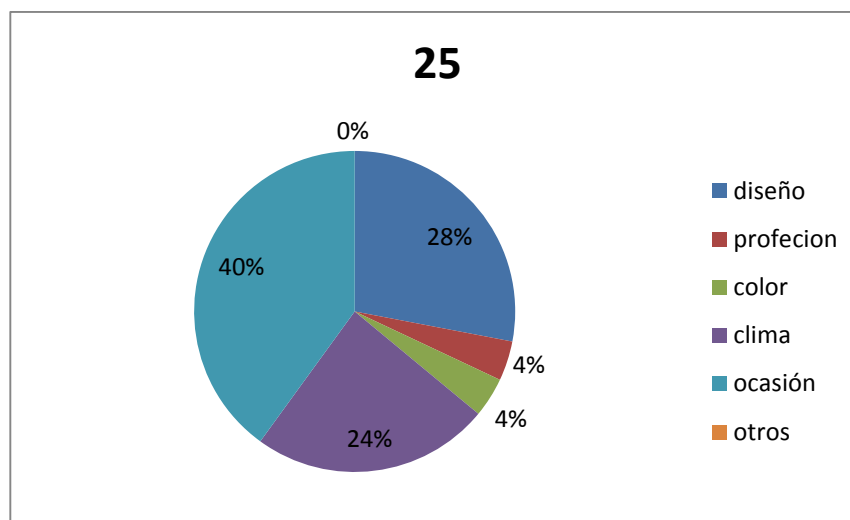
Gráfica 52



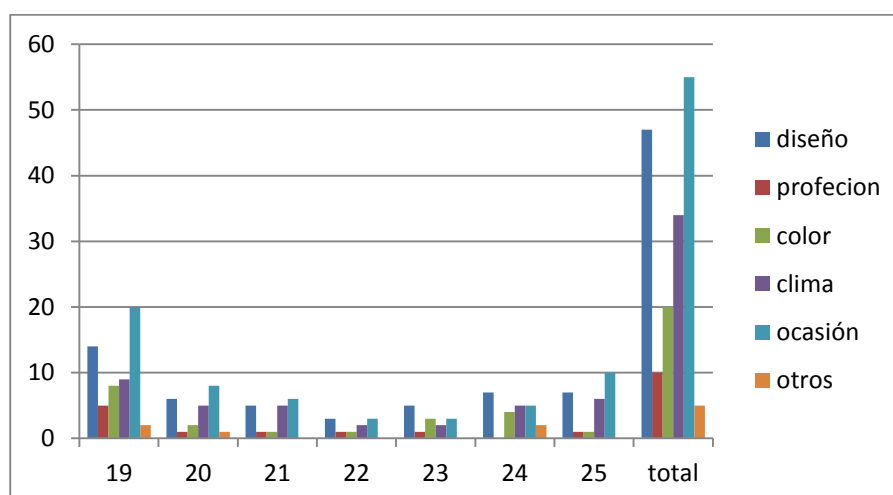
Gráfica 53



Gráfica 54



Gráfica 55

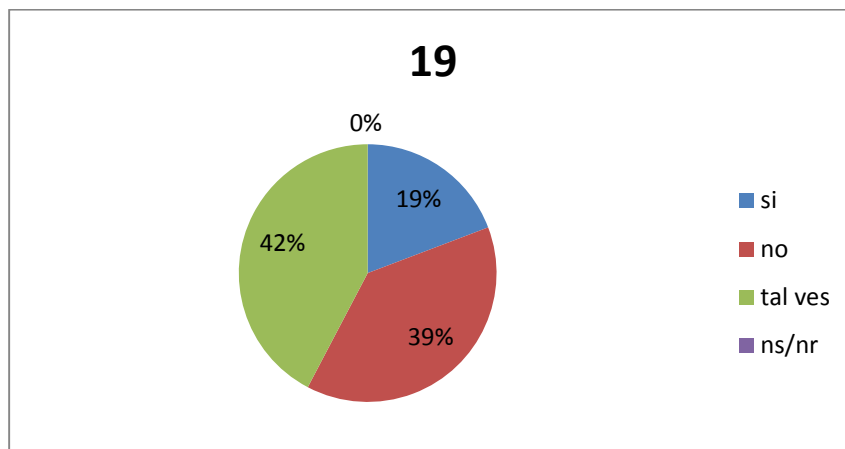


Gráfica 56

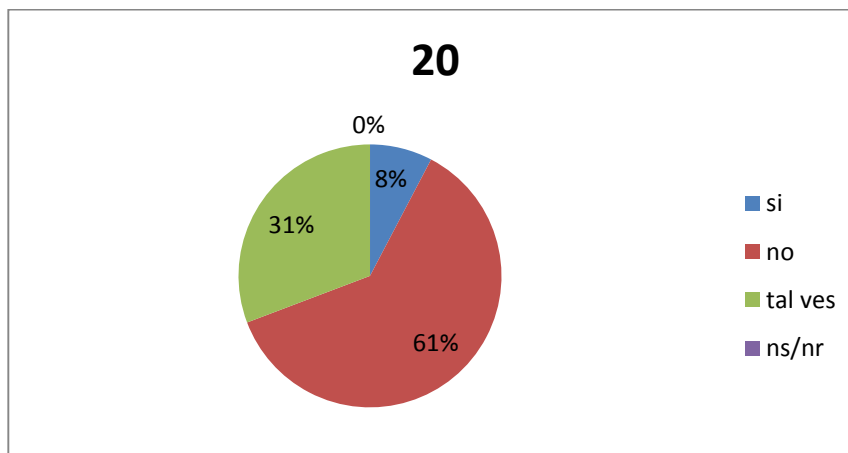
Según estas mujeres el factor que más influye a la hora de elegir una prenda es la ocasión con más de un 50 % de votación.

Tabla 10. Color y edad

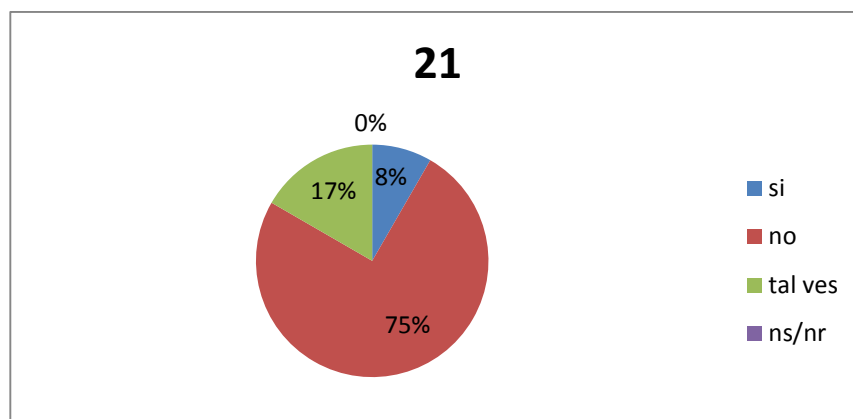
¿Crees que los colores tienen edad para lucirse?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
si	5	1	1	1	2	6	6	22
no	10	8	9	2	2	4	4	39
tal ves	11	4	2	2	1	3	4	27
ns/nr	0	0	0	0	0	0	0	0



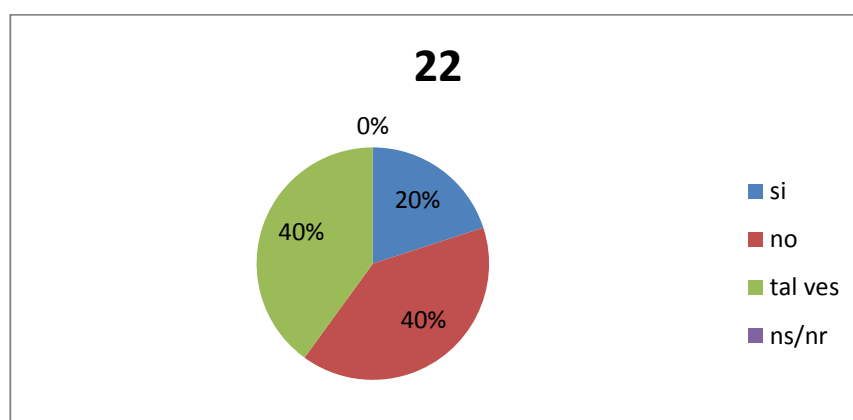
Gráfica 57



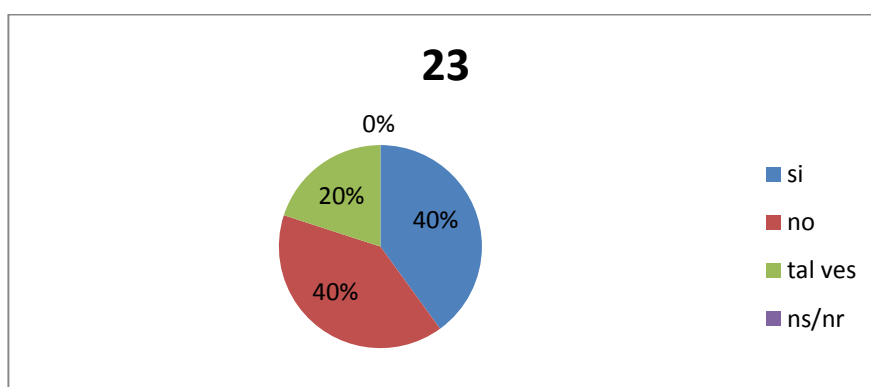
Gráfica 58



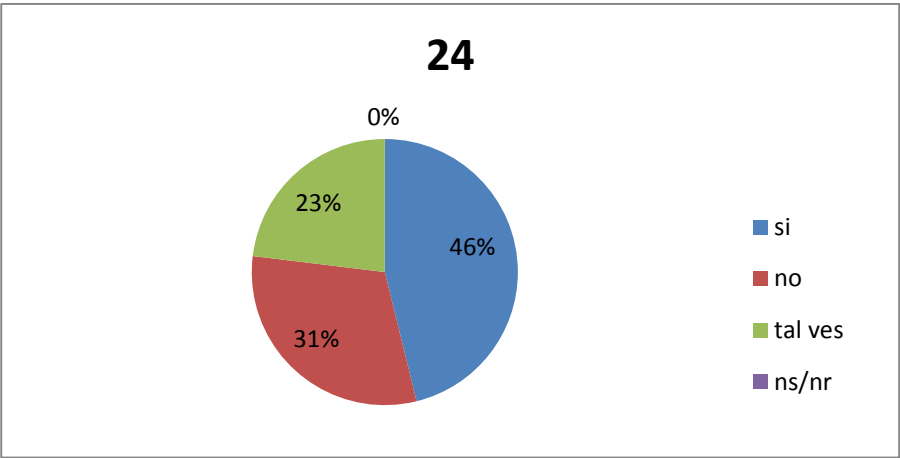
Gráfica 59



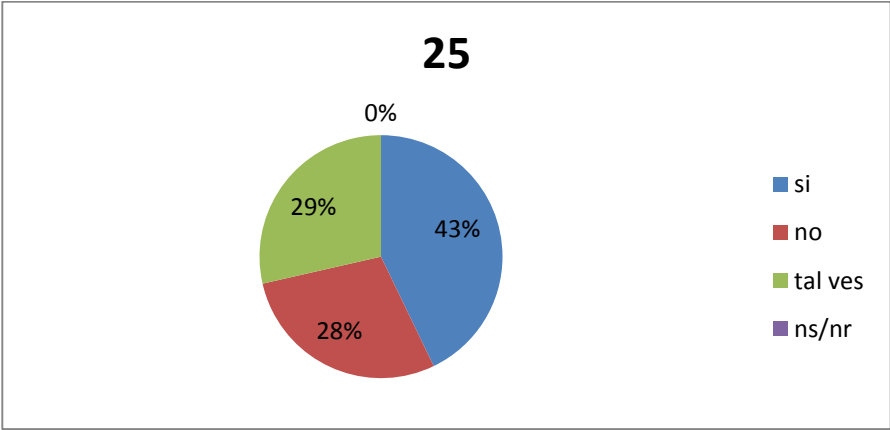
Gráfica 60



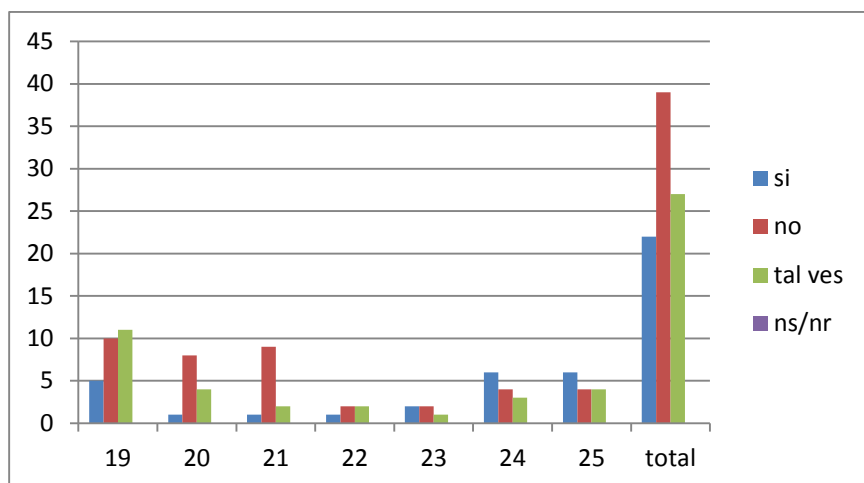
Gráfica 61



Gráfica 62



Gráfica 63

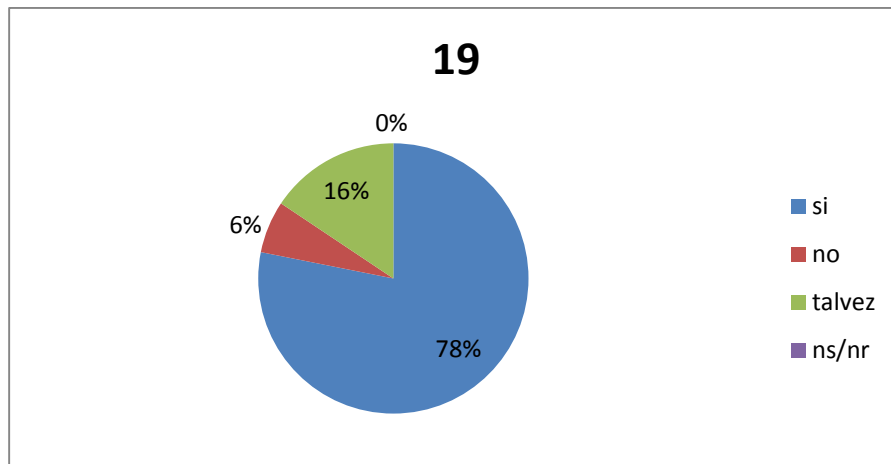


Gráfica 64

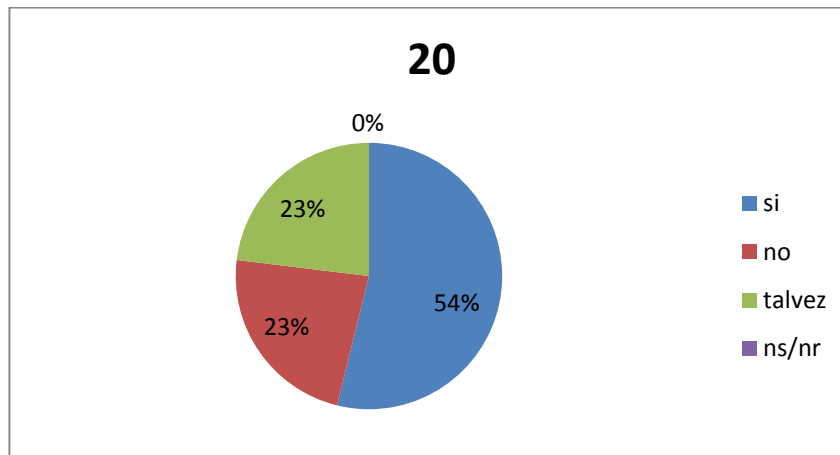
En mayor medida las mujeres creen que los colores no tienen edad para lucirse.

Tabla 11. Color y personalidad

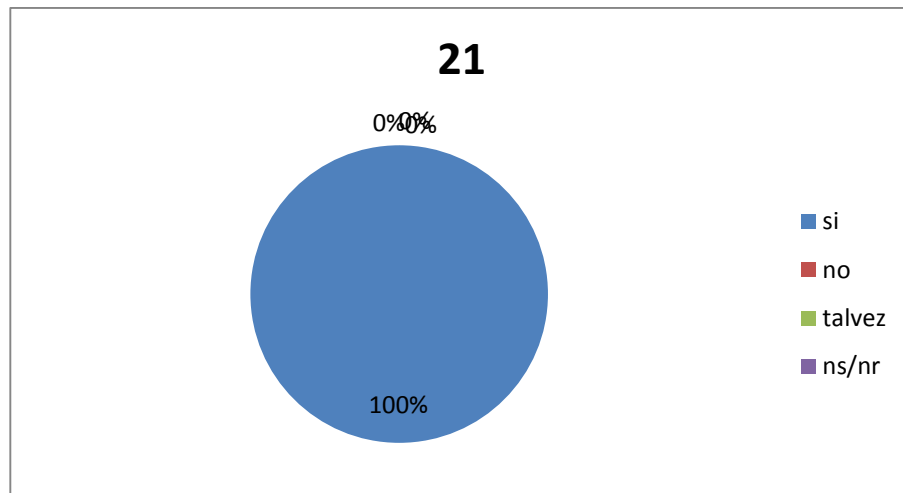
¿Crees que al elegir un color y lucirlo en tus prendas reflejas tu personalidad?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
si	25	7	12	3	3	11	14	75
no	2	3	0	2	0	2	1	10
tal vez	5	3	0	0	2	0	0	10
ns/nr	0	0	0	0	0	0	0	0



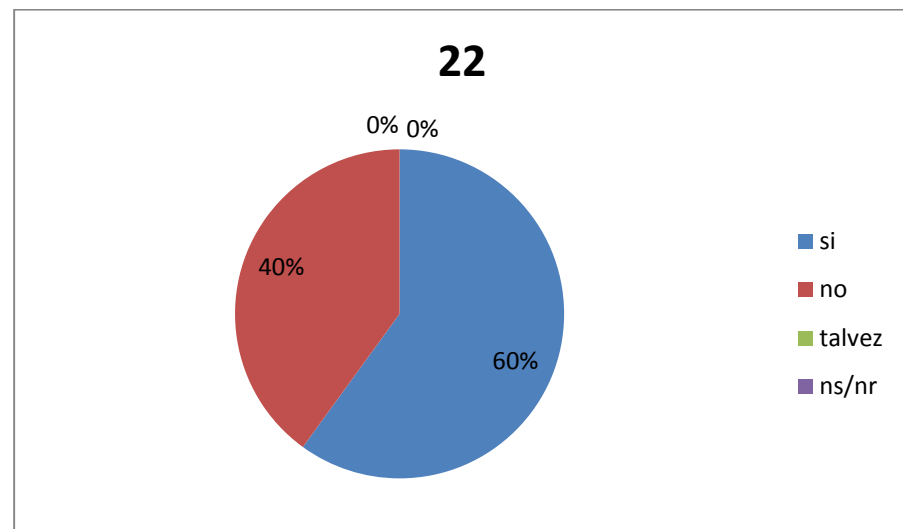
Gráfica 65



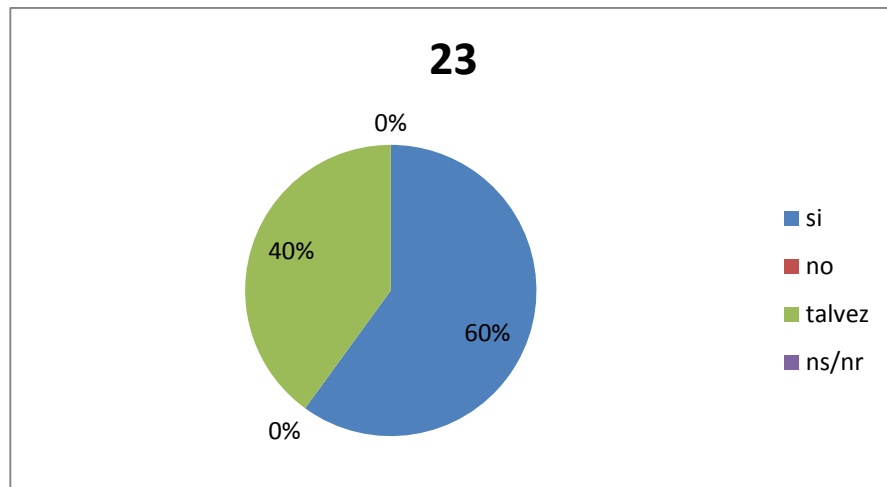
Gráfica 66



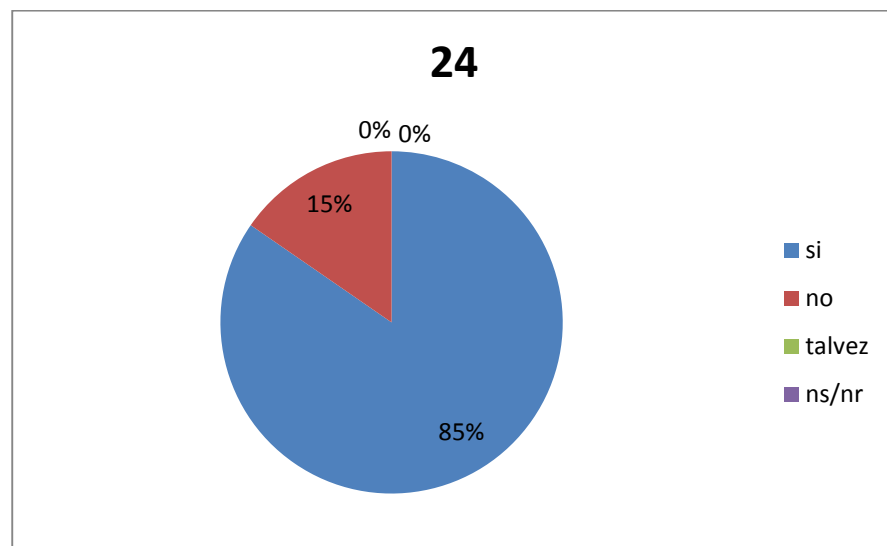
Gráfica 67



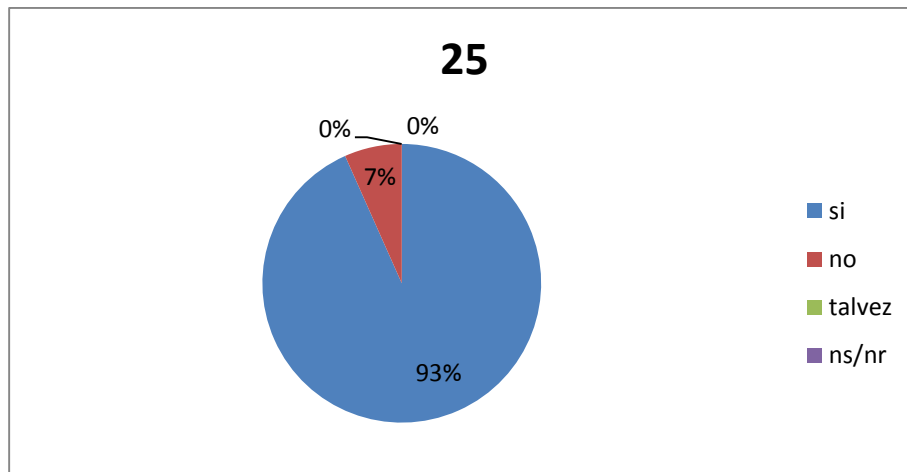
Gráfica 68



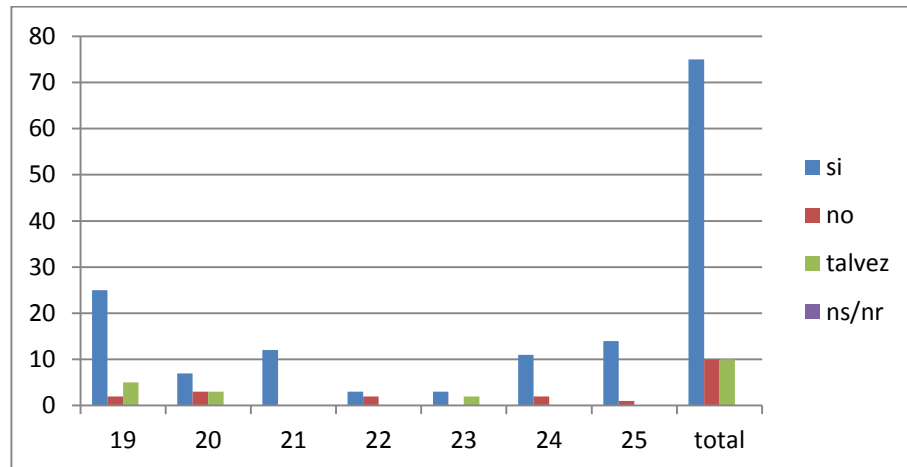
Gráfica 69



Gráfica 70



Gráfica 71

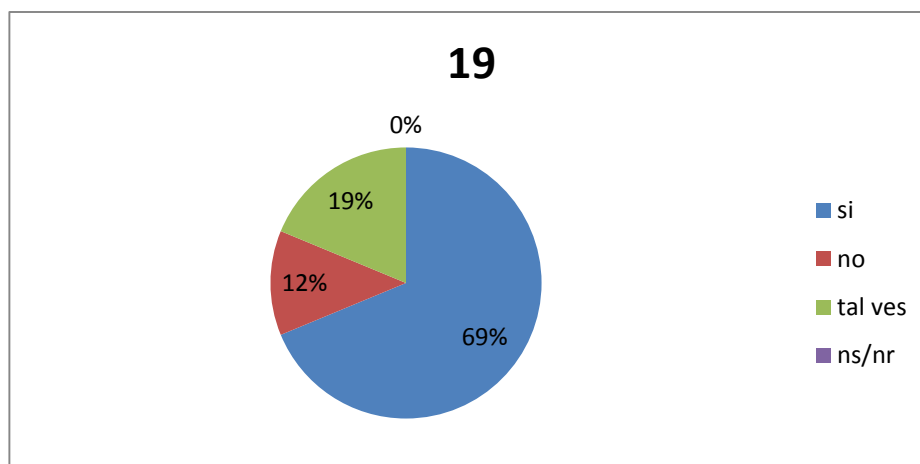


Gráfica 72

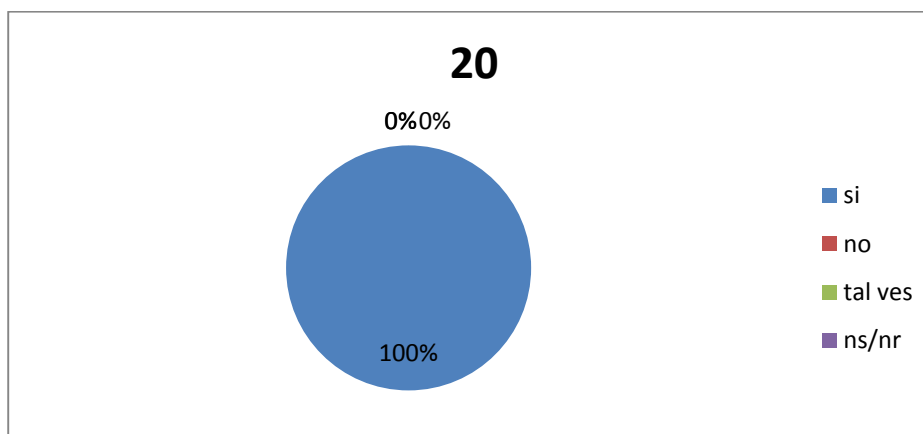
Las mujeres universitarias del Pascual Bravo en la facultad de Diseño Textil y Producción de Modas si reflejan su personalidad a través del color de una prenda.

Tabla 12. Las mociones y el color

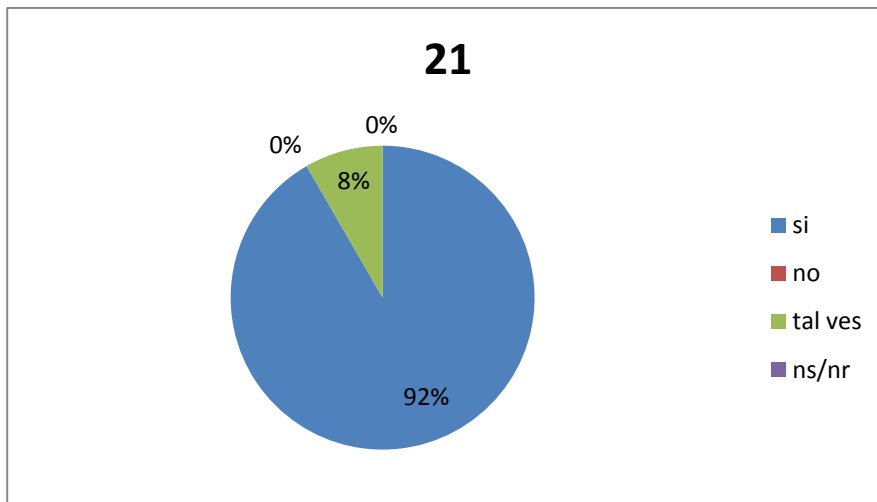
¿Crees que el color también puede representar emociones?								
	19	20	21	22	23	24	25	total
si	22	13	11	3	5	13	13	80
no	4	0	0	2	0	0	1	7
tal ves	6	0	1	0	0	0	1	8
ns/nr	0	0	0	0	0	0	0	0



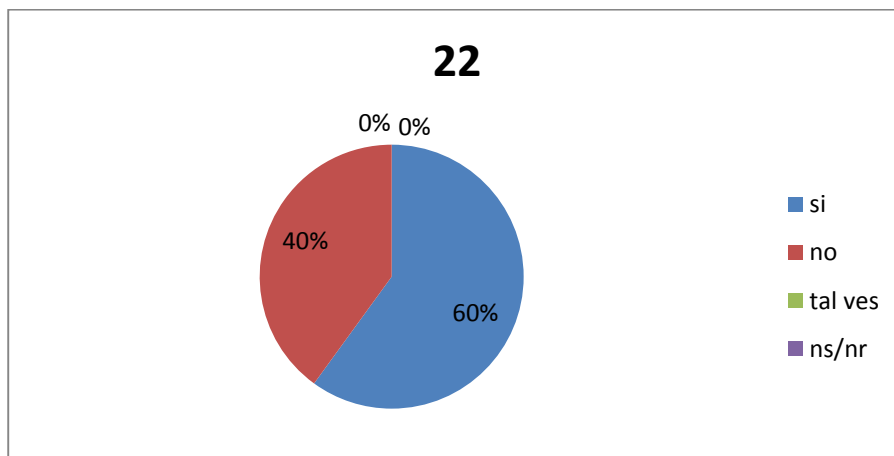
Gráfica 73



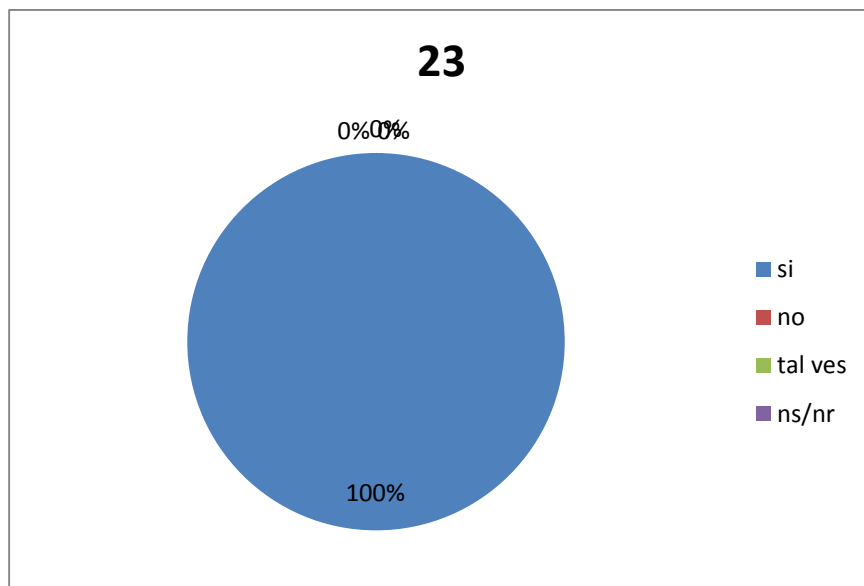
Gráfica 74



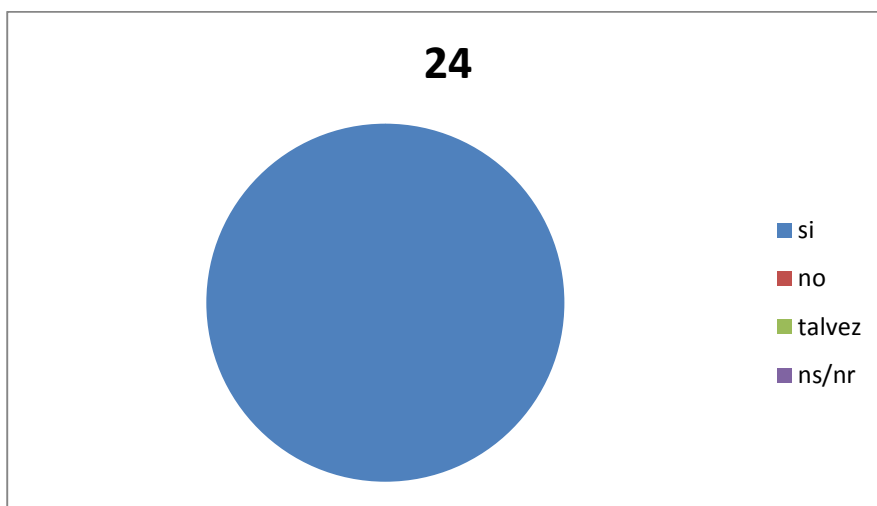
Gráfica 75



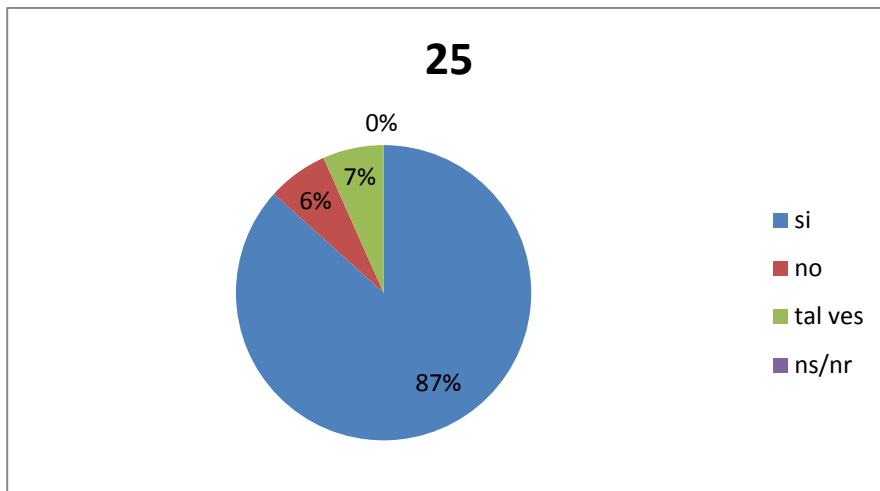
Gráfica 76



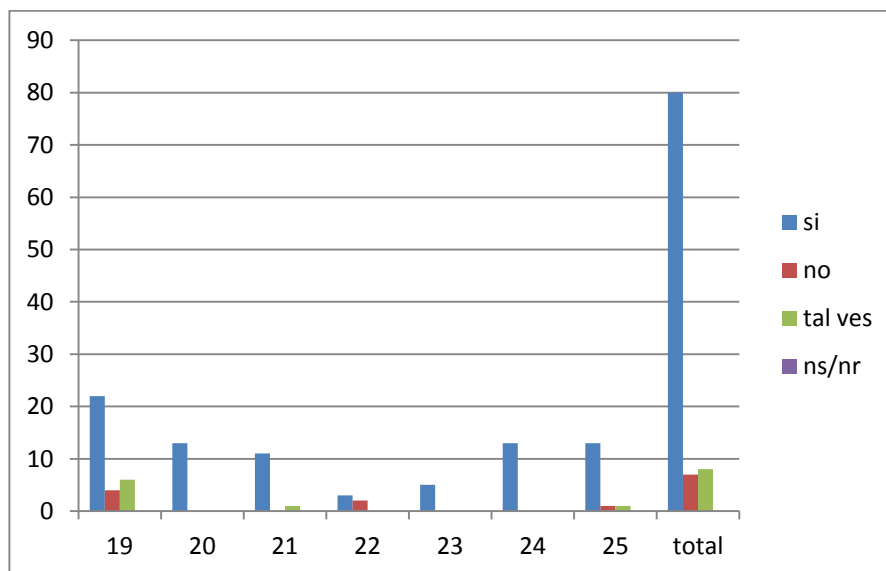
Gráfica 77



Gráfica 78



Gráfica 79



Gráfica 80

En total el 80%de las mujeres encuestadas piensan que el color si representa y transmite emociones.

11. CONCLUSIONES

El resultado de la investigación arroja que la mayoría de las mujeres estudiantes de la institución universitaria del pascual bravo de Medellín entre los 19 y 25 años de edad, si se sienten influenciadas por los estados de ánimo que tienen en el momento, a la hora de elegir una prenda determinada, así como por igual creen que el color no influye en la edad, es libre, y que si refleja y trasmite sensaciones a las otras personas y sentimientos personales, también creen que es relevante la ocasión de uso y la indumentaria, aunque hay muchos factores que intervienen en el momento de elegir las prendas, el que más predomina es la alegría y el color negro sigue siendo el más usado y preferido, aunque hay otros colores que según la prenda son más llamativos para ellas, tienen mayor impacto.

Se nota la importancia que la psicología social tiene en la actualidad y aunque son estudios de los años 60 aún siguen predominando, porque a medida que pasa el tiempo las personas son más conscientes de la importancia que hoy en día tiene la salud mental y todos los desencadenantes que estos tienen en la vida cotidiana y como cada objeto o suceso que pasa en el entorno se ve reflejado en nosotros y viceversa.

Muchas veces ignoramos lo que hay en nuestro alrededor sin tomar en cuenta que cada cosa tiene un porque, en este caso vemos como el color tiene gran importancia y es un generador de sensaciones, acciones y sentimientos tanto a nivel personal como para transmitir hacia los demás; sabiendo que nuestro cuerpo es el lienzo que pintamos y por igual el vehiculó que tenemos para expresar día a día a través de la indumentaria y el color que esta lleva y los complementos que forman un conjunto armonioso en las personas y forman una conexión entre mente, cuerpo y alma arrojando como resultado la apariencia que se evidencia en las prendas de vestir, lo que sentimos en el momento, sea alegría, euforia, ira, miedo entre otros a nivel personal y como los demás lo pueden llegar a percibir.

12. REFERENCIAS

entwistle, J. (2002). *El Cuerpo y la Moda*. Barcelona: Paidós.

Ferrer, E. (s.f.). *Los lenguajes del color*". Obtenido de EL COLOR EN LA PSICOLOGÍA:

http://encina.pntic.mec.es/ahea0000/el_color_psicologia.html

raquel Samper. (1 de Julio de 2012). Obtenido de

<https://rsraquelsamper.wordpress.com/2012/07/01/crees-que-influye-tu-estado-de-animo-en-como-te-vistes/>