



**Universidad del
Rosario**

“Las costuras que unen la moda, la masculinidad y la paz”

Autoras

**Begi Valentina Rojas Duarte
Daniela Rojas Espitia**

Director

Edward Salazar

**Trabajo presentado como requisito para optar por el
título de periodista**

**Escuela de Ciencias Humanas
Periodismo y opinión pública
Universidad del Rosario**

**Bogotá-Colombia
2023**

**PROYECTO DE TRABAJO DE
Investigación académica; Investigación
impreso o sonoro); medio sonoro
(documental, reportaje o crónica);
PROGRAMA DE PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS**



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

**GRADO
periodística (reportaje, crónica en medio
(programa piloto); medio audiovisual
producto multimedia.
Y OPINIÓN PÚBLICA
HUMANAS**

Nombre: Daniela Rojas Espitia y Begi Valentina Rojas Duarte
Director/a: Edward Salazar
Tipo de trabajo de grado escogido: Investigación periodística (especial multimedia)
Modalidad: Colectivo
Tema: La reincorporación productiva de los hombres excombatientes de las Farc a través de la moda como herramienta de concientización política y posible transformadora de masculinidades
Título propuesto: “Las costuras que unen la moda, la masculinidad y la paz”
Problema de Investigación: <p>A nivel internacional la reincorporación a la vida civil de excombatientes de distintos grupos armados se ha visto como un proceso fructífero, pero a la vez de largo aliento. Un ejemplo de estos procesos es el de Irlanda del Norte donde se firmó en 1998 el “Acuerdo del Viernes Santo” para la reconciliación y reincorporación de la guerrilla urbana denominada Ejército Republicano Irlandés (IRA). Séanna Walsh, exmiembro del grupo armado irlandés IRA, explicó que todos los excombatientes se organizaron en asociaciones que realizan acciones para influir en la administración pública y buscan resolver los problemas que tienen como colectivo. Además, Patrick Colgan, director de la implementación de aquel acuerdo afirma que han tenido que empezar a verlos como colectivo y por ello hicieron programas estratégicos para ayudarles a formar cooperativas y enseñarles el rol que podían cumplir ahora en sus respectivas comunidades. Incluso hasta el 2007 seguían realizando acciones de implementación que complementarían el proceso de paz (Verdad Abierta, 2017). Este es solo uno de los procesos que han sido ejemplo de lo que se ha tratado de hacer en Colombia para que los excombatientes de la guerrilla de Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) vuelvan a la vida civil. La reincorporación no se da solo como un tránsito a la vida civil, sino como una vuelta a vivir con un sustento económico legal. Así, las cooperativas de las que se hablan terminan siendo impulso para la vida productiva. El proceso de paz en Irlanda del Norte denotó la importancia de dar herramientas para garantizar un mejor regreso a la vida productiva y a las comunidades que los acogen (Agencia para la Reincorporación y la Normalización, 2016).</p> <p>En este mismo sentido, la moda ha demostrado ser un vehículo para la construcción de paz en Colombia por medio de distintos proyectos productivos de excombatientes como lo son Manifiesta y Avanza, las marcas asociadas a la Cooperativa Tejiendo Paz y Confecciones La Montaña. En ellos se hace una apuesta política por la paz a través de los productos confeccionados en el marco del posconflicto colombiano ya que se han convertido en un sustento y vía productiva para la reincorporación de los excombatientes de las FARC que han decidido hacer parte de la industria de la moda. Ahora bien, la moda no es la única vía que se ha encontrado para el proceso de reincorporación ni en Colombia ni en el mundo. Según la Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN) hasta abril de 2021 han sido aprobados 2.659 proyectos productivos colectivos e individuales, vinculando a más de 6.500 excombatientes en proceso de reincorporación. Entre estos, son 64 los proyectos productivos de excombatientes relacionados a la confección y, por tanto, parte de la industria de la moda. Con esta cifra considerable se hace interesante indagar en las particularidades que tiene la confección, y específicamente la industria de la moda, para brindarle a este proceso de reincorporación</p>

de los excombatientes de las Farc. Así mismo, es útil encontrar dentro de esas particularidades esa función que cumple la moda como herramienta de concientización política, al hacerle frente a la paz. Incluso, se tiene en cuenta como punto central que este es un sector que se relaciona al rol de la mujer y sus estereotipos porque, aunque los hombres tienen un 20% más de posibilidades de ascender a posiciones ejecutivas en esta industria, es una donde hay un amplio número de mujeres trabajando porque está pensada para el género femenino (Farled, 2018). Por eso, dado que en Colombia algunos hombres excombatientes de las FARC han optado por la industria de la moda como campo para su reincorporación, se hace importante ver la forma en la que se reconfiguran las masculinidades en el trabajo cooperativo que se inserta dentro de esta industria feminizada.

En la línea de lo expresado anteriormente, tanto la transformación de las masculinidades como la industria de la moda para la reincorporación se dan especialmente en el caso que tomaremos en cuenta: Cooperativa Tejiendo Paz. En esta un hombre es el líder excombatiente que lleva las riendas del diseño, la confección y la marca. Por tanto, esta investigación pretende visibilizar por medio de un especial multimedia la contribución de la moda como herramienta de concientización política y dispositivo productivo que tienen los hombres excombatientes de las FARC para la consolidación de la paz en la Cooperativa Tejiendo Paz. Así, establecer las posibles transformaciones de las masculinidades de los excombatientes de las FARC que han realizado su reincorporación a través de la moda como herramienta de concientización política en la Cooperativa Tejiendo Paz desde 2018 hasta el 2022. Para ello, se identificará el papel de los mensajes de concientización política expresados en las prendas que realizan en la Cooperativa. También, se distinguirán las diversas experiencias de los excombatientes de las FARC en cuanto a las transformaciones de sus masculinidades que han sufrido en medio de su proceso de reincorporación por la vía de la industria de la moda desde el 2018 hasta el 2022. Y, por último, se determinará en qué medida la moda como proyecto productivo ha aportado a la reincorporación económica de los excombatientes de las FARC de la Cooperativa Tejiendo Paz. Todo esto a través de un especial multimedia que contará tres historias principales de hombres excombatientes de las FARC entendidas como casos que ejemplifican la relación entre moda y reincorporación dentro de la Cooperativa Tejiendo Paz.

Justificación:

La reincorporación de los excombatientes de las FARC en Colombia es un tema que aún sigue dándose a aproximadamente seis años desde la firma de los Acuerdos de Paz de La Habana en 2016. Teniendo en cuenta que entre 2014 y 2022, 26,790 excombatientes de distintos grupos armados lograron culminar con éxito el proceso de reintegración a la vida civil (ARN, 2022). Para este proceso se han creado cooperativas que van desde el turismo y la alimentación, hasta la confección. Dentro de la confección como trabajo de la industria de la moda, se han visto casos reconocidos como el caso de la Cooperativa Tejiendo Paz creada en 2018 que acoge marcas como Manifiesta. Marca que se ha convertido en muestra de cómo la moda sirve de herramienta de concientización política gracias a que, dentro de las mismas prendas y desfiles han logrado expresar una postura frente a un tema que atañe a la sociedad.

En cuanto a la reincorporación, en el plano internacional ha habido distintos procesos exitosos en los que los excombatientes de grupos armados vuelven de manera gradual a la vida civil vistos en Europa, África, Asia y Centroamérica. Para ejemplificarlo, está el caso de África, específicamente en Rwanda en donde tras el genocidio de 1994, el Gobierno adoptó medidas para abordar el impacto de la guerra y avanzar hacia la reconciliación nacional (Banco Mundial, 2019). Esto se logró al crear la Comisión de Desmovilización y Reintegración de Rwanda en 1997 que ha permitido desmovilizarse y reincorporarse a la vida civil a más de 70,000 excombatientes. Estos optaron por "unirse a

cooperativas, donde trabajan junto a miembros de la comunidad en campos, tales como la agricultura, la construcción, el manejo de motocicletas taxi y la confección de ropa.” (Banco Mundial, 2019) En este sentido, la moda y la confección han sido relacionadas con la política desde hechos históricos como los procesos de desarme. Para Montalva (2013) esto se evidencia en casos como los testimonios de personas que relatan la desaparición de un familiar y que llegan a reconocerlos por lo que traían puesto. Pues, la diseñadora e historiadora de la moda concluye en una entrevista que “los tejidos blandos son los primeros en desaparecer del cuerpo, pero las telas permanecen, como un registro de toda esa violencia política que sufrió el cuerpo.” (Martínez, 2019) Entendiendo, como la vestimenta es parte esencial para entender como la moda es política y ha intervenido en procesos históricos. Así mismo, la moda como herramienta de concientización política se ejemplifica en casos como los pañuelos verdes que son el símbolo de la lucha por el aborto legal en la Argentina. Al ser convertidos en una marca distintiva de las luchas de mujeres y feministas por la ampliación de sus derechos sexuales y reproductivos (García, 2021).

En Colombia la reincorporación a la vida civil de excombatientes se ha logrado gracias a los 26 Espacios Transitorios de Capacitación y Reincorporación (ETCR), a cargo de la ARN. Estos ubicados en distintos puntos del país como Tolima, la Guajira y el Cesar al ser zonas afectadas por el conflicto. Son espacios donde los excombatientes “posterior al tratado tienen la posibilidad de continuar la transición a la vida en sociedad con mayor facilidad” (Cepeda, 2021, p.33). En estas dos zonas se han impulsado 23 proyectos productivos individuales en el departamento del Cesar y 14 más en el departamento de La Guajira, a cargo de la ARN (2020), proporcionando ingresos a mediano y largo plazo en el marco de la legalidad. La Misión de Verificación de Naciones Unidas en Colombia esclareció que han sido aprobadas más de 3.000 iniciativas de excombatientes y más del 58% de los 13.000 firmantes de paz fueron o son parte de ellas (Infobae, 2022). De estas iniciativas “se benefician 3.849 excombatientes, entre ellas, 881 mujeres. En la actualidad, existen 155 cooperativas de excombatientes alrededor del país. 31 de ellas son lideradas por mujeres y el 80% de las cooperativas tienen su operación de zona rurales remotas.” (El Tiempo, 2021) Es decir, se unieron para crear cooperativas según sus intereses conformando un 45% de exintegrantes de las FARC que en la actualidad participa en proyectos productivos. Además, en corte de enero de 2021 de la ARN, el 100% de los proyectos productivos aprobados cuentan con enfoque de género en su formulación.

Manifiesta es uno de los 64 proyectos productivos que más reconocimiento ha obtenido en este ámbito de la moda. Este ha sido liderado por mujeres emprendedoras ajenas a la participación directa en el marco del conflicto armado en el país, de la mano de participación activa de hombres excombatientes. Específicamente la Cooperativa tejiendo Paz que es el proyecto productivo que ha surgido de los ETCR y que ha hecho una alianza con la marca Manifiesta. Desde su debut en el evento de ‘PAZarela’ en 2019 donde se pudieron apreciar las prendas elaboradas por 22 excombatientes en Iconozo, Tolima, se habló de su ideal político. Este ejemplificado en las prendas como símbolo de la paz fue visto en varios de los medios de comunicación más reconocidos del país como Caracol Radio o El Espectador. Idrobo (2021) presentó a la marca como “uno de los programas textiles en los que se ve la moda como un asunto político”. Debido a que las distintas prendas que mostraron los modelos llevaban carteles expresando mensajes guiados hacia la reconciliación, la paz y la no estigmatización. Dentro de estos se destacaron mensajes como “la moda es un acto político” o “siempre fashion, nunca facho”.

Con todo esto dicho, nace interés frente al proyecto productivo de la Cooperativa Tejiendo Paz el cual ha tenido una intención de concientización política a través de la moda que se ejerce confeccionando

prendas. Así, los excombatientes de las FARC no solo han tenido un dispositivo productivo, sino que han tomado a la moda como forma de reincorporarse diferencialmente. Ahora bien, no se habla de que esta industria parece relacionarse estereotípicamente con las mujeres y no con los hombres, contrariamente a lo que sucede con la guerra. Por eso, este se hace un caso especial que tiene a un hombre excombatiente como líder y genera interés en la reconfiguración de las masculinidades después de la guerra. Además, interesa indagar en las particularidades de la moda que la consolidan como herramienta de concientización política y forma productiva en el marco de la reincorporación de los hombres excombatientes de las FARC.

Hipótesis de investigación:

La moda puede ser considerada como herramienta de concientización política y dispositivo productivo que facilita la reincorporación de los hombres excombatientes de las FARC y llega a transformar sus masculinidades dentro del marco de la firma de los Acuerdos de Paz de La Habana en el cual se crea la Cooperativa Tejiendo Paz a partir del 2018 y hasta el presente año 2022.

Objetivo del producto periodístico: Visibilizar a través de un especial multimedia el papel de la moda como herramienta de concientización política y como forma de reincorporación y transformación de las masculinidades de los hombres excombatientes de las FARC que trabajan en la Cooperativa Tejiendo Paz en 2018 hasta el 2022.

Objetivo general: Establecer a la moda como herramienta de concientización política que posibilita las transformaciones de las masculinidades de los excombatientes de las FARC que han realizado su reincorporación a través de ella en la Cooperativa Tejiendo Paz desde 2018 hasta el 2022.

Objetivos específicos:

- Identificar el papel de los mensajes expresados en las prendas que realizan los excombatientes de las FARC en la Cooperativa Tejiendo Paz como herramienta de concientización política.
- Documentar las diversas experiencias de los excombatientes de las FARC en cuanto a las transformaciones de sus masculinidades que han sufrido en medio de su proceso de reincorporación por la vía de la industria de la moda desde el 2018 hasta el 2022.
- Determinar en qué medida la moda como proyecto productivo ha aportado a la reincorporación económica de los excombatientes de las FARC de la Cooperativa Tejiendo Paz.

Estado del arte:

En Colombia, tras la firma de los Acuerdos de Paz de La Habana en 2016 se empiezan a consolidar distintos proyectos que permitieron los procesos de reincorporación de los excombatientes de las FARC. Dentro de estos, la Cooperativa Tejiendo Paz, creada en 2018, ha logrado por medio de la moda proporcionar espacios de reintegración a la vida civil, posibilidades económicas, y más que nada, llevar un mensaje sobre la reconciliación, la paz y la no estigmatización. Ahora bien, la industria de la moda tiende a asociarse al rol femenino y no al masculino. Es por esto, que se vuelve importante establecer a la moda no solo como herramienta de concientización política en la reincorporación de excombatientes de las FARC sino como una industria en la que se evidencian las transformaciones de sus masculinidades.

Definición de parámetros y características de la muestra documental

Para esta investigación se llevó a cabo una revisión bibliográfica de un total de 70 artículos, dentro de los cuales 50 son productos periodísticos y 20 son investigaciones académicas. Para la selección

de dichos artículos, se tuvo en cuenta el periodo de publicación dentro de un rango amplio que proporcionara contexto previo y actual. Este se definió entre 2011 y 2022.

Cabe señalar que la muestra contiene algunos productos periodísticos publicados con anterioridad bajo un marco que nos sitúa en situaciones de reincorporación de grupos armados en la esfera internacional. Por ejemplo, la publicación de noticias sobre el desarme del FMLN en El Salvador (AFP-EFE, 1992) en donde aproximadamente 1.600 excombatientes salvadoreños buscaban abandonar las armas para incorporarse a la vida civil.

Además, la muestra de artículos académicos se caracterizó por estar escrita en su mayoría por mujeres. Pues, 12 de los 20 artículos fueron escritos únicamente por mujeres frente a seis hechos por hombres, sumándole otros dos que tuvieron participación de ambos géneros. En los escritos por mujeres se analizaron temáticas desde la construcción de la paz (Guerrero, 2016) y todo el proceso del proceso de tránsito a la vida civil de excombatientes. (Ortiz, 2014) Igualmente, la temática de la moda fue parte importante de la selección de autores. Se destacaron asuntos desde la relación de la moda en el marco del posconflicto en Colombia (Bernal, 2021) y casos de análisis más puntuales sobre el papel que juega en la representación y resignificación de la mujer en el postconflicto (Martínez & Dotor, 2019) o el caso de las tejedoras de Mampuján (Rodelo, 2018).

En cuanto a los artículos hechos por hombres, se resaltaron temáticas como el difícil proceso hacia la paz y el después de la desmovilización (Guzmán, 2021; Pabón, 2021) y las reconfiguraciones de las nuevas masculinidades y las narrativas que se ven dentro del proceso de reintegración para excombatientes de las FARC – EP (Ospina, 2017; Camelo, 2020).

Conviene destacar, que a pesar de que dentro de los autores utilizados para este análisis existe mayoría femenina con participación en la escritura sobre la moda y la reincorporación, los temas que manejan en ambos géneros son variados. Los de este último tipo proporcionan bien sea contexto pertinente sobre la reincorporación, relaciones entre moda como herramienta de concientización y masculinidades dentro del marco del conflicto.

En el caso de los artículos periodísticos también se obtuvo mayor participación femenina dentro de los medios informativos. Se buscó analizar diversidad de formatos y por tal se tuvieron en cuenta productos como 23 reportajes entre multimediales y audiovisuales, uno de estos de edición impresa, 17 noticias, 8 artículos de opinión algunos de estos en formato sonoro, una entrevista a profundidad y una colección fotográfica de desfiles por la paz.

Para la selección se buscaron temas relacionados con moda y el proceso de paz dentro del ámbito colombiano e internacional, al igual que el cubrimiento de nuevas iniciativas y proyectos productivos que permitieran ver la relación entre la moda y la política. Esto en medios tanto internacionales como locales, con el fin de tener una amplia gama de perspectivas de fuentes.

Del cubrimiento del proceso de reincorporación de los excombatientes FARC-EP medios como RCN, El Espectador, El País y El Tiempo cumplieron con brindar información sobre los desfiles, los nuevos lanzamientos y dar voz a marcas distintivas de excombatientes de las FARC como Manifiesta. Algunos de estos y otros como VerdadAbierta, Pacifista y Deutsche Welle (DW) hicieron reportajes a mayor profundidad sobre los distintos proyectos productivos dándole voz a los mismos excombatientes que son parte de estos procesos de reincorporación a la vida civil. En ellos se habló principalmente de las

prendas, sus mensajes y las posibilidades que ha brindado el mundo de la moda a este proceso de reincorporación.

De la misma manera, se destacaron los productos de opinión en donde el tema principal fue la relación directa entre la moda y la política. Como el episodio número 23 del podcast Salón de Moda (2021), en el cual se habla a partir de voces expertas sobre dicha relación vista en distintos hitos históricos como los estallidos sociales y protestas en Colombia.

Problemas de investigación trabajados

Distintos autores se centraron en el proceso de reincorporación a partir de sus limitantes. Se abordó la problemática desde entender los riesgos latentes del proceso de reintegración en donde se ven limitantes como la reincidencia delictiva (Guzman,2021). También, dentro de las dificultades del proceso se resaltaron los mecanismos de inclusión laboral de excombatientes en empresas colombianas (Ortiz, 2014), la falta de claridad y accesibilidad en las condiciones de incorporación laborales tanto para empresarios como excombatientes (Becerra & Molina, 2017). Asimismo, dentro de los limitantes se habló de percepciones recurrentes sobre dificultades emocionales en cuanto a sentimientos de derrota, frustración y señales de depresión (Harb,2020) que enfrentan los excombatientes. Este difícil proceso de implementación del Acuerdo de Paz entre las FARC-EP y el Gobierno colombiano, se ejemplificó en distintos casos como el de la región de Sumapaz, un territorio marcado por las dinámicas del conflicto (Pabón, 2021).

Del mismo modo, algunos autores analizaron la manera de abordar la moda dentro del marco de las posibilidades de la reincorporación para los excombatientes. En donde, se destacaron problemáticas desde las necesidades de las marcas hasta la importancia de los mensajes producidos por las mismas. A propósito de la moda como posibilidad de reincorporación, Rico (2020) analiza las alianzas necesarias para el fortalecimiento de la capacitación técnica y la articulación de iniciativas, donde se da como ejemplo a la marca Manifiesta y la Cooperativa Tejiendo Paz. Igualmente, se trató la existencia de una necesidad de relacionar la paz como bien simbólico en la narrativa en las distintas marcas (Guerrero, 2016; Beltran,2019) gracias a la repercusión del mensaje distintivo que buscan mostrar. Esto se abordó desde procesos donde la moda y aquellos quienes conforman la industria han sido respuesta activa al debate político colombiano. Para Beltrán (2019), esto se ha logrado a través de colecciones inspiradas y dedicadas a la expresión se da la denuncia de algunos de los problemas más importantes del país.

Al igual que se presenta una relación en los artículos académicos desde la moda y los procesos de reincorporación también se trataron las distinciones marcadas por las masculinidades. Teniendo en cuenta que “los conflictos se han reconocido por tener cara de hombre, las grandes guerras mundiales, siempre han sido protagonizadas por el sexo masculino” (Ospina, 2017, p.17). Ya que, dentro de las diferencias de género, está el papel del hombre en la construcción de un escenario equitativo en cuanto a funciones y roles sociales que se deben desempeñar en los nuevos escenarios de la vida civil (Camelo, 2020). Del mismo modo, se explica sobre los ámbitos donde surgen y se evidencian estos roles de género que:

La educación y el relacionamiento masculino tejen sus tramas y urdimbres en todas las formas de socialización, y establecen códigos de comportamiento enraizados en los niños y en los hombres que luego serán. Marcan las formas del habla, del cuerpo y sus movimientos. [...] Alientan la competencia, la fuerza, el egoísmo, la creencia en una superioridad inmanente. [...]

Se trata de un principio sencillo: que lo que entendemos como masculino no nos es inherente a la biología del hombre. (Salazar, 2021)

Se explica también que las masculinidades no son fijas, sino que “aunque las cargamos desde la infancia, es posible asumir su movilidad.” (Salazar, 2021) Además, se tiene en cuenta las especificidades de las masculinidades porque “si bien hay elementos transversales que afectan a distintos grupos de hombres, también ciertas tradiciones, mediadores, procesos de educación, racialidad, clase social o lugar de origen que condicionan cada experiencia.” (Salazar, 2021) Incluso, Salazar (2021) habla de que hay una relación intrínseca entre masculinidad y guerra donde la masculinidad hegemónica se vuelve un modelo aspiracional de movilidad social que se articula con otros mandatos como proveer, tener más mujeres, etc.

Aproximaciones metodológicas

En cuanto a lo metodológico se encuentra en la mayoría de las fuentes investigadas que se hace uso de una metodología cualitativa. Solo en un caso se ve una metodología meramente cuantitativa donde los autores buscan “describir las condiciones que los empresarios del sector del calzado y la marroquinería consideran fundamentales para la contratación, y los aspectos que las políticas públicas deberían tratar.” (Becerra & Molina, 2017) Es decir, se trata de una investigación donde para ver en qué condiciones se da la reincorporación de los excombatientes de las FARC por medio de la producción de zapatos se usa la estadística. Por eso, sus técnicas de recolección de información corresponden a encuestas que arrojan porcentajes y cifras sobre varias categorías que se derivan del tema principal.

Además, se encontró otra investigación que también optó por usar una metodología cuantitativa, pero esta vez combinándola con lo cualitativo, es decir, una metodología mixta. En este caso, Manotas (2020) tenía el objetivo de analizar las estrategias de comunicación de la Cámara de Comercio de Bogotá, la marca de ropa Manifiesta Colombia y la cooperativa textil TejPaz en sus procesos de inserción laboral con reintegrados de las FARC, como parte de su compromiso social con la consolidación de la paz. Por esta razón, hizo uso de entrevistas a profundidad con directivas de estas empresas para recolectar la información sobre el porqué de sus decisiones; mas por el lado cuantitativo, se hizo uso de las encuestas para ver cómo otras 130 empresas veían estas estrategias de comunicación de los emprendimientos de moda usados para la reincorporación.

Más allá de esto, el resto de las fuentes consultadas se centraban en lo cualitativo. En este sentido, de lo que más se habla es de analizar comportamientos y experiencias humanos mediante observación, distintos enfoques etnográficos y entrevistas. Dentro de los artículos con metodología cualitativa destaca la etnografía virtual de Bernal (2021) mediante la cual analizó el fenómeno de la moda con carácter político en el marco del posconflicto en Colombia. Aquella investigación que se acerca tanto a la presente, hizo uso de las redes sociales para analizar la imagen y los mensajes que mostraban las diferentes marcas de moda que se asocian con la paz en Colombia. Así, se explica como una forma diferente de poner en práctica una técnica tradicional y da cuenta de que la pertinencia de esta etnografía está en:

el carácter descriptivo y detallado [que] permite un análisis a aquellos discursos seleccionados que dan cuenta de los cambios sociales [...] en acciones que presentan la interacción constante de elementos materiales que fortalezcan una conexiones-simbólicas en este caso con lo político, la política, el activismo y la moda. (Bernal, 2021, p. 7)

El aporte de Bernal (2021) está entonces en mostrar que la etnografía permite analizar los mensajes que vienen en las prendas y en las marcas de moda en general. Además, demuestra que se puede haber otras formas de realizarla, tanto de forma virtual, como presencial.

En medio de la metodología cualitativa, tanto en los artículos académicos como en los periodísticos, también se encontró que generalmente abordaban a los excombatientes de las FARC por medio de entrevistas a profundidad semiestructuradas cuando se buscaba hablar del proceso de reincorporación y de la transformación de sus masculinidades (Pabón, 2021; Forero, 2018; Rico, 2020; Guzmán, 2021; Ortiz, 2014; Gluecker et al., 2022; Harb, 2020; Ospina, 2017; Camelo, 2020) Igualmente, este tipo de entrevistas también se abordaron para los estudios que relacionan la moda con la política por medio de testimonios expertos o simplemente involucrados en las situaciones estudiadas (García, 2021; Rico, 2020; Bello & Aranguren, 2019).

Del mismo modo, los métodos como la etnografía y la observación participante fueron usados en estudios más relacionados con la confección como objeto de estudio. Por ejemplo, Martínez & Dotor (2019) realizaron un taller de diseño para coexistir con mujeres involucradas con el conflicto. También, Valle (2011) analizó el clúster textil en Antioquia con una etnografía y Beltrán (2019) analizó colecciones de moda relacionadas con la política y el posconflicto colombiano mediante la observación de estas.

Enfoques epistemológicos

En cuanto a las teorías usadas para abordar los problemas de investigación tratados en los artículos estudiados, hay varias coincidencias. En cuanto a la reincorporación como tema, la teoría que se repite en uso sería el modelo de Desarme, Desmovilización y Reintegración (DDR), el cual es usado para explicar la reincorporación en sus diferentes ámbitos e incluso para darle un marco contextual al posconflicto colombiano. Este modelo es nombrado por Guzmán (2021) y por Ortiz (2014).

Otra teoría frecuente fue la de las Representaciones Sociales la cual fue usada por Ortiz (2014) y por Ospina (2017). En el primer caso, esta es usada para ver cómo cambian las percepciones generales de la vida en el tránsito de una forma de vida a otra. Es decir, para “comprender y analizar los procesos que una persona debe pasar cuando decide abandonar su vida en el cuerpo armado e iniciar una o retomarla en la “sociedad civil” por medio de un proceso DDR.” (Ortiz, 2014). En el segundo caso, es utilizada para explicar cómo cambian las masculinidades en ese mismo proceso de transformación de la vida de los excombatientes de las FARC. Así, en su uso las Representaciones Sociales se definen como “una suerte de etiquetas con las cuales se puede categorizar los grupos de personas o a los individuos. Son rótulos que se construyen socialmente generando conocimiento que trasciende y da sentido a la cultura.” (Ospina, 2017)

En general, para el subtema que más se usan teorías ya acuñadas es precisamente para el de las masculinidades. Esto se da porque se trata de un término que necesita delimitación. Por tanto, autores como Camelo (2020), Ospina (2017) y Harb (2020) hablan de términos como nuevas masculinidades y masculinidades hegemónicas. Estos, son definidos desde el hecho de ver a la masculinidad como producto de “las relaciones desiguales entre los géneros que se estructuran a través de la violencia simbólica, hábitos de percepciones y esquemas de relación que producen asimetrías entre hombres y mujeres.” (Harb, 2020). En ese sentido, las hegemónicas se enmarcan como las ya establecidas en la sociedad y las nuevas como aquellas que surgen como transformadoras.

Es importante anotar que las investigaciones se dieron más que todo en campos de las ciencias humanas, tanto desde la psicología, por medio del abordaje psicosocial, como desde las ciencias políticas y la comunicación. Además, se vieron artículos relacionados a la antropología, al diseño, y a la economía, siempre enfocados en lo social.

Resultados de conocimiento

Pasando al plano de los resultados se pueden ver diferentes dependiendo de si hablan de reincorporación, de moda política o de masculinidades y las relaciones que hagan entre estas variables. Productos periodísticos como los de Salón de Moda (2021), Las Raras (2022), Martínez (2019), El Espectador (2021), Revista Diners (2021), Flórez (2021), Martín (2018), Gallón (2016), Bolaños (2021), Moreno (2022), Idrobo (2021) AFP (2016), Rosales (2021), Borrás (2018), Gutiérrez (2022) y Ulloa (2021) concluyen todos en términos generales que la moda puede tener un carácter político, bien sea por los mensajes expresados en ella o por lo que carga detrás de su proceso de confección o incluso por la simbología que se le atribuye. Adicionalmente, el artículo académico de Chaves (2016) en particular dio como resultado una estrategia para una marca de ropa que buscaba en sí misma incorporar el discurso de la paz y los conceptos asociados a ella como una forma de discurso político, lo que reafirma esa relación.

Por su parte, los artículos académicos que hablan sobre las masculinidades y las unen con el proceso de reincorporación de los excombatientes de las FARC afirman que efectivamente en ese proceso se genera una transformación de las masculinidades. No se trata de que en la guerra fueran hegemónicas y en la vida civil sean nuevas, o viceversa, sino de que en cada momento de la vida de los excombatientes hay parte de las dos. Para Camelo (2020), Ospina (2017) y Harb (2020) en la guerra, parecía haber más igualdad de género, pero también el hecho mismo de la guerra reproducía estereotipos de lo que significa ser hombre. Mientras que ahora, en la vida civil de los excombatientes entrevistados para aquellas investigaciones hay más roles hegemónicos para el hombre como el de dar sustento al hogar. Esto mismo se ve en los artículos periodísticos como el de Dávila (2020) donde una experiencia puntual de un excombatiente muestra lo que significan y resignifican esas masculinidades para él.

Además, la mayor parte de artículos analizados se centran en la relación de la moda con la reincorporación y la paz. Así pues, los más destacados en este tema como lo son los de Bernal (2021) y Rico (2020) afirman que las marcas de moda creadas por excombatientes, además de ser medio de reincorporación se relaciona con este proceso directamente ya que se denota a la moda como “una permanente producción y reproducción de lo social.” (Bernal, 2021). Aunque también aparece Vanegas (2017) con un carácter más opinativo sobre la moda que se ha hecho con referencia a la paz. En el ámbito periodístico Gutiérrez (2019), Moreno (2022), Bolaños (2021), El Tiempo (2020), Revista Semana (2015), Ruiz (2022), AFP (2019), Parada (2021), Agencia AFP (2016) y Prieto (2021) simplemente se visibilizan las acciones de aquellas marcas y/o colectivos que han destacado en la industria de la moda por ser forma de reincorporación, de paz, de memoria u otros actos sociales o políticos. Incluso, en cuanto a reincorporación hay artículos académicos que hablan de esta como un proceso que se puede ver desde lo psicosocial porque une las esferas económicas, sociales y afectivas de los excombatientes. Guzmán (2021) habla de estigmas sociales y desconfianza en el proceso de paz. También, Ortiz (2014) y Manotas (2020) concluyen que en la parte económica hay varios factores que hacen que el proceso de contratación de excombatientes sea complicado.

En general, se encontraron relaciones entre nuestras mismas variables de análisis desde diferentes perspectivas, pero en general, no se encontró una que hablara de las masculinidades dentro del marco de la reincorporación de excombatientes de las FARC que escogieron la moda como sustento para su paso a la vida civil. Son las masculinidades asociadas a esta industria las que se convierten en tema innovador para ser abordado en la presente investigación.

Marco conceptual:

Reincorporación:

La ARN (s.f) establece la reincorporación como un proceso de estabilización socioeconómica de los excombatientes que entregaron sus armas, en el marco de la firma del Acuerdo Final entre el Estado colombiano y la Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo (FARC-EP). Para Forero (2018) es una estrategia que brinda a la nación colombiana alternativas a problemas no solo de violencia, sino de marginalidad propias de la exclusión y obstrucción a la participación democrática por medio de la cual se les abre la puerta a los excombatientes para su ingreso a la vida civil.

En cuanto al ámbito social se evidencia a través de las distintas relaciones interpersonales que construyen, fortalecen o generan los sujetos dentro de los espacios de reincorporación. Teniendo en cuenta que en este proceso los excombatientes pueden llegar a tener éxito, serán cada vez más capaces de reconciliar sus diferencias y fortalecer su nueva identidad social. (Gluecker, Correa & López, 2022).

Referente al ámbito económico, este involucra las distintas posibilidades que se les dan en forma de herramientas como cursos, guías y acceso a proyectos productivos mediante los cuales logran sustentar su regreso a la vida civil después del conflicto. Esto gracias a que según el acuerdo de Paz de La Habana se busca un espacio laboral donde los excombatientes logren potenciar sus capacidades respecto a su desarrollo económico junto con permitirse a sí mismos la reconciliación y la restauración social con su entorno y conciudadanos (ARN, s. f). De acuerdo con Manotas (2020) las oportunidades laborales se convierten en aquel mecanismo que los excombatientes tendrán para valerse económicamente por sí mismos y recobrar la dignidad con un trabajo honrado que les permita ser productivos con independencia y autonomía.

Moda como herramienta de concientización política:

La presente investigación abordará a la moda como herramienta para la reconciliación (Semana, 2021) como vehículo para la reincorporación y subsistencia económica de los excombatientes de las FARC-EP. Al igual que entenderá formas como el diseño de moda dentro del marco del proceso de paz colombiano ha sido “parte de la resocialización y la recuperación de las personas que fueron parte del conflicto” (Martínez & Dotor, 2019, p.71).

Así pues, se establece la moda como herramienta de concientización política al darle una mirada más allá de las distinciones estéticas creadas comúnmente. Para Bernal (2021) la moda logra reflejar los cambios sociales y lo logra abordando temas como el posconflicto. Argumenta que la moda es un revelador de hechos sociales y lo que logra es evidenciar un hecho social respecto al progresivo debilitamiento de las formas representativas de legitimación política.

Martínez y Dotor plantean “repensar la moda como un sistema socio-ético y socio-estético diferente al conocido que sirve como espacio de liberación, de desahogo y de reflexión con conciencia; un espacio de reconstrucción social” (Martínez & Dotor, 2019, p.75). La moda se convierte así en un espacio que genera dialogo, donde existe una narrativa que pertenece a cada individuo y permite representarse al mundo como una herramienta social.

De modo que, el acceso a una prenda va mucho más allá de pensarlo a partir del disfrute personal. “El hecho de vestirse involucra una forma de compromiso ético y político, la moda se vuelve un medio para afirmar valores y rechazar otros, una manera de actuar por el bien común” (Lipovetsky, 2020). La moda es parte de nuestro deseo de presentación y reconocimiento de nuestra ideal de identidad social (Bernal, 2021).

Masculinidades:

A partir de inicios del siglo XXI comienza el campo de los estudios de nuevas masculinidades en donde se ha evidenciado una transformación sobre las expectativas sociales del papel de los hombres. Las masculinidades se entienden desde de las distinciones entre mujeres y hombres. En donde “la masculinidad son los patrones, conductas y manifestaciones del sexo masculino” (Ospina, 2017, p.40) estas pueden ser diversas, heterogéneas y dependen mucho del contexto en el cual se desarrolle la persona. Asimismo, están estrechamente relacionadas a representaciones sociales de los hombres en las cuales resaltan relaciones de poder o sexualidad.

Ciertamente las masculinidades se evidencian dentro del marco del conflicto. Existen “las masculinidades guerreras que no sólo están presentes en los combates armados, sino, también en la cotidianidad y la cultura” (Camelo, 2020, p.48). Pues, el ámbito de la guerra implica una hipermasculinidad donde se hacen evidentes estereotipos fuertemente marcados, inclusive antes de entrar a los grupos armados se configura un “deber ser” de los hombres y las mujeres (Harb,2020).

Estas nuevas masculinidades también se evidencian en el tránsito a la vida civil de los excombatientes. Es importante destacar que se tiende a afirmar según Borrás (2018) que la moda es un mundo donde las mujeres son mayoría, pero los hombres siguen ocupando los cargos altos de responsabilidad creativa y empresarial. En lo que respecta a la investigación, es clave entender cómo dentro del proceso de reincorporación en la industria de la moda se encuentran integradas las masculinidades.

Sobre todo, entender que en el marco que nos concierne existe una relación intrínseca y recíproca entre género y conflicto armado (Harb,2020). Pero, aunque bajo las perspectivas de género se le ha dado atención a los temas que se refieren a violencia de género frente a las mujeres donde se dan reconocimiento a sus derechos y necesidades, así mismo ha de ser con los hombres. Según Harb (2020), para que tengamos una transformación real gracias a temas como la reincorporación, es necesario que haya también un cambio en lo masculino.

Metodología:

Para la presente investigación se usó una metodología de tipo cualitativo definida como aquella que “produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor & Bogdan, 1987, p.7) con el fin de ver el fenómeno de la reincorporación en el marco de la transformación de las masculinidades y la moda como herramienta de concientización

política en un sentido humano que precisamente abarca lo social y lo cultural de la población en cuestión.

En este sentido, se usó un diseño de aproximación etnográfica que buscó compartir con los hombres excombatientes de las FARC que trabajan en la Cooperativa Tejiendo Paz para identificar los mensajes de sus prendas, sus voces en cuanto a la transformación de sus masculinidades y los elementos que permitieron ver cómo este proyecto productivo se convirtió en un sustento económico para ellos. Así, la herramienta principal para recolectar los datos fueron las entrevistas a profundidad y longitudinales, las cuales son entendidas como “encuentros cara a cara entre el informante y el investigador, cuyo objetivo es la comprensión de las perspectivas que tienen aquellos respecto a sus vidas, experiencias o situaciones expresadas por sus propias palabras” (Taylor & Bogdan, 1987). De todas formas, se trató de una entrevista semiestructurada, donde el tema y las preguntas guía están presentes sin un orden fijo, por eso se entiende como “diferenciada de una conversación espontánea [donde] es el entrevistador quien elige el tema de la conversación y hace las preguntas” (Packer, 2013, p. 56) También, su objetivo fue “motivar a la persona a hablar en sus propias palabras” (Packer, 2013, p. 50) Estas se llevaron a cabo con 3 hombres excombatientes de las FARC y participantes de la Cooperativa Tejiendo Paz que contaron su testimonio a partir de las experiencias particulares en un mismo contexto.

Este tipo de entrevistas a profundidad se usaron teniendo en cuenta que se trata de un tipo de entrevista flexible que permite ahondar en las experiencias personales que se vuelven valiosas porque interesan a cierto grupo de personas, en este caso, los demás excombatientes de las FARC. En especial, estas buscaron relacionar las experiencias de los excombatientes en cuanto a la transformación de sus masculinidades en medio del tránsito a la vida civil a través de la industria de la moda. Por esa razón, las dimensiones en las que estuvieron divididas fueron: masculinidad en la guerra, masculinidad en el tránsito a la vida civil y masculinidad en el trabajo en la industria de la moda. Cada una de estas dimensiones tuvo preguntas que guiaron el testimonio de cada excombatiente.

Además, las entrevistas en profundidad fueron la herramienta escogida debido a que requieren de un contacto prolongado que permite que a su vez se pueda realizar una observación como técnica de investigación que “implica adentrarnos en profundidad a las situaciones sociales y mantener un papel activo y una reflexión permanente” (Hernández, et al., 2010, p. 411). Esta observación buscó que los investigadores se adentraran como espectadores reflexivos en el proceso de confección de las prendas con el fin último de determinar el aporte de la Cooperativa Tejiendo Paz a la reincorporación económica a través de las prendas con mensajes políticos que se crean allí. Incluso, también esta observación se prolongó hasta el proceso de venta de estas prendas como producto de moda y con ella se buscaba identificar el papel de los mensajes expresados como herramienta de concientización política que se evidencia en las prendas que realizan los excombatientes de las FARC en la Cooperativa Tejiendo Paz.

Para el análisis de los mensajes expresados en las prendas como herramienta de concientización política también se usaron entrevistas estructuradas a 2 expertos en moda que son analistas de esta industria. El tipo de entrevistas escogidas se debe a que en estas se entiende que “el entrevistador sirve como un cuidadoso recolector de datos; su rol incluye el trabajo de lograr que los sujetos lo bastante como para responder por completo a la serie predefinida de preguntas” (Taylor & Bogdan, 1987). Por tanto, permitieron tener un conocimiento conciso e informado con contraste entre fuentes. En este mismo sentido, también se realizaron entrevistas estructuradas al sector público para no quedarse con un solo lado de la historia. Se contactó a la Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN) para acceder a los datos que permitieron entender los procesos de reincorporación en términos de

reincorporación económica. Incluso, se entrevistó a entidades que involucran la cultura y lo relacionado con el conflicto armado, tales como el Museo Nacional de Colombia y el Centro de Memoria, Paz y Reconciliación. Estas entidades aportaron su perspectiva frente a la moda como forma de memoria y de reincorporación que se involucra con aspectos políticos.

En esta misma línea, las herramientas ya nombradas permitieron incluir la fotografía, tanto de contextualización y de información general sobre los procesos de confección y venta, como de los personajes y sus características relacionadas a la moda y a las masculinidades. Adicionalmente, se realizó la grabación de los testimonios en audio como insumo para el especial multimedia producto de esta investigación. Las etapas para la realización de todo esto se dieron en 3 momentos.

El primer momento fue el de preproducción y sirvió para acercarnos a los participantes y para planear qué era lo más importante e interesante para fotografiar y grabar. En este punto se observó el proceso de confección de las prendas con mensajes políticos y se consignó en un diario aspectos de la cotidianidad de la Cooperativa Tejiendo Paz, con énfasis en las labores de nuestros personajes principales. Adicionalmente, se realizaron unas primeras entrevistas etnográficas, entendidas, según Garrido (2017) como una conversación en el marco de una actividad de contexto diario con un esquema flexible. Por eso, las preguntas que se consignaron en esta propuesta fueron una mera guía que dio paso a más indagaciones. En el segundo momento se empezó con la producción y, por tanto, con las entrevistas a profundidad que permitieron adentrarse en el tema de la transformación de las masculinidades. Se grabaron los audios que se convirtieron luego en cápsulas de podcast de las historias que hilan la segunda parte del especial multimedia, donde se aborda el tema de las masculinidades. También, se tomaron fotografías tanto del ámbito de trabajo como de los personajes. Así mismo, se tomaron fotografías del proceso de confección y venta para dar cuenta de los mensajes políticos y de su papel como sustento económico de los excombatientes que trabajan en él. Todo se hizo bajo previo consentimiento informado verbal por quienes se entrevistaron y estuvieron de acuerdo con aparecer en el especial multimedia.

En esta segunda etapa se contactó con los funcionarios idóneos tanto de la ARN como del Museo Nacional y el Centro de Memoria, Paz y Reconciliación para realizar las entrevistas estructuradas sobre la reincorporación a través de la moda y la moda como herramienta de concientización política. Así mismo, se hicieron las respectivas entrevistas estructuradas a las 2 expertas en moda desde lo académico y desde el trabajo en la industria misma, las cuales nos dieron su perspectiva sobre la moda como herramienta de concientización política.

Finalmente, la tercera etapa se usó para llevar a cabo la estrategia de análisis que concluyó con la transcripción de las entrevistas, aparte de la esquematización y organización de las observaciones por medio de la edición de los videos y los audios grabados. En medio de la edición se lograron 3 podcasts diferentes con una duración de máximo 14 minutos. Igualmente, se organizaron y editaron las fotografías que forman 4 galerías fotográficas que responden a cada una de las variables analizadas (moda política, reincorporación a través de ella y transformación de masculinidades. Se añadió una de la moda política vista en la marca más reconocida, es decir, Manifiesta). Tres galerías se incluyeron en la primera parte del especial, donde se aborda la reincorporación a través de la moda como forma de concientización política. Mientras que la galería referente a las masculinidades se incluyó en la segunda parte del reportaje que, precisamente, se enfoca en las transformaciones de las masculinidades en el proceso de reincorporación a través de la moda.

En ese sentido, se redactaron dos reportajes que hilan cada uno de los productos previamente editados y que dan cuenta de los resultados y de las conclusiones surgidas a partir del análisis de los mismos.

Para la publicación del especial multimedia escogimos la plataforma en línea Weebly. Esta contiene distintos recursos audiovisuales para generar la página de una manera atractiva y entretenida. Se hizo uso del plan gratis debido a que se adaptaba bien a las necesidades del especial multimedia. Sin embargo, se podría pagar el plan conecta, cuyo valor mensual es de 5 dólares al comprarlo anualmente, para la posterior publicación de la página web en un dominio propio que permitiría la visualización de los usuarios, tras la respectiva sustentación del proyecto.

Respecto a la forma del especial multimedia, los colores y demás elementos gráficos tienen un sustento. En la paleta de colores se incorporaron colores tierra, que hacen referencia a la vida en la guerra que tuvieron los excombatientes protagonistas, pero también al lugar donde desarrollan sus labores ahora: la vereda La Fila, en Icononzo, Tolima. Sin embargo, en la navegación prevalece el color amarillo ya que en la psicología del color este color es sinónimo de energía, felicidad, riqueza, poder, fuerza y acción. Estos valores se asocian tanto con algunos estereotipos que tienen ahora los excombatientes en su vida civil con respecto a lo masculino, como con su forma de reincorporación como sustento económico, que incluso llega a ser motivo de sueños y felicidad en sus vidas.

Los demás elementos gráficos como los carteles de frases usadas en la “Pazarela” simbolizan la intersección de la moda con lo político a través de los mensajes que se asocian a las prendas confeccionadas por los excombatientes entrevistados. Además, aspectos como el logo con la imagen de una máquina de coser permite entender a la moda como hilo conductor esencial en este proyecto. Es importante explicar que el hecho de escoger un especial multimedia está relacionado con la posibilidad de usar lo que se denomina como una narrativa transmedia, es decir, según Jenkins (2014) un tipo de relato en el que la historia contada se narra por medio de diversos canales de comunicación y en donde el espectador tiene un rol activo. Por eso, las imágenes, el sonido, el texto y las redes sociales son partes importantes para que este proyecto cuente la misma historia de diversas formas.

Finalmente, nuestro especial multimedia será promocionado mediante una estrategia de redes sociales que genere expectativa. En ella, se harán posters para Instagram que contengan algunas fotografías relevantes y muestren la fecha de lanzamiento del sitio web, incluso, estos podrán estar animados con secciones que presenten frases relevantes incluidas en cada cápsula de podcast. Esto se dará por lo menos con dos semanas de anticipación al lanzamiento. El lanzamiento se hará junto a una transmisión en vivo por la misma red social donde se responderán preguntas sobre lo presentado y se intentará que los personajes incluidos en la investigación se unan a este para lograr mayor cercanía a lo investigado. Es importante explicar que esta estrategia de redes sociales, y por ende el eventual lanzamiento, solo será posible después de la sustentación del presente proyecto.

Personajes para entrevistas a profundidad:

Andrés Mauricio Zuluaga o ‘Martín Batalla’	Excombatiente del frente 36 de las FARC, líder de los proyectos de confecciones de exguerrilleros a nivel nacional y de confecciones La Montaña. Estudió Derecho y Filosofía en la Universidad de Antioquia e ingresó en el 2005 a los 20 años a las FARC.
Gonzalo Beltrán	Excombatiente de las FARC, líder y representante legal de la Cooperativa Tejiendo Paz. Entró a las FARC a sus 28 años en el año 2000 por convicción. Estudió hasta tercer grado.

Jimmy Rodríguez	Excombatiente de las FARC, encargado del estampado de camisetas en la Cooperativa Tejiendo Paz para las marcas Avanza y Manifiesta. Ingresó a las filas de las FARC en el año 1996.
'Gilbert'	Excombatiente de las FARC, encargado del estampado de camisetas en la Cooperativa Tejiendo Paz para las marcas Avanza y Manifiesta. Ingresó a las filas de las FARC a sus 14 años.

Se escogieron estos cuatro personajes para hacer énfasis en la profundidad y especificidad de la metodología cualitativa y en especial de las entrevistas a profundidad ya mencionadas anteriormente. Incluso, estos personajes aportan algo más al haber tenido cargos diferentes tanto en medio de la guerra como en el tránsito a la vida civil. Por tanto, pudieron brindar perspectivas diferenciales según sus experiencias personales. Además, los cuatro son hombres que han experimentado el proceso de reincorporación dentro de la misma industria de la moda por lo que están dentro de la población que se desea estudiar y pueden ser muestra de otros casos similares a los suyos dentro de las características que cada uno tiene.

Personajes expertos para entrevistas estructuradas:

Diana Lucía Gómez (Experta inmersa en el mundo de la moda)	Diseñadora de vestuario y Máster en Comunicación de Moda del Instituto Europeo Di Design. Cuenta con experiencia en estilismo, copywriting, marketing de contenidos y free press. Ha trabajado con marcas como Diesel, Girbaud y Kipling, además de colaborar con medios como Vice, Infashion, ADN y Pulzo como periodista de moda. Actualmente es redactora de contenidos para el Grupo Crystal, creando estrategias de comunicación para marcas de moda nacional. También, pone un podcast denominado “El podcast de moda” donde aborda temas relacionados a la industria.
Alexandra Chocontá (Académica relacionada con el diseño y lo textil)	Antropóloga de la Universidad Javeriana. Investigadora en temas de diseño y confección. Bordadora. Participó en el proyecto denominado “Costurero itinerante” donde trabajó con excombatientes de las FARC en contextos de bordado y confección, dentro de los Espacios de reincorporación dispuestos por el Gobierno Nacional.

Entidades públicas y funcionarios para entrevistas estructuradas:

Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN) [Oficina de comunicaciones]	Entidad de Presidencia de la República que desde 2003 acompaña y brinda asesoría permanente a quienes le apuestan a la paz y hacen tránsito a la legalidad, generando
--	---

	<p>oportunidades que fortalezcan sus capacidades y puedan desenvolverse plenamente como ciudadanos. Tiene presencia en todo el país, a través de sedes y profesionales, que permanentemente orientan a los excombatientes para que alcancen sus metas de vida, y fortalezcan los lazos con sus familias y la comunidad, a través de tres procesos, tales como: el Proceso de Reintegración, dirigido a personas que se desmovilizaron individual o colectivamente de grupos de autodefensas y organizaciones guerrilleras; el Proceso de Reintegración Especial, dirigido a los desmovilizados postulados a la ley de justicia y paz y el Proceso de Reincorporación, dirigido a las personas que hicieron dejación de armas en el marco del Acuerdo Final de Paz y transitaron a la legalidad.</p>
<p>Museo Nacional de Colombia Funcionario: Andrés Góngora (curador del área de Antropología y Etnografía del Museo Nacional de Colombia)</p>	<p>Doctor en antropología social del Museo Nacional, Universidad Federal de Río de Janeiro. Curador jefe del Departamento de Etnografía del Museo Nacional de Colombia y Profesor del Departamento de Antropología de la Universidad Nacional de Colombia. Ha realizado estudios y exposiciones relacionados con diversidad cultural, género, sexualidad, movimientos sociales y políticas de drogas. Sus últimos trabajos exploran los vínculos entre materialidad, memoria y conflicto armado en Colombia.</p>
<p>Centro de Memoria, Paz y Reconciliación Funcionario: Jose Antequera (director del Centro de memoria, Paz y Reconciliación)</p>	<p>Abogado de la Universidad Externado de Colombia, magister en Estudios Políticos de la Universidad Javeriana. Ha dedicado su vida a la reivindicación de la memoria y la defensa de los derechos humanos y la paz. Hizo parte del equipo creador del Centro de Memoria, Paz y Reconciliación de la ciudad y es exasesor del Centro Nacional de Memoria Histórica. Además, fue representante de las víctimas en los diálogos de paz de La Habana.</p>

Preguntas entrevistas a profundidad: masculinidades

- ¿Qué diferencias encuentra entre las tareas que se le asignaban como hombre en la guerra y las que se le asignan ahora fuera de ella?
- ¿Cuáles aspiraciones era común que tuviera en la guerra?
- ¿Qué expectativas tiene ahora en su vida civil?
- ¿Cómo le gusta vestirse?

- ¿Por qué escogió esta industria para realizar su tránsito a la vida civil?
- ¿Qué pensaba usted de la ropa y la vestimenta antes de trabajar haciéndola?
- ¿De qué forma considera que ha cambiado lo que pensaba sobre la ropa y la vestimenta?
- ¿Qué características considera que diferencian el proceso de reincorporación a través de la industria de la moda, de otros tipos de reincorporación por medio de otro tipo de proyectos productivos?
- ¿Qué estigmas o burlas ha recibido por trabajar en la industria de la moda?
- ¿Qué roles dentro de la industria de la moda considera que se le asignan por ser hombre?
- ¿Qué estereotipos tiene usted frente a los hombres que trabajan en esta industria?
- ¿De qué manera cree que han cambiado los estereotipos que usted tenía sobre los hombres que trabajan en moda frente a los que tiene (o no tiene) ahora?

Preguntas guía entrevistas etnográficas: reincorporación a través de la moda

- ¿Cómo describiría su proceso de reincorporación a través de la industria de la moda?
- ¿Qué características considera que diferencian el proceso de reincorporación a través de la industria de la moda, de otros tipos de reincorporación por medio de otro tipo de proyectos productivos?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la moda como herramienta de concientización política y la reincorporación?
- ¿Por qué escogió esta industria para realizar su tránsito a la vida civil?
- ¿Qué dificultades encuentra en su trabajo en la industria de la moda, en específico en la Cooperativa Tejiendo Paz?
- ¿Qué beneficios considera que existen en su trabajo en la industria de la moda, en específico en la Cooperativa Tejiendo Paz?

Preguntas entrevistas estructuradas para funcionarios públicos: reincorporación a través de la moda

- ¿Cómo describiría el proceso de reincorporación a través de la industria de la moda?
- ¿Qué características considera que diferencian el proceso de reincorporación a través de la industria de la moda, de otros tipos de reincorporación por medio de otro tipo de proyectos productivos?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la moda como herramienta de concientización política y la reincorporación?
- ¿Qué datos se tienen sobre la cantidad de personas que han escogido esta industria para la reincorporación? ¿Cómo se comparan con la reincorporación a través de otras industrias?
- ¿Cuántos hombres y cuántas mujeres excombatientes se han vinculado a esta industria de la moda?
- ¿Qué dificultades se encuentran para la reincorporación a través de la industria de la moda?
- ¿Qué beneficios considera que existen en el trabajo en la industria de la moda como forma de reincorporación económica y social?

Preguntas entrevistas estructuradas expertas en moda: moda como herramienta de concientización política

- ¿Por qué la moda puede ser considerada política?
- ¿Qué relación se puede ver entre las prendas de la Cooperativa Tejiendo Paz y la moda como herramienta de concientización política?
- ¿Qué comunican estas prendas producto de la confección de excombatientes de las FARC en términos políticos y culturales?
- ¿Qué brinda la moda, reflejada en estas prendas, a la sociedad?
- ¿Cuál es la relación que existe entre la moda como herramienta de concientización política y la reincorporación económica?

Cronograma:

Actividad	Abril 2022	Mayo 2022	Junio 2022	Julio 2022	Agosto 2022	Septiembre 2022	Octubre 2022	Noviembre 2022	Diciembre 2022	Enero y febrero 2023	Marzo 2023
Ensayo de sustentación	6-20										
Sustentación trabajo de grado	27										
Correcciones sobre la aprobación del proyecto		Todo el mes									
Realización de entrevistas, observación y grabación de audios			Todo el mes	Todo el mes	Todo el mes	Todo el mes					
Toma de fotografías				Todo el mes	Todo el mes	1-15					
Edición de podcast y galerías							Todo el mes	Todo el mes	Todo el mes		
Montaje de la página web									Todo el mes	1-12 de enero	
Entrega para correcciones finales								18 (preentrega de textos y podcast)	15 (Entrega corregida)	13-18 de enero (Entrega montaje en página web)	
Correcciones										19 de enero - 14 de febrero	
Correcciones finales										14 de febrero - 27 de febrero	28-31
Entrega final del proyecto de grado										28 de febrero	
Retroalimentación final											28

Referencias

¿La moda es política? (2021, mayo 9). ELESPECTADOR.COM. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/vanessa-rosales-a/la-moda-es-politica-column/>

AFP. (2016, 23 septiembre). Che, poncho-chalinas y boinas: la moda guerrillera en última cita de las FARC. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/poncho-boinas-moda-guerrilleras-farc.html>

AFP. (2019, septiembre 24). De guerrilleros a modistas. chicagotribune.com. <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-guerrilleros-modistas-colombia-farc-20190924-kvzihl23qneqrhu5ydc5cfnki-story.html>

Agencia AFP. (2016, 23 septiembre). Che, poncho-chalinas y boinas: la moda guerrillera en última cita de las FARC. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/poncho-boinas-moda-guerrilleras-farc.htm>

Agencia para la Reincorporación y la Normalización. (2016, marzo 15). *Impulsor del proceso de paz de Irlanda del Norte compartió experiencias con excombatientes colombianos.* <http://www.reincorporacion.gov.co:80/es/sala-de-prensa/noticias/Paginas/2016/03/15032016B.aspx>

- ARN. (2020, diciembre). Hay cifras significativas frente a la reincorporación y reintegración de excombatientes durante el 2020. Gov. ARN Colombia. <https://www.reincorporacion.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/Paginas/2020/Hay-cifras-significativas-frente-a-la-reincorporacion-y-reintegracion-de-excombatientes-durante-el-2020.aspx>
- ARN. (2021, marzo). La historia de la reconciliación tiene marca de mujer. <https://www.reincorporacion.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/SiteAssets/Paginas/2021/Colombia-promueve-equidad-de-derechos-para-4-328-mujeres-excombatientes-que-le-siguen-apostando-a-la-paz/Perfil%20mujeres%20excombatientes%20comprometidas%20con%20la%20paz.pdf>
- Becerra, A., & Molina, N. (2017). Reinserción laboral después del conflicto con las FARC-EP: Aplicación al sector de calzado y marroquinería del barrio restrepo. Ciencia Unisalle. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1327
- Bello Tocancipá, A. C., & Aranguren Romero, J. P. (2019). Voces de hilo y aguja: Construcciones de sentido y gestión emocional por medio de prácticas textiles en el conflicto armado colombiano. H-ART. Revista de historia, teoría y crítica de arte, 6. <https://doi.org/10.25025/hart06.2020.10>
- Beltran Rubio, L. (2019). Design for Dissent: Political Participation and Social Activism in the Colombian Fashion Industry. Fashion Theory: Issue 6: Fashion as Politics: Dressing Dissent, 23. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1362704X.2019.1657259?journalCode=rfft20>
- Bernal, A. (2021). La moda en el marco del posconflicto en Colombia : entre soluciones económicas y discursos acomodados. [Universidad de Antioquia]. <http://hdl.handle.net/10495/19235>
- Bolaños Torres, S. (2021, octubre 22). Las mujeres del Cauca que hilan la paz. <http://consejoderedaccion.org/sello-cdr/investigacion/las-mujeres-del-cauca-que-hilan-la-paz>
- Borrás, D. (2018, junio 13). Por qué la moda sigue siendo un mundo de hombres, hombres, hombres. Vogue España. <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/moda-mundo-hombres-desigualdad-mujer/35321>
- Camelo Niño, B. A. (2020). Nuevas masculinidades y narrativas de excombatientes de las FARC después del posacuerdo de La Habana. Hachetetepe. Revista científica de Educación y Comunicación, 21, 44-55. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2020.i21.5>
- Carreño Rojas, L. (2021, octubre 14). “Jardines”: Construir memoria a través de las prendas. El Espectador.
- Casa Editorial El Tiempo. AFP (1992, 1 julio). EL SALVADOR: EL FMLN INICIÓ AYER DESARME. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-148515>
- Cepeda, M. C. (2021, julio). La reconciliación después del acuerdo: estudio de caso comparado Colombia e Irlanda del Norte. Pontificia Universidad Javeriana.
- Chaves Guerrero, M. C. (2016). Construyendo paz [Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/18815>
- Dávila, M. C. (2020, septiembre 15). “No puedo decir que soy revolucionario y no luchar por la abolición del patriarcado”, Cuba, Partido FARC. <https://www.mutante.org/contenidos/No-puedo-decir-que-soy-revolucionario-y-no-luchar-por-la-abolicion-del-patriarcado>
- Deutsche Welle (www.dw.com). (2019, 8 noviembre). Produciendo la paz - Los proyectos de la exguerrilla de las FARC | DW | 08.11.2019. DW.COM. <https://www.dw.com/es/produciendo-la-paz-los-proyectos-de-la-exguerrilla-de-las-farc/av-51166557>
- EFE. (1992, 1 julio). 1.600 rebeldes salvadoreños abandonan las armas para incorporarse a la vida civil. El País.
- EFE, & DUEÑAS, M. (2019). Moda de guerrilla. Heraldo. <https://www.heraldo.es/multimedia/imagenes/sociedad/moda-de-guerrilla/4/>

El Tiempo. (2020, agosto 13). Fariana Confecciones, la fábrica que tiende puentes de reconciliación. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/mas-contenido/fariana-confecciones-la-fabrica-que-tiende-puentes-de-reconciliacion-528766>

Essayag, S. (2018, septiembre). *Experiencias promisorias de masculinidades no violentas y corresponsables en el ámbito de los cuidados en Colombia y otros países de América Latina y el Caribe*. UN Women – Colombia. <https://colombia.unwomen.org/es/biblioteca/publicaciones/2018/10/isbn-masculinidades#view>

Farled, F. (2018, mayo 28). *Un estudio revela que solo el 14% de las firmas de moda están dirigidas por mujeres*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/demoda/20180528/443909961645/estudio-moda-firmas-dirigidas-mujeres.html>

Flórez, M. T. (2021, 5 de mayo). Episodio 1: En Colombia la moda no es un acto político (N.o 1). Recuperado 7 de marzo de 2022, de <https://open.spotify.com/episode/4aSe8FBU8kTU74qTrT3Bbd>

Forero Sanabria, A. C. (2018, julio). Análisis de la reincorporación económica y social de excombatientes de las FARC a la sociedad civil y su relación con el proceso de construcción de paz. Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/36076>

Gallón S., A. (2016, agosto 26). The needle revolution: Why ex-combatants in Colombia are trading their guns for sewing machines. Univision. <https://www.univision.com/univision-news/latin-america/the-needle-revolution-why-ex-combatants-in-colombia-are-trading-their-guns-for-sewing-machines>

García, M. (2021). De pañuelos verdes y pañuelazos. Las relaciones entre la movilización social y la memoria en la lucha por los derechos de las mujeres (Volumen 8, Número 15, pp 116–13). Clepsidra. Revista Interdisciplinaria de Estudios sobre Memoria. https://www.academia.edu/49671571/De_pañuelos_verdes_y_pañuelazos_Las_relaciones_entre_la_movilización_social_y_la_memoria_en_la_lucha_por_los_derechos_de_las_mujeres

Garrido, N. (2017). EL MÉTODO DE JAMES SPRADLEY EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. *Enfermería: Cuidados Humanizados*, 6(Especial), 37–42. <https://doi.org/10.22235/ech.v6iEspecial.1449>

Gluecker, A., Correa-Chica, A., & López-López, W. (2022). The FARC in Colombia: Collective Reintegration and Social Identity Transformation. *Political Psychology*, 43(2), 359-374. <https://doi.org/10.1111/pops.12765>

Gutiérrez Cardona, E. (2019, noviembre 13). Exguerrilleros de Antioquia ahora se dedican a la alta costura. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/excombatientes-de-antioquia-encontraron-oportunidad-en-la-costura-432708>

Gutiérrez, C. (2022, 8 marzo). Pañuelo verde y morado: ¿Qué significan los colores que usan feministas en marcha del 8M? El Heraldo de México. <https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2022/3/8/panuelo-verde-morado-que-significan-los-colores-que-usan-feministas-en-marcha-del-8m-385290.html>

Guzmán Arbeláez, A. (2021). ¿Y QUÉ VIENE DESPUÉS DE LA DESMOVILIZACIÓN? UN ANÁLISIS DE LA REINTEGRACIÓN DE LOS DESMOVILIZADOS DE LAS FARC-EP EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ DESDE EL AÑO 2016 AL 2020. [Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/58162/FINAL%20Y%20qu%20qu%20c3%a9%20viene%20despu%20c3%a9s%20de%20la%20desmovilizaci%20c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Harb, M. (2020). MASCULINIDADES EN TRANSICIÓN: Transformación de las Masculinidades de Hombres y Mujeres Excombatientes de las FARC-EP en Proceso de Reincorporación [Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50401/Harb%20Michelle.%20Masculinidades%20en%20Transicion%20-%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, Fernández & Baptista. (2010). Metodología de la investigación. McGraw Hill. https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Hernandez_Fernandez_y_Baptista_2010

- Hernández, I. (2020, 18 diciembre). Excombatientes de Farc lanzan colección de moda hecha en zonas de reincorporación. RCN. <https://www.rcnradio.com/colombia/excombatientes-de-farc-lanzan-coleccion-de-moda-hecha-en-zonas-de-reincorporacion>
- Idrobo, M. C. (2021, 22 noviembre). «Manifiesta», moda sostenible que le apuesta a la paz y la reconciliación. Radio Nacional Colombia. <https://www.radionacional.co/actualidad/paz/moda-sostenible-apuesta-excombatientes-victimas-tolima>
- Infobae. (2022, 14 enero). Más del 50% de excombatientes, hacen parte de proyectos productivos tras la firma del Acuerdo de Paz. infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/01/14/mas-del-50-de-excombatientes-hacen-parte-de-proyectos-productivos-tras-la-firma-del-acuerdo-de-paz/>
- Jenkins, H. (2014). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. En *Entertainment Industries* (pp. 153-168). Routledge.
- Las Raras. (2022, febrero 24). La reinención de los manteros. Recuperado 14 de marzo de 2022, de <https://open.spotify.com/episode/1juEbBUisQMO4JObp94g8a>
- Lipovetsky, G. (2020, marzo 12). La moda es política. El País. https://elpais.com/elpais/2020/03/06/eps/1583518984_664484.html
- Manotas, V. (2020). *La recompensa de apostar por la paz en Colombia: Aciertos y retos detrás de los procesos de inserción laboral de reintegrados y reincorporados de las FARC al sector empresarial* [Pontificia Universidad Javeriana]. <http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/50246>
- Martin, G. (2018, septiembre 17). Rebels Get Rehab in Colombia's Fashion Industry. The Business of Fashion. <https://www.businessoffashion.com/articles/global-markets/rebels-get-rehab-in-colombias-fashion-industry/>
- Martínez Collipal, M. (2019, mayo 16). Moda, identidad y poder: Las definiciones de Pía Montalva. Doble Espacio Revista de Periodismo. <https://doble-espacio.uchile.cl/2019/05/16/moda-identidad-y-poder-las-definiciones-de-pia-montalva/>
- Martínez, V. & Dotor, A. (2019). El diseño y experimentación textil como representación y resignificación de la mujer en el postconflicto en Colombia. *Designia*, 7(2), 67-87.
- Moreno Urriaga, L. A. (2022, enero 21). Hilos de paz: Mujeres que tejen comunidad en el Meta. ELESPECTADOR.COM. <https://www.elespectador.com/impacto-mujer/hilos-de-paz-mujeres-que-tejen-comunidad-en-el-meta/>
- Nueve casos donde la moda es política. (2021, mayo 10). Revista Diners | Revista Colombiana de Cultura y Estilo de Vida. https://revistadiners.com.co/moda/83969_nueve-casos-donde-la-moda-es-politica/
- Oquendo, C. (2021, 2 agosto). Exguerrilleros de las FARC llegan a la vitrina de la moda en Colombia. El País. <https://elpais.com/internacional/2021-08-02/exguerrilleros-de-las-farc-llegan-a-la-vitrina-de-la-moda-en-colombia.html>
- Ortiz Perdomo, C. V. (2014). De combatiente a desmovilizado, de desmovilizado a empleado—Estudio de representaciones sociales en torno al proceso de tránsito a la vida civil [Universidad De Los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/18683>
- Ospina Alvarez, J. M. O. (2017). RECONFIGURACIÓN DE LAS MASCULINIDADES EN EL PROCESO DE REINTEGRACIÓN PARA EXCOMBATIENTES DE LAS FARC - EP [Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/22265/OspinaAlvarezJuanManuel2017.pdf?sequence=1>
- Pabón, W. (2021). El difícil camino de la paz. Avatares de la implementación de los acuerdos Farc-Ep y gobierno colombiano en Icononzo (Tolima). *REVISTA CONTROVERSIA*, (217), 221-255. <https://doi.org/10.54118/controver.vi217.1244>
- Pacifista Colombia. (2020, 20 julio). Pacifista! presenta: Farc Fashion [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=-o-cIJt97tU>

- Packer, M. (2013). La ciencia de la investigación cualitativa. Ediciones Uniandes. file:///Users/begirojas/Downloads/pdfcookie.com_packer-m-la-ciencia-de-la-investigacion-cualitativa.pdf
- Parada, V. (2021, 28 junio). Colombiamoda: la excombatiente de las Farc que sueña con ser diseñadora de modas. El Espectador. <https://www.elespectador.com/colombia-20/paz-y-memoria/colombiamoda-la-excombatiente-de-las-farc-que-suenan-con-ser-disenadora-de-modas/>
- Prieto, N. (2021, 24 marzo). Los ex guerrilleros de las Farc que se convirtieron en exitosos emprendedores. Las2orillas. <https://www.las2orillas.co/los-ex-guerrilleros-de-las-farc-que-se-convirtieron-en-exitosos-emprendedores/>
- Redacción Política y Justicia. (2021b, noviembre 24). 5 años después del Acuerdo con Farc, la paz aún no llega a varias regiones. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/punto-a-punto-asi-va-la-implementacion-del-acuerdo-de-paz-con-las-farc-634246>
- Revista Semana. (2015, mayo 25). Reinsertados confeccionan diseños exclusivos de ropa. Semana.com Últimas Noticias de Colombia y el Mundo. <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/paloma-angostura-la-ropa-que-producen-los-reinsertados/428996-3/>
- Rico Taborda, K. C. (2020). ALIANZA ENTRE LA MARCA MANIFIESTA HECHO EN COLOMBIA Y LA COOPERATIVA TEJIENDO PAZ, UNA INICIATIVA QUE LE APUESTA A LA REINCORPORACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ EN ICONONZO, TOLIMA [Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/51001/Trabajo%20de%20grado%20KAREN%20CAMILA%20RICO%20TABORDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodelo, A. S. (2018, 19 octubre). Las expresiones artísticas de las víctimas como mecanismo de reparación transformadora en Colombia. El caso de “las tejedoras de Mampuján” | Sanabria Rodelo | Ciencia Jurídica. Ciencia Jurídica. <http://www.cienciajuridica.ugto.mx/index.php/CJ/article/view/240>
- Rosales A., V. (2021, 28 mayo). ¿La moda es política? ELESPECTADOR.COM. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/vanessa-rosales-a-la-moda-es-politica-column/>
- Ruiz Torres, P. A. (2022, febrero 9). La marca de ropa que unió a excombatientes y víctimas del conflicto armado. Hacemos Memoria. <https://hacemosmemoria.org/2022/02/09/la-marca-de-ropa-que-unio-a-excombatientes-y-a-victimas-del-conflicto-armado/>
- Salazar. (2021, junio 27). *La masculinidad es una cadena que se rompe*. CARTEL URBANO. <https://cartelurbano.com/causas/la-masculinidad-es-una-cadena-que-se-rompe>
- Salón de Moda. (2021, mayo). Moda y política (N.o 23). Recuperado 14 de marzo de 2022, de <https://open.spotify.com/episode/2CBEeGF1VW1hindMxNKWq>
- Semana. (2021, julio). Moda para la reconciliación: excombatientes de las Farc y víctimas del conflicto presentan sus diseños en Colombiamoda. Revista Semana. <https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/moda-para-la-reconciliacion-excombatientes-de-las-farc-y-victimas-del-conflicto-presentan-sus-disenos-en-colombiamoda/202119/>
- Taylor, S. J. , & Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de la investigación: la búsqueda de significado. Editorial Paidós. http://chamilo.cut.edu.mx:8080/chamilo/courses/MODELOSDEINVESTIGACIONII2019III/document/libro_metodo_de_investigacion.pdf
- Torres, F. & Colprensa. (2019, 31 agosto). Así trabajan por la paz los excombatientes de las Farc que no quieren volver a la guerra. elpais.com.co. <https://www.elpais.com.co/colombia/asi-trabajan-por-la-paz-los-excombatientes-de-las-farc-que-no-quieren-volver-a-la-guerra.html>
- Ulloa, K. G. (2021, 7 marzo). ¿Qué significa el pañuelo verde y cuál es su historia? Vogue. <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/panuelo-verde-feminista-que-significa-y-cual-es-su-origen>

Un nuevo comienzo para los excombatientes en Rwanda. (2019, enero 28). World Bank. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/01/28/new-beginnings-for-ex-combatants-in-rwanda>

Valle Flórez, M. M. (2011). Metáfora de la guerra en la construcción sociocultural del cluster Textil/confección, diseño y moda de Antioquia. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020038020>

Vanegas, M. A. (2017, junio 30). ¿Qué tanto estilo tiene la moda de la paz? ¡PACIFISTA! <https://pacifista.tv/notas/que-tanto-estilo-tiene-la-moda-de-la-paz/>

Verdad Abierta. (2017, 5 noviembre). Reintegración de excombatientes, una mirada a través de experiencias internacionales. VerdadAbierta.com. <https://verdadabierta.com/reintegracion-de-excombatientes-una-mirada-a-traves-de-experiencias-internacionales/>

VerdadAbierta. (2021, 10 agosto). Pasarela por la Paz reunió a exguerrilleros y víctimas del conflicto armado. VerdadAbierta.com. <https://verdadabierta.com/pasarela-por-la-paz-reunio-a-exguerrilleros-y-victimas-del-conflicto-armado/>

Viveros Vigoya, M. (2002). *De quebradores y cumplidores: Sobre hombres, masculinidades y relaciones de género en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia.