

Feminidad y color extremo: la definición de las mujeres sobre su propia imagen

Los colores extremos siguen aumentando su presencia en la calle, las redes y los salones. Han sabido conectar con un público heterogéneo que necesitaba expresarse a través del atrevimiento y de la nueva vibración que traen estos tonos. Puede que sea una moda, pero para las que han dado el paso supone un cambio esencial, no solo en su imagen, sino en cómo la interpretan y se representan a través de ella.



Para más información, contacte con su gabinete de prensa:

press@comunicahair.com



COMUNICAHAIR

El modo en que transformamos nuestro cabello no es jamás una cuestión intrascendente. Detrás de las modas hay poca inocencia, aunque quizá recurramos a ellas desde el instinto o el juego. Probar y arriesgar con colores tan llamativos no puede ser una cuestión banal y menos en un momento de cambio social para las mujeres y en mitad de un contexto histórico de pandemia. No obstante, los rosas, azules, rojos... están en auge desde hace un par de años, pero ha sido en los últimos meses cuando han tomado un nuevo impulso, una nueva significación.



Cabe, entonces, preguntarse los motivos que llevan a muchas de ellas a acoger estos colores tan vibrantes. **Sita Zoroa**, experta colorista y directora de [Sita Zoroa](#) (Rubí), explica que lo hacen "en su gran mayoría de veces por encontrarse a sí mismas, sin importarles el resto de la sociedad. Debemos construir una sociedad variada, con color y mucho respeto. El empoderamiento femenino creo que debe gestionarse desde el acto y no desde el físico, pero, claro está que forma parte de esa reivindicación."

El modo en que trabajamos nuestra imagen es en ocasiones muy instintivo, sin embargo, cuando deseamos realizar un cambio tan drástico lo hacemos tras reflexionar. Quizá los motivos más profundos no están claros, pero sí analizamos el impacto inmediato que esta nueva imagen tendrá en nuestro entorno. Según **Sita Zoroa**: "Creo que no hay un proceso de definición consciente, sino que va sucediendo poco a poco. Aunque algunas mujeres lo tienen claro desde el principio, otras necesitan ir experimentando en pequeñas dosis para conseguir su propia imagen y, con ello, proyectarse al mundo."

Para más información, contacte con su gabinete de prensa:

press@comunicahair.com



COMUNICAHAIR

Detrás de esta reflexión hacia el cambio existe una necesidad de romper con estereotipos y cánones de belleza femenina. Miradas sobre la imagen de las mujeres que no han sido creadas por ellas, sino heredadas de un sistema que define qué es belleza y que no y que, además, es determinada desde una visión ajena a su propio cuerpo, es decir, proviene de la visión masculina sobre las mujeres. "Estas decisiones meditadas sobre la imagen a través del cabello están creando nuevos modelos de feminidad al margen de conceptos masculinos sobre qué es belleza y que no. Empiezan a existir más estilos o grupos sociales dentro de estas mujeres que desean cambios en su cabello e, indistintamente del *look* final (más tradicional o más alternativo), los subgéneros están creando nuevas modas.", afirma **Sita Zoroa**.



Según la peluquera, está claro que existen diferentes modos en los que las mujeres son activas a la hora de decidir sobre su identidad a través del cabello, "según tendencias, estados de ánimos, por influencias, escuchando a su estilista..." Y al mismo tiempo lo llevan "mujeres jóvenes y mayores porque saben quiénes son, cómo quieren lucir y saben que forma parte de su identidad. El mensaje nunca es el mismo, depende de muchos factores, por ejemplo, los colores cálidos recuerdan siempre a mujeres más fuertes de carácter, más pasionales y estas son las que deciden llevar rojos, cobres, etc."

Para más información, contacte con su gabinete de prensa:

press@comunicahair.com



COMUNICAHAIR

Comprender el significado y la simbología de la imagen y de los colores es tomar consciencia de quiénes somos y del mensaje que queremos hacer llegar. Rompiendo los modelos predeterminados sobre la apariencia, creamos nuevos, a medida de nuestra identidad y que solo necesitan nuestra aprobación. "Es necesario romper con los patrones establecidos sobre la imagen para crear patrones propios escogidos. Y desde nuestro sector tenemos que empezar a educar a nuestras clientas o, mejor dicho, a "deseducarlas" y enseñarles nuevas propuestas de belleza ya existentes o nuevas por conquistar... Siempre podrían ser las pioneras, why not?", asegura **Sita Zoroa**.



Una vez la persona ha decidido apostar por un color extremo, el tono escogido puede serlo por elección personal, así como por asesoría. Nuestro papel como profesionales debe ser siempre aconsejar desde la honestidad y el acompañamiento. "A la hora de escoger un tono u otro, la decisión se debe, creo que en un 75%, al profesional y un 25% a la clienta. No en todos los casos, por una cuestión técnica, se puede llevar a cabo su deseo, pero sí nos podemos aproximar.", indica **Sita Zoroa**.

Para más información, contacte con su gabinete de prensa:

press@comunicahair.com



COMUNICAHAIR



También es una buena ocasión explicar el significado psicológico de los tonos, quizá muchas lo saben cuándo lo escogen, pero siempre es bueno hacer saber cuál es el significado psicológico que hay detrás. "Siempre hay un trasfondo en los colores que lucimos. El rojo significa la parte más natural y básica del ser humano: pasión, ira, impulsividad... El azul es tranquilidad, sosiego... El naranja exotismo, tradición...

El violeta magia, fantasía, bisexualidad... El amarillo locura, felicidad, diversión, creatividad... El verde provocación social, horror, atrevimiento...", señala **Sita Zoroa**.

En definitiva, podríamos pensar que los colores extremos vienen a anunciar un cambio social profundo en las mujeres, a lo que **Sita Zoroa** añade: "Podría verse así, aunque, creo que estos cambios se ven más en la progresión de sus cambios de *looks*. Es más, la combinación entre ellos que en sí los colores."

Para más información, contacte con su gabinete de prensa:

press@comunicahair.com



COMUNICAHAIR