



PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Cuerpo B

Funcionalidad y diseño para madres

Nuevo uso de la campera militar para la mujer

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Malena Rodriguez
- ▶ Cuerpo B del PG
- ▶ Fecha de presentación | 22/11/2017
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño textil e indumentaria
- ▶ Categoría | Creación y expresión
- ▶ Línea Temática | Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Índice

Introducción	4
Capítulo 1. El funcionalismo y el diseño	11
1.1 ¿Qué es el Diseño?.....	11
1.1.1 Diseño de Indumentaria	14
1.2 Funcionalidad	15
1.2.1 La función dentro del diseño	16
1.2.2 Moldería, diseño y funcionalidad.....	19
1.3. Insumos funcionales.....	20
1.3.1. Textiles funcionales	21
1.3.2. Materiales y acabados.....	22
Capítulo 2. Relación madre e hijo	26
2.1. La maternidad y el bebé	26
2.2. Teoría relación de apego.....	28
2.3. Anatomía del cuerpo materno y del bebé según el paso del tiempo.....	31
2.4. Cuidados y necesidades. Encuestas.....	32
2.4.1. Cuidados y necesidades en la madre	33
2.4.2. Cuidados y necesidades en el recién nacido	36
Capítulo 3. Análisis de producto	40
3.1. ¿Qué hay en el mercado?	40
3.1.2. Cochecitos	42
3.1.3. Bandoleras y fulares.....	43
3.1.4. Mochilas portabebés	46
3.2. Usuario ideal.....	48
3.3. Competencia directa e indirecta	49
3.3.1. Relación precio producto calidad	50
3.3.2. El valor agregado del diseño personalizado.....	52
Capítulo 4. La influencia militar y femenina	55
4.1 El universo militar.	55
4.2 El uniforme Argentino	57
4.2.1 El uniforme femenino.....	59
4.3. Feminismo y militarismo	60
4.3.1 La feminidad gana terreno.....	60
4.3.2 Feminismo individual y mujer militar. Su introducción en el combate.	61
4.3.4 La mujer transgresora.....	63
4.4. Moda militar	65
4.4.1 Orígenes.....	65
4.4.2 Perduración en la historia.....	66
Capítulo 5. Funcionalidad y diseño para madres	70
5.1. Moldería y transformación de la campera militar.....	70
5.2. Proceso de diseño.....	72
5.2.1. Elección de tendencia	73
5.2.2. Elección de textiles y estampas	74
5.2.3. Presentación figurín.....	76
5.3. Producto terminado	77
5.3.1. Fichas técnicas.....	78
5.3.2. Presupuesto	79
Conclusiones	82

Lista de Referencias Bibliográficas.....	88
Bibliografía.....	92

Introducción

El siguiente Proyecto de Graduación (PG) propondrá la resignificación de la campera militar para proporcionar un nuevo uso funcional y a su vez satisfacer aquellas necesidades que tiene la mujer que recientemente fue madre. Con referencia a lo anterior, surge la siguiente pregunta problema: ¿Cómo generar una campera que permita a una madre transportar a su hijo, sus pertenencias básicas, y que a su vez, tenga diseño? Actualmente, puede observarse cómo las madres se reincorporan a su rutina diaria a los días de dar a luz; puede percibirse su incomodidad y sus mochilas o carritos para transportar a sus bebés con falta de diseño y funcionalidad. Es por eso, que la realización de este trabajo es un complemento importante dentro del área de Diseño Textil e Indumentaria debido a que es un rubro que aún no ha sido completamente explotado y sobre el cual surgen gran cantidad de necesidades al respecto. A su vez, la elección de una tipología militar no fue librada al azar, sino que conlleva un vínculo con esta mujer contemporánea, que no solo es multifacética, sino que también carga con un espíritu guerrero para enfrentar el día a día tanto de su propia vida como la de su hijo.

A pesar de que el Proyecto se plantee como una tipología capaz de ser insertada en el mercado nacional en un futuro, se debe resaltar que corresponde a la Categoría de Creación y expresión porque pertenece a una instancia completamente de experimentación en donde se realizan constantemente pruebas, tales como las de moldería y diseño, que pueden ser aceptadas o rechazadas por el público objetivo. Asimismo, es una propuesta creativa e innovadora que se sustenta en la búsqueda constante del confort y bienestar del usuario, como así también, en la exploración del estudiante para expresarse como creador y diseñador, capaz de realizar un producto original y novedoso que puede llegar a concluir en un futuro en un Proyecto Profesional.

En este sentido, el Proyecto se encuentra directamente relacionado con la línea temática de Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes ya que, se enfatiza en plasmar todo el proceso necesario de realizar para diseñar dicha campera. Este proceso, está

compuesto por una serie de elementos ineludibles como lo son la búsqueda de información constante sobre aquellos temas a tratar, como por ejemplo, la funcionalidad en las prendas, las relaciones entre madre e hijos y la importancia de las mismas, el cuidado del recién nacido y sus necesidades. Asimismo, en cuanto a la tarea de diseñar, la moldería y la transformación de la misma, las fichas técnicas, la elección de textiles y acabados, el planteo del presupuesto, entre demás factores a tener en cuenta; permiten que a la hora de leer el proyecto haya mayor conocimiento a nivel informativo, como creativo, innovador y funcional. Estos conocimientos, a su vez, desarrollarán y plantearán los objetivos en función al diseño del prototipo y su usuario.

El objetivo general a cumplir dentro del PG es el de rediseñar, a partir de una nueva tendencia, una campera de origen militar que permita a las mujeres recientemente madres transportar a sus bebés y en conjunto cargar con los objetos básicos y necesarios para el cuidado de su hijo. Para lograr cumplir el objetivo anteriormente planteado, es necesario que desprendan de él los objetivos específicos, tales como: analizar y plantear cuales son los elementos indispensables para madres y recién nacidos, asimismo, corresponde estudiar el posicionamiento correcto del bebé y la distribución del peso sobre el cuerpo materno para no generar ningún tipo de lesión. Por otro lado, evaluar que textiles y acabados son los necesarios para la función planteada, permitirá definir cuáles son las transformaciones adecuadas sobre la moldería original de la campera. En ese mismo sentido, es necesario analizar la influencia militar en la moda e identificar los elementos característicos para considerar una prenda como tal; finalmente se buscará generar la convivencia entre la funcionalidad, comodidad y diseño en la prenda estudiada.

Una vez planteados los objetivos que constituyen el Proyecto de Grado, la investigación de antecedentes institucionales permite obtener mayor información que pueda enriquecer el proyecto. A causa de esto, a continuación, se plantean una serie de PG realizados por otros alumnos de la Universidad de Palermo (UP), en donde los elementos que lo

conforman se relacionan de manera directa con el PG planteado. En este mismo orden y dirección, es necesario reunir por un lado los Proyectos relacionados a la maternidad y los bebés, luego aquellos que tengan como pilar central la funcionalidad de las prendas, y finalmente los antecedentes que planteen cuestiones militares.

Para comenzar, se presenta el Proyecto de Grado de Anea (2016) *Antes, durante, después. Indumentaria para más que nueve meses*. Plantea la creación de una colección de indumentaria para que mujeres embarazadas continúen viéndose bellas y a la moda sin perder la comodidad necesaria para dicha etapa de su vida.

En segundo lugar, el PG de Martinelli (2015) *Indumentaria inteligente para bebés y niños. Adaptación a nuevas tecnologías*. Crea una colección de indumentaria para niños y bebés, que establece la incorporación esencial de materiales inteligentes para el cuidado de los chicos. Estos materiales se encuentran dentro de los textiles, que fueron modificados por la tecnología y permiten que el niño esté higienizado, alejado de bacterias y microbios, y protegidos de los rayos UV.

Por otro lado, el Trabajo de Grado de Fenzel (2015) *Prendas transformables para bebés. Acompañando el crecimiento*. Propone la creación de una colección de indumentaria unisex para bebés entre 0 y 2 años. Teniendo un talle 1 para los bebés recién nacidos hasta que cumplen un año, y un talle 2 que abarca desde el primer año hasta el segundo. Estas prendas buscan economizar la vida de la familia, debido a la cantidad de veces que un padre/madre debe comprarle ropa a su hijo durante los primeros meses. Planteando, por lo tanto, esta colección de indumentaria que se adaptaría al crecimiento del bebé en sus primeros años.

También, debe tenerse en cuenta el Proyecto realizado por Cottone (2016) *Rediseño y funcionalidad. Bolsos unisex para el transporte de objetos para bebés*. Reúne la funcionalidad con el diseño planteando una serie de bolsos unisex para transportar objetos de niños recién nacidos, en donde se utilice de manera más eficaz los lugares de guardado.

Dentro de los antecedentes institucionales, se encuentran cinco proyectos donde su característica central es la necesidad que existe en la actualidad por prendas funcionales y transformables. Tal es el caso del PG de Ciordia (2016) *Relación cuerpo, indumento y contexto. Colección de prendas transformables*. Su objetivo es crear una colección de indumentaria transformable que permita al usuario experimentar movimientos a causa de que anteriormente, investigó la capacidad de movilización del cuerpo humano, su tridimensionalidad, su anatomía y su necesidad de vestirse. Para lograr de esta manera, una colección de indumentaria que permita al usuario comodidad, seguridad y sentirse libre aún estando contenido.

Otros casos que son interesantes de analizar son los Proyectos de Graduación de Fernández (2016) *Compcoat. Diseño de un abrigo adaptable a distintas ocasiones de uso* y Finkelstein (2011) *Prendas transformables. El clima como factor influyente en la modificación morfológica de la indumentaria urbana*. Ambos plantean la importancia de las prendas funcionales para cubrir las necesidades básicas del ser humano, como problemas climáticos, de espacio y dinero.

Continuando, se encuentran los Proyectos de Ferrara (2012) *Indumentaria multifuncional* y Schnitman (2008) *Traveling Dresses: Prendas de Vestir con Identidades Múltiples. Desde la idea hasta la forma, en el marco del nuevo milenio*. Ambos constituyen la creación de prendas multifuncionales, es decir, prendas que cumplan con la función de satisfacer las necesidades de un modelo de consumidor previamente elegido y que a su vez, tengan su aporte en la moda según las tendencias. Marcando así, la importancia del diseño como una herramienta diferenciadora dentro del mercado.

Finalmente, se ubica como último antecedente el Proyecto de Grado de Audisio (2011) *Diseño con identidad de autor. ¿Es una tendencia de moda o la evolución hacia un estilo nacional?* Lo que propone el PG es observar el avance que ha tenido la moda del país a lo largo de la historia, y como esto influyó al país, para lograr de esta manera, tener hoy en día una identidad nacional marcada, que logre posicionarse, de esta manera, en

un ámbito internacional. A lo largo de todo el proyecto, se investigó sobre la moda argentina, el proceso de diseño, y a su vez, la represión militar que sufrió el país en la década de los setenta. Sobre la base de las consideraciones anteriores, la diseñadora toma esta parte de la historia Argentina, debido a que fue un fenómeno nacional que marcó para siempre la historia de un país, de sus habitantes y en su cultura; y realiza de esta manera, una propuesta de indumentaria femenina bajo el lema *Nunca Más*.

Este PG se organiza a través de cinco capítulos en los cuales van a tratarse los temas de mayor relevancia para la realización de dicho proyecto.

En el capítulo uno, se planteará la convivencia entre el funcionalismo y el diseño. Conceptualizando principalmente el término diseño, luego haciendo hincapié en el diseño de indumentaria para luego abordar la funcionalidad. En otras palabras, cuando una prenda es funcional y que significa dicho término; la importancia de la funcionalidad, la comodidad y el diseño. Y finalmente, cuáles son aquellos materiales y acabados que facilitarán el cumplimiento de las necesidades anteriormente planteadas.

En cuanto al capítulo dos, el Proyecto se centrará en la importancia de la relación entre una madre y su hijo. Se analizará la teoría de relación de apego, y cómo influye dicha teoría en el crecimiento del bebé. Asimismo, va a reforzarse la importancia del contacto físico entre ambos en los primeros meses de vida y los beneficios que esto otorga a largo plazo. Por otro lado, se estudiarán las necesidades básicas que poseen madres e hijos a través de encuestas realizadas a futuros clientes ideales, es decir, madres que podrían llegar a adquirir la campera en un futuro. Por último, se analizará la anatomía del cuerpo materno y la del niño, visualizando así, los cambios que sufren según el paso del tiempo, para lograr conseguir un producto adecuado a aquellas transformaciones.

En el capítulo tres, se describirán los productos más influyentes que actualmente se encuentran inmersos en el mercado. Cuáles son sus ventajas y desventajas y la función que cumplen cada uno de ellos. El estudio de estos productos no solo sirve de gran ayuda para considerar ciertos aspectos a mantener, sino también para buscar esos

elementos diferenciadores que permitirán obtener un producto innovador. En cuanto al mercado, se analizará cual es la posible competencia y la relación de aquellas marcas en torno a la calidad, el precio y el producto. Se identificará al usuario/ cliente ideal y por último se mencionarán cuáles son los aspectos a tener en cuenta en el momento de presupuestar diseño. Es decir, cuál es el valor estimativo de lo que respecta a la intangibilidad del diseño, teniendo siempre en cuenta que es la pieza fundamental para lograr una diferenciación entre un producto industrializado y convencional y un producto como el que plantea el Proyecto.

En relación al capítulo cuatro, se estudiarán los conceptos y elementos que caracterizan la indumentaria militar, las diferentes tipologías que lo componen y como se introducen en el mundo de la moda. Como las mujeres fueron involucrándose en tan complejo universo y como se mantienen actualmente. A su vez, se expondrán los diseñadores y marcas importantes a nivel mundial que desarrollaron esta temática y cómo lo fueron abordando desde su universo como marca.

Finalmente, en el último capítulo, se justificarán los elementos a utilizar para el desarrollo de la campera. En principio, se detallará la moldería base de la campera militar a transformar y los pasos necesarios para llegar a la moldería final de la tipología presentada. Qué elementos se mantuvieron y cuáles fueron necesarios cambiar para cumplir las necesidades previamente pautadas. Luego, se visualizará el proceso de diseño por el cual atraviesa el proyecto. Desde la elección de colores, estampas, textiles y acabados de los mismos; hasta la justificación de la elección de ellos. Por último, se presentará el diseño final en geometrales con sus respectivas fichas técnicas para luego realizar un presupuesto estimativo en donde se incluyan los gastos ocasionados para la confección de la prenda y la ganancia pretendida si se eligiera lanzar dicho producto al mercado.

A modo de cierre, es necesario aclarar que la investigación que se realizará a lo largo de todo el Proyecto de Graduación abarcará diversas temáticas; debido a que los temas a

tratar a lo largo de los capítulos son diferentes entre sí, pero en cierto punto cada uno de ellos son esenciales para la construcción de la campera militar. Será necesario indagar en materiales y textiles inteligentes, como así también en la psicología entre una madre y su hijo. Asimismo, será importante el estudio del mercado al cual la campera apuntaría, debiendo definir la competencia directa e indirecta de la misma y su usuario. Finalmente, plantear los gastos que ocasionaría el diseño, la confección y comercialización de esta tipología permitirá visualizar si el Proyecto podría ser rentable en un futuro.

Capítulo 1. El funcionalismo y el diseño

A lo largo de la historia, la moda siempre fue protagonista y un fiel reflejo de los cambios que ocurrían en el mundo, tanto a nivel social como cultural o económico. Actualmente, la búsqueda constante de la funcionalidad y comodidad de las prendas da como resultado numerosas investigaciones al respecto. Se estudia desde las transformaciones que pueden realizarse a través de la moldería, creando nuevas propuestas de diseños más adaptados al cuerpo y necesidades básicas del ser humano; como también el estudio del textil propiamente dicho.

A lo largo de este capítulo, se buscará definir que es el diseño, como un concepto generalizado para luego explicar el concepto de diseño de indumentaria. Por otro lado, el término funcionalidad que significa y de que maneras pueden aplicarse dichas funciones dentro del diseño. Por último, se realizará una breve investigación de elementos que permiten agregarle funcionalidad a las prendas, a causa de esto se detallarán que materiales y acabados son los más introducidos y explotados en el mercado y que necesidades satisfacen del mismo. Finalmente, serán considerados aquellos acabados o materiales más eficaces para la realización del Proyecto de Graduación.

1.1 ¿Qué es el Diseño?

Lóbach (1982) redacta una serie de posturas a tener en cuenta en el diseño. Estas posturas se basan en el usuario, su entorno, el fabricante, empresario, abogado y diseñador. En primer lugar, la postura del usuario creado artificialmente que utiliza este entorno objetual según sus necesidades y que no expresa mucho interés por el conocimiento del concepto de diseño, pero sí sobre el diseño en sí mismo. A continuación, la postura del fabricante que definiría al diseño como el empleo económico de medios estéticos dentro de la elaboración de los productos, de modo que éstos logren atraer la atención de posibles usuarios y a su vez mejoren los productos económicamente realizables.

La tercera posición está constituida por el empresario que definiría al diseño como una droga milagrosa que permite aumentar las ventas y el refinamiento del capitalismo. Por otro lado, el diseñador mantiene una postura media entre los intereses del empresario y la de los usuarios definiría al diseño como “Un proceso en la solución de un problema, atendiendo a las relaciones del hombre con su entorno técnico” (Lóbach 1982, p.11). Por último, la postura del abogado de los usuarios del entorno artificial daría su punto de vista acerca del diseño:

El diseño es el proceso de adaptación del entorno objetual a las necesidades físicas y psíquicas de los hombres, de la sociedad. Esta sería la postura deseable para el diseñador, pero normalmente la dependencia del que lo contrata estorba para practicar el diseño de manera consecuente. (Lóbach 1982, p.12).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, Suarez (2017) expresa que la idea del diseño como dibujo ya sea de un objeto, un indumento, una pieza gráfica o lo que fuere, continúa manteniéndose actualmente aun así cuando han surgido innumerables nuevas ideas acerca de lo que es el diseño. Asimismo, el diseño como herramienta creativa continúa siendo un elemento potenciante a nivel mundial, como lo es también el punto de vista que expone al diseño como una disciplina educativa que incluye el arte y la ciencia. En términos generales, el diseño implica el respeto a todo lo que es nuevo, a la experiencia que transita el ser humano en sí y no la teoría abstracta lo que debe decidir que se diseña. Es una conducta que permite mejorar de manera notoria las relaciones existentes entre el objeto, el usuario y el contexto.

En sentido estricto, disciplinar, el Diseño consiste en el procesamiento racional e intuitivo de un conjunto de variables objetivas y subjetivas que, siguiendo una metodología específica y dentro de un horizonte tecnológico, estético e ideológico dado, permite proyectar objetos y servicios que luego serán producidos industrialmente con el propósito de satisfacer las demandas materiales o simbólicas, reales o inducidas, de un mercado segmentando, en un contexto económico-social concreto. (Valdés de León, 2010, p. 45).

En este mismo orden y dirección, Press y Cooper (2009) exponen que el ser diseñador significa crear cultura, experiencias, sensaciones y nuevos significados. Del mismo modo, proponen considerar al diseño como un proceso que genera sensaciones y experiencias en la gente; debido a que diseñar la experiencia requiere de poner al futuro cliente en

primer plano y tratar de ver y percibir el mundo a través de sus ojos. A causa de dicho análisis, se logra no solo satisfacer las expectativas del cliente, sino que también se logra proporcionar de manera inesperada nuevos beneficios, como así también, lograr que el usuario se sensibilice con el objeto en sí, o con la marca que lo proporciona.

En los marcos de las observaciones anteriores, resulta oportuno mencionar el concepto de diseño para Mayall (1985) que plantea diez principios para todo tipo de diseño: totalidad, tiempo, valor, recursos, síntesis, iteración, cambio, relaciones, competencia y servicio. En ellos establece que todos los elementos que conforman el diseñar están interrelacionados constantemente y a lo largo de todo el proceso; a su vez, las características de dichos elementos van variando en conjunto a medida que pasa el tiempo y es necesario valorizarlos según los momentos en los que pueden ser elegidos. Asimismo, se observa que todos los componentes del proceso de diseño dependen de diferentes recursos como materiales, herramientas, entre otros, a los que se debe recurrir.

Dentro del principio de síntesis Mayall (1985) establece que “Todas las características de un producto deben combinarse para satisfacer todas las características que esperamos que posea, con una importancia relativa aceptable durante el tiempo que deseamos, teniendo en cuenta los recursos disponibles para hacerlo y usarlo”. (1985, p. 76). En referencia a la iteración, el diseño requiere de procesos de evaluación y revisión constantemente para poder explorar la necesidad del producto en sí. Como resultado, el producto puede ir variando y transformándose de acuerdo a las circunstancias. Resumiendo, los principios de relaciones describen al producto diseñado como el conjunto de servicios relacionados para su concepción, fabricación y comercialización. Mientras que el principio de competencia y servicio establecen cuales pueden ser las características diferenciadoras del mismo para el mercado; logrando de esta manera satisfacer a todos los usuarios en general y no solo a las personas por las cuales fue diseñado y pensado dicho producto. (Mayall, 1985).

1.1.1 Diseño de Indumentaria

Saltzman (2004) define al diseño de indumentaria como la forma en la que puede rediseñarse el cuerpo humano y como lo que se proyecta mediante la indumentaria genera un efecto de calidad y manifiesta el modo de vida del usuario; incluyendo sus sensaciones y percepciones, la noción acerca de su cuerpo y su sexualidad, su vitalidad. Lo que se busca es reinterpretar y reelaborar desde una perspectiva creativa e innovadora. Es un elemento de intervención sobre el cuerpo del usuario que permite mediante la investigación del mismo, generar un producto adecuado y eficaz.

Este proceso de estudio surge desde la necesidad de explorar el cuerpo y a su vez el textil, valorizar cuales son los aspectos utilitarios y expresivos de la materia prima en función al cuerpo y al contexto en donde éste se encuentra. Se puede considerar el proceso de la recolección de datos, del presente PG, como una actividad creativa que tiene como objetivo planificar y desarrollar aquellos elementos que van a constituir el vestir. Dentro del proceso de diseño, hay que tener en cuenta aquellas necesidades humanas que se encuentran levemente satisfechas o directamente insatisfechas, de los conceptos técnicos y socio-económicos adecuados a las modalidades de producción y las concepciones estéticas que reflejan determinadas características acerca de la cultura de una sociedad dentro de un espacio y de un tiempo determinado.

Continuando con lo anterior, Saltzman (2004) plantea que dentro del diseño de indumentaria intervienen a su vez procesos de construcción. Estos procesos conllevan desde la moldería y sus transformaciones necesarias, luego marcar la tela, que también suele denominársela tizada, y el corte de cada una de las partes; para finalmente confeccionar y/o ensamblar cada una de las piezas que corresponden al volumen vestimentario. En el momento de realización de la moldería bidimensional, se altera la idea del diseño de indumentaria como actividad que genera productos, para un soporte tridimensional que logra transformar el espacio y el cuerpo.

En cuanto a la relación entre el Diseño textil y el de Indumentaria, es necesario mencionar a Udale (2008) que hace hincapié en la necesidad de integrar desde el inicio del diseño al textil y trabajar con ambos simultáneamente. Para lograr un equilibrio y un buen resultado entre ambos, es fundamental elegir el tejido al mismo tiempo en el que se diseñan las prendas; debido a que a medida que el diseño se va perfeccionando se hace notorio si la elección del textil fue correcta o no. Asimismo, comprobar el tacto y la forma de los tejidos permite trabajar en función a su maleabilidad.

Finalmente, Jenkyn Jones (2005) expresa que los diseñadores necesitan indudablemente poseer un conocimiento del contexto dentro del ámbito geográfico, histórico económico y social para justificar y planificar sus creaciones. Y continúa fundamentando que el análisis de la situación del usuario permite generar fuentes de inspiración a la hora de diseñar debido a que una investigación inteligente y la capacidad del diseñador de poder detectar aquellos signos o cambios que deben mantenerse o transformarse, son el punto de partida de todo diseño y permitirán destacarse de los demás.

1.2 Funcionalidad

Lóbach (1982) plantea la teoría funcionalista del siglo XIX y destaca una serie de características que deben efectuarse a la hora de realizar un producto funcional. La liberación de lo inútil en los productos como pueden ser ornamentos que no cumplen ningún tipo de función dentro del diseño, el empleo de los principios de construcción técnico-físicos y económicos, la utilización de métodos directos y eficaces hacia los objetivos ya establecidos, el costo mínimo de fabricación y explotación generando aun así rendimientos mayores y la configuración de los productos bajo influencias emocionales, son algunos de los procedimientos que deben llevarse a cabo a la hora de diseñar productos funcionales, económicos y a su vez, cautivadores.

Por otro lado, Fornari (1989) expresa la necesidad de conocer cuál es la noción de función porque el término en sí posee diversas acepciones; pero la más empleada dentro del ámbito del diseño es la que remite a la utilidad de algo, en otras palabras, para que

sirve un producto o la utilidad del mismo. Asimismo, Fornari plantea que “los objetos artificiales justifican su existencia para servir a una finalidad humana”. (1989, p. 25). En ese mismo sentido, se puede deducir que de una u otra manera todos los productos contienen un fin utilitario, satisfaciendo distintas necesidades y cumpliendo a su vez diversas funciones sea el producto que sea. Después de lo anterior expuesto, se propone distinguir tres tipos de utilidades que pueden asignarse a un producto: físicas, psíquicas y sico-físicas. En relación a la utilidad principalmente síquica es necesario destacar que son todas aquellas funciones que tienen como objetivo satisfacer necesidades espirituales o estéticas; en cuanto a la utilidad principalmente física se caracterizan por resolver cuestiones específicas. En efecto, las utilidades sico-físicas son aquellas que reúnen las necesidades estéticas y al mismo tiempo resuelven una necesidad tangible. (Fornari, 1989).

Con referencia a lo anterior, Goodwin (1987) manifiesta que el diseñador debe negociar con los usuarios o futuros clientes una serie de funciones deseadas por ellos mismos; y luego tratar de proporcionar la mayor cantidad de dichas funciones. Por lo tanto, a la hora de comparar la lista de funciones proporcionadas por los clientes ideales y la de las funciones que finalmente se satisfacen a través del producto, se podrá observar si las funciones tomadas y llevadas a cabo fueron las correctas o si es necesario el rediseño del producto abordando las funciones anteriormente descartadas.

1.2.1 La función dentro del diseño

Lóbach (1982) plantea la funcionalidad a partir de diversos aspectos esenciales, los cuales se evidencian en el uso del producto en sí y a su vez posibilitan la satisfacción de las necesidades. Resulta oportuno destacar que el rol que cumple el diseñador es justamente el de configurar aquellos productos ya sea una pieza gráfica, una prenda, un objeto, entre otros; y determinar cuáles van a ser las funciones de los mismos. Las funciones se dividen en tres grandes grupos, por un lado, existen las funciones prácticas, las funciones estéticas y, por último, las funciones simbólicas.

Las funciones prácticas se ven compuestas por las características o aspectos esenciales del producto, aquellos aspectos que se encarguen de satisfacer las necesidades fisiológicas del usuario; previamente a ello, es necesario realizar un estudio acerca de cuáles son los requerimientos físicos del futuro consumidor del producto. En otras palabras, el objetivo general que tienen las funciones prácticas es el de diseñar un producto repleto de funciones idóneas para que a través del uso del mismo el usuario pueda proteger su salud y sus condiciones fisiológicas.

Las funciones estéticas se basan en la relación existente entre un producto y el usuario experimentando el proceso de percepción. Lóbach sostiene que “la función estética de los productos es el aspecto psicológico de la percepción sensorial durante el uso”. (1982, p. 56). En términos generales, es cuando el objeto o producto presenta una apariencia física que es percibida por los sentidos; es la relación mediante el cliente/usuario y el producto que logra establecerse a partir de la configuración previa del producto en relación con la condición de percepción del mismo. Es un proceso que tiene como pilar central dotar a los objetos de funciones que respondan a través del uso sensitivo multisensorial del usuario.

Lóbach (1982) plantea que la tarea del diseñador es la de determinar cuales van a ser las funciones estéticas de los productos en relación a la percepción de los usuarios con respecto a sus preferencias y a el entorno en donde se mueven. A su vez, expone que las condiciones de apreciación dependen de dos factores: principalmente de las experiencias que el usuario pudo haber tenido en su pasado con la configuración de otro producto a través del color, superficie, forma, entre otras; y por último la percepción consciente de las dimensiones. Finalmente, la apariencia del producto puede generar una experiencia positiva o negativa sobre el usuario; según la cual el usuario puede tener sentimientos de aceptación o rechazo hacia el producto. Es por este último motivo que el diseño se ha convertido en una parte fundamental y uno de los principales aspectos a

tener en cuenta para lograr un resultado positivo y con ello llamar la atención de más usuarios.

Por último, la función simbólica corresponde a todos aquellos aspectos psíquicos, espirituales y sociales del uso. El propósito central de esta función corresponde a lo estético debido a que a través de los elementos como lo son la forma, el color y la superficie, se pueden generar ideas de otros ámbitos de vida. El objeto o producto tiene la función de generar que el hombre se apasione con la percepción de este objeto y extraer de él nuevas experiencias y sensaciones.

La función estética es perceptible directamente y es con frecuencia el factor decisivo que provoca el impulso para comprar. La configuración consiente de productos excita la atención del comprador y eleva así oportunidades de venta para el fabricante. Aquí se hace evidente que el diseñador, además de ser un optimizado del uso sensorial de productos, también es un promocionado de ventas al suscitar el interés por los productos. (Lóbach, 1982, p. 61).

Según Roca (2006) la función es la relación que media entre un objeto y el propósito al cual este objeto se propone responder: al que sirve. Por otro lado, afirma que no hay una relación directa entre la forma y la función porque una misma forma puede cumplir una variedad de funciones. Así, luego de esta definición se concluye que un objeto multifuncional es aquel que responde dos o más funciones. En relación al diseño de indumentaria, la multifuncionalidad se refiere a cuando las prendas/tipologías que se adquieren no tienen solo un fin estético, sino que, a su vez, tienen la obligación de satisfacer necesidades del consumidor. Saulquin (2010) realiza investigaciones sobre el tema tratado y manifiesta que actualmente para que las prendas sean acordes a las preferencias del usuario, deberán responder a cuatro factores fundamentales: Ser práctico-funcionales, creadas para un cuerpo humano natural y no ideal, proyectadas desde el material según los personales requerimientos y cuidadosas de la naturaleza humana y ambiental.

Esto significa, que a la hora de diseñar la campera que plantea el PG hay que tener en cuenta cuales van a ser las funciones a satisfacer y como se lograrán que éstas se plasmen en la indumentaria realizada para un cuerpo real.

1.2.2 Moldería, diseño y funcionalidad

Altahona Quijano (2008) plantea que los diseñadores de indumentaria deben ser capaces de crear prendas de vestir a través de una sensibilidad artística, y a su vez, del conocimiento del cuerpo y sus variantes; debido a que el objetivo principal que deben establecer es el de crear prendas ergonómicas y funcionales. Para ello, es necesario hacer uso de la moldería puesto que deben traducir las formas del cuerpo vestido en términos bidimensionales. Asimismo, deben tener conocimientos técnicos de patronaje para tener decisiones fundamentadas en tales conocimientos a la hora de la construcción de la vestimenta.

Después de lo anterior expuesto, puede definirse al método del patronaje o moldería como “una serie de pasos secuenciales, que permiten a través de un patrón básico, generar la construcción de una prenda de vestir, teniendo en cuenta no solo las medidas anatómicas, su aplicación técnica y su funcionalidad.” (Altahona Quijano, 2008, s.p.). Asimismo, existen diferentes metodologías para la realización de una prenda, que van estudiándose y perfeccionándose a lo largo del proceso para tener resultados eficaces y a su vez, simples. Para realizar un correcto desarrollo de la moldería, debe haber una excelente interpretación y entendimientos del diseño, debido a que la indumentaria a realizar debe cumplir con una finalidad específica, la cual fue pensada con anterioridad. (Altahona Quijano 2008).

En este orden de ideas, se puede citar un fragmento del libro *El cuerpo diseñado* de Saltzman (2004) que hace referencia al vínculo que existe entre la moldería y la anatomía del cuerpo, como así también a la necesidad de movimiento y confort que deben estar presentes en el momento de diseñar.

Las líneas constructivas del vestido en general, son el correlato de las líneas de inflexión de la anatomía, de modo tal, de favorecer el modelaje de sus formas, su libertad de expresión y su movimiento. Ya sea en uniones de planos, pinzas o ajustes, se plantean desde la materialidad de la anatomía y se proyectan al vestido determinando la dimensión y la forma adecuada según el tipo de proyecto. (Saltzman, 2004, p. 85).

En relación al Proyecto de Graduación, se puede destacar que la moldería planteada se encuentra directamente ligada a la funcionalidad y comodidad que se busca ofrecer a las mujeres madres, por lo tanto, en el momento de realizar el molde deben tenerse en cuenta la anatomía de la mujer, las decisiones de diseño tomadas con anterioridad, los textiles, las funciones, entre otros.

1.3. Insumos funcionales

Saltzman (2004) considera que uno de los elementos esenciales que componen al diseño de indumentaria es el textil; debido a que es el encargado de conformar una silueta previamente elegida en base a un cuerpo humano. Asimismo, dicho textil no solo cumple la función de contener y rodear el cuerpo, sino que también cumple una función superficial. Es decir, a través del uso de diferentes texturas y recursos, provoca, en la persona que lo viste, diferentes sensaciones en torno al interior y exterior de su cuerpo.

Hecha la observación anterior, Saltzman define que a la hora de diseñar:

Es fundamental valorizar las cualidades de maleabilidad, es decir, la aptitud del material para configurar el volumen en torno al cuerpo, según su peso, caída, elasticidad, movimiento, adherencia y textura... El textil funciona a manera de extensión de la epidermis, de piel superpuesta a la piel, es más relevante prever las sensaciones táctiles, el aspecto visual, las impresiones sonoras y las cualidades olfativas que el material suscita mediante su textura, densidad, temperatura, sequedad o humedad, y demás factores. (2004, p.44).

El autor destaca que uno de los pasos principales que debe tener en cuenta el diseñador, es el de investigar cuales son las características del textil elegido para descubrir cómo puede satisfacer mediante ellas, las necesidades del consumidor. Por lo contrario, hay textiles que se modifican para lograr cumplir las necesidades anteriormente planteadas; a esos textiles se los denomina inteligentes. Sánchez Martín (2007) los cataloga en dos grupos; por un lado, están aquellos textiles que emplean directamente las fibras

inteligentes dentro de la fabricación del tejido. Por lo tanto, dichas telas pueden reaccionar ante la variación de estímulos como pueden ser la luz, el calor, el sudor, entre otros. En efecto, se encuentran aquellos tejidos que se obtienen mediante la aplicación posterior de distintos acabados; cada uno de ellos cumple una función sobre el textil específico.

1.3.1. Textiles funcionales

Colchester (2007) manifiesta que el inicio del siglo XXI se vio sobrecargado de avances, cambios e innovaciones en las áreas de la ciencia, como así también, del arte y sobre todo del diseño. En cuanto a los textiles, se fue demostrando que el estudio de ellos, permitió que se reinventaran para que sean capaces de satisfacer las demandas que ocasionaría la llegada de un nuevo siglo. El estudio de textiles que se realiza actualmente, deja en manifiesto la gran cantidad y variedad de materiales con los que cuentan los diseñadores para trabajar. Destaca, asimismo, el cruce de la tecnología y los textiles originando los denominados tecno-textiles, como así también, los avances que se han ido realizando a partir de la nanotecnología.

Sánchez Martín (2007) define a los textiles inteligentes como “textiles capaces de alterar su naturaleza en respuesta a la acción de diferentes estímulos externos, físicos o químicos, modificando alguna de sus propiedades, principalmente con el objetivo de conferir beneficios adicionales a sus usuarios”. (2007, p. 39). Asimismo, plantea la gran variedad de textiles inteligentes que se encuentran hoy en día en el mercado y los clasifica en tres categorías: pasivos, activos y muy activos.

Los textiles pasivos son aquellos que solo sienten los estímulos, es decir, que mantienen sus características independientemente de lo que ocurra en el entorno exterior. En consecuencia, los textiles activos son aquellos que reaccionan ante el estímulo anterior y actúan sobre él. Finalmente, los textiles denominados muy activos son aquellos que van adaptando sus propiedades a medida que van percibiendo los estímulos externos.

Por otra parte, Udale (2008) describe que las innovaciones que se dieron en los textiles se pueden dividir en dos grupos: según los criterios éticos en relación al entorno y la incorporación de nuevas tecnologías que se dan a causa del avance científico. Como resultado de la modificación en los tejidos, surgen textiles futuristas e innovadores que enriquecerán los diseños y a su vez le aportarán nuevas funciones. San Martín (2010), en su libro *El futuro de la moda* realiza una lista de aquellos textiles inteligentes relevantes dentro del mundo de la moda. El textil en el cual se inspira parte del Proyecto de Graduación va a ser el denominado *coldblack®*. Originalmente fue ideado para prendas de running a causa de que los amantes del deporte al aire libre se exponen continuamente a los rayos del sol; pero luego abarcó mayor parte del mercado introduciéndose en prendas de niños o personas con diferentes problemáticas.

La característica principal que compone dicho textil, es que es capaz de proteger a sus usuarios de los rayos ultra violeta (UV), ofreciendo en cada uno de sus tipos de tejidos y colores, sin que se vea afectada la sensación o aspecto del producto, una protección mínima de factor 30. En ese mismo sentido, el tejido reduce notablemente la acumulación del calor y ofrece mantener una temperatura entre 7° y 10° grados menor a una prenda convencional. Como consecuencia, se logra mejorar notablemente el confort que proporcionan dichos textiles y los beneficios que además otorga en función al cuidado de la salud. (San Martín, 2010).

Actualmente, este textil se encuentra en el mercado internacional y es difícil obtenerlo en Argentina, por consiguiente, se ha logrado reemplazarlo por un acabado que cumple la misma función y se aplica al textil una vez finalizado el proceso del mismo.

1.3.2. Materiales y acabados

Los procesos de acabado que se le realizan a los textiles permiten agregarle propiedades específicas para conseguir un efecto visual, táctil o funcional. Estos tipos de acabos pueden desaparecer con el paso del tiempo o durar lo que dure la prenda en sí.

Udale (2008) categoriza a los acabados en tres grupos; por un lado, se encuentran los acabados básicos que son aquellos procesos necesarios que tienen en común la mayoría de los textiles para considerárselos como tal. Estos acabados, incluyen la preparación del tejido para luego ser teñido o estampado; la eliminación de restos de almidón o apresto que se aplican a los hilos antes de ser tejidos para hacerlos más resistentes; en ese mismo sentido se encuentra el lavado que termina de eliminar todas aquellas impurezas que perduraron en los procesos anteriores y finalmente el blanqueado que intensifica la blancura de aquellos tejidos manufacturados.

Después de lo anterior expuesto, se encuentran los acabados estéticos que se caracterizan por darle al textil la apariencia deseada. Estos acabados se basan en procesos con químicos que pueden cambiar la textura táctil del material, haciéndolo más suave y aterciopelado o, en consecuencia, logrando un textil rugoso y áspero. Finalmente, se destacan los acabados específicos debido a que son los que alteran un tejido con el fin de conseguir que cumpla una función determinada. Dentro de esta categoría aparecen los tejidos resistentes al fuego, antiestáticos, aquellos que repelan las manchas o no necesitan plancha, también se encuentran los antipolillas o antimoho e incluso los que reducen la penetración de rayos ultra violeta que se desarrolló en el subcapítulo anterior. (Udale, 2008).

En los marcos de las observaciones anteriores, puede observarse que la cantidad de acabados que existen para darle a los textiles determinadas funciones son infinitos. Dentro de este subcapítulo se explayarán aquellos acabados que pueden tenerse en cuenta a la hora de la elección de materiales de la campera planteada en el PG.

Con referencia a lo anterior se presentan los acabados antibacterianos que mediante tratamientos químicos permiten controlar la propagación de bacterias en los tejidos y a su vez, este recubrimiento permite repelar las manchas y la suciedad. En segundo lugar, se encuentran los acabados que permiten la transpiración debido a que se le aplica una

membrana al tejido que contiene poros para permitir que el cuerpo transpire, pero a su vez impiden el paso de agua proveniente del exterior. (Udale 2008).

Hecha la observación anterior, se menciona el acabado impermeable que no permite el paso ni del aire ni del agua. Esta impermeabilización se da porque al textil se le aplica una fina película de un material que repela el agua; este material puede ser látex, cauchos naturales o sintéticos, resinas acrílicas, vinílicas o siliconas. Por otra parte, se encuentra el acabado inarrugable que se caracteriza por la facilidad que tiene el textil en recuperar su estado físico inicial. Este tratamiento, varía según el tipo de fibra que vaya dirigido debido a que el algodón pierde resistencia, pero en la fibra no lo hace. El principio de este acabado se basa en las zonas amorfas y cristalinas que poseen las fibras de los tejidos. Las amorfas le proporcionan deformación elástica al textil y al aplicar una tensión se recupera la posición inicial; en comparación, las zonas cristalinas dan a las fibras características plástica que imposibilitan la recuperación del tejido. (Bosch, 2013).

Finalmente, el acabado de protección de rayos ultra violeta que se mencionó en el subcapítulo anterior, consta de bloquear los rayos para lograr la protección tanto del textil como de la piel de la persona que lo vista, sin perder la comodidad y la frescura que la prenda pueda llegar a brindar, como así también evitar su decoloración o desteñido. En cuanto al grado de protección del textil vería según la construcción del mismo, el tipo de fibra, el teñido, entre otros. Los colores oscuros y los tejidos cuyas tramas sean más cerradas son los que reciben mejor el tratamiento y logran una protección más eficaz. Por lo contrario, los colores claros y los textiles cuyas tramas son abiertas no ofrecen un alto índice de protección, debido a que los rayos UV traspasan el textil a través de los pequeños espacios que puede haber entre el tejido del mismo. (Tinto, 2012).

A modo de cierre de este primer capítulo, se puede mencionar la importancia de la convivencia entre el diseño textil e indumentaria y la funcionalidad; debido a que a medida que avanza la tecnología, lo hace en conjunto los textiles. Permitiendo

proporcionar tejidos inteligentes y con características necesarias para determinados usuarios. A su vez, el diseño de indumentaria es indispensable porque permite reflexionar acerca de las formas que se van a aplicar al producto para cubrir necesidades, que asimismo, como se mencionó anteriormente se refuerzan con los diferentes materiales y textiles utilizados para la creación del mismo.

Capítulo 2. Relación madre e hijo

En este capítulo se analizará la teoría denominada *relación de apego* que detalla la importancia del contacto físico de la figura materna y el recién nacido. Los beneficios que puede traerle en el futuro y en lo que respecta a su accionar. Asimismo, plantear cuáles son las necesidades básicas que tienen tanto madres como bebés y cuales son aquellos elementos indispensables en su rutina diaria. Por consiguiente, buscar información sobre la anatomía de ambos cuerpos en relación al paso del tiempo, permitirá finalmente determinar cuáles son los cuidados que deben tenerse a la hora de realizar la campera. En términos generales, de que manera se deberá distribuir el peso del recién nacido sobre el cuerpo de la madre para no ocasionar lesiones y por consiguiente cual debe ser la posición correcta del niño dentro de la campera.

2.1. La maternidad y el bebé

Oberman (2008) enuncia que para las mujeres, el fenómeno de la maternidad excede el hecho biológico y abarca un aspecto significativo dentro del nivel social, cultural y psicológico. El nacimiento del bebé es un momento crítico en la vida de la madre debido a que ella integró al niño dentro de su imagen corporal y luego debe separarse de él. Sin embargo, la lactancia le permite seguir unida en cierta forma, aunque luego el destete y el inicio de la locomoción del niño, genera una ruptura.

En efecto, la relación madre-hijo es la primera relación social del individuo, asimismo se establece como vínculo. En este propósito es necesario establecer el concepto de la palabra relación y la de vínculo, debido a que su significado más frecuente constituye que la relación es “el carácter de dos cosas tales que la modificación de una de ellas provoca la modificación de la otra. En cambio, el vínculo, es una ligadura estrecha pero no forzada. Se lo aplica a una relación estrecha”. (Oberman, 2008 p. 64). Como puede observarse, el bebé no tiene una vida perceptiva como los adultos, vive en un mundo sensorial y depende en su totalidad de los cuidados que pueda proporcionarle su figura

materna. A través de los estudios que se han ido realizando se observó que la interacción madre-bebé funciona a través de las manos, ojos y boca. El órgano necesario para aferrarse el uno al otro es la mano; pero el bebé al mirar activamente a los ojos a su madre reemplaza el contacto físico con la mirada. Las interacciones que se dan entre el recién nacido y su madre son fácilmente observables y se pueden catalogar en tres grupos: visual, verbal y corporal; siendo esta última clasificación la más relevante a la hora de justificar la elección del Proyecto de Graduación. (Oberman, 2008).

La modalidad de interacción visual se refiere a que la mirada entre el recién nacido y su progenitora es uno de los modos más privilegiados que tienen para comunicarse, además, se considera que la mirada entre ellos es un potente acontecimiento interpersonal que se sustenta en sentimientos intensos; asimismo, las madres vinculan este tipo de sentimientos con el hecho de que se ven reconocidas dentro de un modo personal y altamente íntimo. En cuanto a la modalidad de interacción vocal, se constituye bajo los llantos y gritos del niño debido a que es el único modo de comunicación que puede utilizar para expresar no solo sus necesidades, sino que también sus afectos. Continuando con la modalidad de interacción corporal se realizaron investigaciones sobre la forma en que sostiene o manipula al bebé su madre, y a su vez, sobre la manera en que el niño puede irse amoldando al cuerpo de ella.

Como puede observarse, siempre va a existir interacción entre la postura de la madre y la del bebé por la razón de que cada movimiento o modificación en la postura de una de las partes da como resultado que la otra parte deba ajustarse para que la interacción resulte armoniosa y distendida. La reciprocidad de las interacciones entre la madre y su hijo es el lazo que los une porque a medida en que ellos se encuentran, las conductas se van transformando en un acto comunicativo. Asimismo, dicho encuentro significa que cada una de las partes influye sobre el otro produciendo cambios y modificaciones afectivas entre sí. En efecto, cuando la madre toma una postura alejada en relación al recién nacido, el niño es capaz de detectar esta variación en cuanto a la calidad afectiva e

intenta reorientar dicha interacción; si la madre continua sin reaccionar se vuelve pasivo y se retira de la interacción con tristeza. En términos generales, es evidente que el bebé modifica sus actos afectivos y conductas a medida de las conductas que le proporciona su madre. (Oiberman, 2008).

2.2. Teoría relación de apego

Antes de mencionar cuales son aquellos beneficios que propicia el contacto físico entre la madre y su recién nacido en sus primeros meses, es necesario plantear la denominada conducta o teoría de apego formulada por el psicólogo Bowlby (1990) que declara que los recién nacidos ponen en manifiesto una serie de conductas con el fin de asegurarse la proximidad con su madre. Además, tales conductas continúan observándose por un período aproximado de doce meses debido a que es el tiempo en que el bebé busca en su figura materna la protección constante; transcurrido ese tiempo, el niño comienza a explorar el mundo por sus propios medios y se desprende de a poco de tales conductas; como así también, del contacto físico con su madre. En este mismo orden y dirección, Bowlby menciona que “toda pauta de conducta juvenil que facilite la ansiada proximidad puede entonces considerarse como componente de la conducta de apego”. (1990, p. 208).

Con referencia a lo anterior, la conducta del recién nacido y las respuestas favorables instintivas de su figura materna, se forman dentro del período inmediatamente posterior al nacimiento del bebé, formando y estimulando el vínculo entre ellos. Cuando la madre sostiene a su hijo recién nacido en una posición cómoda, simulando un abrazo, puede observarse como el bebé se amolda a su cuerpo; apoya su cabeza en el hombro de su madre para poder percibir, a través de sus ojos, el ambiente en el que se encuentra para luego, posicionarse en el hueco del cuello de su madre. Por otro lado, cuando la mujer estrecha al bebé más cerca de ella, el niño se acurruca con mayor fuerza en su cuello y adapta su cuerpo contra el cuerpo de la madre. Estas señales que el niño puede brindarle a su madre, indican en cierto punto que ella está haciendo lo correcto y que su vínculo se

está fortaleciendo al igual que el carácter del bebé; debido a que el contacto físico entre madres e hijos dentro de los primeros meses es un factor fundamental en el desarrollo del niño a largo plazo. (Brazelton y Cramer, 1993).

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, es importante mencionar las investigaciones que se fueron efectuando en función a la relación entre madres e hijos. Como resultado, Bowlby (1989) observa que los niños cuyas madres respondieron sensiblemente a las señales o conductas que emitieron dentro de los primeros doce meses de vida; no solo reducen su llanto, sino que aumenta su seguridad en sí mismos y están dispuestos a aceptar y cooperar en mayor medida. En efecto, un niño que no desarrollo una conducta de apego es propenso a las quejas, el aferramiento y a provocar respuestas desfavorables en relación a sus padres.

La conducta de apego es cualquier forma de conducta que tiene como resultado el logro o la conservación de la proximidad con otro individuo claramente identificado al que se considera mejor capacitado para enfrentarse al mundo. Esto resulta sumamente obvio cada vez que la persona está asustada, fatigada o enferma, y se siente aliviada con el consuelo y los cuidados. En otro momento, la conducta es menos manifiesta, Sin embargo, saber que la figura de apego es accesible y sensible le da a la persona una fuerte y penetrante sentimiento de seguridad, y alienta a valorar y continuar la relación. Si bien la conducta de apego es muy obvia en la primera infancia, puede observarse a lo largo del ciclo de vida, sobre todo en las situaciones de emergencia. (Bowlby, 1989 p. 40-41).

En el orden de las ideas anteriores, la doctora Day (2008) manifiesta que los recién nacidos tienen como necesidad biológica el contacto físico y afectuoso con sus figuras maternas; que a su vez, este contacto, puede llegar a determinar las conductas del bebé a largo plazo. En este propósito, y luego de numerosas investigaciones al respecto, se puede mencionar que aquellos niños que mantuvieron un contacto físico con sus respectivas madres a lo largo de su primer año, adquieren independencia y seguridad en sí mismos; permitiéndose, por ejemplo, jugar solos, gatear y caminar más rápido, desarrollar sistemas inmunes más fuertes, dormir profundamente y reducir de manera notoria el llanto. Además, llegada la adolescencia estos niños se muestran con niveles mayores de aptitudes educativas como así también más sociables y amorosos. En efecto, aquellos niños a los cuales se les priva tal contacto físico se muestran solitarios, aislados

y problemáticos. “Aproximadamente un tercio de las consultas clínicas son por alteraciones emocionales, hiperactividad, comportamiento agresivo y problemas de desórdenes de conducta en niños privados de un contacto físico positivo en la infancia temprana”. (Day, 2008 p. 1).

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, Day (2008) continúa explayándose en la importancia del contacto físico e involucra ciertos temas a tratar, como por ejemplo la necesidad del tacto en recién nacidos debido a que es el primer sentido en desarrollarse dentro del útero y el último en desvanecerse en los ancianos. En definitiva, la estimulación a través del tacto es significativa para la comunicación, el bienestar físico y emocional, el funcionamiento sano del cerebro, y el balance de las hormonas en el cuerpo. En relación al desarrollo cerebral, es necesario comentar que a lo largo de numerosas investigaciones se concluyó que aquellos niños privados del contacto físico, tienen elevada tanto la hormona del estrés como la serotonina, que es una sustancia neurotransmisora del cerebro. En efecto, resultan niños con comportamientos agresivos y predispuestos a sufrir depresión llegada la adultez; como así también, pueden tener dificultades para controlar sus emociones y conductas a medida que van creciendo.

El contacto físico es importante para todos los bebés porque significa amor, involucramiento, cuidado, seguridad y protección. Sin éste, no crecerán ni se desarrollarán como niños o adultos felices y sanos. Sin embargo, el tiempo es crucial. El cuidado cálido y sensible en el primer año de vida tiene un efecto a largo plazo en cómo los niños aprenden y se desarrollan, cómo enfrentan el estrés y cómo regulan sus propias emociones y conductas cuando finalmente avanzan por propia cuenta. Niños que son privados de afecto físico en la infancia estarán más predispuestos a una conducta antisocial, a la violencia física, a los desórdenes de ansiedad y al abuso de alcohol y las drogas más tarde en la vida. Estas conductas son a veces intentos de compensar por la privación del contacto físico en los primeros años. A pesar de que a veces puede haber mejoras, podría tomar muchos años de trabajo arduo para ayudar a reparar el daño de sólo algunos meses de una infancia descuidada. Una caricia o abrazo auténtico, el contacto afectivo de un padre o cuidador genuinamente amoroso, es la mejor fuente de medicina preventiva. (Day, 2008 p. 6).

Por último, Chavarria (s.f.) reafirma los razonamientos que se realizaron con anterioridad, y agrega que el recién nacido requiere de un entorno que pueda simular en ciertos

aspectos, la vida intrauterina; además, resalta la importancia de darle tiempo al niño a que se adapte a la nueva vida afuera, debido a que no está preparado para sufrir un cambio de una manera abrupta. Este período de adaptación, puede durar alrededor de nueve meses y es por eso, que se considera tan necesario la continuidad del contacto físico entre la madre y su hijo; debido a que no solo se logra reducir el llanto del niño, sino que tiene múltiples beneficios. Por un lado, el recién nacido no logra regular bien su temperatura corporal, pero al estar en contacto con su madre se le transfiere calor y el niño puede evitar presentar hipotermia. Además, duerme mejor, al estar cerca de su madre propicia el amamantamiento más seguido y por sobre todo, ayuda al desarrollo cerebral.

2.3. Anatomía del cuerpo materno y del bebé según el paso del tiempo

Se puede definir al embarazo como el período que transcurre entre la fecundación del óvulo y el parto; su duración es de aproximadamente doscientos ochenta días. Durante el embarazo, la mujer experimentará una serie de cambios anatómicos y fisiológicos; los cuales se irán yendo durante la etapa luego del parto y la lactancia. El Proyecto de Graduación se focalizará en aquellos cambios que ocurren dentro del cuerpo de la madre luego de tener a su hijo debido a que es necesario plantear un indumento que acompañe tales transformaciones. Es por eso, antes de comenzar, se describirá la clasificación que realiza Oiberman (2013) en función al puerperio. Se denomina de esta manera, a causa de que *puer* en latín significa niño *parere* significa parir. Una vez establecido el término se diferencian cuatro tipos: el puerperio inmediato, mediato o propiamente dicho, alejado y tardío.

El puerperio inmediato abarca las primeras veinticuatro horas posparto, y es en donde la mujer siente bienestar y alivio. Durante este período, se evidencia un achicamiento de útero, seguido por un acortamiento definitivo de la fibra muscular. Dentro del puerperio mediato, las fibras musculares vuelven a su tamaño normal y la pared del abdomen presenta un estado de flacidez. Los órganos vuelven a su posición normal y retoman su

fisiología; en cuanto al cuerpo, se produce una pérdida de peso que ronda entre los cuatro y ocho kilos. A continuación, en el puerperio alejado, que abarca entre los once y cuarenta y cinco días, la paciente recupera su perfil corporal a pesar de que tanto su piel como abdominales continúen con poca tonicidad. Finalmente, dentro del puerperio tardío, la mujer amamanta y termina de eliminar aquellos kilos que aumentó a lo largo de toda la gestación. (Oiberman, 2013).

Una vez establecidos los cambios que atraviesa la madre, es inevitable aplicarlos en el diseño; teniendo en cuenta la pérdida de peso que la mujer va teniendo y la necesidad de que la campera permita irse amoldando al nuevo cuerpo. A su vez, es elemental estudiar la anatomía del bebé y su variación a medida que pasa el tiempo; para luego establecer cuales son aquellos cuidados que deben tenerse en relación las posturas, los textiles, entre demás variables. Gemma Ginovart describe que el recién nacido posee “un escaso tono muscular que le incapacita para vencer la acción de la gravedad, esto le obliga a adoptar un patrón postural en retracción de los músculos de espalda y cadera”. (2010, p. 21). Continúa planteando el cuidado en función a la postura del recién nacido debido a que debe ser recogido de manera tal de estimular la flexión activa del tronco y sus extremidades y manteniendo una contención para proporcionarle al bebé una mayor autorregulación y posibilitando su tranquilidad. A su vez, se deben conseguir posturas simétricas para facilitar los movimientos antigravitatorios y estimular la alineación corporal y la exploración visual del individuo.

2.4. Cuidados y necesidades. Encuestas

Antes de comenzar a clasificar cuales son aquellas necesidades y/o cuidados en madres e hijos que se van a tratar de resolver mediante el diseño de la campera, es inevitable conceptualizar tales términos.

Para comenzar, Omill (2008) menciona que el concepto de necesidad es utilizado de múltiples maneras debido a que hay diferentes perspectivas para desarrollarlo. En función a lo que apunta el Proyecto, el concepto que más se aproxima entiende por

necesidad a “el estado de un individuo respecto a los medios necesarios o útiles para su existencia y desarrollo”. (Omili, 2008, p. 2). Asimismo, surgen dos teorías en base a las necesidades. Una de ellas, desarrolla el concepto como universal y establece necesidades básicas que son aplicadas a cualquier ser humano independientemente de su contexto cultural o ideológico. Por otro lado, se plantea que las necesidades son relativas a las circunstancias culturales e históricas que ha atravesado el ser humano. Dentro de este último punto es donde se focalizará el PG debido a que las necesidades a las cuales se apuntarán, van a ser aquellas que proporcionen en las entrevistas las madres identificadas como posibles usuarios en el futuro. Con respecto al concepto de cuidado, se establece que “el cuidado aparece cuando la existencia del otro tiene importancia para uno y se dirige hacia ese otro una disposición para participar de su vida, para vincularse, provocando un sentido de responsabilidad”. (Boff 2012, p. 27). Cuando se analiza este concepto se establece una acción colectiva, debido a que se menciona un cuidado mutuo; una actitud guiada por el interés y la atracción hacia el bienestar y la vida del otro, su entorno, y a su vez, uno mismo.

El fenómeno del cuidado demanda un tipo de inteligencia y de razón muy distinto al que ha prevalecido en los últimos siglos en nuestra cultura: El instrumental – analítico – funcional. Este representa un uso utilitarista, una mirada distanciada y objetivante de la realidad, más interesado en los medios que en los fines. El cuidado se inscribe en el mundo de los fines, de las excelencias y de los valores. La sede de tales realidades no es la razón sino el corazón. Es la inteligencia sensible y cordial que complementa la razón instrumental ...esto no significa que se prescindiera de la razón, pero se la destrona de su dominancia y se la incorpora en un ámbito mayor en el cual adquiere plena importancia como instauradora de lucidez, de criterio y de límites. (Boff, 2012 p. 29).

En otras palabras, cuando se menciona el acto de cuidar, se menciona asimismo una actitud de preocupación, ocupación, responsabilización y compromiso con el otro. Se convierte en una acción recíproca que posibilita el respeto como iguales y la convivencia.

2.4.1. Cuidados y necesidades en la madre. Encuestas

Para desarrollar este subcapítulo, se implementó la realización de una encuesta para las madres que podrían ser futuros usuarios capaces de adquirir la campera que plantea el

PG. Por lo tanto, se reunió la opinión de treinta mujeres con hijos recién nacidos o de pocos meses, que residen dentro de la ciudad de Buenos Aires y que utilizan a diario el transporte público para movilizarse con sus bebés.

Una de las primeras preguntas que contenía la encuesta se enfocaba al objeto que se utilizaba para transportar a sus bebés en la calle. El 70% de las encuestadas respondió que utilizaban el cochecito; un 23,3% utilizaba la mochila portabebés y un 6,7% no manipulaba ningún tipo de objeto, simplemente llevaba a su hijo alzado. En base a la pregunta anterior, las madres que hacían uso del cochecito planteaban que los principales inconvenientes que debían afrontar a diario eran, que si bien se sentían seguras utilizando tal objeto, el mal estado en el que se encuentran las veredas les dificultaba su movilidad. Otras madres, explicaban que se sentían muy distantes de su hijo al llevarlo en el cochecito y sentían miedo e inseguridad. En relación al uso del transporte público, las mujeres destacaban dos problemas en general; por un lado, la incomodidad de subir el cochecito al colectivo debido a que es un objeto pesado. Y a su vez, la falta de lugar para el mismo en horas picos por el exceso en la cantidad de pasajeros.

Por otro lado, las madres que hacen uso de la mochila portabebés, expresaban que se sentían incómodas debido a que la mochila en sí es muy pesada y grande. Asimismo, al salir a la calle se encontraban cargadas, soportando gran cantidad de peso. En relación al uso del transporte público, lo que se destacó principalmente es la poca predisposición que tienen los usuarios para ceder su asiento a las mujeres que suben al transporte con niños pequeños.

Por último, el 6,7% de las madres que no manipulaban ningún tipo de objeto para transportar a su hijo, sino que lo llevaban en sus brazos; respondieron que tenían temor de caerse con el bebé en la vía pública, debido a que no tienen protección alguna al estar en los brazos de su madre. En el transporte público, remarcaban al igual que las madres que usaban las mochilas portabebés, la poca predisposición de los usuarios en ceder

asientos y el riesgo que corren de golpear a su hijo si el chofer del transporte frena bruscamente.

Continuando con las problemáticas que enfrentan las madres en el día a día, gran parte destacó la inseguridad que siente debido a que se le dificulta cuidar sus pertenencias personales estando tan cargadas e incómodas. En relación a esta pregunta, se realizó una lista de aquellos elementos indispensables en la cartera de la mujer. La encuesta destacó que los elementos imprescindibles para las mujeres eran en primer lugar el celular en un 46,7%, luego continuaban las llaves y la billetera con un 43,3% en ambos casos y en tercer lugar la tarjeta sube para abonar los pasajes del transporte público con un 33,3%. En cuanto al cargador del celular, solo un 10% de las mujeres lo tuvieron en cuenta; asimismo el maquillaje un 6,7% y finalmente el perfume, peine y las golosinas, como pueden ser chicles o pastillas, solo fue elegida por un 3,3%. Con estos resultados, en el momento de diseñar la campera se priorizará el lugar de guardado del celular, las llaves, la billetera y la sube.

La última pregunta de la encuesta se enfocaba en aquellos objetos imprescindibles para el cuidado del bebé en el momento en que salen de su hogar con la madre. Como en la pregunta anterior, había varias opciones para que la madre pueda marcar todas las que considere necesarias. Como resultado, se concluyó que el producto de mayor importancia en relación a lo que opinaban las madres era el pañal con un 46,7%, seguido a ello, se encontraban el alcohol en gel, la mamadera y el óleo o toallitas húmedas para la higiene del niño con un 23,3% respectivamente. Asimismo, el chupete se encontraba con un 20% de votos, por lo que también se lo considerará en el momento de diseñar la campera. Aquellos elementos que fueron descartados por el bajo porcentaje que alcanzaron fueron el snack con un 13,3%, que puede llegar a considerarse la posibilidad de incluirlo en la campera, pero se hará en función al lugar de guardado que quede disponible luego de ubicar los objetos esenciales. En cuanto a la muda de ropa, que tuvo un 6,7% de votos, el juguete un 3,3% y el perfume y protector solar con 0% se

descartarán por completo y no se tendrán en cuenta porque no resultaron relevantes para las madres encuestadas. Y eso, da la pauta que no son imprescindibles para el cuidado del niño en las horas en que sale con su madre a la vía pública. (Ver encuesta completa, pág., 58, cuerpo C)

2.4.2. Cuidados y necesidades en el recién nacido

En relación a los cuidados que deben tenerse a la hora de transportar un bebé surgen múltiples fuentes de información que permiten enriquecer el Proyecto. Es fundamental considerar de cada una de ellas los elementos más relevantes para luego volcarlos en el diseño. Tal es el caso de Acuña Muga, Alba Romero, Andrés, López Maestro, Palacios Joyer y Pallás Alonso (2010) que hacen hincapié en la importancia de colocar al recién nacido en una posición vertical, cercana al pecho de la madre, con sus piernas flexionadas semejando la posición de rana. A su vez, la cabeza debe estar levemente girada hacia uno de los lados y extendida para permitir que circule el aire y respire tranquilamente, como así también, favorecer el contacto visual con su madre. Por otro lado, la madre debe tener el tórax lo más despejado posible, es decir, sin cadenas, o avíos de la campera que puedan llegar a lastimar o incomodar al bebé. A su vez, deben evitar el uso de todo tipo de cremas y/o perfumes que pudieran provocar alergia al niño. En cuanto a la relación con los textiles, Doménech, González y Rodríguez Alarcón (2008) plantean que deben ser preferentemente de textura suave sin ningún tipo de apresto ni rugosidad que pueda generar una alergia o incomodidad en el recién nacido, como así mismo, se debe tener control de las costuras y la textura de sus hilos.

Por otro lado, Garcia (2017a) describe los distintos cambios que se van produciendo en el cuerpo del recién nacido mes a mes y los cuidados que hay que tener para el posicionamiento del niño. A su vez, destaca ciertos juegos estimulantes que podrían tenerse en cuenta en el momento de diseñar la campera debido a que serían de gran ayuda para entretener y estimular al bebé desde el día en que su madre vista la campera.

Para comenzar, García (2017a) describe el primer mes del bebé y la importancia del oído durante este período, debido a que la mente del recién nacido reacciona al escuchar la voz de su madre; pero se altera si el tono de voz es alto. Provocando una incomodidad y malestar en el niño. Es por eso, que si el recién nacido circula por calles muy ruidosas o asiste a reuniones de gran cantidad de personas, es recomendable que utilice algún elemento para tapar sus oídos, como pueden ser los protectores auditivos para bebés o simplemente colocar un gorro cubriendo la oreja. En función a su movilidad, aún es escasa porque solo puede girar la cabeza levemente y al cabo de un par de semanas solo podrá levantarla un par de centímetros. Es por eso, que su postura en torno a los primeros meses será recostado cerca del pecho de su madre para encontrar una posición cómoda y a su vez, le permita mantener contacto visual entre ambos. Asimismo, el objeto que esté sujetando al niño debe alcanzar mínimamente un dedo por encima de su oreja para que su cabeza esté bien sujeta y contenida. Durante el segundo mes, los bebés comienzan a mover los ojos para acompañar algún movimiento y objeto. Si bien su postura continuará siendo la misma, el niño se interesará por todo lo que le rodea y mirará detenidamente objetos que llamen su atención. Dentro de este punto, García (2017b) recomienda que la madre tenga objetos estimulantes para que el bebé pueda jugar constantemente. En cuanto al tercer mes, la postura se mantendrá igual que en los meses anteriores, aunque a fin de mes la madre podrá colocarlo de manera tal que permanezca levemente sentado. Es decir, no estará recostado por completo como lo hacía anteriormente, sino que se inclinará levemente para permitirle tener una mayor visualización de su alrededor.

Continuando, entre los cuatros y seis meses de vida, el niño adquiere progresivamente fuerza muscular, que le permitirá sostener su cabeza y su tronco con mayor firmeza. En cuanto a la vista, comienza a desarrollar la capacidad de visión lejana y su curiosidad por el mundo que lo rodea aumenta. Es por eso, que durante este período, se recomienda que el niño se coloque mirando hacia adelante porque le permitirá observar todo lo que

sucede afuera y relacionarse con el entorno; y continúe manteniendo la sensación y seguridad que le proporciona el contacto físico con su madre. (Fontecha, 2011).

Finalmente, entre los seis meses de vida y el año, el niño continúa desarrollándose y volviéndose cada vez más autónomo. Por lo que respecta a la postura, puede continuar colocado como los meses anteriores sin ningún tipo de problema, o puede comenzar a utilizar la mochila portabebés debido a que pueden contraer esa postura sin ningún tipo de problema en su formación corporal. Asimismo, se recomienda que este en contacto con el piso debido a que durante este período comenzará a gatear y dar sus primeros pasos. Llegado su primer año, el peso del niño promedio será de aproximadamente entre diez y doce kilos. Se estima que es el peso regular que puede soportar una mujer promedio sin ocasionar ningún tipo de lesión; es por eso, que el uso de la campera realizada en el Proyecto de Graduación planteado, se recomienda que sea hasta ese momento. (García 2017).

Otra cuestión importante de resaltar, son los objetos imprescindibles para el cuidado de los bebés en el momento en que dejan su hogar.

Cuando las madres preparan el bolso para salir con su hijo intentan ser prácticas al llevar solo lo que creen que es necesario; aunque al mismo tiempo también intentan ser previsoras y eso da como resultado cargar objetos que a fin del día no resultaron usar y que solo cumplieron la función de agregar más peso del que ya está previsto. Por lo tanto, se categorizan aquellos elementos indispensables, como lo son el cambiador, uno o dos pañales de repuesto dependiendo el tiempo que transcurra afuera de su hogar el niño, toallitas húmedas, una bolsa de residuos para poder descartar el pañal sin inconvenientes y la credencial de la obra social del niño en caso de que ocurra algún evento inesperado y necesite acudir a una guardia pediátrica. En efecto, también se categorizan aquellos elementos que no son indispensables, pero que en ciertas ocasiones pueden llegar a ser necesarios; por ejemplo, un babero para evitar que el niño manche su ropa, un abrigo en caso de estar al aire libre y que refresque o asistir a un

lugar con aire acondicionado, un chupete, un juguete pequeño para lograr entretenerlo, protector solar si se expondrá al niño frente a temperaturas elevadas o en contacto con los rayos solares, una mamadera y en caso de que el niño ya ingiera alimentos sólidos, se puede tener en cuenta el tomar un snack por si tiene hambre. (Planeta mama, s.f.).

Resumiendo este segundo capítulo, puede mencionarse la relevancia que tiene el saber cuáles son las necesidades tanto implícitas como explícitas que tienen madres e hijos para tener en cuenta en capítulos siguientes, o bien, en el diseño de la campera; debido que el poder satisfacer varias de ellas, permitiría a la mujer y a su niño incrementar su calidad de vida, confort y protección. Asimismo, poseer conocimientos de la teoría denominada relación de apego y los beneficios que ésta produce en el niño a largo plazo, permite potenciar la idea de continuar con dicho producto y a su vez, hacer uso de esta teoría como una estrategia para atraer a futuros clientes ideales.

Capítulo 3. Análisis de producto

En lo que respecta a este capítulo, se examinarán los productos más relevantes de lo que se encuentra actualmente en el mercado, específicamente, los bolsos para bebés, los cochecitos, las bandoleras y las mochilas. Por consiguiente, se definirá cual es el usuario ideal para el producto a realizar y se conceptualizará el término de competencia directa e indirecta; debido a que los productos anteriormente mencionados van a formar parte de este concepto. Asimismo, se establecerá la relación que existe entre el precio, el producto y la calidad y el valor agregado del diseño personalizado. Es decir, cual es el valor específico que puede asignarse a una prenda cuyo diseño es personalizado y realizado para producirse en pequeñas cantidades.

3.1. ¿Qué hay en el mercado?

Desde el momento en que se comienza a diseñar la campera del PG es necesario tener en cuenta aquellos objetos que se encuentran en el mercado hoy en día. No solo para buscar elementos diferenciadores en relación a la competencia, sino que también permite ver aquellos elementos que no deben faltar en la misma. Antes de comenzar a mencionar cuales tales objetos, es fundamental plantear el significado del mismo.

En términos económicos generales, González plantea que el mercado es el “conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos”. (2002, s.p.). Continúa sosteniendo que para definir un mercado en un sentido más específico, hay que relacionarlo con diferentes variables debido a que existen diversos agentes que influyen entre sí, y dan lugar a un proceso dinámico de relaciones entre ellos.

El mercado en el que se trabaja para la realización de este Proyecto es el de consumo duradero; y se caracteriza por ser aquellos productos que se adquieren por compradores familiares o individuales con el fin de ser utilizados por largos períodos de tiempo, hasta

que pierden su utilidad, la función por la cual fueron realizados o simplemente se descartan por ser anticuados. (González, 2002).

Una vez definido el concepto de mercado, a continuación, se detallarán los productos que se encuentran hoy en día en el mismo y se describirán tanto sus ventajas como sus desventajas.

3.1.1. Bolsos para bebés

En primer lugar, se encuentran los bolsos para bebés. Más allá de evaluar los compartimientos que tienen para las maderas, toallitas húmedas, cambiador incorporado, entre otros; es necesario estudiar las ventajas y desventajas de los mismos; debido a que varían según la función que se quiera realizar.

Planeta mamá (s.f.), realiza un relevamiento de los bolsos que dispone actualmente el mercado. Para comenzar, se encuentra el bolso clásico que se caracteriza por tener una correa corta y dos grandes bolsillos al frente, a su vez, cuenta con una serie de compartimientos en su interior para colocar distintos objetos. Es un bolso cómodo para tener los objetos ordenados, pero una de las contras es que si la madre se inclina hacia delante, el bolso puede deslizarse haciendo un contrapeso molesto.

Otra opción vigente es el bolso morral, que no se desliza del hombro y a su vez, contiene el cambiador incorporado; pero por otro lado, el sistema de correa cruzada al cuerpo puede resultar incómodo si se pretende cargar mucho peso. En cuanto a la mochila, resultan muy cómodas y prácticas debido a que te permiten cargar mayor cantidad de peso y tener los brazos libres para alzar al bebé. Sin embargo, puede resultar incómodo si se debe sacar algo de su interior en una situación de apuro. Por último, el bolso para llevar en el cochecito es práctico debido a que permite cargar todo el peso en el cochecito para que la madre quede completamente libre, pero es indispensable el uso del cochecito para la función del bolso. (Planeta mamá, s.f.).

3.1.2. Cochecitos

El cochecito es otro producto interesante para tener en cuenta, debido a que cumple una función distinta porque busca transportar al bebé desde muy pequeño hasta aproximadamente sus tres o cuatro años.

Uno de los principales inconvenientes que ronda en el momento de adquirir el cochecito es que depende su tamaño puede o no entrar en el ascensor de la casa o en el baúl del auto. Por otro lado, se debe tener en cuenta el uso que tendrá el mismo, porque no es lo mismo si se busca para recorrer largas distancias caminando o si se va a subir en transportes públicos. En caso de buscar un cochecito para subir en transportes públicos o recorrer cortas distancias con el mismo, se buscaría una opción más liviana, que no sea de gran tamaño, para que logre pasar por las puertas de colectivos o subtes y que a su vez, sea fácil de maniobrar, abrir y cerrar. Lo importante es que la madre pueda elegir un carrito que se adapte al estilo de vida que lleva y a su vez, a los cuidados del bebé. A Continuación, se presentarán los diferentes modelos que existen hoy en día en función al producto recién mencionado.

Para comenzar, el coche cuna está destinado a los bebés recién nacidos y suele ser uno de los modelos más grandes y pesados, ronda entre los seis y diez kilos, debido a que se convierte en una especie de cuna al reclinarlo y contiene un acolchonado extra para que el bebé vaya protegido y cómodo. Dependiendo el modelo, pueden tener manillar rebatible para permitir que el bebé vaya mirando a su madre mientras empuja su cochecito. Otra opción diferente son los cochecitos ultralivianos donde su principal característica es que su peso no supera los seis kilos y se abren y cierran fácilmente. Se los suele denominar paragüitas y hay diferentes modelos con varias posiciones de reclinado, según la edad del niño. (Planeta mamá, 2017).

En cuanto al travel system, es un modelo que incluye una butaca que se puede usar acoplada al cochecito o al auto y que en alguno de los modelos se incluye también un canasto para llevar cosas. Por otro lado, los cochecitos tres en uno son un modelo

versátil que se adapta dependiendo de la función que se requiere; por ejemplo, puede ser un cochecito con distintas posiciones de reclinado, un moisés o huevito/butaca para el auto. Estas últimas dos opciones solo se tienen en cuenta para los primeros meses de vida del bebé.

Por último, los cochecitos para correr, también denominados *jogger* se caracterizan por ser una buena opción para caminatas, excursiones o largos recorridos debido a que poseen tres grandes ruedas que se logran adaptar muy bien a superficies irregulares y a su vez, poseen frenos desde el mango. En cuanto a las desventajas, es posible que por el tamaño de sus ruedas no sea cómodo subirlo por ascensores, pasar por puertas o cerrarlo debido a que no queda del todo compacto. (Planeta mamá, 2017).

3.1.3. Bandoleras y fulares

Wawita (s.f.) describe que el sistema para llevar al bebé denominado bandolera, surge de las diferentes culturas indígenas, y se caracteriza por favorecer el contacto entre madre e hijo, que es fundamental para el desarrollo emocional del recién nacido. Asimismo, este sistema beneficia la postura tanto de la mamá como la del bebé y se puede utilizar desde el primer día de vida hasta los dos años del niño; es un sistema recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) por la suma de beneficios para la madre y su hijo.

Según Raguquita (2014), la bandolera es un portabebé que suele combinarse y alternarse con otros productos como la mochila, en caso de que la madre lo requiera. Es un sistema que permite cargar el peso de dos maneras. Por un lado, el peso puede cargarse diagonal, desde un hombro, por la espalda y terminando en la cadera opuesta al hombro. Por el contrario, hay otros modelos que permiten cargar el peso en ambos hombros de manera simétrica.

Cuando el bebé es recién nacido y durante sus primeros meses, la bandolera otorga comodidad y resulta práctica para dar el pecho al niño. A medida que el bebé va creciendo, es posible que se use en períodos más cortos de tiempo debido al peso que

se incrementa. Cada uno de estos momentos de uso corresponden a diferentes modelos del producto y diferentes textiles del mismo; habiendo textiles modificados para cumplir la función de cargar peso y otros tejidos naturales que la cumplen debido a su naturaleza. Para comenzar, se presentan las bandoleras confeccionadas con tejidos naturales, como lo son el lino, la seda y el algodón. Las que se confeccionan 100% en algodón, suelen ser bandoleras suaves y fáciles de ajustar debido a que el textil se desliza bien por las anillas y se ajusta con facilidad. Se recomienda su uso desde el nacimiento del niño hasta los seis meses aproximadamente porque no ocasiona incomodidad ni raspa al recién nacido. Otro beneficio del tejido es que resulta más fresco para usar durante el verano. En cuanto a las bandoleras de lino 100% son levemente más ásperas que las anteriores pero más gruesas, por lo que ofrecen mayor soporte y continúan siendo frescas. Resulta más dificultoso ajustar al principio, pero una vez que el tejido se amolda tienen un ajuste más preciso. Se recomienda para los niños entre uno y dos años cómodamente.

En tercer lugar, las confeccionadas en seda también son manejables y fáciles de ajustar, pero el mayor inconveniente es que pueden resultar calurosas y facilitar la transpiración del niño.

Dentro de otra clasificación, se encuentran las bandoleras de agua que se confeccionan con textiles artificiales y tienen dos funciones específicas. Por un lado, secan rápidamente y por otro, ofrecen protección contra los rayos ultravioletas. Se diseñaron con el fin de usarse en la piscina, en el mar o en la ducha para permitir a la madre darse baños cortos con el bebé en sus brazos. Es un producto para usos particulares debido a que el tejido es fino y no soporta el peso durante un periodo de tiempo extenso. (Raguquita 2014).

Otros casos interesantes de describir son las bandoleras de sarga cruzada y las de Jacquard. En relación a las primeras, ofrecen en general un buen soporte y son suaves y maleables para usar desde que el niño nace hasta que es grande. Hay algunas confeccionadas con sargas más finas y otras más gruesas que requieren de mayor

dominación pero también ofrecen un excelente soporte. En comparación, se encuentran las bandoleras de Jacquard que poseen una mayor variedad, pero son más gruesas debido a que se recomienda su uso para niños más grandes.

Gracia (2016) plantea una serie de ventajas y desventajas en relación al uso de las bandoleras: “es un portabebés fresco y ligero, que se puede usar durante todo el año, pero es especialmente útil en verano porque al ser de una única capa y cubrirnos poco da menos calor”. (2016, s.p.). Asimismo, fomenta la posición correcta para transportar al bebé y se va adaptando a cada etapa de su crecimiento; por otro lado, permite darle un buen soporte al niño, es rápido de colocar y fácil de transportar debido a que ocupa poco espacio y pesa poco. Continuando con lo anterior, es un producto que permite mantener la columna vertebral de manera recta y contribuye con la lactancia materna, permitiendo cambiar al bebé de posición de forma rápida. En cuanto a las desventajas Gracia menciona que:

El peso recae sobre un único hombro, lo que puede sobrecargar nuestra espalda y hombro en porteos largos o con bebés/niños de más peso; esta desventaja la podemos solventar cambiando la bandolera de hombro cada cierto tiempo. Al principio puede costar un poco realizar un buen ajuste de la misma si no se tiene experiencia. (2016 s.p.).

Otro producto que surge luego de las bandoleras es el denominado fular. Un portabebés ergonómico y sencillo, pero al mismo tiempo versátil. Son una pieza de tela larga que se anuda en torno al bebé y a su portador, posibilitando que el niño se coloque delante, a la espalda o a la cadera de quien lo lleva. “Los fulares portabebés reparten el peso de forma homogénea desde los hombros por toda la espalda y hacia la cadera, que es la zona de nuestro cuerpo más preparada para soportar peso”. (Gómez, 2016 s.p.). Asimismo, existen dos tipos de fulares distintos: elásticos, cuyo tejido presenta un porcentaje de elastán, y fulares rígidos con textiles 100% algodón.

El fular elástico resulta ser suave y sencillo de anudar. Son talla única y miden aproximadamente cinco metros de largo; a causa de esta medida, logran adaptarse a todo tipo de cuerpos. Su principal inconveniente es que cuando el bebé supera los nueve

kilos se comienza a percibir un efecto rebote y los nudos comienzan a deslizarse. Esto significa que es momento de pasar a un fular más rígido; que permita usarse hasta que el niño sea más grande. Además, los fulares confeccionados con textiles rígidos suelen presentar diferentes diseños en el tejido, como por ejemplo, sarga cruzada, diamante o jaquard. (Gómez, 2016).

3.1.4. Mochilas portabebés

Raguquita (2014) expone un listado de las ventajas y desventajas que presentan las mochilas portabebés. En cuanto a las ventajas, se destaca que es sencilla de utilizar debido a que se coloca y se quita rápidamente; además, se ajustan o regulan a diferentes tallas del portador estirando sus correas. Por otro lado, reparte el peso de manera adecuada entre ambos hombros, espalda y cintura; por lo que se puede utilizar durante largos períodos sin ocasionar lesiones o incomodidades en madres e hijos. También se puede utilizar en diferentes etapas del bebé por su ancho panel y su cintura acolchonada que permite sostener niños de diferentes meses, amortiguando de manera correcta su peso.

En cuanto a las desventajas que presenta, su precio puede ser elevado y no todas las personas pueden adquirirla. A su vez, no todas sirven para llevar a bebés desde su nacimiento debido a que originalmente fueron diseñadas para utilizar con bebés a partir de los seis meses. En cuanto a su tamaño, ocupan gran espacio para su guardado en comparación a otros portabebés que hay en el mercado y suelen resultar calurosas en lugares donde la temperatura es elevada. (Raguquita, 2014).

Existen diversos tipos de mochilas portabebés en el mercado actualmente, pero hay cinco modelos que Del Valle Fermi (2017) destaca por su funcionalidad en relación al niño y su portador. Para comenzar, se encuentra la mochila Babybjorn, que se destaca porque permite llevar al bebé en dos posiciones diferentes. Por otro lado, está confeccionada con algodón suave que cuida a la piel del bebé y puede lavarse a altas temperaturas, garantizando una mayor higiene y limpieza. Es una mochila recomendada

por pediatras debido a que sus materiales son seguros, suaves y homologados y a su vez, es capaz de ajustarse anatómicamente al bebé garantizando confort y una posición correcta durante todo el recorrido. En cuanto a su peso, no supera los 360 gramos, pero se recomienda su uso a partir de los seis meses de edad hasta pasados los dieciocho meses; cuando el peso del bebé se encuentra entre los tres kilos y medio y los once. Es una de las opciones más económicas debido que su precio es de aproximadamente de \$2500. Otro derivado de este modelo es el Miracle, que está ideada para transportar bebés desde recién nacido hasta los quince meses. Cumple con todos los requisitos de seguridad para el cuidado del niño como del portador. Cuenta con un cinturón abdominal que transfiere el peso del niño a las caderas de la persona que lo lleve y alivia el peso de la espalda y los hombros. Es un tejido suave y libre de costuras que cuidan la piel del recién nacido en todo momento. Soporta un peso de hasta diez kilogramos y su precio estimativo es de \$2400. (Del Valle Fermi, 2017).

Continuando, se encuentra la mochila Manduca Mans-nl, que tiene un peso de 362 gramos y permite llevar a niños de hasta 20 kilos. Está fabricada con un 45% de algodón orgánico y un 55% de cáñamo. Garantiza la comodidad y seguridad del bebé y permite posicionarlo de tres maneras: delante, en la espalda o sobre la cadera. A su vez, cuenta con un reductor de asiento integrado, que está destinado a adaptar la mochila a recién nacidos que no sostienen aún su cabeza. Su valor ronda entre los \$2700 y \$3000. Si se busca una mochila para llevar a niños más grandes, la Manduca Marsupio ofrece una resistencia de hasta 20 kilos, pero su peso original ya es de un kilo. Su interior está confeccionado 100% en algodón y su exterior de lona impermeabilizante. Su precio es de aproximadamente \$2000 por lo que es una buena opción en relación precio, producto y calidad.

Por último, Del Valle Fermi (2017) destaca la mochila denominada Boba 4g Verd que soporta bebés con un peso que rondan los tres kilos y medio hasta los veinte kilos y medio. Es fabricada en algodón orgánico y plástico y permite llevar al niño tanto adelante

como en la espalda. Es uno de los modelos que incluyen pequeños bolsillos para transportar objetos personales y su peso oscila entre los 900 y 950 gramos. En cuanto a su valor se aproxima a los \$3000.

3.2. Usuario ideal

Piazza (2006) describe que el universo de los potenciales clientes que consumirán el diseño es demasiado amplio, por lo cual, es necesario segmentarlo. Lo que se debe realizar es una investigación acerca de las características predominantes en el grupo de futuros usuarios elegidos; de esta manera, se podrá brindarle un mejor servicio y a su vez, permitirá conocerlos en profundidad. Por otro lado, es necesario conocer cuál es su escala real, su situación frente al consumo de una prenda de diseño, y principalmente, conocer sus necesidades y demandas. Una vez que sean interpretadas las necesidades que tiene insatisfechas el consumidor, se está en condiciones de definir el servicio que se le proporcionará en un futuro. Así, se genera una oferta sólida que permita entrar en el mercado con una propuesta clara y viable. Dentro de este punto es en donde se evidenciará si la investigación y la identificación del usuario ideal fue acertada, realista y proyectable o si fue errónea. En caso de ser acertada, se le ofrecerá al usuario soluciones en función a sus requerimientos sin la necesidad de tener que esperar a que el cliente las convoque.

Asimismo, Renart y Cabré (2005) identifican una serie de etapas a seguir para lograr, a través del marketing, la captación de la clientela deseada. En principio, plantea la idea de identificar el cliente de manera relativamente fácil y a bajos costos; luego de investigarlos, se debe informar y atraer a los clientes; es decir, dar a conocer el producto o servicio para que el cliente potencial identificado e informado se convierta en un cliente real a través de la compra. Una vez que el usuario adquirió el producto, se debe asegurar que haya quedado satisfecho para lograr que comparta su experiencia con su entorno e incite a parte del mismo a comprar el producto o servicio. De esta manera, se logra crear una relación entre los propios clientes y el proveedor del producto o servicio.

Otro autor para destacar es Dillon (2012), que sostiene que para realizar una estrategia de marketing exitosa, es necesario comenzar con el perfil del cliente para conseguir que los productos comercializados en el mercado respondan a las necesidades del consumidor. Asimismo, el comportamiento del consumidor se define como “el comportamiento que muestran los consumidores a la hora de buscar, comprar, utilizar, evaluar y descartar productos y servicios que esperan que satisfagan sus necesidades”. (2012, p. 82). Los profesionales de marketing de moda utilizan distintos métodos de investigación para elaborar el perfil del cliente deseado. Si bien la clase social a la que pertenece el usuario ideal es uno de los factores más fiables para saber cuál es su estilo de vida que lleva, es necesario realizar una selección en función a la edad, el género, profesión, entre otras variables.

En función a las conceptualizaciones anteriormente descritas, se plantea que el usuario ideal al que apunta el Proyecto de Graduación es el de mujeres entre 25 y 45 años, residentes en la ciudad de Buenos Aires, que recientemente fueron madres y que su nivel económico pertenece a la clase media. Asimismo, son mujeres que no disponen de un vehículo para movilizarse diariamente sino que hacen uso del transporte público, aún cuando tienen que salir a la calle con sus niños.

3.3. Competencia directa e indirecta

Piazza menciona que “no hay negocio que se resista ante la obvia necesidad de conocer la competencia”. (2006, p. 49). Continúa planteando que el hecho de conocer la competencia permite entender y conocer sus principales fortalezas y debilidades, como así también, establecer parámetros de competitividad que facilitarán el posicionamiento frente a ellos.

Press y Cooper (2009) describen que:

Si el diseño eficaz implica ofrecer una ventaja sobre los productos de la competencia, es esencial efectuar un minucioso análisis y valoración de la misma. Ello puede ayudar a descubrir nichos de mercado para los que se puede diseñar, en cuanto a precio, funcionalidad, estilo, o cualquier otro criterio con respecto al

diseño. A la inversa, un profundo análisis de la competencia puede llevar a la conclusión de que sería preferible no competir en absoluto. (2009, p. 124).

Asimismo, plantean que los informes de investigación del mercado otorgan una valiosa fuente de información sobre la competencia, pero que no logran que sea detallada o visual. Debido a esto, los diseñadores generalmente emprenden una nueva investigación de diseño extrayendo información de diferentes fuentes en relación a la competencia; para finalmente, realizar sus interpretaciones y aplicarlas al diseño.

Hermida (1993) diferencia dos grupos de competidores: los directos y los indirectos. Los competidores directos son aquellos que presentan un mismo producto comercializado de manera diferente; ya sea a través de diferentes canales de distribución, packaging, entre otros aspectos. En contraposición, la competencia indirecta se destaca por la búsqueda de competidores que tengan una estrategia similar, aunque sus productos no sean los mismos. En otras palabras, son aquellos productos que logran cumplir una misma función, pero varían en el soporte físico.

Por otro lado, Soto (2013) define a la competencia directa como aquellas empresas o negocios que venden un producto igual o similar dentro del mismo mercado; lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles el mismo producto. En cuanto a la competencia indirecta, y es aquí donde el Proyecto de Graduación se instala, se refiere a aquellos negocios o empresas que intervienen dentro del mismo mercado y clientes, pero buscando satisfacer sus necesidades con un nuevo producto. Es por eso que los productos que se encuentran en el mercado, que se fueron desarrollando y describiendo en los subcapítulos anteriores, formarían parte de la denominada competencia, debido a que todos buscan, a través de diferentes productos, cumplir una función similar: la necesidad de transportar al recién nacido, proporcionándole bienestar y cuidados tanto para el niño como para su madre.

3.3.1. Relación precio producto calidad

Los productos nuevos ayudan a las personas a sentirse más seguras sobre sí mismos, asimismo, el precio que tienen dichos productos se consideran símbolos de estatus sociales y hasta llega a crear lealtades hacia la marca. Aunque esta situación sea o no agradable, es necesario que el diseñador sea consciente de ella; y que a su vez opte por el tipo de producto que desea vender en relación al cliente que va a apuntar. Algunos de los criterios esenciales a tener en cuenta son la relación que existe entre el producto que se comercializa, el precio y la calidad del mismo.

En relación al precio, Jenkyn Jones (2005) plantea que es lo primero que observan los consumidores y lo que tienen en cuenta a la hora de comprar; debido a que por más que deseen poseer ese producto, deben comparar el valor del mismo y el presupuesto que disponen. En este mismo orden, se debe aclarar que a todos los consumidores les gusta sentir que a través de la compra de ese producto están realizando una inversión en algo que dispone de una cuota de valor. Cabe agregar, que las diferentes marcas tienen precios muy diversos entre sí, en relación a una prenda o un objeto similar; por lo tanto, es el consumidor el encargado de abordar la decisión de compra basándose en sus experiencias con la marca, entre otros factores.

Actualmente, dentro del mercado existen diversas formas de calcular el importe de un artículo de moda para luego crear las denominadas guerras de precios, en relación a la competencia. En efecto, existen cinco enfoques para establecer los precios; en primer lugar, el coste añadido se caracteriza por totalizar los costos de producción y materiales y en función a ellos agregarle entre el 50% y el 120%. En segundo lugar, los precios basados en el comprador, hacen uso de la percepción que tiene el consumidor acerca del valor de dicho producto. Continuando, los precios psicológicos se enfocan en utilizar precios fraccionados y no redondeados para confundir al consumidor y darle una sensación de un precio más económico. En comparación, el precio basado en la competencia tiene como única función mantener un rango de precios similares al de sus

competidores; mientras que el precio dinámico se enfoca en ofrecer a los usuarios distintos precios dependiendo de las condiciones del mercado, la hora del día en que compren o basándose en lo que se conoce de su historial de compras.

Hecha la observación anterior, Jenkyn Jones (2005) menciona la importancia de la calidad en el momento de la decisión de compra, debido a que la calidad del tejido y la confección del mismo suele ser un factor decisivo; y que a su vez, se encuentra directamente relacionado con el precio y con el criterio de durabilidad de la prenda en función a los cuidados que requiere la misma. El aumento de la jornada laboral en las personas, hace que haya menor tiempo para las actividades domésticas como lo son el lavado y secado de las prendas; en consecuencia, el usuario prefiere textiles de fácil cuidado y secado rápido. Otro aspecto a considerar a la hora de adquirir una nueva prenda es la relación de los factores anteriormente mencionados y la comodidad. Hoy en día las personas hacen hincapié en la necesidad de estar cómodas a lo largo de toda su jornada; la llegada de la tecnología al universo textil y de indumentaria dio origen a la creación de tejidos ligeros y eficaces, materiales elásticos, prendas sin costuras visibles y materiales y acabados multifuncionales, como se mencionaron a lo largo del primer capítulo.

3.3.2. El valor agregado del diseño personalizado

Piazza (2006) plantea que el valor agregado dentro del diseño se encuentra en el proceso que se realiza antes de sentarse en la computadora. Es decir, es el plan mental que se sustenta a través de un proceso de investigación y análisis; que finalmente permiten plasmar una idea concreta. El diseñador, por lo tanto, es el profesional que brinda respuestas o soluciones a problemáticas que surgen en los usuarios. De esta manera, se denomina valor agregado a toda la investigación y planteamiento del producto con el fin de satisfacer una necesidad, y no la de generar el producto en sí mismo.

Lo que el cliente le compra a un diseñador es una solución a una problemática de comunicación visual... Esto dista mucho del concepto de vender creatividad,

palabra asociada con otra extremadamente conflictiva, que es la palabra intangible. Reiteradamente se escucha mencionar que el diseñador vende un intangible. Esto se convierte en una gran justificación para la falta de precios en el mercado. La intangibilidad vista como la excusa por excelencia para que no exista un criterio unificador del precio del diseño. (Piazza, 2004, p.14).

Desde el momento en que se decide elevar un presupuesto de diseño, cada desarrollo del mismo pone en funcionamiento una estructura que tiene sus costos individualizados. Por un lado, están los costos fijos que son aquellos que no varían en función a los cambios del trabajo; estos costos contemplan los gastos de alquiler, servicios, sueldos de los empleados, entre otros. Por otra parte, se encuentran los costos variables que surgen de todos los costos que se originan de forma directa con el servicio a vender. Estos costos incluyen la materia prima necesaria para realizar el producto diseñado. En el caso de la campera del PG estos costos serían los textiles, la sublimación de ellos, los avíos, la moldería, la confección, entre otros. La suma de los costos fijos y variables permite obtener un punto de equilibrio, que es la instancia en donde el negocio se mantiene sin generar pérdidas ni ganancias. Finalmente, el tercer componente corresponde a la ganancia; aquí aparecen gran cantidad de variables a tener en cuenta: valor percibido por el cliente, política de precios, situación del mercado y magnitud del cliente. (Piazza, 2004).

El valor percibido por el cliente se refiere a como esta posicionado el diseñador frente al mercado y como es percibido por los clientes; asimismo la política de precios estan conformadas por las estrategias de penetración para retener a los clientes; por ejemplo, descuentos. En relación a la situación del mercado, es una variable externa que inevitablemente sufren los precios a lo largo del tiempo. Por último, la magnitud del cliente, es una variable que ha generado debates debido a que plantea que el costo del diseño de un mismo producto varía si es realizado para un cliente de mayor poder adquisitivo o menor. Después de lo anterior expuesto, surge otra variable que se enfoca en el valor hora; debido a que es una de las variables más claras que permiten encontrar un elemento de medición abarcativo y universal.

El calculo parte de estimar que cantidad de horas se pueden trabajar al mes. Podemos suponer que no se trabajan en forma efectiva más de seis horas al día, durante veinte días promedio, por lo que disponemos de ciento veinte horas al mes. Ahora debemos establecer valores de sueldo correspondientes a las distintas tareas a realizar (gestión, creatividad, trabajo operativo, seguimiento de proveedores). Ese valor será dividido por la cantidad de horas del mes, y nos dará el valor horario. (Piazza, 2004, p.26).

El presupuestar diseño, como así también añadir el valor agregado a un trabajo personalizado tiene como principal objetivo el eliminar riesgos; debido a que permite calcular en cierto modo un costo razonable porque no solo se tendría en cuenta los costos fijos y variables, sino también el margen de ganancia necesaria que sustente el trabajo del diseñador para el desarrollo del diseño. (Piazza, 2004).

A modo de cierre de este capítulo, es indispensable fusionar los conocimientos que se fueron desarrollando anteriormente, porque como puede observarse, el estudio de los productos que se encuentran en el mercado, su precio y su relación con la calidad que ofrece, permite definir cuales van a ser los posibles productos que compitan con la campera que presenta el Proyecto de Graduación, como así también, definir al cliente al cuál se desea apuntar.

Capítulo 4. La influencia militar y femenina

A lo largo de este capítulo, se plasmarán conceptos significativos en lo que respecta al universo militar; comenzando con explicar el término militar en sí, es decir, que es, que elementos y características componen esta estética y como se fueron modificando a lo largo de los años. Por otro lado, describir cuales fueron los uniformes argentinos y como la mujer y la moda fueron introduciéndose gradualmente dentro de este universo, permitirá obtener mayor información para utilizar como fuente creativa e inspiradora para el diseño de la campera, debido a que uno de los elementos significativos a destacar, es el espíritu guerrero y femenino que conviven en la mujer argentina contemporánea.

4.1 El universo militar

Fernández Lerma (2010) plantea que todo aquello relacionado con lo militar se encuentra sumamente ligado a la necesidad de defender la integridad territorial y la soberanía de un país; a través del uso de la fuerza y armas en caso de ser necesario. Es por eso que dentro del término militar se encuentran instituciones, instalaciones, equipamientos y todo aquello que colabore en el cumplimiento del objetivo anteriormente mencionado. Pero lo más importante para ello es la presencia de sus miembros, es decir, personas formadas y capacitadas para cumplir con cada una de sus órdenes. Según su cargo son llamadas de distintas maneras: soldados, generales, oficiales, suboficiales, entre otros. Estos cargos surgen de la división de cada uno de sus miembros dentro de un sistema jerárquico, en donde se establecen la escala de mando/poder de cada una de aquellas personas. A su vez, también se representan de forma visual a través de insignias en el uniforme o mediante piezas de telas cosidas a los hombros, mangas o en el pecho. Es por eso, que el uniforme de las personas pertenecientes al servicio militar es de suma importancia para lograr diferenciar sus distintas posiciones y manejo del poder dentro de este servicio.

En lo individual, el militar ha buscado para si la diferencia, se puede decir que hay actitudes que son militares y otras que no lo son. Una afectación especial, un cierto dandismo en las maneras, en la forma de llevar una prenda o de dirigirse a los demás. Un protocolo que identifica al militar incluso fuera del servicio de armas y que ha generado modas y tendencias fáciles de observar. (Fernández Lerma, 2010, p. 229).

Hertz (2015) plantea su visión acerca del uniforme y explica que como toda la indumentaria, los uniformes median las interacciones entre individuos y grupos; ofrecen pistas visuales que conducen a las expectativas de comportamiento y estado social del portador. Los uniformes operan a un nivel simbólico, lo más importante, es que este género plantea preguntas interesantes sobre individualidad y conformidad, el autocontrol y la representación visual de la identidad. Sin embargo, los uniformes son comúnmente esenciales en la erudición como emblemas de poder, autoridad y masculinidad, probablemente porque están fácilmente conectados al militarismo y la historia militar. De esta manera, se genera un mundo a partir de esta estética.

Posiblemente, el exotismo sea una de las manifestaciones de lo militar, en cuanto se refiere al color, la manera de proceder de los soldados, sus coreografías perfectas en los desfiles y la manera en como marcan sus pasos. En cuanto a lo individual, se observa que el hombre militar posee ciertas actitudes que lo diferencia del resto de las personas. La manera de llevar sus prendas, de dirigirse hacia otras personas, sus modales, entre demás hábitos que tienen incorporados a su rutina que surgieron de su formación y capacitación, tienen como resultado una cierta estética que logra identificarlos aun cuando no llevan su vestimenta correspondiente. (Hertz, 2015).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, Fleming (2010) define al estilo militar como un estilo colectivo, en donde cualquier cambio que se produzca sobre un integrante repercute instantáneamente en los demás, ya sea en el cambio de uniforme, de colores, de rituales, entre otras cosas. Por otro lado, lo compara con un código o reglamento en donde se encuentran los elementos necesarios que debe tener una persona para pertenecer a dicho estilo cuyo propósito es el de separar a las personas pertenecientes al régimen militar del mundo Civil; porque para que exista dicho estilo y sea perceptible es

necesario que existan los civiles. Un ejemplo que se plantea en la publicación refiere a los rituales de los mismos; en especial el ritual que utilizan cuando un militar muere. Dichos rituales implican no solo banderas que reflejen el espíritu patriota, sino que están acompañados de coreografías y gestos formalizados por parte de sus compañeros.

Retomando con el concepto anterior, si el mundo civil se adhiere a dicho ritual dejaría de ser característico del estilo militar y comenzaría a pertenecer a costumbres propias de la nación. En términos generales, se adoptó una estética que va desde lo grupal hasta lo individual de cada una de aquellas personas pertenecientes a este mundo. Y de las cuales, se constituyeron modas que permanecen aún con el paso del tiempo. (Hertz, 2015).

4.2 El uniforme Argentino

La indumentaria, dentro del mundo militar es de suma importancia, porque logra que esta persona guerrera pueda diferenciarse del resto de la gente y también dentro de su tropa. A través de la historia, los militares han ido buscando toda clase de adornos para reflejar su diferencia. Logrando así, conservar una imagen evocadora durante siglos. Vistiendo un atuendo original, llamativo y seductor.

Según Toyos (2008) es difícil situar el momento exacto en que nace el uniforme, debido a que se deberían establecer con anterioridad matices entre lo que en diferentes épocas se conocía como uniforme y lo que no. Debido a que la uniformidad es una cualidad de los ejércitos y se constituye en torno a diferentes elementos, prendas, colores, pasan a ser entendidos como uniforme. De esta forma, el atuendo se convierte en parte de la enseña del estado, debido a que en un principio se escogen prendas específicas, con colores y textiles específicos, que luego se complementan con las armas y los elementos defensivos. Y en último lugar, incorporan elementos folklóricos y culturales característicos al estado/país perteneciente.

Dentro de Argentina, el uniforme fue variando con el paso de los años. Desde sus comienzos hasta el inicio del siglo XX, los atuendos que vestían el ejército militar

argentino se centraban bajo una influencia francesa. Luego la influencia británica fue ganando terreno, se impuso el uniforme de corte inglés y se incorporaron botas de caña alta con prolongaciones para protegerse a la hora de montar a caballo. En cuanto al color se optaba por un marrón claro para soldados y verde oliva para personas con cargos mayores. Hacia fines de los años '20 comenzó a afirmarse una progresiva introducción alemana. El verde oliva fue dejándose de lado e incorporándose el marrón terroso dentro del uniforme de campaña. Se mantuvo el uso del cinturón y zapatos o botas altas de cuero y se adoptó el casco de origen suizo. (Toyos, 2008).

Asimismo, Toyos (2010) plantea que luego de la segunda Guerra Mundial, el corte americano fue ganando terreno. Se implementaron uniformes verde oliva o marrón, en ciertos casos, compuestos por pantalones bombachos con amplios bolsillos, camisas de color arena cuyo cuello sobresalía de la chaquetilla, que durante esta época se entalló un poco más, y blusones de combate de cuatro grandes bolsillos. En cuanto a los accesorios que se utilizaban, su gran mayoría se confeccionaban en un fuerte cuero color verde oliva. Los cinturones podían ser con hebillas cuadradas de bronce o redondas y tenían un sistema de enganche por ojal. Para la protección de la cabeza, aparecieron casquetes con visera característicos al estilo americano.

Entrando en la década del '90 se adoptó un uniforme simplificado y con mayor funcionalidad a la hora del combate. En cuanto a la moldería utilizada se mantuvo similar a la de los uniformes americanos ya mencionados. Se conocieron nuevos textiles, uno de los más importantes fue la incorporación de telas antidesgarros y la incorporación del estampado mimetizado. Y es durante esta década en donde se va a sostener el Proyecto de Graduación, a causa de que se va a hacer énfasis en la funcionalidad y simplicidad de las prendas. En el aprovechamiento de bolsillos y otros lugares de guardado, y sumado a esto, la incorporación de textiles resistentes e impermeables. La moldería va a partir de la influencia americana y las transformaciones a realizar van a tener un fin estratégico, es decir, funcional. Sumado a esto, también se planteará el uso de estampados de orígenes

militares pero transformados e influenciados con las tendencias actuales del mundo de la moda. Por lo que pueden aparecer variables de colores o del patrón de la estampa. (Toyos, 2010).

4.2.1 El Uniforme femenino

Anteriormente, las mujeres y el término militar pertenecían a dos mundos opuestos, debido a que creían que ellas eran incapaces de cumplir roles dentro de un ejército de manera eficaz.

En pleno combate se desabrocha por accidente el jubón y queda su pecho al descubierto. Los soldados que combaten a su lado - no se sabe si admirados o espantados - profieren repetidos gritos de ¡mujer en la hueste...! Al caballero Oliveros no le queda otro remedio que asumir su verdadera condición femenina, hasta ese momento ocultada bajo las ropas de varón. (Barón, 1992, p.130).

Desde el momento en el que las mujeres de la Segunda Guerra Mundial lograron introducirse paulatinamente en el universo militar, debían vestir el mismo uniforme que los hombres; uniforme que les ocasionaba obstáculos prácticos y a su vez funcionales. Con el tiempo, lograron incorporar un uniforme femenino que continuaba siendo modificado de manera sustancial. Dentro de los años cincuenta y sesenta, se pretendía resaltar la actitud femenina de las mujeres, y eso se ha ido respetando a lo largo de los años. Los uniformes de las mujeres se despegaron de forma considerable del de los hombres, hasta tal punto que se les permitía llevar faldas y pantimedias. Unas de sus vestimentas para ocasiones formales incluían el uso de una camisa azul claro y faldas largas al tono en conjunto con tacones si la situación lo amerita. (McSally 2007).

Barón (1992) en su libro *El papel de la mujer en las fuerzas armadas* hace referencia a todas aquellas normas o reglamentos en relación al uniforme que las mujeres deben respetar. A su vez, destaca las variaciones que suele sufrir el uniforme y aquellas normas que lo componen en determinadas oportunidades, por ejemplo, el embarazo. Continuando con lo anterior, es necesario mencionar que tampoco han surgido reglas sobre la utilización de adornos, maquillaje o en cuanto a la longitud del cabello femenino y la manera de recogerlo.

4.3. Feminismo y militarismo

McSally (2007) en su publicación *Women in combat: is the current policy obsolete?* Se refiere a como las mujeres de la Segunda Guerra Mundial esperaban la Ley de Integración de 1948 para lograr de esa forma igualdad e integración de las mujeres en el ejército en el futuro.

En paralelo, las mujeres pertenecientes al ejército en los años cincuenta y sesenta reflejaron su lucha para lograr ser aceptadas fuera de sus roles tradicionales. Por otro lado, el aspecto físico se volvió uno de los criterios más importantes a la hora de la selección a causa de que se esperaba que las mujeres mantuvieran una imagen femenina y, por supuesto, se les impedía recibir entrenamiento con armas.

4.3.1 La feminidad gana terreno

Alison (2003) en su publicación *Decorated men: fashioning the French soldier 1852-1914* plantea una nueva visión del hombre del siglo XIX como un portador y consumidor de la moda. Resulta oportuno destacar que además de fascinar al público de dicho siglo, el uniforme perteneció a un conjunto de objetos fetichistas para los aficionados militares; a tal punto, que logra una ambigüedad de género alrededor de su vestimenta debido a que el uso de los colores y tonalidades brillantes, como así también, el uso de adornos con un aspecto decorativo, se calificaba por aquel entonces como un gusto femenino.

A pesar de dicha calificación, el brillo que se utilizaba en los uniformes militares cumplió un rol protagónico durante este siglo, debido a que las personas no podían evitar que se les fuera la mirada hacia ellos, y de este modo, se destacaban entre las multitudes como los representantes de la nación. Dadas las condiciones que anteceden, el soldado logró ubicarse como un personaje crucial a lo largo de la historia y aparecieron, así, en fotografías, estampas, postales y hasta se logró una réplica plástica en miniatura para que los niños puedan jugar con ellos. Asimismo, este culto que se realizaba en torno a la influencia de lo militar, permitía que el hombre se moldeara a sí mismo a través de las imágenes que había visto. De tal modo, que se desestabilizaron los roles de género

debido a que se acercó a un modelo de subjetividad femenina. Los uniformes comenzaron a ceñirse, y al igual que las mujeres, los soldados comenzaron a moldear sus cuerpos para lograr llegar a una imagen perfeccionista de ellos mismos. De esta manera, algunos militares comenzaron a utilizar corsés para lograr una silueta delgada y con una cintura marcada. Es evidente entonces la ambigüedad de género respecto al soldado, debido a que la mayoría de los elementos que conformaban su uniforme, eran solo de manera decorativa y no funcionales. (Alison, 2003).

En cuanto a los artistas del siglo XIX, se vieron obligados a continuar con esta estética y comenzaron a mostrar en sus obras a los militares como si fuesen maniqués y no hombres valientes y violentos que atravesaban una guerra. Joris-Karl Huysmans, un escritor francés que expresaba un disgusto por la vida moderna, recriminó al famoso artista militar Edouard Detaille: "Este lienzo no huele a pólvora, huele a pegamento fuerte y, sobre todo, huele como una tela, gasa, tela recién planchada que se usaba para vestir a estos títeres como soldados". (Huysmans, 1992, p.30). Es evidente entonces como este escritor compara a los soldados del ejército militar con mujeres víctimas de la moda; y hace alusión a su parecido con muñecas envueltas en gasa.

4.3.2 Feminismo individual y mujer militar. Su introducción en el combate.

Miller (1998) expone que, muchas mujeres del ejército, creen que el servicio obligatorio para todos aquellos soldados que formen parte del ejército es regresivo, y que éste, debería ser no solo voluntario, sino que a su vez debería incluirse el rol femenino en el mismo. El hecho de querer incluir a la mujer en actividades que siempre pertenecieron al sexo masculino, abre debates y confrontaciones entre géneros. Gran parte de las mujeres que cumplen un rol más pasivo dentro del ejército, mantienen una forma de pensar con respecto a la diferencia de género desde un punto biológico y a su vez desde la socialización dispar de los sexos; pero reclaman la finalización de la política basada en el género, como así también rechazan los argumentos que manifiestan que hombres y mujeres tienen las mismas capacidades.

En conclusión, lo que buscan es eliminar todo tipo de decisión política que se base en la generalización del hombre y la mujer promedio. Sostienen, asimismo, que la jerarquía militar o la división del trabajo no debe basarse en una cuestión de género, sino que debería serlo a través de evaluaciones de buenos o malos líderes, técnicos, comunicadores, soldados, entre otros cargos. (Miller, 1998)

Para lograr avanzar dentro de los debates reiterativos sobre qué papel debería cumplir la mujer dentro del ejército, es necesario lograr diferenciar dos grupos en las que se dividen: El feminismo cultural, que adoptan una visión de una manera más pacífica y que a su vez expresan su preocupación e interés porque la mujer pueda formar parte de las fuerzas armadas y el segundo grupo que se denomina feminismo liberal que hacen uso de argumentos basados en los derechos para promover la inclusión de aquellas mujeres. En contraposición, este último grupo suele basarse en derechos individuales y olvidan mencionar a las mujeres como una totalidad. Al tratar las diferencias existentes entre hombres y mujeres como algo construido desde un punto social, el feminismo no ha logrado cargar a las mujeres militares con herramientas que les permitan entender las diferencias físicas, para así, poder desafiarlas. (Miller, 1998).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, es necesario agregar que hubo una opción política que permitía a las mujeres dar un paso adelante e incluirse en el universo militar en conjunto con el hombre, pero que fue rechazada tanto por feministas como por conservadores. En términos generales, esta opción se basaba en abrir roles de combate para las mujeres militares de manera voluntaria e implementar pruebas físicas que ayuden a detectar que porcentaje de mujeres y hombres calificados podían ser admitidos dentro del ejército. Lo que se buscaba plantear era que no todos los hombres y mujeres eran capaces de contraer trabajos que exigían fuerza. De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, Toktas (2002) relata que algunas feministas argumentan que el ejército, es decir, la profesión del militar; es una ocupación y al igual que todo tipo de ocupaciones debe haber lugar para ambos sexos como parte de un mecanismo de

igualdad de género. Rechazan la ideología que difunde que las mujeres, por el simple hecho de ser mujeres, son personas vulnerables por naturaleza y deben ser protegidas. Sin embargo, hay una contraposición que rechaza el ingreso de las mujeres dentro del ejército porque se las establece como personas comprometidas con la paz y vinculadas a la cooperación internacional y no al militarismo; que se debe componer por hombres que realizaron su formación desde niños. En comparación con ambos conceptos, cabe destacar que existe una posición intermedia, que tiene como pilar central el reclutamiento de las mujeres a las posiciones de combatientes debido a que la naturaleza de la guerra, del campo de batalla y del soldado debe priorizar el poder de la fuerza del músculo y poner el propio cuerpo. En cambio, hay otra parte que debe hacer énfasis en el cuidado y la priorización del equipo y principalmente la tecnología y logística que debe tener un ejército a sus espaldas. (Toktas, 2002)

4.3.3. La mujer transgresora

Mizrahi (1991) declara la relevancia que significa tener en cuenta hasta qué punto la mujer debe continuar redefiniendo su identidad, su función y su sentido en el mundo. Asimismo, plantea como la mujer tiene tendencia a actuar cada vez con más fuerza para lograr la ruptura de los estereotipos culturales y transgredir, hasta tal punto, de marcarlo como una esencia de su propia naturaleza.

El concepto de transgresión, por otra parte, alude a la ruptura de un orden ya establecido y que ella misma se encarga de romper; para lograr, de esta manera, un nuevo orden de su concepción. En este mismo orden y dirección, la mujer transgresora es la creadora de un nuevo espacio y tiempo histórico en su vida. En este orden de ideas, se puede citar que “Lo que define a la mujer como creadora, es el enorme esfuerzo que realiza por autorreconocerse, por recrearse en la lucha para alcanzar su identidad”. (Mizrahi, 1991, p.76).

Resulta oportuno, mencionar que Mizrahi (1991) divide a las mujeres en dos grupos. Por un lado, se encuentra lo que denomina mujer ancestral, que se caracteriza no solo por

quedarse estática en el tiempo; sino porque su identidad también lo hace. Es una mujer que ya se encuentra definida y destinada a actual de una u otra manera desde el momento en el que llega a este mundo. A su vez, dentro de este grupo, se encuentra la mujer satisfecha que manifiesta su conformidad con este orden, y además, presume no tener ningún tipo de conflictos debido a que vive como quiere.

En contraposición, se encuentra la mujer transgresora que es el resultado de la mujer ancestral en crisis. Esta mujer se caracteriza por atreverse y avanzar; es una mujer que trata continuamente de dar sus opiniones y poner en juicio de valor aquellos valores consagrados en la cultura. Dentro de este grupo, también se encuentra un punto de satisfacción, pero a diferencia de la mujer ancestral, estas mujeres encuentran la satisfacción de combatir su propio destino, de celebrar cada una de las luchas que enfrenta a lo largo del recorrido.

Mizrahi (1991) describe a la mujer como una creadora diaria de su propia identidad, capaz de desarrollar su propio proyecto de vida, aunque éste lleve consigo el despegue, la ruptura y la transgresión, para lograr un encuentro con ellas mismas. En relación a la maternidad, la autora expone que ha sido definida como la plenitud de una mujer, en donde su futuro está directamente determinado por su anatomía y su capacidad de reproducirse. En efecto, las mujeres quedan sujetas a una concepción convencional y tradicional que impone la sociedad, en donde se las educa y se las prepara para cumplir con este rol.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, López Gil (1999) declara que el conflicto que tienen las mujeres con respecto a la imagen del hombre, o de la sociedad en sí misma, está desapareciendo a causa del intento que cargan las mujeres de auto representarse, con la finalidad de mostrar una nueva perspectiva del mundo.

Con referencia a lo anterior, Mizrahi (1991) plantea que es hora de que las mujeres tomen decisiones propias sobre su porvenir y que la maternidad se convierta en el

aprendizaje y el reconocimiento del otro, como así también, de la independencia y la autonomía mutua.

4.4. Moda militar

Stewart (2017) manifiesta que la uniformidad deja en evidencia como la moda puede resolver los elementos de las prendas propias del uniforme y crear nuevas propuestas de indumentaria ingeniosa y a su vez que pertenezcan a un estilo vanguardista, original.

Por otro lado, plantea que la influencia militar puede dividirse en dos marcadas categorías: el ejército y la marina. Dentro de este subcapítulo se hará hincapié en el estilo del ejército, un estilo adaptado, de bolsillos cubiertos de gran tamaño, con colores opacos característicos como lo son el olivo y el marrón. A su vez puede observarse como las líneas simples que pertenecen al uniforme pueden traducirse de diversas maneras en el universo de la moda.

Uno de los ejemplos que deja en evidencia Stewart (2017) es el de la chaqueta de Eisenhower utilizada en la Segunda Guerra Mundial quién Claire McCardell, diseñadora de indumentaria Americana, rediseñó partiendo del uso de líneas simples y bolsillos de gran tamaño para tener como resultado una prenda de carácter lúdica y a su vez, sensual. Otro ejemplo es el de Rei Kawakubo quien transformó las líneas de corte con una falda plisada y hebillas sin terminar.

De acuerdo a los razonamientos que se han venido realizando, se puede observar como la gran variedad de elementos y recursos que presentan los uniformes militares, permiten, a los diseñadores generar diversas formas de intervenir y transformar estas tipologías para traducirlas e insertarlas dentro de la indumentaria femenina.

4.4.1 Orígenes

Todo comenzó cuando los conflictos que había entre países, estados, naciones, etc. llevaron a miles de hombres a formar ejércitos con la necesidad de defender la integridad territorial y la soberanía de un país. Estos grupos, a su vez, optaron por tener una

vestimenta que no solo los diferencie del resto de las personas, sino que a su vez sea característica de la actividad que realizaban. Cada una de las prendas y accesorios que portaban fueron pensados anteriormente con la necesidad de cumplir una función. Sus textiles, avíos y colores no estaban librados al azar, sino que eran resultado de investigaciones y decisiones tomadas con anterioridad. Cuando finalizaron las guerras, las prendas, en especial los llamativos abrigos, comenzaron a ser reutilizados por las mujeres de los miembros del ejército. De esta manera, fueron dando lugar, aún sin saberlo, a una de las tendencias claves de la moda contemporánea. (González, 2014).

La liberación de la mujer, la libertad hippie de los setenta, el underground de los noventa y el espíritu poderoso y luchador de la mujer en la actualidad fueron determinantes a la hora de forjar una nueva tendencia: La influencia militar.

Del mismo modo, la masividad de dicha influencia dentro del mundo de la moda se encontraba ligada no solo al alto impacto visual que los uniformes generaban, sino que a su vez, se valía de un atractivo sexual y el encanto por aquellos hombres que realizaban dicha actividad. En consecuencia, las mujeres comenzaron a portar uniformes reales y a resignificar la funcionalidad de muchas de las prendas masculinas. Tal es el caso de los plastrones reversibles que utilizaban los soldados para su protección; donde tenían un lado color verde oscuro que coincidía con el uniforme, pero si se desabrochaba tenía del lado interno un plastrón blanco listo para ponerse en los desfiles. El mismo método obtuvieron las mujeres en sus vestidos, dado que las faldas eran confeccionadas con dos corpiños que podían intercambiarse para así obtener una vestimenta más modesta, ideal para la tarde y otro corpiño con mayor complejidad y decoración para colocarse en caso de haber un evento por la noche. (González, 2014).

4.4.2 Perduración en la historia

Worsley (2011) plantea que cuando las naciones van a la guerra, sus ciudadanos están expuestos a más imágenes militares. Y estas influencias llegan inevitablemente a las colecciones de moda. La ropa militar tuvo un importante impacto en la moda del siglo XX

y dio clásicos tan reconocibles como los chaquetones de marinero, las gafas de aviador y los pantalones de combate. Desde entonces, una gran parte de los diseñadores de indumentaria más importantes del mundo fueron tomando inspiración en estos uniformes, y a su vez, en este nuevo rol en la mujer. Una mujer guerrera, rebelde y luchadora. Así, se fueron tomando elementos característicos de dichas prendas. No solo los colores y estampados fueron importantes para marcar esta influencia militar, sino que los avíos utilizados en abrigos, sus bolsillos, las insignias y hasta sus accesorios complementaron esta tendencia que se ha ido manteniendo y resignificando en el paso de la historia de la moda.

Los diseñadores de moda más renombrados en el del mundo, como lo son Armani, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent entre otros, buscan en sus diseños una imagen delicada, con modelos caracterizadas como aquella época y añorando el pasado desde un lado romántico y soñador. A través de la elegancia y la simplicidad buscan recrear personajes, lugares o prendas de leyenda.

González (2014) describe que Ralph Lauren, en su colección primavera-verano 2015 toma como influencia los colores de origen militar como el caqui y el verde oliva y transforma tipologías pertenecientes a dicho rubro, como lo son las camisas y pantalones. Luego, realiza una mixtura con la esencia india. Con colores, joyas y diferentes accesorios que en conjunto forman una colección emblemática para el mundo de la moda.

En tanto, Armani propone en su colección de verano de 2005 estrechas saharianas en colores claros evocando el desierto. Por otro lado, Trussardy mantiene la tradición de la chaqueta militar de bolsillos y talle alto, al estilo años 40.

Continuando con el pensamiento de González (2014) destaca que Versace, en su colección primavera-verano 2016 marcó un sentimiento militar a flor de piel. Buscó resaltar a una mujer guerrera, que dirige su vida de manera pura y natural. Utilizó tanto textiles gruesos, ásperos y fuertes como gasas y textiles más livianos. Las terminaciones

de cada una de las prendas explicaban a la perfección el mensaje que buscaba transmitir. A lo largo de toda la colección se respiraba una sensación de fuerza y rebeldía, pero no dejaba de lado la sensualidad y seducción propicia de la mujer. Los diseños partían de tipologías militares pero se ajustaban y entallaban en el cuerpo de la mujer. En tanto a los colores, respetando esta influencia, optó por verdes militares y camels.

Otro caso es el de Alexander McQueen, quién tiene como lema de marca la búsqueda constante de la individualidad de la mujer, se dirige a una personalidad marcada y que constantemente, busca romper con esquemas o estereotipos marcados en la historia. Para lograrlo, exagera ciertos elementos o hace uso de las contradicciones en textiles, texturas o bien accesorios. (González, 2014).

McQueen afirmaba que “La moda debería ser una forma de escapismo, no de aprisionamiento”. (2000, s.p.). Es por eso que en la colección cruceo 2012 la diseñadora Sarah Burton, quien se encarga de mantener y reforzar el espíritu del diseñador, planteó un marcado estilo militar. Respetando siempre su silueta, optó por el uso de casacas y levitas entalladas en la cintura con cinturones anchos simulando corsés y faldas por debajo de la rodilla marcando un espíritu sobrio y austero en la colección. En contradicción, utiliza encajes y brocados en los vestidos cortos y con los bolsillos repletos de lentejuelas y colores en algunas de las chaquetas.

De esta manera, y a modo de cierre del capítulo cuatro, se puede ver cómo ante una misma influencia, los diferentes diseñadores consideran los elementos característicos de la estética militar y los involucran dentro de su universo de marca. Algunos utilizan la simplicidad y sutileza para mostrarlos a través de prendas simples, con terminaciones perfectas y con una armonía constante a lo largo de todo el diseño, mientras que otros en cambio, hacen uso de la contradicción. Esta contradicción se puede ver dentro de los mismos elementos seleccionados, como cambio de materiales y textiles o a través de otra fuente de inspiración alejada completamente del estilo militar.

Asimismo, a la hora de diseñar, si bien los elementos son los mismos en casi todas las colecciones, la manera de ubicarlos en el diseño y de representarlos varían. En relación con el Proyecto de Graduación, se buscará rediseñar la campera militar, para cumplir una nueva función, como va a ser la de guardado de objetos básicos de la mujer y su hijo, como así también, la posibilidad de incorporar dos portabebés extraíbles que permitan cargar al bebé.

En tanto a esta resignificación se buscará fusionar ambos estilos de representación, por un lado, será de manera sutil el uso de la moldería y la construcción de cada una de las partes de dicha campera y en contradicción, se reflejará el espíritu de lucha de esta mujer, a través de estampados más rebeldes y llamativos.

Capítulo 5. Funcionalidad y diseño para madres

Dentro de este último capítulo se desarrollan los pasos necesarios para diseñar la campera perteneciente al PG. Para ello, se comienza identificando cual de todas las camperas militares existentes es elegida para realizar la resignificación y la justificación de dicha elección. Asimismo, que transformaciones se le aplicarán para cumplir con los objetivos y cuidados que se identificaron a lo largo de los capítulos anteriores; teniendo en cuenta toda la información recolectada. Por otro lado, la tendencia que se escoge como fuente de inspiración en el momento de diseñar, debe pertenecer a la temporada de otoño/invierno 2018, porque es el momento ideal en el que se utilizaría la campera. La elección de los textiles y acabados también estarán presentes y serán justificados; como así también, el presupuesto acompañado por las fichas técnicas y los geométrales.

5.1. Moldería y transformación de la campera militar

Como se mencionó en capítulos anteriores, la indumentaria militar está compuesta por una amplia variedad de uniformes que se utilizaron a lo largo de la historia militar Argentina dependiendo del contexto, el año, género, entre demás factores. Por este motivo, antes de elegir la campera adecuada para resignificar, fue inevitable realizar una selección entre diferentes uniformes. Éstos se reunían en cuatro grupos: gala, social, diario y gimnasia. La primera clasificación que se realizó fue optar por los uniformes diarios, que englobaban a su vez dos subgrupos: uniformes diarios de trabajo y uniformes diarios de presentación; siendo este último el elegido para desarrollar el Proyecto de Graduación.

En este caso, la campera elegida se utilizó alrededor de los años noventa y pertenece a los uniformes diarios de presentación tanto de generales como de oficiales. Entre ellos, lograban distinguirse por la cantidad o tipo de insignias que portaban sus hombros, pero en cuanto la moldería y la chaqueta en sí misma eran iguales (ver imagen 1, pág. 5,

Cuerpo C). Se trata de una chaqueta que cumple con una morfología simétrica y hasta geométrica, debido a que se asemeja a un rectángulo. Asimismo, cuenta con cuatro grandes bolsillos plaqué con tapa y botón que se encuentran superpuestos a la campera en sí. En cuanto a las mangas, su unión está ubicada a la vista, precisamente, se encuentra en la parte trasera de la tipología. Son mangas de gran amplitud, que luego van estrechándose hacia la muñeca. El cuello, por otro lado, se asemeja al cuello italiano pero se encuentra levemente abierto, simulando una solapa típica de una chaqueta (ver imagen 2, pág. 6, Cuerpo C).

Lo que se busca en la transformación es llevar esta campera hacia un cuerpo femenino, para lograr esto, se comienza quitándole todos los centímetros de más que hay en sus laterales, logrando de esta manera, que se vaya entallando al cuerpo de la mujer. También, puede aplicarse un lazo o elástico que permita a la madre ajustar la campera y marcar aún más su cintura en caso de que ella lo desee. Luego, reemplazar la cartera con botones por un cierre plástico con su respectiva tapa para cubrirlo, le permitirá a la mujer prender su campera de manera más rápida. Asimismo, se le añadirá una capucha para que pueda emplear en caso de lluvia y se colocarán una serie de bolsillos que permitan llevar en su interior los objetos que a través de una encuesta, las madres consideraron imprescindibles tanto para ellas como para el cuidado de su hijo a lo largo de una jornada (celular, billetera, llaves, sube, pañales, credencial obra social, chupete, juguete, cambiador, entre otros). Estos objetos, se distribuirán tanto en el interior como en el exterior de la campera, y se le asignarán a cada uno de ellos un bolsillo en particular con las medidas específicas para lograr una distribución adecuada.

Continuando con lo anterior, una serie de botones en la sisa permitirá desmontar las mangas en caso de que las madres quieran hacer uso de la campera en primavera o verano, y se incorporará un cambiador impermeable y ultraliviano para el cuidado del niño en la espalda de la campera. En reemplazo de las insignias en los hombros, se colocarán

dos resistentes arandelas en donde se puedan calzar piezas extras a la campera que concluirán siendo los portabebés.

Lo que se trata de lograr con la resignificación de esta campera, es que la madre pueda transportar a su hijo durante el primer año de vida. Debido a esto, la campera contará con dos portabebés extraíbles que se adicionarán a la campera a través de las arandelas anteriormente mencionadas. De esta manera, el recién nacido tendrá un producto que se adecúe a sus cuidados y necesidades, como así también a su postura, dentro de los primeros seis meses de vida; y luego otro, que permita transportarlo entre los meses restantes hasta alcanzar el año (Ver imágenes 4-5, pág. 8, Cuerpo C).

5.2. Proceso de diseño

El proceso de diseño es definido como las etapas que deben atravesar los diseñadores de indumentaria antes de crear una colección o una prenda con un fin específico como es dentro de este Proyecto. El eje de toda creación es constituido por lo que se denomina inspiración. Es decir, aquel concepto, elemento, sensación, textura, que provoca en el diseñador una fuente de recursos visuales y táctiles. Esta inspiración, generalmente se acompaña de una macrotendencia debido a que el diseño debe ser un producto que genere en las mujeres el deseo de adquirirlo en un futuro cercano. Una vez elegida la fuente de inspiración y la tendencia, se recopilan datos que pueden incluir materiales gráficos y teóricos; que a su vez, desprenderán paneles conceptuales en donde se volcarán solo aquellos elementos que son de interés para transmitir en el diseño. Estos paneles, deben ir acompañados de texturas tanto visuales como táctiles, como así también, de textiles; debido a que el diseñador debe asegurarse que todos los elementos con los que cuenta puedan ser utilizados de principio a fin de la prenda. Finalmente, comienza el trayecto que corresponde al bocetado del indumento, prueba del mismo y experimentación. Una vez que el diseño ya está pautado, comienza a entrar en juego la moldería para lograr convertir la prenda bidimensional en tridimensional.

En el caso del Proyecto de Graduación, ya se contaba con la tipología base y el desafío consta en la correcta resignificación de la prenda. Por lo que los pasos que se pautaron en un principio se ordenaron de manera diferente a los convencionales. Se comenzó con una prenda ya elegida, se aplicaron las transformaciones recientemente detalladas, con un fin específico, y luego en función a ellas se aplicó la tendencia, los colores, texturas, textiles, entre otros elementos.

5.2.1. Elección de tendencia

Existen dos empresas denominadas Asociación de Empresas de Componentes para el calzado (AEC) y *World Global Style Network* (WGSN) encargadas de predecir cuales van a ser las macro tendencias más relevantes que se utilizarán en las próximas temporadas en torno a las industrias creativas. Estas empresas, están dotadas de profesionales entre los que se encuentran diseñadores de indumentaria, de interiores, industriales, ingenieros, arquitectos, entre otros; que a través de numerosos estudios del comportamiento de los seres humanos, sus gustos, su forma de vestirse y sus acciones en el día a día, logran captar aquellos elementos que serán fuente de inspiración en los próximos años. De allí, surgen paletas de colores, texturas, morfologías, entre demás elementos que conforman las macro tendencias.

Continuando, para la temporada otoño invierno 2018/2019, estas empresas presentaron una macro tendencia que lleva el título de nuevas utopías y que se subdivide en cuatro grupos denominados: el pensador, la comunidad global, la naturaleza humana y las noches encantadas. La tendencia elegida para trabajar en el Proyecto de Graduación es la nombrada Comunidad Global, y toma como fuente de inspiración a las culturas de la calle alrededor de todo el mundo. Surge de allí, una paleta versátil con colores fríos y cálidos que van desde los grises y verdes hasta los colorados, anaranjados y amarillos (ver imágenes 40-43, pág. 46, cuerpo C). Esta tendencia juega continuamente con la confluencia de la moda y la ropa deportiva y con detalles en colores más estimulantes como los amarillos, que transmiten un espíritu más juvenil, que luego se equilibran con

grisados o colores más apagados que lucen urbanos y sofisticados. En cuanto a las texturas, ya sean táctiles o visuales, se buscará representar la comunidad global a través de repeticiones y colores neutros que simbolicen la sociedad del mundo contemporáneo, como así también detalles en colores más vibrantes que marquen un acento en lo deportivo y a su vez, capten la mirada de los niños que se encontraran con sus madres vistiendo la campera.

En otros términos, con esta tendencia se podrá reflejar en la campera, una prenda de influencia deportiva y hasta levemente lúdica; aun así, se mantendrá un espíritu sofisticado y elegante que representará esta nueva mujer guerrera del siglo XXI.

5.2.2. Elección de textiles y estampas.

El textil es un elemento fundamental para tener en cuenta a la hora de diseñar, debido a que según la composición del mismo, su caída, su maleabilidad y su cuerpo son distintos. Una errada elección del textil puede concluir en el fracaso de la prenda realizada, debido a que el diseño y la materialidad dependen el uno del otro. Es por eso, que la recolección de muestras de diferentes tejidos y el análisis de las mismas, permitió concluir en una elección de textiles adecuados para la función que se le asignarán a cada uno de ellos.

Algunos de los puntos que se plantearon en otros capítulos, concluían en que la campera debía ser impermeable y a su vez, ser apta para luego sublimar las estampas escogidas en función a la tendencia. Según este requerimiento, se optó por un textil 100% poliéster, que a su vez tiene el acabado impermeabilizante incluido que repela el agua de ambos lados, siendo el lado negro el más factible para dicha función. Se lo denomina siré opaco engomado y se utiliza como tela base para el planteamiento exterior de la campera, como así también para los bolsillos y el cambiador del niño, pero del lado interno del textil cuyo color es blanco y es apto para sublimar las estampas planteadas. El segundo textil seleccionado, se denomina comercialmente Gabardina engomada y tiene la particularidad de no solo ser impermeable, sino que a su vez, es un textil sumamente

resistente. En cuanto al interior de la campera, se optó por una red 100 % poliéster que permite la circulación del aire y reduce la transpiración corporal.

Estos textiles tienen la característica de ser livianos y estar contruidos con fibras sintéticas; por lo tanto, serán capaces de prevenir la acumulación de hongos y ácaros, los cuales se crean con facilidad en prendas realizadas con fibras naturales. Asimismo, el lavado y el secado de la campera será fácil y rápido.

En cuanto a la realización de los portabebés extraíbles, el textil adecuado para su exterior continúa siendo el siré opaco engomado; pero en su interior, se opta por un textil de lycra 100% poliéster con el acabado que le otorga propiedades antibacterianas, como así también protección a los rayos UV. Este acabado, se realiza sobre el rollo del textil directamente y su precio se calcula por metro cuadrado. Finalmente, la goma espuma se ubicará en los portabebés entre el textil exterior e interior, para ofrecerle al bebé un soporte flexible, pero a su vez acolchonado. A su vez, la goma espuma tiene una alta capacidad de resistencia y recuperación, permitiendo soportar desde el peso de un recién nacido hasta un niño que alcanza el año de vida.

Otro aspecto que se debe definir en conjunto con los textiles son los estampados que se le aplicarán y a través de qué proceso. Como se mencionó anteriormente, el textil base de la campera presenta un lado negro y uno blanco, sobre el lado blanco se aplicará un estampado, a través del método de sublimación textil. La creación del mismo, surge de la fusión de la tendencia Global Community y la inspiración de la mujer guerrera a la cual apunta este Proyecto. En este punto, se respeta la paleta de colores impuesta por la tendencia, contrastando colores cálidos y fríos; y a su vez simulando el estampado camuflado típico de los uniformes que utilizan los militares para varias de sus operaciones. Asimismo, se superpone una imagen que logra visualizarse esporádicamente que contiene la textura del pavimento reflejando de esta manera, el espíritu guerrero, juvenil y urbano perteneciente al usuario que apunta el Proyecto de Grado.

5.2.3. Presentación figurín

El figurín de moda, se considera parte de la capacidad creativa del diseñador, debido a que es una representación artística de la indumentaria diseñada sobre un cuerpo específico; en donde el diseñador puede representar el espíritu que conforma ese usuario elegido a través de el estilismo que conlleva el figurín, su proporción corporal, sus gestos y hasta sus poses, son capaces de recrear una imagen fiel del consumidor al cual se quiere apuntar. Por otro lado, la construcción del mismo también varía debido a la diversidad de materiales que hay para trabajar; ya sea de manera artística como acuarelas, acrílicos, lápices, entre otros; o de manera digital.

Para la elaboración del figurín que exhibirá la campera perteneciente al Proyecto, se optó por hacerlo de manera digital, debido a que es necesario hacer hincapié en los detalles de la campera, como pueden ser costuras, terminaciones, avíos, entre otros. En este sentido, la computadora permite realizar zooms en donde se pueden visualizar, de manera clara, cada uno de ellos. Asimismo, es posible colocar la estampa diseñada en aquellos lugares donde corresponda, trabajándola a escala y reflejando una imagen lo más fiel posible del resultado final.

Otra decisión que se debe efectuar, parte de la elección del cuerpo que va a vestir la campera, la pose y la actitud del mismo; debido a que según la variación de estas características pueden obtenerse diferentes resultados. En este caso, se optó por un cuerpo con forma de pera; debido a que este cuerpo se caracteriza por tener su mayor volumen corporal concentrado principalmente en las caderas, y es posible relacionarlo directamente con la forma que puede llegar a tener una mujer inmediatamente luego de ser madre. Por otro lado, el figurín se presentará en un plano medio largo o también denominado americano, que abarca desde la cabeza hasta las rodillas. Esta decisión se tomó porque el eje central de este Proyecto radica en el rediseño de la campera, por lo tanto, no es necesario realizar un figurín de cuerpo entero. A su vez, este tipo de plano

permite visualizar de manera más clara cada uno de los elementos que corresponden a la campera.

Por último, la actitud que presenta el figurín, como así también sus gestos y todo lo que conforma su estilismo, se verán influenciados por el espíritu guerrero y rebelde del usuario, aun así manteniendo una estética urbana y sofisticada. De esta manera, se logra generar una ilustración de moda que responde en cada uno de sus detalles, al usuario al cual apunta el Proyecto. (ver imágenes 44-46, pág. 51, cuerpo C).

5.3. Producto terminado

El producto terminado consiste en la última etapa de la campera perteneciente al PG; debido a que al plantear anteriormente el diseño de la misma, su moldería, sus textiles y la tendencia en la cual se inspira; surge el interrogante de la efectividad de tal proceso. Es por este motivo, que al finalizar la propuesta en función al diseño, comienza a surgir la búsqueda de su materialización.

Se denomina producto a aquellas prendas que pueden ser adquiridas por los usuarios tanto en el mercado nacional, como en el mercado internacional. Asimismo, se caracteriza por tener un proceso en el cual intervienen terceros como pueden ser talleres, modistas o personas encargadas del marketing y la rentabilidad de las prendas, entre otros. Dentro de este punto, se detallan las fichas técnicas y el presupuesto en el que concluiría la materialización anteriormente planteada; debido a que al usuario se le debe ofrecer un producto acorde a su estilo de vida, y a que a su vez, cumpla con los estándares que impone el mercado de la moda.

Por último, surge una clasificación en relación al producto que consta de tres grupos: productos nuevos, productos reposicionados y productos mejorados o re diseñados. Este último grupo es el indicado para la realización de la campera; debido a que se determinan variaciones en sus características físicas, como puede ser el re acomodamiento de bolsillos, el cambio del textil o la incorporación de una nueva función; pero continúa manteniéndose los elementos que diferencian el abrigo militar de uno convencional.

5.3.1. Fichas técnicas

Las fichas técnicas son documentos en donde se detallan las características que conforman una prenda. Este documento es la pieza fundamental del desarrollo de la indumentaria debido a que describen cada uno de los pasos a seguir para obtener un producto terminado apto para insertarse en el mercado de la moda. En caso contrario, si ocurre algún error dentro del procedimiento de la construcción de la tipología, es fácil detectar en qué etapa se originó.

Por otro lado, las fichas técnicas están compuestas por una parte explicativa en donde se redacta de manera clara y de fácil comprensión cada uno de los pasos a seguir; y se complementa dicha información con un dibujo plano. Es fundamental que no se deje ningún detalle sin explicar porque es en ese momento en donde se pueden generar problemas o mal entendidos con las personas que interactúan en este proceso; desde modistas, talleristas, entre otros.

Para realizar la campera vinculada con el Proyecto de Graduación se redactan una serie de fichas técnicas en donde se incluye principalmente el geometral de la prenda terminada. Luego, otra ficha debe contener el despiece de la moldería transformada, detallando el sentido del hilo y la cantidad de veces que se debe cortar cada una de las partes que conforman la moldería. Continuando, se reúnen los diferentes bolsillos que se plantean con una función específica; y se detallan cada una de sus medidas.

Por otro lado, se presentan los textiles elegidos para la confección del prototipo; dentro de este punto se detalla la composición de cada uno de ellos y la información pertinente para su obtención. Así también, se incluyen los avíos como cierres, botones, abrojos o arandelas, entre otros. En cuanto a el estampado que se visualiza en ciertas zonas de la prenda, es necesario plantear el diseño del mismo, también denominado rapport textil, y el método que se utiliza para transferirlo a la tela. En este caso, se utiliza el método denominado sublimación que consiste en imprimir el diseño a estampar en un plotter o impresora que contiene un tipo de papel que no absorbe las tintas especiales para

sublimar. Estas tintas tienen la capacidad de evaporarse del papel cuando son sometidas a altas temperaturas y transferirse a las moléculas del poliéster. De esta manera, las tintas se funden químicamente con el textil y permiten visualizar el estampado del mismo. Este método, solo es efectivo en prendas cuya composición es 100% de poliéster y a su vez, el color de la misma sea blanco preferentemente, o colores claros.

Por último, los acabados que se aplican a los portabebés también deben estar detallados en una ficha técnica; debido a que al igual que el sublimado, es un proceso que suele ser terciarizado, por lo tanto, es importante explicar el tipo de acabado que se realiza, como por ejemplo, la protección ultravioleta o el acabado antibacteriano, la empresa que provee este servicio, como así también los costos del mismo. (ver imágenes 6-39, pág. 11, cuerpo C).

5.3.2. Presupuesto

La elaboración de un presupuesto en base al Proyecto de Graduación, es fundamental debido a que va a ser capaz de determinar, aproximadamente, los gastos que genera realizar la campera. Por otro lado, también permite calcular el costo al cuál podría ser introducida esta tipología en el mercado. En función a lo recién planteado, se puede determinar si el precio sugerido se relaciona directamente con el target al que apunta, es decir, mujeres de clase media residentes en Capital Federal, o si es necesario replantear los gastos originados para la elaboración, o el margen de ganancias, con el fin de reducir el precio final de la campera.

Asimismo, el armado de un presupuesto otorga transparencia ya que se plasmarán en él todos los gastos ocasionados para su elaboración; desde gastos mínimos como pueden ser los gastos de traslado o viáticos, hasta los gastos de confección, sublimación, entre otros.

Para la elaboración del presupuesto de este Proyecto, se dividen los gastos en partes distintas. Por un lado, se reunirán los gastos aproximados que generan el diseño y la materialización de la campera resignificada; En segundo lugar, los gastos que surgen en

el planteamiento del primer portabebés y finalmente aquellos que corresponden al segundo portabebés. Asimismo, cada uno de estos presupuestos detallará en su interior los precios de textiles y avíos; la confección de la prenda y el costo ocasionado por la moldería de la misma; así también, se incluirán los gastos de sublimado y acabados aplicados, entre otros. En último lugar, se presupuesta el diseño de la prenda y la ganancia estimativa que se pretende conseguir en caso de que el producto se introduzca en el mercado de la moda.

Luego de separar los gastos en los diferentes grupos mencionados, se fusionan todos ellos en un único presupuesto final. De esta manera, si desean hacerse cambios en alguno de ellos, como agregar o modificar importes, solo es necesario escoger el subgrupo al cual esta modificación pertenece, y rehacer nuevamente dicho presupuesto, como así también, aplicar esta modificación al presupuesto final.

Es necesario aclarar, que ciertos costos, como pueden ser los de confección o los de los acabados, fueron consultados con personas que proveen estos servicios y cumplen con los requisitos de calidad, prolijidad y puntualidad de entrega. A pesar de que el prototipo no sea realmente confeccionado, o sometido al acabado antibacteriano en esta instancia del Proyecto de Graduación, es importante resaltar que las personas que realizarían tales servicios se encuentran detalladas en las fichas técnicas; en caso de querer consultar inquietudes en relación al proyecto.

A modo de cierre de este último capítulo, puede observarse como se vinculan todos los capítulos anteriores, como así también, los conocimientos otorgados en el plan de estudios de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad de Palermo; debido a que existe una relación directa entre todos estos elementos.

Por un lado, la resignificación de una tipología militar y el vínculo con una nueva mujer guerrera, capaz de enfrentar su vida diaria con su hijo en brazos; En segundo lugar, la transformación de la moldería y la búsqueda constante de satisfacer necesidades completamente diferentes a las de su origen para el cuidado de un recién nacido y su

madre; Como así también, la coexistencia del diseño, la moda y la funcionalidad, que le permiten a una mujer verse bella y a la moda, aún cuando continúa con su labor de proteger y cuidar a su hijo por sobre todas las cosas.

Conclusiones

El presente Proyecto de Graduación titulado *Funcionalidad y diseño para madres. Nuevo uso de la campera militar para la mujer* plantea la conceptualización del diseño en sí mismo para luego profundizar en una rama más específica y en la cual el proyecto se sustenta, que es el diseño de indumentaria. Continuando, se analizan los elementos y características que corresponden a tal rubro y hacia la búsqueda constante de la convivencia entre el diseño y la funcionalidad, debido a que actualmente el mundo de la moda trabaja a diario para brindar a sus clientes mayor confort en sus prendas. Se desarrolla, por lo tanto, la teoría funcionalista del siglo XIX de Lóbach (1982), donde plantea la liberación de aquellos elementos que no cumplen ninguna función, o solo cumplen de manera decorativa; como así también, la utilización de métodos directos y eficaces para lograr un costo mínimo de fabricación, manteniendo la buena calidad. Por lo tanto, implementar esta teoría en el Proyecto, da como resultado un producto funcional, económico y a su vez, cautivador.

Por otro lado, surge la necesidad de investigar aquellos acabados o textiles funcionales, que le aportan a las telas propiedades que anteriormente no efectuaban y que contribuyen al cumplimiento de la teoría anteriormente expuesta. Sánchez Martín (2007) los diferencia en dos grupos diferentes; reuniendo por un lado los textiles a los cuales se le aplican distintos acabados para lograr adquirir una nueva función; y por otro lado, los textiles en donde se emplean fibras inteligentes en el proceso del tejido del mismo. En este mismo sentido, la moldería es una herramienta que permite continuar con la búsqueda de la funcionalidad debido a que se pueden realizar diversas transformaciones sobre la tipología seleccionada, otorgándole a la mujer mayor comodidad y calce; como así también la posibilidad de incorporar un portabebés a la campera para poder llevar al niño sin necesidad de utilizar cochecitos o mochilas pesadas e incómodas.

La coexistencia que se da entre estos conceptos son los que abren las puertas para continuar con el desarrollo del Proyecto, debido a que la problemática que plantea el

mismo se basa en generar una campera que permita a una madre transportar a su hijo, sus pertenencias básicas, tanto para el cuidado personal, como para el de su bebé, y que a su vez, brinde diseño.

A partir de lo anterior expuesto, surge un nuevo desafío que abarca diferentes temáticas que se relacionan entre sí con un mismo objetivo, incrementar el nivel de vida de las madres y sus hijos. Por este motivo, a lo largo del Proyecto se tratan temas no solo referidos a la funcionalidad y al diseño de la campera, sino que también se desarrollan aspectos esenciales vinculados en la teoría de Bowlby (1990) denominada relación de apego. Esta teoría se sustenta en la importancia del contacto físico entre el recién nacido y su figura materna; como así también en la influencia de dicho contacto a largo plazo, pudiendo determinar el tipo de relaciones que establecerá el niño en el futuro, y sus comportamientos frente a situaciones límites. Asimismo, esta teoría, permite darle un nuevo enfoque al Proyecto, porque no solo se busca cumplir una necesidad implícita en las mujeres que recientemente fueron madres, sino que a su vez, se incorpora una mejor calidad de vida al niño, debido a que la principal característica de esta campera concluye en mantener el contacto físico entre ambos a lo largo de su primer año de vida.

Otro aspecto no relevante es el de brindar el cuidado no solo emocional entre ambos, sino que también el cuidado físico. Es por este motivo, que a lo largo del trabajo se investiga la anatomía de sus cuerpos en función al paso del tiempo. En otras palabras, cuales son los cambios corporales que experimenta la mujer desde el comienzo de su embarazo hasta luego de haber sido madre. Como así también, el peso que puede soportar su columna y la manera en que debe ser distribuido para no ocasionar lesiones ni incomodidades en el momento en que tenga que cargar a su hijo con la campera.

En este mismo orden y dirección, se investigan los cambios que el recién nacido sufre en sus primeros doce meses, y a causa de esto, se toma la decisión de incorporar dos portabebés diferentes. Uno de ellos soporta el peso del niño en sus primeros seis meses, y a su vez, cuida su integridad física y emocional. Y es dentro de este punto, en donde

vuelve a aparecer el diseño y las decisiones que se toman en función a los objetivos, debido a que dentro de este primer portabebés se opta por textiles con acabados antibacterianos y con protección solar. Asimismo, la posición del niño sobre el pecho de la madre, y la posibilidad de que pueda mantener contacto visual con ella continuamente, genera en el niño una sensación de tranquilidad y bienestar. En cambio, cuando el niño se acerca al primer año de vida, sus intereses son otros; debido a que si bien quiere continuar sintiendo el contacto físico de su madre, que genera en él tranquilidad y seguridad, comienza por interesarse en el mundo exterior. Es por eso, que el segundo portabebés mantiene el contacto entre ambos, desde una especie de mochila que se cuelga en la campera, pero permite la posibilidad de girar al niño para que pueda visualizar lo mismo que ve su madre. Esto permite que el niño interactúe con el mundo exterior y a su vez se sumerja en un mundo de emociones, colores, sentidos, ruidos, sensaciones, entre otros.

Continuando con lo anterior expuesto, el análisis de los productos que se encuentran actualmente en el mercado, brindan características necesarias que deben mantenerse en la campera planteada, como así también permite buscar aquellas con las cuales puedan diferenciarse y destacarse en el mercado. Del mismo modo, conocer las marcas que ofrecen estos productos, dan lugar al conocimiento de la competencia directa como indirecta, y permiten establecer diferenciaciones entre ellas; ya sea de calidad, de precio o de target; debido a que cada uno de estos productos corresponde a un usuario pensado y analizado con anterioridad. En el caso de este Proyecto, el usuario consiste en aquellas mujeres madres que residen en la ciudad de Buenos Aires y que utilizan a diario el transporte público aun cuando se encuentran con sus hijos. Asimismo, corresponde a una clase socioeconómica media, por lo que son mujeres que no gastarían grandes sumas de dinero en un producto como tal, sino que sería algo acorde a los gastos que implicarían la compra de un producto similar, que puede brindar la competencia.

Resulta oportuno destacar que el análisis de la competencia, del mercado y del usuario ideal, se vincula directamente con conocimientos adquiridos en la materia comercialización que ofrece el plan de estudios de la carrera Diseño Textil e Indumentaria, por lo tanto, se puede observar como continúan fusionándose conocimientos que hacen del Proyecto de Graduación, un Proyecto diverso y con una gran carga de contenidos curriculares que aportan mejoras en la toma de decisiones.

Con respecto a la elección de la tipología para trabajar, cabe agregar que surge de la resignificación de una campera oriunda del ejército militar argentino, orientándola hacia un nuevo usuario, las mujeres. Esta elección no fue librada al azar, sino que conlleva un vínculo con la mujer de esta nueva era; una mujer que encara su rutina diaria con su hijo en brazos, que afronta las problemáticas de la vida diaria, como así también las del uso del transporte público.

Con referencia a lo anterior, la relación que existe entre la tipología y la madre que la vestirá, recae directamente en la historia de la influencia militar en las mujeres. Desde sus inicios, en donde todo aquello perteneciente a lo militar era considerado solo para el público masculino, y como las mujeres fueron transformando dicha concepción; introduciéndose principalmente en el ejército, como así también en los uniformes; hasta adoptar parte de esta estética para hacer de ella un elemento distintivo en el mundo de la moda.

La estética militar, como ya se mencionó, surgió cuando los hombres del ejército volvieron a sus respectivas casas luego de la guerra, y sus mujeres comenzaron a vestir sus uniformes. Progresivamente, estas mujeres fueron influenciando a otras y creando un inconsciente colectivo en donde mujeres que no pertenecían a una familia militar terminaron vistiendo igualmente sus prendas. A pesar del paso de los años, la concepción de las mujeres fue evolucionando y abarcando cada vez más actividades que anteriormente solo el hombre podía realizar. Esto permitió, que esta moda rebelde y

hasta algo varonil se fuera instalando aún más, hasta tal punto de continuar apareciendo en las tendencias actuales de moda.

Si bien los diseñadores de las distintas épocas fueron tomando como inspiración el mismo concepto, cada uno de ellos lo resolvieron de muy diversas maneras. Originando colecciones de moda completamente diferentes entre sí; en donde algunos hacían hincapié en los pantalones, otros en chaquetas, otros no incluían la moldería de los uniformes pero si hacían uso de las insignias, entre otros. Actualmente, la moda continúa manteniendo esta estética en algunas marcas conocidas tanto en argentina como a nivel mundial, pero en cada una de ellas se respeta la naturaleza de su marca.

A modo de cierre, y reiterando, el mayor logro del Proyecto de Graduación es la fusión de múltiples disciplinas persiguiendo un único objetivo, debido a que contar con teoría que sustente todas las decisiones que se toman para la realización de la campera, demuestra que el Proyecto fue un momento de aprendizaje y experimentación constante, en donde uno de los propósitos que se perseguían era la coherencia y la capacidad de innovación a lo largo de todo el proceso. Por otro lado, tampoco se descarta la posibilidad de llevarlo a cabo como un Proyecto Profesional en un futuro, debido a que el período de experimentación y prueba que se desarrolló dentro de este trabajo, dio como resultado un producto sustentado en teorías y conocimientos disciplinares.

En efecto, el desarrollo de la campera puede ser factible en todos sus aspectos; desde la elección de los textiles y acabados, debido a que pueden conseguirse en locales de la ciudad de Buenos Aires, hasta el usuario al que se apunta, porque existe un presupuesto que avala los gastos ocasionados y la ganancia pretendida si el producto se introdujese en el mercado.

Hecha la observación anterior, es importante destacar que a su vez, el Proyecto tiene un enfoque específico, que es el de incorporar un nuevo indumento a aquellas madres que se encuentran insatisfechas con los productos que ofrece el mercado actualmente, o bien, tiene la necesidad de probar y adquirir nuevas experiencias. Por lo tanto, la

incorporación de esta campera en su rutina diaria, o en situaciones específicas como pueden ser viajes y paseos, ofrece a la mujer la posibilidad de liberar sus manos sabiendo que su hijo está protegido y seguro.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Acuña Muga, J. Alba Romero, C. Andrés, C. López Maestro, M. Palacios Joyer, A. y Pallás Alonso, C. (2010) *Cuidados desde el nacimiento: recomendaciones basadas en pruebas y buenas prácticas*. Madrid: Ministerio de sanidad y política social.
- Alison, D. M. (2003). *Decorated men: fashioning the French soldier, 1852-1914. Fashion Theory*. Recuperado: 17/08/2017. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA174226363796&asid=523a8e123caae4bfbf5d52e24de0c557
- Altahona Quijano, M. (2008) *Arquitectura del vestido*. Recuperado el: 22/11/2017. Disponible en: <http://www.palermo.edu/dyc/congreso-latino/pdf/altahona.pdf>
- Boff, L. (2012) *El cuidado necesario*. Madrid: Trotta
- Bosch, X. (2013) *Procesos textiles*. [Revista en línea] Disponible en: http://www.tintoreriaindustrial.com/download/documentación/acabados_textiles/ACABADOS%20TEXTILES%20II.pdf
- Brazelton, B. y Cramer, B. (1993) *La relación más temprana. Padres, bebés y el drama del apego inicial*. Barcelona: Paidós
- Chavarria, K. (s.f.) *Principal necesidad del recién nacido: el contacto físico con su madre*. [Revista en línea]. Recuperado el: 22/11/2017. Disponible en: <https://familias.com/2122/principal-necesidad-del-recien-nacido-el-contacto-fisico-con-su-madre>
- Del Valle Ferni, M. (2017) *Las 5 mejores mochilas portabebés del 2017*. Recuperado el: 04/10/2017. Disponible en: <http://mimundobebe.com/mejores-mochilas-portabebes/>
- Dillon, S. (2012) *Principios de gestión en empresas de moda*. Barcelona: Gustavo Gili
- Doménech, E. González, N. Rodríguez Alarcón, J. (2008) *Cuidados generales del recién nacido*. Asociación Española de Pediatría Disponible en: https://www.aeped.es/sites/default/files/documentos/2_2.pdf Recuperado el: 20/09/2017
- Fernández Lerma, J. (2010). *La estética militar en la cultura visual*. Madrid: Universidad complutense. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/19713567.pdf>
- Fleming, B. (2010). *Sir Sandwiches and Shirt Stays: Military Style*. Recuperado 17/08/2017. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA226363796&asid=523a8e123caae4bfbf5d52e24de0c557
- García, I. (2017a) *Meses del Bebé. El primer mes de tu bebé, bebé 1 mes*. [posteo en blog] Recuperado: 22/09/2017. Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-1-mes>
- García, I. (2017b) *Meses del bebé. El segundo mes de tu bebé, bebé 2 meses*. [posteo en blog] Recuperado: 22/09/2017. Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-2-meses>

- García, I. (2017l) *Meses del bebé. Tu bebé con 12 meses, bebé 1 año*. [posteo en blog] Recuperado: 22/09/2017. Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-1-ano>
- Gómez, M.C. (2016) *¿Qué es un fular portabebés?* [posteo en blog]. Recuperado el: 25/09/2017. Disponible en: <http://fulares-portabebes.es/blog/que-es-un-fular-portabebes/>
- González, F. (2014) *El triunfo del estilo militar*. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.vogue.es/moda/dress-for-less/articulos/tendencia-de-estilo-militar-con-estampados-de-camuflaje-y-verde-monte/21150>
- González, M. (2002) Concepto de mercado y sus tipos. [Revista en línea]. Recuperado el: 04/10/2017. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- González Ruiz, G., y Ruiz, G. G. (1994). *Estudio de Diseño: Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires: Emecé.
- Goodwin, N. (1987) *Functionality and usability*. Recuperado el: 05/09/2017 Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA6365615&asid=01e870ef2391574cf735210146aa577f
- Gracia, L. (2016) *Bandoleras de anillos: pros y contras*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.pajaritopinzon.com/blog/bandoleras-de-anillas-pros-contras/> Recuperado el: 26/09/2017
- Hermida, J. (1993) *Administración y estrategia*. Buenos Aires: Macchi.
- Hertz, C. (n.d.). *The Uniform: As Material, As Symbol, As Negotiated object*. Recuperado: 17/05/2017. Disponible en: http://www.academia.edu/4044048/The_Uniform_As_Material_As_Symbol_As_Negotiated_Object
- Huysmans, J. (1992). *L'art Moderne/Certains*. Paris: Firmin- Didot
- Omill, G. (2008) *Necesidades. Definiciones y teorías*. Recuperado: 23/09/2017. Disponible en: <https://trabajosocialunam.files.wordpress.com/2014/02/artc3adculo-2-necesidades-sociales.pdf>
- Jenkyn Jones, S. (2005) *Diseño de moda*. Barcelona: Blume
- Jones, J. (1985) *Diseñar el diseño*. Barcelona: Gustavo Gili
- Lóbach, B. (1982) *Diseño Tridimensional*. Barcelona: Gustavo Gilí
- López Gil, M. (1999) *El cuerpo, el sujeto, la condición de ser mujer*. Buenos Aires: Biblos
- McSally, M. (2007). *Women in combat: is the current policy obsolete?* Recuperado: 10/06/2017. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA166350021&asid=b8476e7f3bcd2280f86f4daa87e09b4c

- Miller, L. (1998). *Feminism and the exclusion of Army women from combat*. Recuperado 05/07/2017 Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA53392118&asid=c958cf900649151a0d4fef297c70ae90
- Mizrahi, L. (1991) *La mujer transgresora. Acerca del cambio y la ambivalencia*. Buenos Aires: Emecé
- Oberman, A. (2008) *Observando a los bebés. Técnicas vinculares madre-bebé, padre-bebé*. Buenos aires: Lugar
- Piazza, J. (2004) *Como presupuestar diseño*. Buenos Aires: CommTools
- Piazza, J. (2006) *El diseño como negocio*. Buenos Aires: CommTools
- Planeta mamá (s/f) *Como elegir el bolso para llevar las cosas del bebé*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.planetamama.com.ar/colaboradores> Recuperado el: 24/09/2017.
- Planeta mamá (2017) *Como elegir el cochecito perfecto (s/f)*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.planetamama.com.ar/nota/cómo-elegir-el-cochecito-perfecto> Recuperado el: 24/09/2017
- Press, M. Y Cooper, R. (2009) *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili
- Renart, L. Cabré, C. (2005) *Las claves del marketing relacional bien hecho*. Barcelona: lese
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Sánchez Martín, J. (2007) *Los tejidos inteligentes y el desarrollo tecnológico de la industria textil*. Recuperado el: 05/09/2017. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/346854600/fibras-inteligentes-pdf>
- San Martín, M. (2010) *El futuro de la moda. Tecnología y nuevos materiales*. Barcelona: Promopress
- Soto, B. (2013) *Marketing estratégico*. [posteo en blog]. Recuperado el: 02/10/2017. Disponible en: <https://www.gestion.org/marketing/marketing-estrategico/37064/marketing-para-hostales/>
- Stewart, N. L. (2017). *Uniformity. Critical Studies in Men's Fashion*. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.dop=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA489757756&asid=2fa2afea15d42d01acbbf8044a269a1a
- Suárez, M. (2017) *La Funcionalidad de la Indumentaria de las gimnastas rítmicas en el desempeño deportivo*. Proyecto de Investigación Ingeniería en procesos y diseño de moda Ambato. Ecuador
- Tintorería Maldonado (2012, enero 11) *Telas con acabados especiales: teflonado y protección UV*. [Revista en línea]. Disponible en:

<http://www.tintoreriamaldonado.com/blog/telas-con-acabados-especiales-teflonado-y-proteccion-uv>

Toktas, S. (2002). *Nationalism, militarism and gender politics: women in the military*. Recuperado: 17/08/2017. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA106472386&asid=8aec48069e816c11620562b213f2cca9

Toyos, S. (2008a). *Evolución de los uniformes militares argentinos*. Tercera parte. [Revista en línea]. Recuperado el 07/05/17 Disponible en: <http://www.soldadosdigital.com/2008/pdf/uniformes3.pdf>

Toyos, S. (2008b). *Evolución de los uniformes militares argentinos*. Cuarta parte. [Revista en línea]. Recuperado el 07/05/17 Disponible en: <http://www.soldadosdigital.com/2008/pdf/uniformes4.pdf>

Toyos, S. (2010). *Evolución de los uniformes militares argentinos*. Segunda parte. [Revista en línea]. Recuperado el 07/05/2017 Disponible en: http://www.soldadosdigital.com/2010/militaria/militariauniformes_02.htm

Udale, J. (2008) *Diseño textil. Tejidos y técnicas*. Barcelona: Gustavo Gili

Valdés de León, G. (2010) *Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires. Universidad de Palermo

Wawita (s.f.) *Vos y tu bebé bien cerca*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://wawita.com.ar/es/productos.php?idproducto=2&idcat=1&start=1> Recuperado el: 20/09/2017

Worsley, H. (2015) *100 ideas que cambiaron la moda*. Barcelona: Blume.

Bibliografía

- Acuña Muga, J. Alba Romero, C. Andrés, C. López Maestro, M. Palacios Joyer, A. y Pallás Alonso, C. (2010) *Cuidados desde el nacimiento: recomendaciones basadas en pruebas y buenas prácticas*. Madrid: Ministerio de sanidad y política social.
- Alison, D. (2003). *Decorated men: fashioning the French soldier, 1852-1914. Fashion Theory*. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA174819969&asid=29bf4e0f66bb7244898fb8b59f2d8025
- Altahona Quijano, M. (2008) *Arquitectura del vestido*. Disponible en: <http://www.palermo.edu/dyc/congreso-latino/pdf/altahona.pdf>
- Boff, L. (2012) *El cuidado necesario*. Madrid: Trotta
- Bosch, X. (2013) *Procesos textiles*. [Revista en línea] Disponible en: http://www.tintoreriaindustrial.com/download/documentación/acabados_textiles/ACABADOS%20TEXTILES%20II.pdf
- Brazelton, B. y Cramer, B. (1993) *La relación más temprana. Padres, bebés y el drama del apego inicial*. Barcelona: Paidós
- Calvera, L. (1990) *Mujeres y feminismo en la Argentina*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Chavarria, K. (s.f.) *Principal necesidad del recién nacido: el contacto físico con su madre*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://familias.com/2122/principal-necesidad-del-recien-nacido-el-contacto-fisico-con-su-madre>
- Del Valle Fermi, M. (2017) *Las 5 mejores mochilas portabebés del 2017*. Disponible en: <https://mimundobebe.com/mejores-mochilas-portabebes/>
- Demaria, D. (2012) *Indumentaria térmica con una visión de futuro*. Recuperado el: 12/07/2017 Disponible en: <https://goo.gl/ATdulS>
- Dillon, S. (2012) *Principios de gestión en empresas de moda*. Barcelona: Gustavo Gili
- Doménech, E. González, N. Rodríguez Alarcón, J. (2008) *Cuidados generales del recién nacido*. Asociación Española de Pediatría Disponible en: https://www.aeped.es/sites/default/files/documentos/2_2.pdf
- Erner, G. (2004) *Victimas de la moda. Cómo se crea, por qué la seguimos*. Barcelona: Gustavo Gili
- Fernández Lerma, J. (2010). *La estética militar en la cultura visual*. Universidad complutense de Madrid. Tesis doctoral. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/19713567.pdf>
- Fleming, B. (2010). *Sir Sandwiches and Shirt Stays: Military Style*. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA226363796&asid=523a8e123caae4bfbf5d52e24de0c557

- García, I. (2017a) *Meses del Bebé. El primer mes de tu bebé, bebé 1 mes*. [posteo en blog]. Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-1-mes>
- García, I. (2017b) *Meses del bebé. El segundo mes de tu bebé, bebé 2 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-2-meses>
- García, I. (2017c) *Meses del bebé. Tu bebé a los tres meses, bebé 3 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-3-meses>
- García, I. (2017d) *Meses del bebé. El bebé con 4 meses, bebé 4 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-4-meses>
- García, I. (2017e) *Meses del bebé. Tu bebé a los 5 meses, bebé 5 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-5-meses>
- García, I. (2017f) *Meses del bebé. Tu bebé cumple seis meses, bebé 6 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-6-meses>
- García, I. (2017g) *Meses del bebé. El desarrollo de tu bebé con 7 meses, bebé 7 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-7-meses>
- García, I. (2017h) *Meses del bebé. Tu bebé con 8 meses, bebé 8 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-8-meses>
- García, I. (2017i) *Meses del bebé. El bebé con 9 meses, bebé 9 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-9-meses>
- García, I. (2017j) *Meses del bebé. Tu bebé a los 10 meses, bebé 10 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-10-meses>
- García, I. (2017k) *Meses del bebé. Tu bebé con 11 meses, bebé 11 meses*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-11-meses>
- García, I. (2017l) *Meses del bebé. Tu bebé con 12 meses, bebé 1 año*. [posteo en blog] Disponible en: <https://www.todopapas.com/bebe/meses-del-bebe/bebe-1-ano>
- García, S. (2008) *Apuntes sobre el cuidado. Por qué es y cómo es*. Madrid: Fuden.
- Gómez, M.C. (2016) *¿Qué es un fular portabebés?* [posteo en blog]. Disponible en: <http://fulares-portabebes.es/blog/que-es-un-fular-portabebes/>
- González, F. (2014) *El triunfo del estilo militar*. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.vogue.es/moda/dress-for-less/articulos/tendencia-de-estilo-militar-con-estampados-de-camuflaje-y-verde-monte/21150>
- González, F. (2016) *Versace*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primaveraverano-2016-milan-fashion-weekversace/11642>
- González, F. (2015) *Ralph Lauren*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.vogue.es/desfiles/primaveraverano-2015-nueva-york-ralph-lauren/10192>

- González, M. (2002) Concepto de mercado y sus tipos. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- González Ruiz, G., y Ruiz, G. (1994). *Estudio de Diseño: Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad*. Buenos Aires: Emecé.
- Goodwin, N. (1987) *Functionality and usability*. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA6365615&asid=01e870ef2391574cf735210146aa577f
- Gracia, L. (2016) *Bandoleras de anillos: pros y contras*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.pajaritopinzon.com/blog/bandoleras-de-anillas-pros-contras/>
- Hermida, J. (1993) *Administración y estrategia*. Buenos Aires: Macchi.
- Hertz, C. (s.f.). *The Uniform: As Material, As Symbol, As Negotiated object*. Disponible en: http://www.academia.edu/4044048/The_Uniform_As_Material_As_Symbol_As_Negotiated_Object
- Huysmans, J. (1992). *L'art Moderne/Certains*. Paris: Firmin- Didot.
- Omill, G. (2008) *Necesidades. Definiciones y teorías*. Disponible en: <https://trabajosocialunam.files.wordpress.com/2014/02/artc3adculo-2-necesidades-sociales.pdf>
- Jenkyn Jones, S. (2005) *Diseño de moda*. Barcelona: Blume
- Jones, J. (1985) *Diseñar el diseño*. Barcelona: Gustavo Gili
- Lantaro´n, I. (2014) *La importancia del apego en la etapa infantil*. Disponible en: <https://goo.gl/mB9znk>
- Lóbach, B. (1982) *Diseño Tridimensional*. Barcelona: Gustavo Gilí
- López Gil, M. (1999) *El cuerpo, el sujeto, la condición de ser mujer*. Buenos Aires: Biblos
- Lüchau, C. (2009) *Productos de moda transformables*. Disponible en: <https://goo.gl/T8Qycm>
- McSally, M. (2007). *Women in combat: is the current policy obsolete?* Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA166350021&asid=b8476e7f3bcd2280f86f4daa87e09b4c
- Miller, L (1998). *Feminism and the exclusion of Army women from combat*. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA53392118&asid=c958cf900649151a0d4fef297c70ae90
- Mizrahi, L. (1991) *La mujer transgresora. Acerca del cambio y la ambivalencia*. Buenos Aires: Emecé
- Moro, J. (2014) Coldblack, la nueva tecnología de Under Armour que te mantendrá más fresco. [Posteo en blog]. Disponible en:

<http://www.runners.es/material/textil/articulo/under-armour-presenta-la-tecnologia-coldblack-que-te-mantendra-fresco-y-refleja-los-rayos-del-sol>

Oiberman, A. (2008) *Observando a los bebés. Técnicas vinculares madre-bebé, padre-bebé*. Buenos aires: Lugar

Piazza, J. (2004) *Como presupuestar diseño*. Buenos Aires: CommTools

Piazza, J. (2006) *El diseño como negocio*. Buenos Aires: CommTools

Planeta mamá (s/f) *Como elegir el bolso para llevar las cosas del bebé*. [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.planetamama.com.ar/colaboradores>

Planeta mamá (2017) *Como elegir el cochecito perfecto* (s/f). [posteo en blog]. Disponible en: <http://www.planetamama.com.ar/nota/cómo-elegir-el-cochecito-perfecto>

Press, M. Y Cooper, R. (2009) *El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili

Renart, L. Cabré, C. (2005) *Las claves del marketing relacional bien hecho*. Barcelona: lese

Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.

Sánchez, D. (2014) *La funcionalidad de prendas y procesos jeanswear y su adaptación para usuarios no videntes de 18 a 45 años del cantón Ambato*. Disponible en: <https://goo.gl/9mjXxp>

Sánchez Martín, J. (2007) *Los tejidos inteligentes y el desarrollo tecnológico de la industria textil*. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/346854600/fibras-inteligentes-pdf>

San Martín, M. (2010) *El futuro de la moda. Tecnología y nuevos materiales*. Barcelona: Promopress

Schoeller (2017) Coldblack. Protection from heat and uv rays. [posteo en blog]. Disponible en: <https://www.schoeller-textiles.com/en/technologies/coldblack>

Soto, B. (2013) *Marketing estratégico*. [posteo en blog]. Disponible en: <https://www.gestion.org/marketing/marketing-estrategico/37064/marketing-para-hostales/>

Stewart, N (2017). *Uniformity. Critical Studies in Men's Fashion*. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.dop=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA489757756&asid=2fa2afea15d42d01acbbf8044a269a1a

Suárez, M (2017) *La Funcionalidad de la Indumentaria de las gimnastas rítmicas en el desempeño deportivo*. Proyecto de Investigación Ingeniería en procesos y diseño de moda Ambato. Ecuador

Tintorería Maldonado (2012, enero 11) *Telas con acabados especiales: teflonado y protección UV*. [Revista en línea]. Disponible en:

<http://www.tintoreriamaldonado.com/blog/telas-con-acabados-especiales-teflonado-y-proteccion-uv>

Tobio, C. (2002) *Conciliación o contradicción: cómo hacen las madres trabajadoras*. Disponible en: <https://goo.gl/OYd5IX>

Toktas, S. (2002). *Nationalism, militarism and gender politics: women in the military*. Disponible en: http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=GPS&sw=w&u=up_web&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA106472386&asid=8aec48069e816c11620562b213f2cca9

Toyos, S. (2008a). *Evolución de los uniformes militares argentinos*. Tercera parte. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.soldadosdigital.com/2008/pdf/uniformes3.pdf>

Toyos, S. (2008b). *Evolución de los uniformes militares argentinos*. Cuarta parte. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.soldadosdigital.com/2008/pdf/uniformes4.pdf>

Toyos, S. (2010). *Evolución de los uniformes militares argentinos*. Segunda parte. [Revista en línea]. Disponible en: http://www.soldadosdigital.com/2010/militaria/militariauniformes_02.htm

Udale, J. (2008) *Diseño textil. Tejidos y técnicas*. Barcelona: Gustavo Gili

Valdés de León, G. (2010) *Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño* Buenos Aires. Universidad de Palermo

Wawita (s/f) *Vos y tu bebé bien cerca* (s/f). [posteo en blog]. Disponible en: <http://wawita.com.ar/es/productos.php?idproducto=2&idcat=1&start=1>

Worsley, H. (2015) *100 ideas que cambiaron la moda*. Barcelona: Blume.