

## Campera deportivas multifuncionales

---

*Línea Sportwear para mujeres activas*

Cuerpo B

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Legarreta María Paula
- ▶ Cuerpo B
- ▶ Fecha de presentación | 21/02/2018
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño textil e indumentaria
- ▶ Categoría | Creación y expresión
- ▶ Línea Temática | Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

## Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>3</b>
<b>Capítulo 1. La vestimenta, el diseñador y el consumidor</b> .....	<b>12</b>
1.1 La vestimenta, un código universal.....	13
1.2 Diseñar, no solo un proceso creativo.....	16
1.3 El consumidor y los nuevos modelos de producción .....	18
1.4 El consumidor y su exigencia en el mercado en relación a la tecnología.....	23
<b>Capítulo 2. La mujer y el cambio de su vestimenta en las últimas décadas</b> .....	<b>26</b>
2.1 El rol de la mujer y su imagen en la sociedad.....	27
2.2 La mujer y la vestimenta.....	29
2.3 La silueta femenina en relación a la vestimenta .....	32
2.4 Los medios de comunicación y la imagen de la mujer .....	36
<b>Capítulo 3. Rubro Sportwear y el surgimiento de tipologías multifuncionales</b> .....	<b>43</b>
3.1 El deporte y la indumentaria .....	43
3.2 Tipologías deportivas .....	46
3.3. La vestimenta y el surgimiento del término multifunción .....	48
3.4 Indumentaria multifuncional.....	49
3.5 Prendas multifuncionales en el rubro deportivo .....	50
<b>Capítulo 4. Materiales de construcción de la prenda multifuncional</b> .....	<b>54</b>
4.1 El textil .....	54
4.2 Clasificación de textiles .....	56
4.3 Textiles característicos de la ropa deportiva .....	59
4.4 Los tejidos deportivos y los avances tecnológicos.....	63
4.5 Moldería .....	66
4.5.1 Moldería y textiles deportivos.....	68
<b>Capítulo 5. Desarrollo de línea multifuncional</b> .....	<b>71</b>
5.1 Inspiración.....	73
5.1.1 Panel conceptual .....	76
5.2 Target: Usuario.....	76
5.3 Morfología y silueta .....	78
5.4 Paleta de color .....	79
5.5 Textiles y avíos seleccionados para la propuesta.....	81
5.5 Fichas técnicas.....	86
5.6 Figurines .....	88
5.7 Particularidades de la propuesta .....	90
<b>Conclusiones</b> .....	<b>92</b>
<b>Lista de referencias Bibliográficas</b> .....	<b>98</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>103</b>

## **Introducción**

El presente Proyecto de Graduación (PG) titulado *Camperas deportivas multifuncionales* se origina tras observar la nueva modalidad de la mujer de hoy en día que consiste, en adquirir prendas bajo el concepto de multifunción dado que las mismas se encuentran en una etapa de búsqueda constante de comodidad, confort y practicidad en la vestimenta para el desarrollo de actividades deportivas.

Éste proyecto se enmarca dentro de la categoría Creación y Expresión, puesto que el autor realizará una propuesta creativa donde podrá explayarse artísticamente para puntualizar su objetivo. En efecto, hará énfasis en desarrollar de forma práctica como teórica un trabajo que logre consolidar una propuesta coherente e innovadora. La finalidad del mismo consiste en desarrollar una línea de prendas multifuncionales deportivas para mujeres activas que reúnan características tales como practicidad, comodidad y tecnología. Dichas camperas deportivas conseguirán transformarse en bolsos a partir de los textiles implementados, una moldería específica y un sistema de avíos determinado por el diseñador.

La producción final será, de esta manera, el eslabón que reflejará la calidad y el contenido de dicho proyecto, dado que, aquí, el autor seleccionará diversos autores y movimientos, realizando reflexiones académicas que contribuyan con la disciplina. La presente propuesta se encuentra dentro de la línea temática Diseño y Producción de objetos, espacios e imágenes, puesto que se reflexionará y aportará a la disciplina mediante la innovación y la creatividad adquirida a lo largo de los años, en el transcurso de la carrera respondiendo en efecto, a las necesidades actuales. La producción teórica y práctica de dicho trabajo concluirán con el objetivo del proyecto que estará vinculado al campo profesional del autor del trabajo.

La línea que se establece en el presente proyecto propone reducir y simplificar una prenda y un accesorio en un mismo producto. La finalidad de dicha transformación consiste en otorgarle a la mujer una variedad de camperas multifuncionales, que protejan

y abriguen al usuario, y a su vez, se transformen en bolsos prácticos. Del mismo modo, responder mediante esta línea a las necesidades de las mujeres actuales que viven en la inmediatez, disminuir gastos, restringir el consumo masivo e impulsar un modelo de consumo consciente de productos útiles y transformables. Esto sucede debido a que la sociedad actual convive con una demanda constante por la indumentaria, que surge a partir de un modelo de producción efímero, que impulsa el desarrollo de prendas desechables con el objetivo de aumentar las ventas y mantener activo el mercado. Este consumo anteriormente era diferente dado que la producción se realizaba a conciencia, y el fin primero de dichas producciones era ofrecer al mercado prendas de buena durabilidad por su materialidad y modo de fabricación. Hoy en día, el mundo de la moda funciona bajo el término *Fast Fashion*, un sistema fugaz que radica en indumentaria pasajera, accesible y desechable. Definido por Prioglio (2011) como un fenómeno que tuvo sus inicios en los años ochenta y que en la actualidad reside en una estrategia fuerte que logra interpretar las tendencias de las pasarelas de forma económica. Sin embargo el autor considera que el responsable de este proceso es el consumidor y los deseos del mismo. El marketing y el recambio de prendas constante juegan un papel muy decisivo, dado que logran producir el deseo inmediato de compra.

Estas colecciones pasajeras que lanzan los diseñadores logran adaptarse a la demanda y las tendencias que surgen y renuevan cotidianamente. Entre las últimas tendencias, existen marcas que desarrollan prendas multifuncionales que logran distinguirse de otras vestimentas por los atributos que las mismas contienen. La aparición de este tipo de prendas multifuncionales, direcciona a la moda a ser multifuncional, debido a que brindan dos o más funciones en una sola prenda a través de materiales inteligentes y molderías transformables. Frente a esto surge la siguiente pregunta. ¿De qué manera el diseñador puede satisfacer las necesidades de las mujeres que viven en la inmediatez?

El PG se vincula con la materia llamada Técnicas de Producción, dado que el trabajo se centra en desarrollar prendas multifuncionales. Esta multifuncionalidad se obtiene a

través de la incorporación de nuevos materiales, textiles adaptables, como también del aprovechamiento de la tecnología. Esta asignatura, presente en la carrera de Diseño textil e Indumentaria, tiene como objetivo introducir el conocimiento acerca de las fibras como materia prima para confeccionar una prenda, es decir, se introducen y clasifican los textiles, sus características, capacidades, cuidados y acabados. A su vez se realiza la experimentación con pequeñas muestras textiles para observar su reacción frente a diversos procesos tales como, calor, frío, etcétera. El objetivo de esta introducción textil consiste en proveerles información a los estudiantes que contribuya a reconocer la diversidad de textiles y su capacidad de transformarse a través de numerosos acabados tales como sublimación, teñidos manuales, calados, etcétera. Otra materia que se vincula con el presente proyecto es Taller de modas, asignatura que consiste en el trazado de moldes de prendas deportivas. Se parte de la realización de moldes base alcanzando desarrollar progresiones y transformaciones de los mismos, con el fin de producir nuevas tipologías originadas a partir de conceptos de inspiración formados por el estudiante. Se considera que, los contenidos de ambas materias mantienen una relación con los conceptos tratados en el presente proyecto. Al tratarse de un trabajo que consiste en desarrollar una propuesta creativa, las mencionadas materias contribuyen a la creación de una línea de prendas multifuncionales deportivas. Este proceso se logra a través del conocimiento y la correcta implementación de textiles por su capacidad y tecnología añadida, como también por la moldería adaptable que se alcanza a partir numerosas transformaciones.

El objetivo general del actual Proyecto de Graduación radica en diseñar una línea deportiva para mujeres activas, compuesta por camperas multifuncionales para diferentes actividades. Las camperas logran transformarse en distintos bolsos a partir de una moldería y un sistema de avíos preparados para contener los objetos y accesorios de pertenencia que llevan al momento de practicar deportes tales como llaves, celular, botella de agua, anteojos, protector bucal, visera, etcétera.

Los objetivos específicos de dicho trabajo consisten en investigar el significado de la vestimenta y por consiguiente comprender el significado de moda y diseño como elementos fundamentales en mundo de la moda. Por otro lado, se analizará el rol y la función del diseñador en la sociedad dado que este, se encuentra ofreciendo propuestas constantes de vestimentas que resuelvan las necesidades e inquietudes de las mujeres que viven en la inmediatez. A su vez, se analizará el comportamiento del consumidor y el modelo de producción actual en relación a las tendencias. En consecuencia se adentrará la temática de la multifunción puesto que el objetivo reside en ofrecer prendas bajo dicho concepto. Para comprender a las mujeres activas de la actualidad, resulta preciso investigar el rol y la imagen de la misma en la antigüedad. Es por ello que, se realizará un breve recorrido histórico acerca de las tareas y oficios del ámbito femenino, sus siluetas y vestimentas de cada época como también, la imagen que transmitieron los medios de comunicación. Habiendo hecho el recorrido mencionado, se analizará el rubro deportivo, su nacimiento, las tipologías y su relación con la tecnología. En consecuencia, se verán las últimas tecnologías y vestimentas multifuncionales existentes. Se clasificarán los textiles y se especificarán los adecuados para el rubro deportivo. También, se nombrarán y analizarán los elementos esenciales para lograr la propuesta pensada.

Para la realización del Proyecto fueron seleccionados diez antecedentes académicos producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, que presentan una correlación con el presente trabajo.

El primer autor que se consultó para desarrollar este PG fue el trabajo realizado por el alumno Monfazani (2015) titulado *Rediseño y funcionalidad, bolsos unisex para transportar objetos de bebés*. Su pertinencia reside en la creación de un bolso multifuncional, tanto de mano como con correas unisex, pensadas para que pueda ser usado tanto por la madre como por el padre. El mismo, ofrece facilidad y funcionalidad para transportar los objetos del niño en diferentes circunstancias que traspasan los padres en los primeros años de la maternidad.

Por otro lado, González Castro (2013), plantea el proyecto, *Colección de indumentaria de refugio para chicos en situación de calle*, en donde él mismo propone una vestimenta bajo el concepto de funcionalidad desarrollando una colección de tres líneas para proteger a los niños en situación de calle en Argentina, para confrontar tanto el frío como el calor y la lluvia. Para poder lograrlo el autor se especializó en indagar e investigar los materiales y textiles adecuados para cada línea que sean capaces de afrontar diversas condiciones climáticas.

Guarrera (2016), en su proyecto, *Adaptabilidad de prendas y su ocasión de uso*, combina a través del concepto de multifuncionalidad, dos rubros totalmente opuestos, por un lado el Prêt-à-Porter y por el otro el deportivo para ofrecer al cliente una colección que integre dos vestimentas distintas pero que se ensamblan por la comodidad, la elegancia, la funcionalidad y eficacia de la misma a través de la materialidad. La idea principal de este proyecto es ahorrarle al usuario el proceso de salir a comprar prendas de dos rubros distintos por separado.

Otro proyecto similar es el de la estudiante Guerra (2016), quien propone en su trabajo, *Colores que sanan, rediseño del ambo médico para el área oncológica*, volver la prenda típica de médico una prenda funcional para el paciente. Este proyecto consiste en la elección de diversos colores basados en la psicología del color que influya positivamente en el estado de ánimo del paciente con el fin de generar bienestar físico y mental.

El trabajo, *Una prenda, varias funciones, colección bajo diseño de autor multifuncional sustentable*, de la alumna Vázquez (2017), plantea la creación de una colección de diseño de autor, bajo el concepto de multifuncionalidad y sustentabilidad. Este trabajo es pertinente debido a que se propone el desarrollo de prendas multifuncionales a partir de textiles no nocivos con el fin de inculcar valores para el cuidado del medio ambiente. De esta manera, el autor tiene como fin generar un compromiso del ser humano y al mismo tiempo concientizar a la sociedad del cuidado que se debe tener de los recursos naturales de hoy en día.

La estudiante Botta (2016) presenta un proyecto llamado *Bicing, Onda Verde, indumentaria para el ciclismo urbano*, donde propone la creación de distintos conjuntos de prendas diseñadas tanto para la oficina como para poder usarlas en la bicicleta. El objetivo principal de este tipo de prendas que surgen a partir de la adaptabilidad, es otorgarle al usuario una vestimenta que logre combinar dos rubros opuestos, por un lado, el rubro Prêt-à-Porter, un rubro elegante, de trabajo y por el otro, el rubro deportivo que es más desestructurado ya que está pensado para realizar actividad física.

Otro antecedente pertinente al presente proyecto es el de Glazman (2016), *Indumentaria adaptable e inclusiva, diseño para personas con reducción de extremidades*, quien desarrolló colección capsula pensada para personas con discapacidades tales como reducción de extremidades. Ésta colección es lograda a partir de una moldería especial pensada para la comodidad y facilidad del usuario.

Por otro lado, la alumna Mussoni (2015), presenta un PG denominado *Bolsos multifuncionales para mujeres activas*, donde plantea una pequeña línea de seis bolsos multifuncionales que se adaptan a las diversas actividades diarias de la mujer, siendo de esta manera, un accesorio funcional que logra adaptarse a la ocasión de uso y permite de esta manera trasladar varios objetos según la actividad que le toque desarrollar. Ésta pequeña línea transformable se da a partir de una propuesta de moldería específica que permite adaptar el bolso según la ocasión de uso. La correlación con el presente proyecto radica en la elaboración de diversos productos bajo el término de multifunción. Ambos proyectos abordan el rol de la mujer, sus múltiples tareas, como también el rubro deportivo y los textiles.

Kim Hwang (2015), propone en su Proyecto de Graduación, que lleva el nombre de *Indumentaria deportiva funcional*, el desarrollo de una micro colección de prendas deportivas de esquí, donde fusiona tanto funcionalidad como diseño. La idea del autor del presente trabajo radica en dos conceptos, por un lado, utilizar textiles inteligentes especiales para actividades deportivas de alto riesgo como el esquí, y por el otro, la

implementación de ideas creativas plasmadas en los textiles para generar impacto visual por el diseño que las mismas llevan, tales como estampas o motivos innovadores.

Por último, el proyecto de la alumna Trozo (2014), denominado *Rediseño de Uniforme laboral*, se caracteriza por plantear una regeneración del uniforme de los recolectores urbanos de la Cooperativa Amanecer de los cartoneros, con el fin de mejorar la calidad laboral y brindarles un indumento que les permita desarrollar sus tareas diarias urbanas debido a que están expuestos a diversas condiciones climáticas, ya sean lluvias, vientos o frío.

Los proyectos mencionados fueron considerados relevantes puesto que los mismos aportan datos útiles para el presente proyecto. Gran parte de los trabajos detallados abordan la temática de la multifunción como contenido principal. A su vez, al tratar temáticas similares al presente proyecto, los textos contienen bibliografía considerable para la creación de este PG.

En cuanto a la estructura del presente Proyecto de Graduación el mismo se encuentra diagramado a partir de cinco capítulos, de los cuales cada uno contiene sus respectivos subcapítulos. Cada apartado está compuesto de bibliografía específica de la temática tratada. Para lograr su desarrollo se recurrió a libros, revistas, artículos de diario y páginas web para inquirir información que favorezca y conlleve a la creación de dicho PG. El primer capítulo está subdividido en diversos subcapítulos. Se comienza mencionando e introduciendo el acto de vestir. La sociedad evolucionó y los valores de la misma fueron modificándose a lo largo de los años. Es por ello que, en este capítulo, se analiza el origen de la vestimenta y su función en la sociedad. En efecto, resulta necesario definir cuán importante es diseñar en una sociedad dinámica y versátil que se altera y modifica de manera rápida puesto que, las tendencias se renuevan constantemente. Aquí se podrá observar la responsabilidad que tiene el diseñador cuando presenta sus colecciones en un mercado que está pautado por un modelo de producción rápido y vertiginoso. El análisis del nuevo modelo de producción y el comportamiento del

consumidor permitirán comprender las exigencias de los mismos y su relación con los productos multifuncionales.

Luego en el capítulo dos titulado, *la mujer y la vestimenta deportiva*, el autor se enfoca en definir y detallar la evolución del rol de la mujer en un contexto social cambiante y la repercusión de la misma en el mundo de la moda. Aquí, se podrá observar su imagen a través de los años y su inserción en el ámbito laboral. Estos cambios permiten establecer una relación entre la mujer y las actividades deportivas, puesto que, los nuevos oficios impulsaron nuevas vestimentas. Se realiza una correlación con el concepto de belleza y la silueta femenina de los viejos tiempos y la actual. Durante este capítulo, se observa como el rol de la mujer y las actividades que la misma realizaba contribuyeron al surgimiento del rubro deportivo y en consecuencia, la aparición del término multifunción.

El tercer capítulo consiste en situar el nacimiento del deporte y en consecuencia, la aparición del rubro denominado Sportwear. Se realiza un breve estudio de sus inicios en la historia de la moda y se estudian las tipologías características. Aquí se tendrá una mirada histórica de la evolución de dicho rubro hasta la actualidad. Dentro de este capítulo, se realiza un enfoque sobre la tecnología y su relación con las marcas deportivas. Esta herramienta que favorece el desarrollo de prendas multifuncionales da lugar a realizar un breve recorrido por las últimas tipologías deportivas bajo el concepto de multifunción.

Por consiguiente, en el cuarto capítulo se aborda el concepto de textil considerado materia prima indispensable para crear colecciones funcionales a partir de la materialidad. En consecuencia, se realiza una clasificación de los mismos para luego detallar brevemente los tejidos adecuados para la indumentaria deportiva, conociendo de esta forma, sus características y capacidades. Dicho apartado establece una relación entre los tejidos deportivos y los avances tecnológicos, este último, considerado elemento fundamental para lograr la realización de la línea de camperas multifuncionales que se va a desarrollar en el capítulo siguiente. Para concluir, del mismo modo, al mencionar al

textil como material imprescindible para la construcción de la propuesta de dicho PG, se define a la moldería como elemento primordial al cual el diseñador recurre para definir y plasmar sus ideas y diseños realizados.

Finalmente, en el quinto capítulo del presente proyecto se encamina el desarrollo de la propuesta de diseño establecida, es decir, se detallan todos los aspectos relevantes que el autor consideró para poder desarrollar una línea de prendas multifuncionales. De esta manera, en los subcapítulos del mismo, se puntualiza la inspiración para la realización de dicha propuesta, como idea rectora. Luego se definirá el target específico de las prendas planteadas. En este apartado, se especifica el tipo de usuario y sus características.

Por otro lado, se presentará la paleta de color a utilizar y los textiles y avíos que serán implementados para lograr el objetivo del presente proyecto. A su vez, se detallarán las propiedades de cada prenda y se definirá la moldería como instrumento imprescindible para lograr la transformación de la propuesta. El resultado final de dicho proyecto consiste en una línea de prendas multifuncionales deportivas para mujeres activas. El objetivo es otorgarle a la mujer una variedad de camperas que se adapten a diferentes actividades deportivas y logren contener objetos personales puesto que logran transformarse en bolsos.

Como se mencionó anteriormente, el proceso creativo formará parte del cuerpo C, donde se podrán encontrar los paneles de la inspiración del diseñador, la paleta de color utilizada para cada prenda planteada como también, figurines, molderías y una variedad de fichas técnicas que contendrán datos de importancia que permitirán comprender el funcionamiento de cada atuendo deportivo propuesto.

## **Capítulo 1. La vestimenta, el diseñador y el consumidor**

Dentro de este capítulo, se analizará la importancia de la vestimenta, considerada ésta como atuendo funcional que surge como indumento protector preparado para confrontar los cambios climáticos, proteger y resguardar al ser humano. Comprender la moda es un trabajo que engloba un sinfín de factores.

Barthes (2005) sostiene que, el vestir no consiste en un hábito aislado del ser humano, de lo contrario, ésta, reside en una práctica corporal contextualizada. El vestido, en efecto, es objeto histórico y sociológico.

Tras mencionar la postura de Barthes resulta preciso mencionar el fundamento de Medina Cano (2008) quien sostiene que el tema de la moda, es un tema frívolo que forma un documento estético de la sociedad y que éste, trasmite las sensibilidades de una época, los cambios sociales y los estilos de vida en un momento histórico determinado. De este modo, se trata de un mecanismo educador del gusto y de la sensibilidad que abarca dimensiones masivas y globales y en consecuencia, refleja las capacidades del hombre y su poder para transformar su libertad. Para comprender su funcionamiento es necesario evaluar los factores sociales, los factores estructurales así como también las acciones individuales de los seres humanos.

En este capítulo se aborda el concepto de vestimenta y su relación con la sociedad y las culturas tanto de la antigüedad como de la postmodernidad. Dichos estudios permitirán entender la práctica de vestir como un recurso que se adquiere para producir y transmitir valores, culturas e identidades. Tal como Entwistle (2000), en el libro *El cuerpo y la moda, Una visión sociológica*, afirma: “La ropa en la vida cotidiana es el resultado de las presiones sociales y la imagen del cuerpo vestido puede ser un símbolo del contexto en el que se encuentra.” (p. 22). El reflejo de la sociedad se ve en la forma de vestir de la población. La vestimenta, en efecto, consiste en una representación visual que compone las cualidades y condiciones del ser humano.

Las elecciones del vestir siempre están definidas dentro de un contexto en particular: el sistema de la moda proporciona la «materia prima» de nuestras elecciones, pero éstas se adaptan dentro del contexto de la experiencia vivida de la mujer, de su clase, raza, edad, ocupación, etc. Vestirse todos los días es una negociación práctica entre el sistema de la moda como sistema estructurado, las condiciones sociales de la vida cotidiana, como la clase, el género, etc., y las «reglas» o normas que rigen situaciones sociales particulares (Entwistle, 2000, p. 47)

En efecto, será necesario abordar el proceso del diseñador y sus características para entender su comportamiento y responsabilidad frente a una sociedad de excesos, inestable y dinámica donde la moda se altera en función a las nuevas tendencias. Se analizará el comportamiento del consumidor, frente a los nuevos modelos de producción y en efecto, se relacionará a este con los nuevos avances tecnológicos.

### **1.1 La vestimenta, un código universal**

La vestimenta responde a los códigos de una época, necesidades, estilos y tendencias determinadas. Refleja la identidad de una sociedad consumista que se vale de ella para renovar, conquistar y anunciar diariamente.

Pero en un sentido más amplio, ella da cuenta del proceso de modernización característico de las sociedades occidentales, de la dinámica propia de la sociedad de consumo, de la ley de la renovación imperativa, de la caducidad organizada que impera en el mundo de los objetos y de las prácticas cotidianas, de la importancia de la imagen, el reclamo especular de la diferenciación marginal que acompaña el consumo y la vida social. (Medina Cano, 2008, p.13)

Para comprender la utilidad de las mismas, Lurie hace referencia al autor Laver, quien sostiene que usamos ropa para vivir, trabajar de manera fácil y cómoda, así como también para proclamar la identidad y atraer la atención erótica. El autor, frente a esta reflexión, clasifica a estos motivos como principio de utilidad, principio jerárquico y principio de seducción. (1994)

La vestimenta es un código que representa la combinación de los gustos, valores e ideales del ser humano junto a los procesos de la vida social, entre ellos, movimientos, crisis, costumbres, etcétera. La función del vestido, en consecuencia, es formar normas y tradiciones que se consolidan y asocian en representación de un grupo o estilo determinado. Margulis (2000) en efecto, define que la moda no se reduce únicamente la

vestimenta sino que, consiste en una lógica temporal que regula los cambios y las preferencias de los sujetos sociales. Al tratarse de un fenómeno complejo, este se manifiesta de diversas maneras. Si bien la indumentaria surge como soporte, la moda afirma la producción de diferencias, gustos e inclinaciones.

Los individuos se expresan y se comunican de diferentes modos. Su forma de pensar, su forma de hablar, así como su forma de gesticular y caminar reflejan la identidad de cada ser humano. El mismo se vale de un sistema de códigos para emitir señales de forma consciente o inconsciente, facilitando de esta manera, la relación y la convivencia con el resto de la sociedad. Los objetos que lleva o cubren su cuerpo son, entre otros, lenguajes que transmiten para comunicar sus ideales. De esta manera, la indumentaria, el vestuario, los accesorios, además de cumplir su función práctica y estética aportan un mensaje sobre la persona en un tiempo determinado. (Medina Cano, 2008)

Medina Cano (2008) afirma su postura sosteniendo que en la postmodernidad el cuerpo comenzó a cobrar importancia tanto en la vida cotidiana como en los procesos de subjetivación, en la identidad cultural y en las nuevas sensibilidades.

En consecuencia, la vestimenta es un elemento fundamental que se relaciona con el ser humano y su entorno y que comunica a través de códigos universales. Estos códigos son entendidos por una sociedad dinámica que sufre cambios y que los mismos son capaces de generar nuevas formas de vestir. La capacidad de comunicar que tiene la vestimenta se origina puesto que la misma, es una representación de los valores que conforma al usuario.

Ocurre que las prendas traducen y representan una trilogía que muestra quien soy, quien quiero ser y como me ven los demás. Así, cada uno configura un discurso de su apariencia, para expresar y relatar con su ropa la proyección de su propio ideal. (Saulquin, 2014, p.23)

Por consiguiente, la vestimenta es una extensión del ser humano que comunica a través de estilos, colores, siluetas, materiales y formas. En efecto, el cuerpo humano es un componente al que recurre el diseñador para plasmar sus ideas. Saltzman define: “La vestimenta toma forma a partir del cuerpo. El cuerpo es su contenido y le sirve de

sustento estructural, mientras que el vestido lo contiene y delimita.” (2004, p.13). La vestimenta en consecuencia, pasa a ser un espacio que contiene al cuerpo y que establece una relación con el mundo que rodea al ser humano, generando la combinación entre el cuerpo y la vestimenta, permitiendo resignificarse a través del vínculo establecido.

Hoy en día, imponer un estilo sugiere transmitir y compartir la identidad del individuo. Es por ello que la moda no consiste en una forma de vestir determinada, inmutable y definida. Por el contrario, la misma sufre los cambios que se dan en la sociedad que suelen repercutir en los seres humanos y se forman de esta manera, nuevas propuestas creativas de vestir que se agrupan en nuevas tendencias de diseño, aptas para ser adoptadas. Saulquin (1990) realiza un paralelismo entre el estilo y la personalidad. En consecuencia, sostiene que existen tantos estilos como tipos de personalidades. Se encuentra el estilo romántico, clásico, audaz, de vanguardia, entre otros. La autora, sin embargo, recomienda la propia elaboración del propio estilo como representación de la identidad y la personalidad, utilizando los diversos estilos existentes como herramientas que contribuyan al descubrimiento y elaboración del propio modo de ser.

El vestir es una práctica social compleja que, según el contexto donde se desarrolle, puede cumplir varias funciones. Puede ser un escudo, una máscara, un espejo, un espectáculo y un activador importante en el proceso de seducción. (Medina Cano, 2008, p. 15)

Determinar una fecha precisa del origen de la misma no resulta sencillo. En efecto, Medina Cano (2008) sostiene que la moda no es una práctica que pueda ubicarse en un momento y lugar determinado del pasado puesto que ésta es una actividad, más bien institución, propia de la actualidad. Resulta dificultoso comprender su funcionamiento en culturas pasadas, con valores y costumbres determinados por el contexto de otras épocas. En otras palabras, la moda solo produce el reflejo de la modernidad occidental. Consiste en una práctica que expresa el carácter cambiante y la temporalidad efímera de la humanidad presente.

Sin embargo, Lurie sostiene que las primeras ropas utilitarias fueron fruto de la improvisación. De esta forma, las condiciones climáticas externas provocaron la emancipación del cuerpo humano a pieles de animales para resguardarse de las lluvias y olas de frío. (1994)

En efecto, Veneziani (2012) reflexiona y sostiene que las vestimentas, representan un ejemplo de las diferentes formas en que la moda genera mutaciones para adaptarse al medio ambiente, es decir, protegerse de la guerra, de clima o responder a la necesidad de sentirse comunicado.

Se concluirá, en efecto, que la vestimenta consiste en un fenómeno que varía de acuerdo a las necesidades del ser humano. Estas variaciones son producto de un sinfín de factores determinantes, tales como modificaciones en la cultura, movimientos y etapas históricas, avances tecnológicos, y procesos sociales y económicos. Del mismo modo, el ser humano evoluciona y cambia. Esta evolución a su vez, altera los deseos, necesidades y valores del mismo. En efecto, la sociedad recurre a la moda, puesto que esta, sirve como instrumento de simbolización que permite adaptarse al medio, para comunicarse y diferenciarse.

## **1.2 Diseñar, no solo un proceso creativo**

La moda de los últimos tiempos, está determinada por una sociedad consumista y cambiante que adopta y desecha de manera rápida e irracional. El diseñador de indumentaria cumple un rol social que es el de dar una respuesta formal a una necesidad humana, lógica y definida que se produce por la ley de supervivencia, que consiste en cubrir y vestir el cuerpo humano. Sin embargo esta prenda también encierra un rol comunicacional y tiene una función que la hace adaptable a los movimientos del cuerpo. (Chiesa, Cirelli y Sciliani, 2013)

La responsabilidad y el desafío del diseñador consiste en plasmar no solo su ingenio y habilidad natural sino también saber utilizar aquellos recursos y conocimientos adquiridos a lo largo de su formación, que le permitan desarrollar un producto funcional que

responda a las necesidades de los consumidores actuales y futuros que están pautadas por el entorno. A su vez, el mismo debe conocer cuáles son las limitaciones y en consecuencia, responder a los ideales del momento.

Las nuevas modas, para tener éxito, deben concordar con ciertos ideales corrientes del momento en que surgen. Las mujeres deben ver en la nueva moda un símbolo de un ideal, aunque por supuesto, como con otros símbolos, no es necesaria la percepción consciente de su verdadera significación. (Veneziani, 2012, p.134)

Saltzman (2004) sostiene que el diseñador es quien percibe las señales del medio y se compromete a dar una respuesta a través del objeto de diseño. La forma es su campo de acción y esta intervención a través de la forma sirve para expresar la cultura de una época y la posición del diseñador.

Y moda, para muchos sinónimo de encanto y excitación, para otros tantos, creatividad, significa para algunos oportunidades de negocios. Cuando se habla de moda, se sugiere un mundo de fantasía (de diseñadores, modelos, ropa inaccesible), algo irreal y lleno de ilusiones intangibles. Moda, es el reflejo y la expresión estética de una sociedad y sus valores. Y moda tiene una dimensión económica: si algo está de moda, se vende. Saber qué es exactamente lo que se va a vender y resultar rentable, es precisamente lo que convierte a la moda en un negocio orientado al marketing. (Grunfeld, 1997, p. 6).

Medina Cano (2008) al querer comprender la moda, primero define a este concepto como un fenómeno que no se ve únicamente en pasarelas o en los ateliers de los diseñadores más prestigiosos sino que, la moda no afecta a unos pocos, ni tampoco se trata de exclusividad, de lo contrario, la moda se ve diariamente, en las calles, por lo tanto, es un fenómeno constitutivo de la sociedad. Afecta a todos, indudablemente de manera desigual y es adoptada por grupos sociales y clases como parte de la formación de su identidad y sus valores.

En consecuencia, el proceso de diseño consiste en un trabajo cotidiano que se enfoca en desarrollar vestimenta capaz de ser adoptada y valorada por un número amplio de personas. El proceso creativo del diseñador surge como un proceso que tiene como objetivo, comunicar no solo la identidad del ser creativo sino también conseguir representar el contexto social del momento. Se vale de la vestimenta dado que esta,

encierra un rol comunicacional donde cada individuo se identifica para anunciar sus valores.

Saltzman (2004) define diseño como:

En el caso de la vestimenta, podría decirse que el diseño es la forma que surge entre el cuerpo y el contexto, ya que el vestido es un elemento relativo, cuyo mismo planteo se determina a partir de una relación: viste, cubre, descubre y modifica al cuerpo en función de un contexto específico. (2004, p.13)

El diseño se enfoca en materializar y desarrollar objetos, procesos y servicios que tienen como fin mejorar los diseños anteriores valiéndose de diversos recursos tales como la tecnología. Por este motivo, el diseño evoluciona y altera de acuerdo a los distintos factores de la sociedad, entre ellos, la cultura que consumen, la economía, las nuevas tendencias del mercado, los avances tecnológicos, entre otros. (Ferrara, 2012)

A su vez, la tarea del diseñador reside en investigar y conocer a la sociedad en profundidad para responder a una necesidad, a un contexto o a una tendencia. Saulquin (1990) considera que la destreza de los diseñadores reside en responder a la necesidad creando objetos de consumo que consigan modificar el medio que lo rodea. Pese a ello, sostiene que, cada diseñador se encuentra expuesto a los estímulos de otros diseñadores donde cada uno determina un estilo en una época determinada.

En otras palabras, el diseñador es una espejo de la sociedad, donde su función reside en cautivar las vibraciones de los individuos y diseñar y desarrollar de acuerdo a las necesidades de los mismos y el entorno en el que se encuentran. Sin embargo, no por esto, el diseñador debe perder la identidad que inspira a desarrollar y crear colecciones innovadoras. Para captar a los más jóvenes hay que preguntarles que quieren, no hay que hacer interpretaciones sin escucharlos. Es decir, una marca no debe perder la identidad por correr detrás de las tendencias. (D' Orazi. 2017)

### **1.3 El consumidor y los nuevos modelos de producción**

Los individuos, seres víctimas de la moda, consumen para transmitir, permanecer y finalmente por una necesidad básica. Las ofertas del mercado, las estrategias de

marketing, la rotación e incorporación de nuevos productos y la ambición por comunicar y pertenecer a grupos sociales son algunos de los factores que modifican el comportamiento de compra del consumidor.

Schiffman y Kanuk (1997) en su libro *Comportamiento del consumidor* definen este término a la conducta que poseen los compradores cuando, buscan, adquieren, usan, evalúan y desechan los productos que esperan que satisfagan sus necesidades. Es decir, se trata de comprender como los individuos gastan sus recursos esenciales tales como el tiempo y el dinero en asuntos relacionados al consumo. En este estudio se ve el qué, el por qué, el cuándo y el dónde.

La satisfacción que ofrece la moda hoy en día, alejada está de relacionarse con las necesidades reales del ser humano debido a que lo que se consume no es más que un signo, y cuando éste cambia por la llegada de una nueva moda, deja de ser útil. Es por ello que, la moda es aceptada mientras actúa, pero, pese a ello, posee una duración efímera producto del deseo de adoptar lo nuevo y último del mercado con el fin de conservar el prestigio social. Debido a esto, la socióloga finaliza señalando que tanto la liviandad como la trivialidad de la moda, permiten el juego del cambio y hacen de ella un proceso efímero. (Saulquin, 2014)

Veblen (2000) en *Teoría de la clase ociosa*, presenta un pensamiento paralelo sosteniendo que, las modas son efímeras puesto que las sociedades requieren mostrar sus riquezas acumuladas. Este cambio en la moda, lo explica mediante la “ley del derroche” donde a frivolidad y ostentación obligan a la sociedad a acobijarse en un nuevo estilo.

El comportamiento del consumidor en el mercado fue variando por diversas razones. Generalmente el acto de compra se realizaba en función a la necesidad básica de cada individuo. Este concepto se modificó cuando la población se vio afectada por distintos factores sociales y económicos como también por el rol de ellos mismos en la sociedad. Al respecto, Dogana (1984) en su libro *Psicopatología del consumo cotidiano* sugiere y

comprueba que el consumidor ya no adquiere bienes por su cualidad funcional y de eficiencia. En efecto, esta adquisición se realiza, además, por su significación, por lo que simboliza y por una serie de valoraciones emotivas que la posesión genera.

Nicosia (1974) afirma que la comprensión del hombre como consumidor es necesaria para poder explicar la forma de vida en una cultura determinada. La comprensión de dicha cultura, permitirá, en efecto, comprender los problemas sociales y económicos.

Tal como sostiene Fogg (2014), en el libro *Moda, toda la historia*, la economía de Europa y Estados Unidos, para la década del siglo XX se vio afectada por la Industrialización. El progreso industrial y técnico que sugería acabar con la venta al por menor y de ésta forma producir a grande escala, estableció una nueva forma de gastar y consumir. La sociedad comenzó a introducirse en una civilización donde tener múltiples oficios era algo estereotipado, no solo por el hecho de que se fueron adquiriendo roles multifuncionales en el ámbito laboral, sino también por cuestiones económicas que exigían jornadas más extensas para poder sobrevivir. La moda se acopló a todos estos factores sociales que la población fue sufriendo. Los diseñadores comenzaron a producir en función a la actividad del ser humano. Las marcas de aquella época, en efecto, se enfocaron en desarrollar colecciones pasajeras que se adaptaban a la demanda del momento y las tendencias que se concebían por diversos motivos.

Resulta preciso destacar que en el siglo XX sucedieron varios movimientos sociales que suponían una forma de vestir determinada. Este fue otro factor por el cual la moda mutaba de manera tan rápida. Cada época, con sus movimientos respectivos, tenía sus costumbres, valores y formas de vestir y comunicar. Fogg destaca que: “En todas las épocas, la moda ha impuesto su estilo a la belleza, y viceversa.” (2014, p.239)

El consumo por la indumentaria aumentó significativamente en los últimos años dado que los seres humanos descubrieron un medio para comunicar y transmitir sus principios. La vestimenta se tornó un elemento significativo para alcanzar la tendencia del momento, comunicar los propios valores y la identidad. Los autores Croci y Vitale determinan que:

“Dentro de los límites que impone la economía, la ropa se adquiere, se usa y se desecha de la misma forma que las palabras, pues satisfacen nuestras necesidades y expresa nuestras ideas y emociones.” (2000, p.191)

Las grandes marcas implementaron nuevas estrategias con el fin de acrecentar la demanda de indumentaria con mayor frecuencia en relación a otros años. Un cambio en la moda fue la disolución de las temporadas por estación. Antiguamente, las marcas lanzaban cuatro colecciones al año, hoy en día se lanzan entre seis a ocho colecciones, alimentando este sistema de moda desacerbado que genera un consumo inconsciente e impulsivo y deja de lado el tradicional sistema de temporadas por estación. Así como sostiene Bauman (2006), la moda rápida se acopla a una vida frágil y líquida donde se abandona el concepto de temporadas por estación y surgen en efecto, nuevos lanzamientos constantes que permiten ofrecer mayor variedad de prendas en un tiempo estrecho. En consecuencia, la moda, debido a estos factores, se torna un fenómeno variable que se renueva de acuerdo a las últimas tendencias.

Tal como sostiene Udale en el libro *Diseño textil tejidos y técnicas*:

La confección de prendas de vestir resulta cada vez más barata ya que los niveles de producción de prendas son cada vez mayores. Compramos ropa en los supermercados al mismo tiempo que los alimentos para la semana. Vestimos camisetas que utilizamos para comprar otra prenda barata. La moda tiene una vida corta ya que aparecen nuevas colecciones cada seis meses. Si las colecciones de temporada no se venden, se rebajan, se destruyen o se reciclan. (2008, p.37)

Sidoti (2016) establece una entrevista interesante para la revista *Sophia* con la socióloga de moda Saulquin quien mantiene su postura de que la sociedad sin embargo, se perfila a ser mas consiente y remarca que el sentido común y las finanzas demuestran que se deberá salir del consumismo logrado por la superproducción considerando que, no es ético el sistema de “compro, luego tiro”.

Del mismo modo, los autores Croci y Vitale (2000) expresan en *Los cuerpos dóciles, hacia un tratado sobre la moda*, que la moda se desplazó hacia un sistema general de la indumentaria donde la confección y producción de prendas está especulada a

grande escala. En efecto, estas series industriales no contemplan la calidad y duración de los objetos que luego ofrecen al mercado.

En relación a la producción, las nuevas tecnologías permiten generar productos de manera rápida, lo que concibe mayor producción de prendas en un tiempo muy estrecho provocando la rotación de productos en un mercado cambiante. Esta práctica de producir colecciones de manera apresurada es definida por la socióloga Saulquin (1990), quien detalla que los nuevos consumidores alimentan este proceso exacerbado de la moda que tuvo sus orígenes para la mitad del siglo XX, donde los diseñadores buscaban mostrar la mayor cantidad de tendencias por temporada. Esto surgió principalmente por el cambio brusco de estilos en la moda que sugerían nuevas prendas. De esta forma, aparecieron en Europa y Estados Unidos especialistas destinados a programar, organizar y manipular la moda considerando no solo las necesidades sociales económicas y culturales sino también saber reconocer el contexto social en el que se encontraba la población.

La autora mencionada anteriormente, Grunfeld (1997) en el libro *Marketing de la moda*, sostiene que la industria comercial, es decir, las grandes marcas, modificaron el comportamiento del consumidor generando en ellos compras impulsivas e innecesarias con el fin de obtener beneficios económicos. Las grandes marcas comerciales apuntan a desarrollar un sin fin de productos que logren ser vendidos y aceptados por la sociedad.

Estos estudios permiten afirmar que la sociedad se torna irracional y vulnerable frente a las marcas. Los ideales de estas consisten en producir en cantidad, obteniendo calidad media o baja. Dentro de sus ideales, lejos está la idea de concientizar a la sociedad en consumir lo necesario, o bien, sugerir la elección de productos con costos elevados pero de buena calidad y durabilidad. Todo este ciclo interminable acrecienta un modelo de producción rápido y absurdo.

Sin embargo el consumo actual se está definiendo por diversos pilares esenciales tales como, comodidad, funcionalidad y practicidad. Saulquin (1999) y Saltzman (2004) sostienen que el diseño en los últimos años comenzó a responder a las necesidades

funcionales, pensadas en satisfacer y confortar el cuerpo humano logrando un mayor desempeño y relación con el entorno.

En consecuencia, se considera que, la moda razonada como un proceso efímero y frívolo manifiesta numerosos procesos sociales y procesos de identidad donde los individuos olvidan su función básica y primera de protección para encontrar en ella, a través de la adquisición y el recambio compulsivo, su identidad y sus valores. El consumo irracional y la superproducción, del mismo modo, alimentan este proceso absurdo.

Asimismo, en la actualidad, se está desplegando una búsqueda de nuevos productos multifuncionales que se adapten a las necesidades y las exigencias del usuario como también al contexto en el que se encuentran, puesto que, tanto factores sociales como económicos, alteran la demanda de un mercado vulnerable y cambiante. Chiesa, Cirelli y Siciliani (2012) sostienen que el modelo de sociedad actual está regido por pilares firmes que se basan en la versatilidad, la adaptabilidad y la flexibilidad.

#### **1.4 El consumidor y su exigencia en el mercado en relación a la tecnología**

La variedad en el mercado conlleva a que el consumidor se vuelva exigente. Sus compras se realizan en función de la propuesta innovadora que ofrecen las marcas que deben estar ligadas al estilo de vida, costumbres, valores e intereses de la sociedad, es decir, a aquellas cuestiones culturales que rigen y forman de una manera determinada al usuario como también a cuestiones políticas y económicas de la sociedad.

Tal como sostiene Volpintesta: “Las decisiones de diseño se toman estrictamente por necesidades funcionales, pero suelen llevar aparejada una herencia tradicional, histórica o cultural, e incorporan señas de identidad como motivos, colores, materias primas, artesanías locales y técnicas o siluetas.” (2015, p. 89.)

Estos cambios sociales repercuten en la psicología del consumidor. De acuerdo a lo que la población vive, las demandas en el mercado variaban según sus intereses y necesidades.

Los consumidores actuales amplían su horizonte en busca de nuevos productos que satisfagan sus necesidades. La aparición de nuevas tendencias junto a un modelo de producción efímero, originan prácticas de consumo irracional y compulsivo. Resulta preciso citar a Bauman (2006) quien establece un paralelismo entre la sociedad actual y la vida líquida. En efecto, sostiene que no se crean hábitos debido al acelerado ritmo de vida que lleva la sociedad. Este ritmo impide, en efecto, la consolidación y genera un consumo de incertidumbre donde el individuo adquiere y desecha de manera absurda.

Al establecer el comportamiento del consumidor con la indumentaria, resulta preciso citar a Veneziani (2012) quien expresa que, en la actualidad, la indumentaria se ha fusionado con todo aquello que pareciera ser “urgente”, con el “quiero ya”, con la necesidad de estar conectados continuamente a través de las nuevas tecnologías.

Sin embargo, los requerimientos actuales de la sociedad parten de conceptos definidos tales como funcionalidad, comodidad, buena materialidad, entre otros. En consecuencia, en la actualidad, las marcas aspiran a establecer un vínculo estrecho con sus clientes a través de la tecnología. El propósito reside en instaurar una relación concebida a través de la interacción con los mismos para lograr acceder a sus gustos, intereses, e inquietudes y generar productos rentables.

Un factor determinante para hacer posible esta comunicación entre el consumidor y el que ofrece el producto es la tecnología, puesto que, la misma permite el conocimiento de todas estas cuestiones culturales como, costumbres, tradiciones, inquietudes o nuevas modalidades que forman a los individuos.

Chiesa, Cirelli y Siciliani (2012) realizan un análisis en su libro llamado *Buenos Aires es tendencia, Diseño de indumentaria en la era digital*, donde sostienen que, desde hace años, las redes sociales son líderes de la comunicación y la vida medida por los objetos. En efecto, las redes sociales establecen una comunicación global donde cada uno puede reforzar su identidad y comunicarla como si fuera una marca registrada.

Estamos atravesando una transición; la superposición de dos formas culturales, la sociedad industrial y la digital. Vivimos en una sociedad compleja, ambivalente,

difícil de interpretar. Creo que vamos hacia la fragmentación del poder y el protagonismo de las redes sociales. La imagen digital diluyó lo político y lo privado. (Saulquin, p.2, 2014)

Para realizar un cierre del presente capítulo, resuelta imprescindible entender que la moda es dinámica y revolucionaria, la misma se transforma y modifica día a día puesto que no se presenta como un proceso inalterable sino que varía en relación a la sociedad y las nuevas tendencias. Vestirse consiste en una práctica que surgió, en sus orígenes, por la necesidad básica de supervivencia y pudor y qué, sin embargo, la misma fue adquiriendo nuevos significados. A su vez, las nuevas tecnologías permiten el desarrollo de nuevas propuestas interesantes por las cualidades que las mismas presentan. Se puede reconocer la aparición de las prendas multifuncionales que son logradas a partir de la incorporación tecnológica en la indumentaria. La aparición de nuevos materiales inteligentes, permiten el desarrollo de productos adaptables, cómodos y funcionales. La tecnología permite de esta manera, desarrollar en función a la necesidad del consumidor. El consumo en efecto, se ve como un proceso devastador donde el comprador adquiere y desecha de manera rápida e irracional. Venezianzi acerca de esta reflexión aporta su mirada sosteniendo que: “La vida organizada en torno al consumo debe arreglárselas sin normas: está guiada por la seducción, por la aparición de deseos cada vez mayores y por los volátiles anhelos, y no por las reglas normativas”. (2012, p.134). Esta es una tarea significativa para el diseñador dado que el mismo debe captar las nuevas necesidades o tendencias sin perder la identidad que presentan sus colecciones para generar productos aceptados por la sociedad.

## **Capítulo 2. La mujer y el cambio de su vestimenta en las últimas décadas**

El presente capítulo tratará de conceptualizar a la mujer desde los orígenes hasta la actualidad en una sociedad cambiante, donde los roles femeninos se vieron afectados por diversos factores sociales, económicos y culturales. Estos acontecimientos provocaron, en efecto, cambios en la imagen de la mujer que serán estudiados para comprender su evolución en la sociedad. Asimismo, se verán los cambios en la moda que promovieron el surgimiento de indumentarios adaptables a las actividades en un contexto social determinado por movimientos históricos. Las nuevas actividades laborales y recreativas originaron modas adaptables al cuerpo humano. Las prácticas de entrenamiento, la obsesión por el cuidado personal y la innovación en la vestimenta originaron, a su vez, siluetas determinadas por épocas y movimientos sociales. Los medios de comunicación, del mismo modo, adquirieron un rol importante puesto que eran y seguirán siendo formadores de opinión pública.

Las mujeres en la actualidad conviven con un ritmo de vida acelerado y debido a ello, se encuentran a cargo de diversas tareas. Estos cambios que sobrelleva la mujer con el correr de los años permiten estudiar y conocer la mujer actual, multifacética y activa, con ocupaciones y profesiones distintas a las que se dedicaba originalmente. Este presente texto permitirá analizar los cambios en la indumentaria tras diversos acontecimientos y movimientos sociales que repercutieron en la moda, específicamente en el rubro deportivo. Realizar un breve recorrido histórico por el rol de la mujer y el cambio de su imagen, permiten establecer una relación con la vestimenta, puesto que, ésta comenzó a modificarse en función a las actividades que la misma realizaba como también por diversos acontecimientos sociales que suponían formas de vestir determinadas que agrupaban a los individuos de acuerdo a los pensamientos, valores y vestimentas que utilizaban.

## **2.1 El rol de la mujer y su imagen en la sociedad**

Originalmente la visión que se tenía de la mujer era muy reducida, ésta era tomada como pertenencia del hombre, y solía dedicar su vida pura y exclusivamente a las tareas del hogar. La sucesión de diferentes hechos históricos transformaron la imagen de la mujer, generando, en efecto, nuevas formas de introducirse en la sociedad. En consecuencia, las mujeres alcanzaron un protagonismo que provocó la notoriedad y valorización de la misma. La consolidación de una imagen fuerte y la búsqueda por su liberación y aceptación social, le permitió someterse en nuevas profesiones. La Revolución Industrial y las grandes Guerras Mundiales, entre otros factores sociales, generaron cambios bruscos en la forma no solo de vestir sino también en la forma de pensar y expresarse.

Arias (1973) remarca y reflexiona sobre los trabajos de las mujeres en la antigüedad y considera que la mujer siempre ha trabajado. En las sociedades primitivas se especializaba en áreas agrícolas y domesticas que fueron abandonadas con la aparición de la Revolución Industrial. Este fenómeno, requirió mano de obra que posteriormente fue abastecida por el sector femenino. A pesar de introducirse en diferentes ocupaciones la autora sostiene que, los trabajos que desempeñaron fueron de menor responsabilidad y menor salario, puesto que, esta era relacionada con tareas del hogar, y la imagen de la misma consistía en auxiliar al hombre.

Para comprender los motivos de las limitaciones de las mujeres en la antigüedad resuelta preciso citar a Arias (1973) quien considera que la lucha por la emancipación y liberación femenina surge a conciencia de la situación de inferioridad y marginalidad social a las cuales eran sometidas las mujeres a lo largo de la historia.

La lucha por el reconocimiento femíneo en diversos ámbitos públicos, demandó tiempo y movimiento por parte de las mujeres que sufrían diferenciación y exclusión social. Hace tan solo 10 años, las mujeres comenzaron a formar grupos de liberación para finalizar con los atavismos culturales que colocaban a la mujer en un plano inferior al hombre.

(Arias, 1973)

Hoy en día, las mujeres se encuentran en una búsqueda de identidad propia. La mujer actual realiza los mismos trabajos que el hombre, no solo en el ámbito laboral sino también en prácticas deportivas.

Mizrahi (1991) sostiene lo siguiente: “la mujer tiende a actuar, cada vez con más fuerza, su par antinómico: la ruptura y la transgresión. Mientras en ella el sometimiento se convierte en fuerza crítica, la ruptura aparece cada vez más como parte de su naturaleza.” (p.73)

Se ha demostrado que se encuentran capacitadas de igual o mayor manera en relación a la sociedad para desempeñar un sinnúmero de tareas y competir en cualquier área. Tal como describe Aprile: “La historia de las mujeres ha cambiado y mucho. Lo que comenzó siendo una suerte de historia hogareña, con roles privados y acotados, hoy es una historia de las mujeres invadiendo el espacio público con un marcado protagonismo.” (2012, p.123)

Resulta necesario citar el pensamiento de Lopez Gil (1999) quien determina que ante el intento de autorepresentarse de forma individual, la mujer logró ser excesiva, pensar fuera de lo legalizado, mostrarse irreverente y antidoctrinaria con el objetivo de mostrar un mundo desde su propia perspectiva.

Entre los progresos más importantes de las últimas décadas se encuentran el acceso a la anticoncepción, la educación superior, el trabajo, la autonomía, el reconocimiento individual y hasta el ejercicio del poder empresarial y político. La mujer como ama de casa ya es un artículo de museo”. (Aprile, 2012, p.122)

Para concluir el presente apartado resulta necesario valorar y reconocer el esfuerzo y la insistencia del ámbito femenino frente a una sociedad que reprimió sus valores y derechos como ciudadanas. La búsqueda por el autoreconocimiento fue un proceso que abarcó momentos históricos abundados de movimientos, ideologías, prejuicios sociales, entre otros. Asimismo, Mizrahi (1991) reflexiona y aporta su mirada frente a esta lucha histórica afirmando que, esta búsqueda por alcanzar la libertad e independencia no comienza en la actualidad, sino que la historia contiene evidencias que determinan a esta lucha, como un proceso extenso que se inició con el objetivo de explorar, identificar y

definir la propia identidad. Los autores del libro *Mujer: trabajo, familia y finanzas*, Vallejo y De Micheo (1994) plantean que: “Han sido necesarios más de veinte siglos de historia en el mundo occidental para que la igualdad de sexos haya sido recogida como idea básica del desarrollo en los ordenamientos jurídicos modernos.” (p.13)

La mujer como ser integrador se reconoce como individuo trasgresor que se atreve y avanza para defender y proclamar por sus derechos en una sociedad que antiguamente, impuso y promovió su inferioridad frente a los poderosos.

## **2.2 La mujer y la vestimenta**

La modificación en el rol y la imagen de la mujer manifestado en el apartado mencionado anteriormente, que alcanzó modificaciones en el desarrollo de las nuevas tareas y la liberación en el ámbito público, a su vez, trajo aparejado un cambio brusco y positivo en la vestimenta, generando de esta manera, nuevos atuendos que se adaptaban a cada ocupación con el fin de encontrar en ésta, comodidad y funcionalidad.

La moda está ligada al contexto social de tal manera que, los acontecimientos que suceden cotidianamente alteran, forman o disuelven tendencias, modas y estilos. La indumentaria cambia en función de las preferencias de los poderosos, tiende a simbolizar una personalidad, un estado de ánimo, un sentimiento individual, se convierte en signos y lenguajes de igual importancia que las divisas bordadas, los monogramas y emblemas que apreciaron en los siglos XIV y XV, como otros tantos símbolos personales de los caballeros. (Lipovestky, 1900)

La moda consiste en un reflejo de la sociedad, un reflejo de lo que vive la población. Se transmiten valores, costumbres, ideologías, modalidades y comportamientos que el diseñador tiene el deber de absorber esas tendencias para generar prendas que respondan al contexto social del momento.

Fogg (2014) sostiene que para la década del 1900, la racionalidad cobró mayor sentido provocando el surgimiento de una nueva fase en la moda femenina, que destacaba la funcionalidad y la comodidad de las prendas. La sociedad comenzó a demandar prendas

funcionales, versátiles y prácticas. Poco a poco, la mujer se desprendió del concepto de ama de casa y comenzó a tener protagonismo y libertad para introducirse en un mundo distinto. Este cambio social de la figura femenina, junto a diversas cuestiones sociales y económicas, repercutió en la moda, generando una nueva forma de vestir. Estos desarrollos e innovaciones representaron un cambio significativo en el movimiento hacia una indumentaria más práctica para el nuevo siglo, que hasta cierto punto anunció, con su liberalismo y su utilidad, la emancipación de la población femenina, tanto física como política, en la que la primera guerra mundial también tuvo un papel importante. (Fogg, 2014)

Tras esta búsqueda de prendas sencillas y adaptables a los movimientos que el cuerpo realizaba surge el rubro deportivo. Un rubro de vestimenta estilosa que, sin embargo llevaba un modo informal en comparación con el rubro llamado Prêt-à-Porter o la alta costura que requieren de una moldería más rígida puesto que, se trataba de una moda más prestigiosa y elegante destinada a mujeres glamurosas, que en aquel momento, vestían al compas de los últimos lanzamientos de los grandes diseñadores.

La ropa deportiva desempeñó, en efecto, un papel central en la moda del siglo XX. Cambió el rumbo de la indumentaria de un modo que nadie hubiera podido anticipar. Alteró la forma de vestirse, de moverse y de sentirse de las mujeres. La moda y la ropa deportiva están irreversiblemente entrelazadas, y los diseñadores de ambos campos se inspiran mutuamente. (Worsley, 2011, p.64.)

Estos cambios sociales, estimularon a las mujeres a llevar un estilo de vida activo donde la indumentaria debía ofrecer movilidad, comodidad y confort. En consecuencia, se comenzaron a practicar actividades de ocio deportivas tales como, tenis, polo, navegación, que requerían de una vestimenta adecuada con un estilo menos estructurado para su correcto desarrollo. Por otro lado, el cuidado personal y la obsesión por el culto al cuerpo humano poco a poco comenzaron a percibirse notoriamente por parte de estas mujeres, que ahora eran protagonistas de la sociedad.

Fogg (2014) afirma en el libro *Moda, toda la historia*, que diversas cuestiones sociales como la Primera Guerra Mundial generaron un torbellino de actividades deportivas y al

mismo tiempo un consumo desmedido por parte de esa sociedad. Esta combinación generó una obsesión por actividades recreativas como la navegación, el polo, las carreras de caballos y el tenis. Estas nuevas prácticas deportivas sugerían una indumentaria adecuada para su realización. En efecto, sin importar el nivel y la clase social, desde el sector obrero hasta las clases más prestigiosas se introdujeron en actividades de ocio que promovían una serie de ejercicios que contribuían a la salud física y mental. Para esta época entonces, tras este incremento de prácticas deportivas surgieron clubes deportivos.

Para esta década, la mujer se ve liberada de tal manera que se introduce en otro tipo de profesiones. Abandona, lentamente, las tareas hogareñas para encargarse de realizar un trabajo de oficina que consistía en administrar y organizar empresas, como también empleos civiles como fábricas o transportes públicos. En consecuencia, esta fue la verdadera causa por la cual las mujeres comenzaron a realizar actividades deportivas e implementar vestimenta funcional. La búsqueda del momento de ocio después del trabajo, fue detectada por los grandes diseñadores que se orientaron en desarrollar vestimentas ligeras, que permitieran la correcta ejecución de estas actividades. (Fogg, 2014).

En su nueva versión, su elegante indumentaria deportiva de los años veinte no solo devolvió a las mujeres elegantes de mediados del siglo su verdadera silueta y su libertad de movimientos, sino que reactivó una esfera de influencia en realidad nunca desaparecida; formas naturales, prendas de vestir básicas y ligeras, accesorios simples y belleza sin pintura. (Chahine, 2006, p.15)

Para la década de 1930, la mujer, debido a la seguridad en sí misma y la libertad que había obtenido en los últimos años, junto con una fuerte influencia de la época dorada de Hollywood se animó a apostar por prendas más entalladas que marcaban la silueta del cuerpo humano. La moda desde 1920 ya exigía una silueta trabajada y entallada. Se trataba de una época donde se comenzaron a ver cuerpos casi desnudos, producto del desarrollo de prendas más liberadoras y una fuerte influencia del culto a la conciencia corporal. El precursor de este concepto fue Calvin Klein, quien logró desarrollar

colecciones reveladoras, no solo por la sensualidad que las mismas ofrecían sino también, por la implementación de textiles funcionales que habían sido incorporados de una forma distinta. En la época de los '80, la moda del gimnasio trajo aparejado nuevas innovaciones en el mundo de la moda, la incorporación de la lycra y la imposición del uso de leggings ceñidas al cuerpo fueron algunos de los descubrimientos de la época. (Fogg, 2014).

### **2.3 La silueta femenina en relación a la vestimenta**

Los últimos movimientos y crisis sociales le permitieron a la mujer, introducirse en nuevos oficios que otorgaban mayor autonomía y libertad de su tiempo libre. La aparición del tiempo de ocio originó nuevas formas de entrenar y por consiguiente, la moda se ajustó a estos cambios, generando indumentaria adaptable a los movimientos del cuerpo como también, a la silueta de cada hombre y mujer que se definía por las tendencias de cada época. En efecto, el cuerpo humano y su silueta presentan una relación con la vestimenta. Saltzman (2004) considera que para desarrollar indumentaria se debe conocer la anatomía y movilidad del cuerpo, dado que el cuerpo será el usuario de dicha vestimenta y en ella se podrá observar y comprobar la funcionalidad y rendimiento del indumento. En consecuencia, el cuerpo humano cumple la función de soporte para que la vestimenta tome forma a partir de éste.

La silueta femenina se fue distorsionando con el correr del tiempo puesto que numerosos motivos provocaron modificaciones en la cultura, en los valores, en la identidad de cada individuo, en el contexto social, etcétera. Veneziani (2012) en efecto sostiene que, la silueta femenina se modificó sucesivas veces, desde fines del siglo XIX hasta el comienzo de la Primera Guerra Mundial. En consecuencia, la introducción en nuevos oficios del sector femenino alteró la vestimenta. Frente a dicha reflexión la autora expresa:

Cuando el rol de la mujer cambia (o se asoma a la esfera pública) también los hacen sus ropas. Hay que tener presente que por aquellos años se iniciaba un

sutil movimiento por parte de algunos grupos de mujeres respecto a la posibilidad de sufragar. (Veneziani, 2012, p.21)

En este punto resulta preciso destacar qué se entiende por silueta. Saltzman (2004) define: “La silueta es la forma que surge al trazar el contorno de un cuerpo” (p.69). La autora establece una relación directa con la indumentaria, puesto que la misma se produce en relación a la anatomía, entendiéndose por ella, forma y línea envolvente del cuerpo humano, siendo la forma la figura límite del vestido y la línea el límite de dicha figura. De esta manera, realiza una clasificación de la silueta y considera que se pueden encontrar siluetas con forma de trapecio, bombé o anatómica, con una línea adherente, tensa, difusa, insinuante, rígida, entre otras.

El concepto de silueta requiere de una representación bidimensional o plana puesto que, en la vestimenta, la silueta se proyecta en términos tridimensionales, dado que el cuerpo se contiene de una forma tridimensional y el vestido funda una dimensión espacial en torno a éste. De acuerdo a la relación entre el textil y el cuerpo, la representación se modifica de acuerdo al ángulo desde el cual se lo observe: de frente, de perfil o de espaldas. En efecto, la posibilidad de jugar con las líneas de anatomía sobre el cuerpo y la modificación de sus formas define el contorno de la silueta. (Saltzman, 2004)

Antiguamente, hacia el siglo XX, la corpulencia representó el bienestar, la salud y la plenitud. En efecto, el cuerpo voluminoso fue símbolo de ostentación y lujo de las clases poderosas en contraposición a los campesinos y obreros, quienes portaban una silueta delgada y sin forma fruto del hambre y la miseria de aquella época. Cada época sugirió un modelo de cuerpo determinado que representó los valores y culturas del momento. En la década de 1950, el cuerpo curvo surgió como intento de restauración contra la emancipación femenina y como consecuencia de la negociación sexual. De esta manera, adquiriendo esa figura, las mujeres se sentían divas y amas de casa simultáneamente.

Sin embargo cada época supo representar una figura determinada originada por movimientos que agrupaban a la sociedad de acuerdo a sus valores y costumbres. La

diferenciación de clases estaba proporcionalmente relacionada con la vestimenta, la silueta, la cultura y el rol que desempeñaba la mujer.

En los movimientos juveniles de los años '60, las formas ideales del cuerpo de la mujer adoptaron la juventud, la delgadez, la ingenuidad como sus grandes aliados hasta que en los años '70 se popularizó el ideal longilíneo, la moda unisex y los cuerpos estilizados. La silueta empezó a transformarse de acuerdo a los ideales de cada época que se reflejaban en el cuerpo y la vestimenta de la sociedad. En efecto, en los años '80 surgió una silueta nueva que consistía en una línea contrastante que residía en una figura atlética y tonificada. La vestimenta, en efecto, comenzó a ceñirse al organismo para transmitir los nuevos cuerpos delgados y tonificados, según como expone Saltzman (2004).

En consecuencia, el comportamiento del textil proveerá la delimitación y conformación de la silueta, puesto que ésta, depende de la caída y naturaleza del material. Saltzman (2004) expresa que la naturaleza y las características del material del indumento condicionan de diferentes maneras la adaptación de éste en el cuerpo humano. Cuando se habla de la naturaleza la autora hace referencia al peso, la caída, la elasticidad, la densidad, la rigidez, etcétera. En consecuencia, considera que un textil con rebote tenderá a proyectar una silueta adherente que dependerá de la tensión del material en torno al cuerpo mientras que, un material liviano y con caída insinuará las formas del cuerpo de manera difusa y en efecto, un material rígido sugerirá una silueta geométrica creando un espacio independiente entre el cuerpo y el vestido.

Cada época supo tener sus íconos o figuras más representativas. Estas, fueron líderes de influencia puesto que, la sociedad imitaba lo que estos aparentaban, utilizaban, consumían o determinaban.

Schefer (2006) hace referencia a Kate Moss como la modelo con mayor influencia en el mundo de la moda. Una mujer emblemática de un look distinto, caracterizado por un cuerpo diminuto y frágil, alcanzó imponer un look anti maniquí característico de la época, y rompiendo con los esquemas originales, estableció un tipo de mujer con medidas

reducidas y silueta estilizada. Con su estilo andrógino personalizó el espíritu de la época y modificó el ideal de belleza impuesto por la sociedad.

Antiguamente, la sociedad adoptaba un canon de belleza único que era impuesto por la época, de esta forma, las mujeres imitaban y reproducían una imagen similar entre una y otra. En la actualidad, existen una variedad de siluetas, tallas, y cánones de belleza, producto de una búsqueda y definición de la identidad personal por parte de los individuos. Schefer (2006) logra reconocer sin embargo, que en la actualidad el parámetro de belleza no es igual para todos. La libertad de expresión, la formación de pensamientos individualistas y la construcción de la propia identidad formaron nuevas maneras de considerar aquello que se denomina bello y frente a esto se cuestiona si este cambio fue producto de una revolución de la belleza. De esta manera, la autora sostiene lo siguiente:

En la actualidad, como nunca antes, la belleza es plural y se define individualmente. El efecto de esta búsqueda de uno mismo y el trayecto recorrido a lo largo del siglo se hacen visibles. ¿Han conducido a una revolución de la belleza? Quizá. (Schefer, 2006, p. 10)

Debido al cambio de paradigma, la silueta femenina desde sus orígenes transitó diversos estilos que modificaron la forma típica y original de la misma. La silueta contiene una relación estrecha con la moda. Ambas, varían en función al contexto social. Los atuendos femeninos y masculinos a lo largo de los años, sufrieron modificaciones que fueron producto de acontecimientos sociales y movimientos que exigieron modificar la vestimenta y la silueta de una época para poder realizar determinadas tareas o representar modelos culturales.

Saltzman (2004) sostiene que la silueta está íntimamente ligada a la cultura de cada época y lugar. Resalta que, es importante observar las progresiones de la silueta a través del tiempo, puesto que enseñan con claridad las transformaciones que acontecen en el modelo cultural. La autora cita como ejemplo, para sostener su pensamiento, el proceso de la Revolución Francesa que generó un quiebre trascendente en las siluetas tanto del hombre como de la mujer, vigentes hasta el momento. Por lo tanto, la moda modificó su

rumbo debido a dicho suceso. La vestimenta de las mujeres erradicó las crinolinas y los corsets, y el quiebre en la cintura que provocaba una exageración en las curvas de la cadera fue reemplazado por el bajo busto, logrando una silueta libre y natural. La moda masculina incorporó las formas y los materiales de campo, simplificando la vestimenta a través de la funcionalidad, generando una moda deportiva, urbana que se contraponía a la moda de la nobleza.

La diversidad de cuerpos en la actualidad, supone una variedad de siluetas que conviven con la moda dado que ésta, se desarrolla en función a las proporciones del cuerpo humano y las actividades que el mismo realiza. La flexibilidad y transformación de la silueta, permitió generar nuevas vestimentas adaptables a los movimientos de diferentes cuerpos con medidas reales o diferentes a las convencionales. Saltzman (2004) define: “La vestimenta se proyecta en función de las formas del cuerpo y sus movimientos. La ubicación de las articulaciones y sus diferentes ángulos de apertura y direccionalidad exigen pensar la morfología del vestido según las actividades del usuario.” (p.30)

Para concluir el presente apartado, se puede afirmar que la vestimenta requiere del cuerpo para establecer las dimensiones y características de la prenda. Esta relación que se instaura entre el cuerpo y la vestimenta permitirán reconocer, delimitar y apreciar la silueta, que ésta a su vez, definirá el contorno del cuerpo humano. En la indumentaria, las formas de la silueta pueden apreciarse a través del textil puesto que éste determina a partir de sus componentes su reacción frente a diversas siluetas.

#### **2.4 Los medios de comunicación y la imagen de la mujer**

La sociedad, vulnerable y versátil, desde la aparición de los medios de comunicación se encuentra expuesta a los mensajes que manipulan los medios, encargados de generar vínculos globales y modificar los valores y pensamientos u ideologías de la sociedad.

Veneziani (2012) sostiene de este modo qué: “Para Stuart Hall los medios de comunicación son los principales canales de producción y distribución de la cultura y a los cuales considera verdaderos ‘aparatos ideológicos’”. (p.116)

Al referirnos a dicha terminología resulta preciso definir el concepto. McQuail (1983) define a los medios de comunicación como actividades de producción cultural e informativa que son ejecutadas por comunicadores de masas que se dirigen a una audiencia en un marco de regulación y de costumbre.

Los medios de comunicación logran un alcance global y una recepción inmediata puesto que la sociedad, se encuentra expuesta a los mensajes que los mismos transmiten. Esta emisión y recepción de mensajes generadores de estímulos conlleva efectos positivos y negativos. Psicológicamente hablando, se generan cambios de identidad, valores e intereses. Maltby (1991) afirma que en la actualidad, hay indicios de cambios significativos en los medios masivos tradicionales de prensa y emisión. Estos cambios obedecen directamente a los avances tecnológicos en las formas de distribución y manejos electrónicos de información, pero también reflejan transformaciones sociales y económicas más esenciales y duraderas. Asimismo, McQuail (1983) reflexiona y aporta una mirada similar sosteniendo que los cambios y las irregularidades en el contenido de los medios de comunicación reflejan o informan los rasgos de una realidad social de un determinado momento. Las imágenes que manejan los medios de comunicación, desde las publicidades de revistas, la televisión, entre otros, son producto de todos los acontecimientos sociales, movimientos, modas y tendencias sucedidas a lo largo de los años. Aprile (2012) afirma que: "La publicidad tuvo arte y parte en los cambios que se fueron operando en el universo femenino." (p.123)

Tal como se mencionó en apartados recorridos previamente, la vestimenta, la silueta, los accesorios, las tendencias deportivas y las costumbres, se asocian a una década específica donde se imponen hábitos que posteriormente son reemplazados por una nueva época. La publicidad formó parte de todos los cambios que modificaban los valores sociales. Maltby (1991) destaca que, tanto la década de los '70 como la de los '80, ambas fueron testigos de una revolución en el campo de la tecnología y la distribución de los medios de comunicación visual.

Las marcas de indumentaria recurrieron a los medios para vender rápidamente sus colecciones. Esta práctica desesperada por aumentar las ventas generó una producción de publicidades que formaba un perfil de mujer inaccesible, donde la apariencia física era un factor determinante que se imitaba por el sector femenino. Riera y Figueras Maz (2012) sostienen que de acuerdo a numerosos estudios sobre la imagen de la mujer en las revistas femeninas, se puede afirmar que, se proyecta un modelo de belleza único que está ligado al éxito, en efecto, una mujer joven, blanca y ultradelgada.

La primera y principal función de los medios de comunicación modernos sería la de construir una imagen de las vidas, usos y costumbres de las clases sociales a través de imágenes, representaciones o ideas que percibimos como un arquetipo universal a imitar. (Veneziani, 2012, p.116)

Chahine (2006) explica este proceso como un asunto que se forma a partir de la sobreinformación y debido a ello sostiene que: “El acceso fácil a todo tipo de información y la posibilidad de comunicación inmediata por internet permiten, más allá, de todas las fronteras, físicas, económicas o culturales, revelar la belleza de una voz o una imagen nueva.” (p.21)

La publicidad en revistas fue otro medio que representaba y transmitía un modelo de belleza ligado al éxito. Veneziani (2012) sostiene de esta manera, que no existen las palabras en los anuncios publicitarios de moda. La fotografía, en efecto, transmite lo que se desea tener o ser, puesto que, los consumidores aturdidos no logran diferenciar el ser y el tener.

Para la época donde las mujeres realizaban tareas domésticas el canon de belleza que manejaban era muy pobre, puesto que éstas no debían salir de sus hogares y el labor cotidiano no exigía buena presencia y formalidad. Cuando la mujer se vió obligada a introducirse en otros oficios por las guerras y crisis mundiales, ésta comenzó a utilizar un estilo y glamour más sensual y provocativo. Los cambios en la moda fueron otro factor para que las mismas se vean obligadas a volverse más elegantes e higiénicas. El ideal de belleza, la exigencia que las mismas mujeres proyectan sobre sí mismas, el desarrollo de la cosmética avanzada, el nuevo modelo de mujer, las prácticas deportivas, las

épocas de desnudes, son algunos de los factores que modificaron rotundamente la imagen de la mujer, perfilando en efecto, un perfil admirable e inalcanzable. Chahine (2006) afirma que: “La liberación del cuerpo, más que una moda, es una actitud que simboliza el poder de la nueva femineidad. “Cultivad vuestro cuerpo” se convierte en el nuevo lema que permite llevar sin complejos los senos desnudos bajo las blusas de muselina de Yves Saint Laurent”. (p.80)

Todos estos aspectos permanecieron vigentes en los últimos años. La imagen femenina que utilizaban los medios de comunicación consistía en mujer delgada, multifacética, activa, con un cuerpo tonificado y esbelto. Con la higiene y el deporte se descubrió cada vez más anatomía y se la expuso directamente al ideal de perfección que dictaba la cultura hegemónica y de la cual la moda era el instrumento imprescindible. (Medina Cano, 2008)

Y en este paisaje de estéticas culturales que los medios fusionan, o bien como portadores de mensajes con promesas de adelgazamiento inmediato, riquezas fáciles y felicidad “al portador”, o bien como medio de construcción del deseo desarrollando paradigmas del gusto y consumo ostensible, es decir, no necesario para la existencia y por lo tanto, superfluo y generador de envidias y admiración por parte de los demás. (Veneziani, 2012, p.128)

Cada época propone y establece un tipo de cuerpo que se genera por el contexto social que es regido en este caso, por la apariencia física del ser humano. El interés del cuidado personal se da para fines de los años '20 y comienzos de los '30, donde Hollywood ejerció una fuerte influencia en el concepto de belleza y estilo. Dos grandes referentes como Marlene Dietrich y Greta Garbo definieron el concepto de glamour a través de sus rasgos definidos, sus cejas perfiladas y sus cabellos sedosos. (Chahine, 2006).

Cada época supo representar un estilo de mujer particular, con valores y estilos determinados. Generalmente en la época de la alta costura y el corset, alrededor de los años '40, la moda sugería un cuerpo sumamente estrecho y exigió de esta manera, medidas estrictamente reducidas con el propósito de obtener una silueta tallada, imposibilitando los movimientos del cuerpo, dejando de lado el concepto de comodidad y funcionalidad. (Fogg, 2006)

Las top models seguían marcando la tónica, pero en una línea minimalista, preocupada por las proporciones naturales del cuerpo. Calvin Klein, el minimalista, y Helmut Lang, el constructivista orientaron la moda hacia lo natural: maquillaje y peinados simples, líneas depuradas y prendas de vestir informales, para la vida diaria pero elegantes. (Chahine, p. 20, 2006)

Para concluir este capítulo se puede sostener que en la actualidad, como se mencionó anteriormente, la sociedad no reincide en los cuerpos esbeltos de los viejos tiempos sino que racionalmente, existen cuerpos y siluetas diferentes. Se olvida el corset, prenda que limitó los movimientos del cuerpo y se apuesta por explorar nuevas tipologías que contengan materiales novedosos capacitados para confortar y otorgar funcionalidad al usuario. La apariencia física nunca dejó de ser un aspecto relevante para la sociedad puesto que la misma es un reflejo del individuo.

Para sostener este concepto, se cita a Veneziani (2012) quien afirma que en la actualidad se está viviendo una época de adoración al cuerpo y preocupación por la estética, puesto que el cuerpo se tornó uno de los ejes centrales de la vida, considerando la imagen personal como uno de los factores más significativos y determinantes de los tiempos. Manteniendo dicha postura, los medios de comunicación, influyen en la obsesión de la silueta trabajada. Frente a ello, la autora sostiene:

Por obra de la publicidad, en la actualidad, el espejo ante el cual uno se sitúa devuelve la imagen “obligada” que compete a la juventud, el dinamismo o la salud para satisfacer la demanda íntima de ser aprobados por la sociedad y por “sí mismo”. (2012, p.138)

El desafío actual de los diseñadores reside en finalizar con el estereotipo pautado desde hace años y promover la modificación de la curva de talles con el fin de desarrollar prendas con medidas reales. Lo cierto es que las siluetas esbeltas, estilizan los diseños y logran lucirlos de manera más eficaz, motivo por el cual algunas marcas continúan utilizando modelos delgadas en las publicidades o lanzan colecciones con talles muy estrechos dejando de lado a los clientes con medidas reales.

Pantoja afirma que: “Las redes sociales no tardaron en hacerse eco de este hecho, donde denunciaban que ‘las mujeres reales también nos ponemos ropa’”. (2016, s.p.) En este caso, la tecnología permite la libertad de expresión y ser escuchado es más sencillo

que en otras épocas puesto que la repercusión de las denuncias u observaciones logran correr velozmente por todo el mundo.

Si bien se dice que este tipo de mujeres que se utilizan para exhibir las colecciones son producto de un mercado que lo demanda, algunas marcas comenzaron a asumir conciencia de las consecuencias que las mismas pueden generar física y mentalmente en la población. En la actualidad existe una tendencia en la moda a romper los estereotipos pero a pesar de esto, todavía queda un largo camino por recorrer dado que se puede cambiar la forma de actuar en masa a partir de una lenta pero efectiva modificación en la forma de pensar y actuar de los individuos en la sociedad.

Reafirmamos la importancia del rol de la mujer en la sociedad y lo que la misma comunica a través de la indumentaria. Ya no existe una mujer de actividades limitadas al hogar sino una mujer libre, auténtica, multifacética, capaz de insertarse laborablemente en diversos sectores y desarrollar tareas similares a las que desarrollan los hombres.

A su vez, los medios de comunicación logran mantener informados a la población y permiten al mismo tiempo la libertad de expresión y la comunicación global. Transmitir una imagen sana es fundamental para terminar con el estereotipo de mujer perfecta, puesto que los medios de comunicación son formadores de opinión y resulta interesante promover la construcción de una imagen corporal sana, libre de prejuicios.

Veneziani reflexiona y expresa lo siguiente:

Un ser aislado y al mismo tiempo conectado en la redes, responde a una necesidad imperiosa por “pertenecer”, caracteriza al nuevo tipo de individuo. Por ende, el uso de estereotipos es fundamental para incluirlo en comunidades de afinidad a las que él mismo duda ingresar. (2012, p.130)

Así como sostiene Katz (2015), a lo largo de nuestras vidas, existen experiencias que forman la imagen corporal y que a su vez ésta misma suele ser una construcción dinámica que varía puesto que es determinada por la sociedad y el entorno que rodea, desde la familia, los amigos, etcétera. La sociedad se encuentra expuesta a una era de la tecnología, donde se imponen nuevas modas y tendencias, capaces de modificar la vida cotidiana, la identidad, los valores, gustos y costumbres, por lo tanto, la comunicación

racional es imprescindible para generar una sociedad consciente no solo con cuestiones relacionadas a la moda.

### **Capítulo 3. Rubro Sportwear y el surgimiento de tipologías multifuncionales**

El presente capítulo, permitirá realizar un breve recorrido histórico acerca del nacimiento del deporte y sus inicios en el mundo de la moda. Este análisis servirá, en efecto, para comprender el comienzo del rubro denominado Sportwear. Un torbellino de acontecimientos sociales serán estudiados para entender cómo la sociedad se introdujo en las prácticas deportivas. Analizar y estudiar los elementos que conforman dicho rubro será útil para el autor, puesto que podrá aplicar los conocimientos adquiridos en la propuesta detallada en el capítulo cinco. En consecuencia, se analizarán las tipologías del rubro y se mencionarán los precursores principales en adoptar y proponer una moda cómoda y funcional que promovieron la utilización de indumentaria y calzado adaptable para la realización de actividad física. Los capítulos mencionados anteriormente, permitieron comprender como la mujer derrumbó los ideales de inferioridad a los cuales era sometida para introducirse en múltiples oficios y actividades extra curriculares. En efecto, la aparición del término multifunción se instauró en la moda, provocando el surgimiento de prendas multifuncionales. En este capítulo, se podrá comprender como la aparición de la vestimenta deportiva encamina y contribuye al desarrollo de prendas multifuncionales. En este apartado se analizará la vestimenta multifuncional y se mencionarán las prendas logradas a partir de la tecnología en el mercado actual puesto que tanto la funcionalidad, la adaptabilidad y el desarrollo tecnológico, son algunos de los pilares del rubro deportivo.

#### **3.1 El deporte y la indumentaria**

En la antigüedad, la sociedad realizaba actividades deportivas limitadas y la ropa que utilizaban para efectuar el ejercicio no era la adecuada, es decir, no adquirían libertad en sus movimientos. Lentamente las grandes marcas comenzaron a pensar en este target que exigía ropa cómoda y liviana.

El autor Blackman (2009) en el libro *100 años de moda masculina* sostiene que la indumentaria deportiva fue una de las modas más emblemáticas durante el siglo XX. El

aumento del tiempo libre y la ambición por mejorar la condición física promovieron una serie de actividades deportivas que implicaban el movimiento del cuerpo humano. De esta forma, se desarrollaron atuendos para realizar ejercicio físico, desde gorras para beisbol, camisetas de rugby, entre otras. Todo este desarrollo de prácticas y prendas deportivas provocó que la imagen de un cuerpo entrenado y esbelto se volviera un anhelo por parte la sociedad.

Se hace referencia a Jean Patou y Coco Chanel como fundadores del rubro, puesto que fueron los pioneros en desarrollar prendas adaptables y cómodas al cuerpo humano. Comenzaron a diseñar ropa deportiva de calle, se trataba de prendas simples y sobrias, prácticas para el día a día. En el caso de la indumentaria femenina, ambos diseñadores adaptaron estas prendas para mujeres independientes. Patou, abrió su tienda deportiva en 1925, y diseñó conjuntos para la tenista Suzanne Leglen. Chanel, por su parte continuó desarrollando prendas en punto de algodón. Las verdaderas raíces de este rubro deportivo, se encuentran en Estados Unidos, cuando se transformó el modelo de producción. En 1939, la producción en serie impulsó a que las mujeres abandonen las modas pasajeras y adopten prendas de diseñadores dirigidos al Prêt-à-Porter, como los de la diseñadora Claire McCardell, quien generaba una moda más informal. Por otra parte en 1970, el gimnasio y los grandes deportistas inspiraron a la sociedad a la hora de elegir su atuendo para las distintas prácticas deportivas. (Worsley 2011).

La aparición del rubro deportivo surge a raíz del inicio de las prácticas deportivas. Estas actividades, exigían, en efecto, indumentos funcionales y cómodos que facilitaran los movimientos corpóreos y permitieran alcanzar, en consecuencia, un mayor rendimiento físico. Lipovetsky sostiene que la práctica de los deportes por goce comenzó a mediados del siglo XIX, continuando y diversificándose a través de los años, mediante nuevas prácticas. La realización de ejercicios se ejecutó principalmente en Inglaterra y luego se expandió por el resto del mundo. El concepto que se tenía de éste era, ejercicio para mantenerse sano y competir con los rivales. De esta forma si el deporte era tomado como

un juego de ocio, éste se habría dado desde el inicio de la humanidad. Desde sus orígenes la sociedad ha tomado el deporte como una actividad de ocio y divertimento que involucraba los movimientos del cuerpo humano.

Si bien, en Grecia ya estaban instaladas algunas prácticas deportivas, es aquí donde comienza a nombrarse el concepto de competición. Creadores de los juegos olímpicos promueven de esta forma un deporte profesional que requería de compromiso y entusiasmo. (1990)

Tal como destaca Maltby (1991): “Alrededor de año 1900 se produjo, al mismo tiempo, un aumento del interés por el deporte organizado en Europa y en Estados Unidos y una tendencia a la organización internacional y a la competición seria.” (p.48). Por otro lado, cuestiones políticas y sociales tenían una fuerte influencia en el deporte dado que las mismas se veían reflejadas en la sociedad y repercutían en las prácticas deportivas de aquella época. En efecto, el autor reflexiona y sostiene que: “Se promovió el deporte como espectáculo como una forma de huir de las dificultades y la pobreza que caracterizaban la vida de las clases obreras: así llegó a convertirse en un vehículo de control social sumamente eficaz.” (p. 48-52)

Las mujeres, por su parte, comienzan a realizar oficios administrativos que requerían de jornadas laborales menos extensas. En efecto, la disponibilidad del tiempo de ocio le permitió obtener mayor libertad y éste hecho, provocó su inserción en diversas prácticas deportivas de las cuales, anteriormente no era partícipe. En efecto, Baudot (2008) insiste en que las mujeres poco a poco, comenzaron a introducirse en numerosas actividades. Este acontecimiento provocó la aparición del término “chic” para el estilo llamado Sport, que posteriormente se lo denominó por el nombre de Sportswear, refiriéndose a la vestimenta destinada a la ejecución de actividades de ocio y relax puesto que los atuendos ornamentales tales como los corsets y las faldas largas impedían el movimiento del cuerpo. Venezia (2012), destaca de igual manera, la inserción del sector femenino en las nuevas prácticas deportivas sosteniendo que, este hecho, convirtió al deporte en

un fenómeno social de relevancia que aconsejaba determinadas vestimentas para su ejecución. Frente a ello, la autora reflexiona lo siguiente:

Comenzó además, a producirse un cambio en las costumbres de las mujeres europeas que se atrevieron a practicar deportes antes considerados solo “masculinos”. Fue el caso del rugby y del football, entre otros. (Veneziani, 2012, p.66)

### **3.2 Tipologías deportivas**

Las actividades deportivas requieren de compromiso y energía para ser ejecutadas. La propuesta del presente proyecto está destinada a mujeres que realizan cotidianamente actividad física. La vestimenta es un instrumento que permite la realización de estas actividades, mientras logre otorgar comodidad, tecnología, liviandad, frescura, y confort para alcanzar mayor rendimiento físico.

En el presente apartado, se realizará una diferenciación de las tipologías existentes relacionadas con el rubro deportivo, y en consecuencia, se establecerán aquellas tipologías deportivas que serán utilizadas para la línea del Proyecto de Graduación. En efecto, resulta preciso comprender el significado de dicho término, que es definido por Saltzman (2004) como elementos que se articulan sobre el cuerpo humano y se definen por su morfología, materiales, su función, etcétera. De esta forma, las tipologías permiten identificar y clasificar las diversas prendas que componen el sistema de la moda, compuesto no solo por la vestimenta sino también por calzados, accesorios, etcétera. De esta forma, se pueden catalogar en tipologías de tejido de punto en femeninas y masculinas, de uso diario o para realizar deporte, de aventura o urbanas, por temporada, de invierno o de verano, etcétera. Todas estas tipologías mutan constantemente a la par de la sociedad para adaptarse al contexto, generándose nuevas prendas, con nuevas funciones y nuevos materiales. (Saltzman, 2004)

El rubro deportivo lleva a cabo los primeros diseños en los años '50. En efecto, las tipologías planteadas responden, desde aquel momento, a las necesidades del deportista, tales como secado rápido, buena absorción, impermeabilización frente a las condiciones climáticas, entre otras. (Esparza Ontiveros, 2010)

Principalmente, el calzado es el accesorio más importante que debe encontrarse en perfectas condiciones para realizar ejercicio físico, puesto que, el mismo permitirá rendir de manera más práctica y rápida. En los últimos años la innovación a partir de los avances tecnológicos promovió una serie de productos funcionales pensados en proteger al usuario y otorgarles confort. En *Ready, Set, Go*, Bennett (2015), sugiere las camisetas de tejidos diseñados exclusivamente para correr como el Dri-Fit, puesto que estas telas ligeras permiten absorber la humedad corporal, a diferencia de las camisetas de algodón que contienen fibras más pesadas y húmedas. Hoy el día, la innovación en las marcas deportivas permiten desarrollar una gran variedad de estilos e innovaciones de numerosos productos para el atleta. En cuanto a las mallas de alto rendimiento existen diversos largos, modulares y tipos de pantalón corto para días de calor. Para el corredor las mallas contribuyen a mantener el calor corporal de las piernas y evitar irritación por el roce generado por el movimiento. Por otro lado, así como el calzado resulta importante, los calcetines son otra prenda que es característica del rubro Sportwear, puesto que contribuyen a amortiguar la pisada, minimizar la hinchazón, como también a mantener y absorben la humedad generada por el desgaste de energía. El largo modular de esta prenda es variado, por debajo del tobillo, en el tobillo, en la pantorrilla, o aun más altos. La indumentaria femenina puede variar dado que la misma suele tomar mayores recaudos a la hora de entrenar. El sujetador es una prenda deportiva que proporciona comodidad, y evita dolores de espalda.

Kindersley (2013) sostiene que, la ropa que portamos cotidianamente, a pesar de ser sencilla, sofisticada, discreta o imaginativa, delata la personalidad y naturaleza del usuario. La autora hace referencia a diversas tipologías destinadas a las prácticas deportivas y en efecto reconoce a la falda pantalón y el vestido elastizado, adherente o amplio como prendas efectivas para el tenis y el golf. A su vez, considera que los pantalones sport y las calzas de ciclismo juegan un papel significativo, puesto que, al adherirse al cuerpo, estas permiten desarrollar cómodamente los movimientos.

Dentro de las tipologías de zona denominada top se encuentran la camiseta deportiva, la musculosa, la remera clásica y el top deportivo. Por último, la autora reconoce el buzo, la chaqueta, y las camperas como indumentos protectores que se encuentran en las llamadas tipologías de tercera piel. Estas últimas tipologías consideradas parte de la tercera piel serán presentadas en el presente Proyecto de Graduación.

### **3.3. La vestimenta y el surgimiento del término multifunción**

Como se mencionó anteriormente, bajo un contexto social que consume irracionalmente, la moda se vió obligada a producir no solo en función a la desmedida demanda que existe en la actualidad sino también a las nuevas tendencias que el mercado impone. La vestimenta se perfila a ser funcional, confortable y adaptable a distintos tipos de cuerpo. Se define funcionalidad, como facultad de integrarse a un conjunto. Derivado de función sugiere que el objeto se consuma en su relación exacta con el mundo real y con las necesidades del hombre. De esta forma, la funcionalidad no califica de ninguna manera lo que está adaptado a un fin sino lo que está adaptado a un orden o sistema. El autor afirma que la funcionalidad es la capacidad de integrarse a un conjunto, es decir, la capacidad que tiene el objeto de superar su función específica y lograr integrar un sistema de signos. (Baudrillard, 1968, p. 71)

Dentro de este concepto, se encuentra el término multifunción. El presente capítulo aborda el concepto de multifuncionalidad definido por Faith Popcorn como “Productos o servicios que cumplen dos o tres funciones a la vez” (p. 134, 1991).

En el ámbito de la indumentaria se trata de prendas que ofrecen diversas cualidades en una sola prenda, por lo tanto, estas prendas son eficaces dado que simplifican, ahorran y minimizan tiempo, espacio, tareas e inquietudes del consumidor, otorgándoles comodidad y practicidad a través de la prenda. Popcorn (1991), quien define la multifuncionalidad, considera que antes del proceso de transformación de la mujer en el tiempo donde ésta se introdujo en nuevas y diversas tareas, la vida era más sencilla, es decir, las familias eran reducidas, se tenía un único trabajo, las tareas estaban establecidas, el entorno y

ambiente social era uno solo. En efecto, fue necesario proponer el concepto, puesto que la mujer no se limitó a un único trabajo sino que comenzó a exigir mayor movilidad para poder subsistir. En consecuencia, la indumentaria multifuncional nace en el momento en el que la mujer deja de tener un único rol y pasa a introducirse en otras tareas, oficios y actividades. La moda se alteró en función al cambio social de la mujer, es decir, se desarrollaron colecciones pensadas en otorgar multifuncionalidad, practicidad, y por sobre todo, comodidad para que las mismas permitan la correcta ejecución de sus movimientos.

Los diseñadores proponen prendas que se adapten a las múltiples tareas de cada individuo ofreciendo al mercado, prendas con más de una función. Dicha vestimenta, en efecto, responde como indumento protector pero a su vez, contiene diferentes atributos que otorgaban su multifuncionalidad a partir de sus materiales, su moldería, y otras cuestiones estéticas. Los diseñadores responden, en efecto, a las mujeres que viven en la inmediatez a través de estas prendas multifuncionales que ofrecen dos o más productos en uno solo.

### **3.4 Indumentaria multifuncional**

Tras haber mencionado en el reciente apartado la aparición del término multifunción resulta preciso establecer una relación entre la vestimenta y dicha representación.

Un concepto a considerar en el proceso de diseño es la utilidad que las prendas otorguen al usuario y qué, en consecuencia, logren ubicarse dentro de los llamados productos multifuncionales o inteligentes definidos por Aristizabal (2012) como una propuesta de valor que representa una promesa de dar un conjunto de atributos cuya virtud es apreciada por alguien sujeto, no cosa y que por esta valorización esté dispuesto a intercambiar algo a cambio de ello.

Charo (2012) en *Indumentaria multifuncional*, sostiene que las tendencias de los últimos tiempos en la moda, están relacionadas con propuestas multifuncionales, generalmente dadas por exigencias sociales. La moda se actualiza y se transforma cotidianamente, no

se estanca sino que resurge día a día. En consecuencia, se trata de vestimentas que saben apropiarse a los tiempos modernos y a las nuevas tendencias del mercado. Hoy en día, existen una variedad de propuestas basadas en la multifunción que surgen para brindar adaptabilidad y comodidad a los usuarios.

La producción de prendas funcionales comienza en la década del 1920 cuando, tras la primera Guerra Mundial, las mujeres se ven obligadas a abandonar el servicio doméstico al que se dedicaban cotidianamente para introducirse en diversos puestos de trabajo que antes eran efectuados por los hombres. Las cuestiones sociales y económicas que sufría la población, afectaban la forma de vestir de los individuos, por lo tanto, la moda de aquella época. (Fogg, 2014).

Esta diversidad de tareas provocó una nueva tendencia en la moda, que consistía en generar prendas adaptables a la actividad que se realizaba en aquel momento. Principalmente la población de aquella época comenzaba a exigir telas ligeras y livianas capaces de permitir el movimiento del cuerpo sin ningún tipo de dificultad. Por lo tanto, las prácticas deportivas y la transformación del rol de la mujer en la sociedad fueron los dos factores que impulsaron el desarrollo de estas prendas multifuncionales.

Grunfeld (1997), sostiene su pensamiento que consiste en que la ropa funcional logró generar cambios positivos en la moda. De esta forma, desde su incorporación, surgieron prendas que aportaron comodidad y practicidad al usuario, tal como los trajes de corte militar, los pantalones, los calzados náuticos y los jardineros.

Los diseñadores se encargaban de producir indumentaria plenamente funcional, es decir, generaban prendas que se adecuaban a la ocupación o tarea que realizaba la persona que la llevaba, debido a un correcto uso de textiles.

### **3.5 Prendas multifuncionales en el rubro deportivo**

Los avances tecnológicos abrieron un abanico de productos pensados en confortar al usuario. La moda logra romper los esquemas clásicos debido a las nuevas tecnologías. En consecuencia, diferentes diseñadores plantean productos novedosos con el fin de

abastecer un mercado que comienza a requerir funcionalidad y confortabilidad en sus productos. Para citar algunas de las nuevas propuestas innovadoras en base a la multifuncionalidad se toma como referencia a la autora San Martín, en su libro *El futuro de la moda, tecnología y nuevos materiales*.

Entre las últimas novedades de prendas multifuncionales en el mundo de la moda se puede nombrar a Matthew, quien propuso la llamada Chaqueta Excubo, diseñada con una resina aislante llamada, poliestireno expandido, y un sistema de cuerdas que al ser apretadas, transforman la chaqueta en un caparazón que abriga y protege. Esta chaqueta está pensada para las personas que duermen en transportes públicos y no cuentan con una superficie blanda y cómoda. El cuello de esta prenda, entonces, logra transformarse en un antifaz, las solapas en almohadas y los puños logran convertirse en guantes para confortar y abrigar las manos del usuario y permitir el descanso adecuado. Si bien se considera que el textil es un elemento fundamental utilizado como protección del cuerpo frente al ambiente que lo rodea, este es capaz de otorgar diversas funciones a través de la correcta implementación de la tecnología que logra adaptar y transformar el material en función a las necesidades del cuerpo humano. Los nuevos textiles inteligentes, entendiéndose por estos, fibras que contienen componentes, otorgados por la tecnología, son capaces de interactuar y reaccionar a los estímulos externos. (San Martín, 2010)

Existe una variedad de propiedades presentes en este tipo de textiles, los mismos cuentan con la capacidad de modificar su forma natural, acumular energía, cambiar de color, repeler el frío, proteger de los rayos solares, imposibilitar el traspaso del agua, conducir electricidad, generar luz, mantener la humedad, etcétera.

La integración de tecnologías y materiales innovadores en tejidos y ropa es uno de los principales avances y retos del sector, que de esta manera, ofrece mucha comodidad al consumidor. Al mismo tiempo, hace que este sea más consciente de que la moda no se limita al color, la forma y la talla. (San Martín, 2010, p.35)

Estos avances tecnológicos aplicados a la indumentaria permiten la producción de prendas que cuentan con valor agregado, tal como se nombro anteriormente, la propuesta de una campera adaptable y funcional. Estas tecnologías suelen ser aplicadas

a prendas destinadas para uso de alto riesgo como actividades deportivas al aire libre puesto que las propiedades con las que cuentan son eficientes para personas que están en contacto con la naturaleza. Las nuevas innovaciones tecnológicas, en efecto, con el correr de los años, fueron introducidas por la moda permitiendo, en la actualidad, obtener prendas tecnológicas a base de microcápsulas, capaces de contener compuestos químicos, repeler el calor, absorber la humedad, etcétera. En efecto, Indarra.DTX propuso estampados que logran modificar su color a través de la incorporación de la luz solar o el cambio de temperatura. Se trata de una línea tecnológica, que a través de nuevos materiales inteligentes, integran la microelectrónica y los acabados micro encapsulados. A su vez, es una línea que cuenta con propiedades antimicrobianas, antialérgicas y bloquea los rayos del sol. Hoy en día, la microelectrónica cumple un papel importante en los smart textiles, puesto que cuando este se incorpora en los tejidos, promete ser un material flexible en equipos electrónicos o ser parte de prendas profesionales destinadas al deporte. (Marino, 2011)

Kerri, implementó la tecnología para desarrollar una línea de ropa deportiva denominada *Motion Response* a través de tejidos inteligentes e interactivos que son capaces de reaccionar y evolucionar al ponerse en contacto con las personas. Dentro de los últimos grandes inventos pensados en la multifuncionalidad de la prenda, se crearon las camisetas con música MP3, un proyecto que integra moda, música, tecnología. El objetivo de esta propuesta es evitar el uso de cables externos y ofrecer de esta manera mayor comodidad permitiendo tener las manos libres. Sin embargo un invento interesante y novedoso en cuanto al desarrollo de prendas multifuncionales con tecnología incorporada, se encuentra la llamada *Solar JKT*, una chaqueta que logra alimentar de forma ecológica un teléfono móvil o un reproductor de música a través de la energía solar. (San Martin, 2010)

El principio básico, de esta forma, de las prendas confeccionadas con textiles inteligentes es contener propiedades que otorguen funciones agregadas al tejido natural. La aparición

de fibras con propiedades antimicrobianas, tal como se mencionó anteriormente, se propone como método higiénico que evita la reproducción de bacterias. Estas fibras son destinadas a prendas deportivas puesto que los usuarios tienden a generar malos olores por la transpiración.

Entre los proyectos mencionados, se encuentran algunos trabajos destacados de la Universidad de Palermo, facultad de Diseño y comunicación. Estos proyectos se vinculan con el presente apartado puesto que aquí, podrán considerarse propuestas multifuncionales que se relacionan con la propuesta detallada en el capítulo cinco. Mussoni (2015) diseña un bolso bajo el concepto de multifunción puesto que plantea el desarrollo de un bolso que logra adaptarse a las actividades diarias de la mujer. En efecto la transformación de dicho bolso, permitirá contener objetos que serán utilizados en diferentes ocasiones de uso.

En conclusión en este capítulo se puede ver el creciente y rápido aumento de marcas que se enfocan en la producción de prendas multifuncionales y confortables para el usuario. La tecnología, impulsada principalmente por el nacimiento del rubro deportivo que exigía materiales resistentes dio lugar a un sin fin de diseños no solo deportivos sino también urbanos que cuentan con cualidades multifuncionales adaptables a las necesidades de los seres humanos. Existe, a su vez, un interés por preservar el medio ambiente. Es por esto que la tecnología se implementa, en varios casos, para generar prendas biodegradables, o se logran tejidos con propiedades sugestivas que permiten obtener energía sostenible y renovable con el fin de preservar e impulsar el cuidado del planeta tierra. A su vez la multifunción sigue este lema que propone reducir tiempos, gastos, es decir, las prendas multifuncionales simplifican varias cuestiones en un solo elemento o producto con el fin de reducir el consumo excesivo del mercado. El desafío del diseñador hoy en día consiste en saber aplicar y aprovechar las condiciones de estas fibras inteligentes que otorgan practicidad y funcionalidad por su tecnología incorporada.

## **Capítulo 4. Materiales de construcción de la prenda multifuncional**

Al realizar un recorrido en los apartados mencionados, acerca de la vestimenta y las tipologías del rubro seleccionado, para presentar la propuesta creativa de dicho proyecto resulta necesario definir el elemento fundamental que se requiere para desarrollar prendas que cumplan la función de cubrir, abrigar y proteger el cuerpo. En efecto, en el presente apartado, se definirá el textil y en consecuencia, sus características y las posibles clasificaciones puesto que, en el proceso de diseño deben considerarse las capacidades y cualidades del material implementado. Saltzman expresa:

Por ello, en el proyecto de la vestimenta 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, además de las cualidades que atañen a la superficie como el color, el dibujo de la trama, la estructuración, e brillo, la opacidad, y la transparencia, etcétera. (2004, p.44)

### **4.1 El textil**

Numerosos sucesos sociales y movimientos generaron nuevas formas de vestir, en efecto, dichos acontecimientos disolvieron y crearon vestimentas que eran adoptadas de acuerdo a la época y las necesidades del ser humano. Cada período sugirió una moda determinada que suponía un tipo de textil, de estampa, de color, etcétera. En consecuencia, resulta imprescindible definir el concepto de textil puesto que el mismo es un elemento indispensable que se implementa en el proceso de confección. Según Saltzman (2004) las telas son materia prima que forma una nueva epidermis en el cuerpo humano, generando una nueva relación entre el cuerpo y el entorno. La función de las mismas es proteger o cubrir el organismo.

El principio que se tenía en la antigüedad de vestir por una cuestión de pudor y necesidad de cubrir el cuerpo humano para enfrentar las condiciones climáticas fue mutando. Hoy en día, vestirse implica cuestiones más profundas que se definen por la cultura del momento. Vestir hoy en día implica comunicar y reflejar la identidad de cada individuo como también cuestiones sociales.

Así como se afirma en el libro *El cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*:

Los cambios culturales se muestran en todos los aspectos de la imagen individual: en la vestimenta, en los accesorios, el peinado, el maquillaje, el tatuaje y la ornamentación pero también en la forma misma y las proporciones del cuerpo real, ya que estas dependen de los hábitos, las costumbres y el modelo ideal (ideológico) de cada época y región. (Saltzman, 2004, p.33)

La indumentaria desde los orígenes formó parte de la vida como un elemento esencial de supervivencia, tanto como un mecanismo de protección contra el frío, el viento y la lluvia, como para transmitir los principios y los valores de cada individuo.

A largo de la vida, los seres humanos habitan en un mundo textil, entre tejidos, desde la ropa que se usa hasta los espacios físicos texturados. De esta forma, la infinidad de textiles que se utilizan en la vida cotidiana, marcan etapas y acompañan acontecimientos de la sociedad. El textil, en efecto, cumple múltiples funciones, cubre el cuerpo vistiéndolo y protegiéndolo de las adversidades pero a la vez decora el hábitat a partir de los patrones estéticos de cada cultura y época. (Saltzman, 2004).

Del mismo modo, Hollen, Sanddler y Langford (2010) presentan un pensamiento paralelo y en efecto expresan que el ser humano desde su nacimiento camina sobre textiles, viste con ellos, duerme sobre elementos recubiertos en tela y a su vez, estos cumplen la función de abrigar, proteger y secar al humano del sol, el frío y el viento.

Resulta preciso comprender el significado de dicho término. Según Saltzman, "El textil es el elemento que materializa el diseño de indumentaria. Es una lamina de fibras que se relacionan entre sí para conformar la tela." (p.37, 2004). La autora sostiene que el textil es una de las primeras manifestaciones culturales y artísticas de la vida humana. Los primeros textiles comenzaron siendo vegetales logrando crear una alianza entre el ser humano y su ecosistema, es decir, entre la naturaleza y el diseño, entendiendo de esta forma, al textil como abrigo acogedor que refresca y nutre.

La popularidad de los textiles se origina puesto que, los mimos forman parte de la vida cotidiana a partir el momento en que el hombre recurre a las pieles de los animales para

proteger su cuerpo. Cada época sugiere un tipo de textil determinado, estampas y siluetas características de cada momento. Cada diseñador conoce y elige tejidos determinados por la temporada y la inspiración o concepto que rige la colección.

La elección de un tejido para una prenda es de máxima importancia para su éxito. Ante todo, la densidad y el tacto de un tejido, influirán en la silueta de la prenda, pues le darán volumen forma o permitirán que se ajuste con un drapeado, por ejemplo, la seda se presta más para un drapeado que una lana gruesa, que requerirá mucha más estructura. (Udale, y Sorger, 2007, p.123)

De acuerdo a los materiales que las componen las fibras se pueden clasificar en vegetales tales como el algodón, el lino, provenientes de la naturaleza, en naturales, provenientes de animales tales como la seda, en minerales como las mallas metálicas, en artificiales como la celulosa o en sintéticas que son aquellos textiles derivados del petróleo. (Saltzman, 2004)

#### **4.2 Clasificación de textiles**

Como se mencionó anteriormente existen diversas clases de fibras textiles, las mismas con diferentes composiciones, tratamientos y acabados. Hollen, N. Sanddler, J. Langford, sostienen que: “Las fibras textiles son las unidades fundamentales que se utilizan en la fabricación de hilos textiles y tejidos. Contribuyen al tacto, textura y aspecto de las telas, influyen y contribuyen en el funcionamiento de las mismas.” (2010, p. 14)

En el ámbito de la moda, la innovación en el mundo textil posibilitó la aparición de nuevas fibras que por sus capacidades y componentes obtenidos de la tecnología, superan los tejidos de la antigüedad. Tal como afirma Udale en *Diseño textil, tejidos y técnicas* “La tecnología se aplica para crear nuevos tejidos y también para producir tejidos ya existentes de manera más rápida y eficiente. Las posibilidades de tejidos futuristas son infinitas.” (2008, p.39). Tanto, las grandes empresas de moda como los diseñadores emblemáticos deben predecir las tendencias textiles, es decir, la innovación de estas fibras, puesto que las mismas influyen y repercuten en la moda. Existen para esto gabinetes de tendencia que se encargan de observar todas estas cuestiones. Tal como define Udale:

Los gabinetes de tendencia observan la evolución de tendencias. Identifican y estudian lo que ha tenido éxito durante cierto tiempo y evalúan si esa tendencia seguirá y crecerá o si ha llegado el momento de reaccionar contra ella y hacer algo distinto. Observan lo que suceden en la sociedad, la economía, las artes, la moda, la ciencia, la calle y la alta costura, por ejemplo. (p.120, 2008)

El desarrollo de nuevas fibras a partir de los avances tecnológicos formó nuevos criterios éticos en cuanto al cuidado del medio ambiente. El consumo masivo y desmedido genera un gran impacto negativo por la demanda de textiles que contienen procesos químicos. Hoy en día, algunas empresas promueven la utilización de tejidos manufacturados a partir de material reciclado, de esta manera, las fibras naturales pueden reutilizarse al igual que algunas sintéticas como el poliéster que logra fabricarse a partir de botellas de plástico utilizadas. (Udale, 2008).

Las fibras naturales son consideradas las más recomendables para cuidar el medio ambiente, las mismas pueden ser de origen vegetal, cuyas fibras están compuestas por celulosa, o de origen animal cuyas fibras están compuestas de proteínas. Udale define: “La proteína es esencial en la estructura y funcionamiento de las células vivas. La fibra proteínica denominada queratina proviene de las fibras de pelo y es de uso común en la producción textil”. (2008. p. 44).

Un ejemplo de fibra natural vegetal es el algodón, tejido que permite la transpiración, dado que es capaz de absorber la humedad y secarse fácilmente, además de ser una fibra sumamente esponjosa y suave. Se trata de fibras resistentes, que componen el 40% de la producción textil mundial. Esta crece en torno a la semilla de la planta de algodón, por lo que la cosecha se realiza sobre la planta. Esta fibra, duradera, apta para climas cálidos, logra absorber la humedad y secar fácilmente. Al igual que el lino, otro tejido vegetal, se trata de una fibra con cuerpo, caída y suavidad que es capaz de absorber y secar rápido. Este tejido, proveniente de la planta de lino es considerada una de las fibras más antiguas. Se trata de un tejido de lujo destinada para prendas de verano, mantelería, etcétera. Otra de las fibras naturales características es el yute, menos costosa puesto que la misma requiere de menor cuidado y está destinada para la confección de bolsas,

carteras, suelas de zapatos, alfombras, agarres, sogas y no tanto para prendas de vestir. (Hollen, Sanddler, Langford, 2010). Dentro de las llamadas fibras naturales de origen animal se encuentran la lana proveniente de las ovejas. Estas son fibras que produce el animal para protegerse de elementos atmosféricos. Se trata de una fibra elástica, cálida y ligera que se encoje con los lavados. Otra de las fibras de origen animal es la seda, dado que la misma se recoge del capullo del gusano de seda. Al igual que las ovejas, la producción de estas fibras surge como protección del medio que los rodea. (Sorger, Udale, 2007).

Luego se encuentran las fibras artificiales, aquellas que se dan a partir de fibras celulósicas y no celulósicas, entre ellas se encuentran el rayón, fibra que imita la seda, por lo que contiene resistencia, absorbencia y buen amoldamiento al cuerpo, el tencel, entre otras. Por último, se encuentran las fibras sintéticas que se generan a partir de procesos químicos. El crecimiento de estas fibras en la industria textil se da a fines del siglo XIX, de esta forma, surgen estas fibras que están orientadas a cubrir las inquietudes de los consumidores. En la actualidad, estos tejidos logran reaccionar ante los cambios climáticos, mantienen temperaturas y alimentan un circuito electrónico. (San Martín, 2010). Worsley (2011) en *100 ideas que cambiaron la moda*, sostiene que la aparición de las fibras sintéticas a lo largo del siglo XX, fueron la clave para lograr el correcto desarrollo de la ropa deportiva, puesto que éstas eran capaces de parecer tejidos naturales pero con condiciones funcionales. Estas fibras sintéticas fueron las primeras en proveer ligereza y firmeza. En efecto, las ventajas de las mismas eran superiores en relación a las fibras naturales.

El precursor de este tipo de textiles fue DuPont quien logró introducir el nailon como tejido destinado para las tareas domésticas. A partir de ese momento, esta tela se convirtió en un componente fundamental e imprescindible en la producción de ropa. La eficiencia que las mismas otorgan, en aquel momento y hasta la actualidad, contribuyeron a que se

conviertan en aliados a la hora de vestirse, no solo por su elasticidad y comodidad sino por el secado rápido y el poco planchado que las mismas requieren. (Worsley, 2011)

En cuanto a las características de los mismos, estos tejidos no facilitan la transpiración, por lo que la absorción es muy baja, se arrugan fácilmente por ser sensibles al calor, a su vez, absorben un porcentaje muy bajo de tintes y se secan rápidamente. Se trata de fibras como el nailon, el poliéster, el acrílico, En el caso del poliéster, se trata de una fibra que es considerada no nociva siempre y cuando no esté mezclada puesto que la misma se puede fundir y reciclar. El nailon, una de las fibras más resistentes y ligeras para la ropa deportiva, permite secado rápido por su baja absorbencia. Por último, el acrílico, desarrollado para la década de 1940, tiene una apariencia parecida a la fibra natural llamada lana pero ésta forma frisas. Entre otras de las fibras sintéticas, se encuentran el lástex, el spandex, el acetato. Ésta última fibra tiene una apariencia similar a la seda pero únicamente al tacto ya que no absorbe la humedad pero se seca rápidamente. (Udale, Sorger, 2007)

Los beneficios de las fibras sintéticas se han extendido a todos los campos y específicamente a la ropa deportiva, la ropa interior y los accesorios. La elasticidad y la durabilidad, junto al bajo mantenimiento y el bajo coste, han revolucionado indudablemente el mundo de la moda. (Worsley, 2011, p.112)

Los autores de *Telas para moda* (2010) sostienen que en la actualidad, los avances tecnológicos aplicados a las fibras sintéticas y naturales permiten generar prendas que satisfacen un abanico de necesidades. El desarrollo de las fibras sintéticas, con sus beneficios y cualidades, distintos a los de las fibras naturales, permite que ambos tejidos puedan combinarse y obtener de esta manera fibras más complejas, de alta calidad, con hilados regenerados, permitiendo la producción de nuevas prendas con un estilo y comportamiento de tejido diferente. (Hallet y Johnston)

#### **4.3 Textiles característicos de la ropa deportiva**

La realización de actividad física sugiere prendas cómodas, flexibles y adaptables a los movimientos realizados por el cuerpo humano. Esto quiero decir que las fibras

implementadas para el desarrollo de prendas deportivas, constan de elasticidad, adaptabilidad, liviandad, frescura, confortabilidad y funcionalidad, puesto que las mismas suelen adaptarse al movimiento y silueta del cuerpo.

Como uno de los elementos compositivos del diseño de indumentaria, el textil permite conformar la silueta en torno al cuerpo. Lo rodea, contiene, sigue y traza, al mismo tiempo que lo califica superficialmente, provocando sensaciones hacia el interior de la piel y hacia el exterior, como textura sensible y relacionada con el medio ambiente. (Satzman, 2004)

Susana Saulquin (2010) reafirma su pensamiento de que frente a la presencia de nuevos materiales, las prendas cuentan con un valor agregado. De esta forma, estos nuevos materiales otorgan funcionalidad, logrando no solo cubrir el cuerpo sino también ofrecer un valor agregado.

En *Principios básicos del diseño de moda*, se define:

El diseño de ropa deportiva es distinto a los otros tipos de diseño porque casi de forma exclusiva se guía por la función a la que se las prendas están destinadas. La ropa debe tener las cualidades adecuadas para determinado deporte o actividad. Se ha convertido en una interesante área de diseño ya que la tecnología aplicada a los tejidos evoluciona constantemente y cada vez más gente lleva ropa deportiva, no exclusivamente los entusiastas del deporte. (Sorger, Udale, 2007, p. 119)

En el denominado rubro Sportwear, la tecnología logró ganar protagonismo sobre todo en los textiles puesto que, los usuarios de estas prendas que realizan deporte se encuentran en contacto con la naturaleza cotidianamente y exigen prendas que protejan y reconforten el cuerpo humano. La idea de incorporar tecnología para generar tejidos inteligentes genera un vínculo con el entorno que rodea al usuario. Tal como expresa Udale en el libro *Diseño textil, tejidos y técnicas*:

La ropa interactiva incorpora materiales llamados inteligentes porque responden a los cambios que se producen en el entorno o en el propio cuerpo. El calor, la luz, la presión, las fuerzas magnéticas, la electricidad o la frecuencia de los latidos del corazón pueden provocar cambios en la forma, el color, el sonido o el tamaño de estos materiales. Esto resulta especialmente adecuado en el ámbito textil, ya que durante el proceso de construcción, las fibras e hilados pueden generar circuitos y una red de comunicación a través de los cuales transmite información. (2008, p.39)

Transpirabilidad, secado rápido, impermeabilidad, aislamiento térmico, elasticidad, son algunas de las características más significativas de los tejidos deportivos, tales como el algodón, el nylon, el spandex, la lycra, entre otros. Dupont fue el precursor de las fibras sintéticas. En efecto, desde aquel momento, pasaron a ser un elemento imprescindible en las prendas deportivas. En *Introducción a los textiles*, los autores Hollen, Saddler y Langford definen: “La elasticidad es la capacidad del material alargado para volver inmediatamente a su tamaño original.” (2010, p. 20)

El tejido de punto es el principal textil indicado para las prendas deportivas. Tal como afirma Udale: “Con el aumento del tiempo disponible para el ocio en el siglo XX, el tejido de punto se ha hecho cada vez más importante para la moda deportiva o casual, debido a su elasticidad, comodidad y absorbencia.” (2008, p. 76). La ventaja de los tejidos elásticos es la capacidad de amoldarse al cuerpo sin tener que recurrir a técnicas de sastrería. De esta manera, todas las prendas que contienen elasticidad, son cómodas y fáciles de llevar puesto que permiten el correcto y libre movimiento del cuerpo humano. A su vez, al tratarse de una tela tersa, estas sujetan y aplanan partes del cuerpo por su firmeza y fuerza. (Udale, 2008).

La microfibras, es otra tela destinada a actividades de alto rendimiento ya que es una de las más empleadas en el rubro. Se trata de una fibra ligera, impermeable, agradable al tacto y transpirable que resulta eficaz por las propiedades que contiene. El pionero en lanzar esta fibra fue Dupont. Hoy en día, las microfibras pueden formarse a partir de productos químicos contenidos en micro capsulas, tales como vitaminas, medicamentos, perfumes, agentes antibacterianos, protectores contra las radiaciones solares, entre otros. El beneficio de estos compuestos químicos es que a través del calor, los mismos pueden ser liberados y absorbidos por la epidermis, logrando obtener los beneficios de cada componente. Si bien esto es una ventaja, la epidermis no solo se limita a absorber todos estos compuestos químicos favorables para el organismo sino que también se

pueden llegar a incorporar algunos microorganismos dañinos para la salud del ser humano. (Udale, 2008).

Baugh sostiene que, hoy en día, la microfibra de poliéster, que en sus orígenes había surgido con el fin de simular la seda natural, se convirtió en la principal elección de las prendas funcionales de alta tecnología. Estas telas son ligeras y tienen la cualidad de otorgar buena resistencia y comodidad al usuario, dado que la tela respira y permite la entrada y salida del aire. Al tacto suelen ser suaves puesto que las mismas no se arrugan y presentan buena caída. (2011)

Saulquin (2010) en *La muerte de la moda, el día después* sostiene que hoy en día son cada vez más los productos de microfibras aunque con mayor frecuencia en el rubro deportivo principalmente por la difusión de la tecnología. Estos tejidos confeccionados con micro fibras permiten un doble efecto, por un lado, la evaporación de la transpiración y en segundo lugar la impermeabilidad frente al agua.

El spandex, fibra sintética entretejida con algodón y poliéster, es una excelente alternativa para la ropa deportiva puesto que la misma otorga elasticidad y soporte, generando adaptabilidad y comodidad para el usuario porque esta logra volver a su longitud original.

El elastán, surgió en 1959 y se trata de una fibra manufacturada elástica presente en las prendas deportivas, ropa interior o trajes de baño. Dupont, introdujo la fibra de aramida llamada *Nailon Nomex*, una fibra resistente y ligera generalmente utilizada para ropa militar y uniformes de guerra. (Udale, 2008).

La malla, tela suave y elástica que está formada por agujeros de distintos grosores se convirtió en un textil interesante para la ropa deportiva y la lencería o ropa interior. Generalmente es una tela que se emplea como forro comportándose como absorbente de la humedad del cuerpo, generando una evaporación más ligera y eficaz para el deportista. Es una tela que se incorpora en prendas deportivas dado que la misma proporciona una sensación de frescura y secado rápido, permitiendo una correcta circulación de aire. A su vez, las telas de tejido tricotado, son de las más populares para

las prendas deportivas puesto que consiste en una tela suave, resistente, elástica y permite un fácil tratamiento de estampación, tenido y plisado, es decir, acabado de termotransferencia. (Baugh, 2011).

Es relevante destacar que los textiles destinados a la confección de prendas deportivas hoy en día cuentan con la incorporación de avances tecnológicos, presentándose, como una revolución en la moda que tiene como fin adaptar las prendas a las demandas e inquietudes del consumidor. Es por eso que, la moda deportiva cuenta con cualidades como ligereza, aislamiento térmico, transpirabilidad, secado rápido, impermeabilidad, etcétera. En *El cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*, se considera que los avances tecnológicos generan mayor libertad en el desarrollo de la indumentaria, donde el proceso de diseño se origina en el transcurso del desarrollo textil y en la exploración de sus condiciones funcionales y estéticas. Esto quiere decir que, se debe incorporar el material como punto de partida, logrando que este cumpla con sus condiciones funcionales, entonces, de esta forma, la confección de la prenda comienza en la manipulación de la estructura molecular de la fibra. (Saltzman, 2004)

La indumentaria deportiva ya no consiste únicamente en una prenda de protección sino que la misma ofrece cualidades atractivas que son requeridas por una sociedad consumista. Saltzman (2004) sostiene que las prendas, nexo entre el cuerpo humano y el medio ambiente, están confeccionadas con materiales que responden al clima, de esta forma, no cumplen su función de protección únicamente sino que las mismas otorgan resistencia a la fricción, de aislamiento, de permeabilidad o impermeabilidad, de ventilación, entre otras tantas.

#### **4.4 Los tejidos deportivos y los avances tecnológicos**

Anteriormente se nombraron algunas de las nuevas tecnologías aplicadas a los productos de las grandes marcas deportivas que tienen como fin ofrecer cualidades sumamente interesantes e innovadoras pensadas en confortar y cuidar al deportista. El reto actual en el mundo de la moda que tienen los grandes diseñadores consiste en saber aprovechar y

aplicar los avances tecnológicos en sus colecciones con el fin de romper las barreras de lo clásico y no solo ofrecer un producto con forma y color tradicional sino presentar en el mercado prendas con fibras nuevas, acabados interesantes y formas no tradicionales.

San Martín (2010) en *El futuro de la moda, tecnología y nuevos materiales*, sostiene que los nuevos tejidos y la ropa inteligente son la clave del futuro en el mundo de la moda. De esta forma, la ropa funcional que se adapta a las distintas prácticas deportivas, capaces de proteger frente a las condiciones atmosféricas como también los tejidos ignífugos, forman parte de una nueva tecnología que aporta a la ropa clásica un valor agregado y funcional, que rompe con el esquema habitual.

Frente a esto, se pueden considerar algunas de las nuevas tecnologías aplicadas a los tejidos deportivos. *Coldblack*, es una tecnología capaz de reducir el calor. Consiste en un tejido que sirve para reflejar la radiación solar y el calor manteniendo fresco al deportista. Es una tecnología pensada para aquellos que realizan actividad física en superficies descubiertas y están en constante contacto con la naturaleza. Este tejido, garantiza protección frente a los rayos ultravioletas evitando quemaduras. *NanoShape*, es otra tecnología capaz de aplicarse a los tejidos, permitiendo formar una estructura rugosa en la superficie de la tela, generando una capa protectora que hace que las gotas de sustancias como el aceite o el tomate resbalen o se eliminen fácil y rápidamente. *Luminex*, es una tela capaz de emitir luz mediante un sistema electrónico a base de LED. La alimentación de la tela puede ser de dos maneras, cuando se aplica a objetos fijos ésta se conecta a la corriente, en cambio, cuando se aplica a objetos que requieren de libertad y movimientos, se utilizan pilas recargables. (San Martín, 2010)

La empresa italiana, Luminex, fabrica "telas inteligentes": una conjunción entre diseño y tecnología (a través de un entretejido de fibras ópticas en las telas) para ser visible en la oscuridad, con aplicaciones para misiones de rescate y deportes de alto riesgo, o simplemente para lucirlas en locales nocturnos. Asimismo, dichas telas son utilizadas en la fabricación de muebles. (Veneziani, 2012, p.146)

*3XDRY*, es un tratamiento que se aplica tanto en los tejidos naturales como en los tejidos sintéticos. Generalmente es utilizado en las prendas deportivas puesto que esta

tecnología permite mantener seco al tejido tanto por fuera como por dentro. De esta forma, del lado exterior se repela la humedad y en el interior se absorbe la humedad y se evapora rápidamente, logrando mantener fresco al usuario. (San Martín, 2010)

Udale (2008) sostiene que existen cada vez más textiles en pleno proceso de desarrollo para prendas multifuncionales. Existen cada vez más propuestas novedosas debido a los nuevos materiales inteligentes que permiten convertir la prenda en un tejido sumamente funcional y adaptable al cuerpo humano. De esta forma, la autora considera nuevos hallazgos que se dan a partir de un trabajo minucioso de los químicos sobre las fibras con el fin de obtener propiedades superiores. De esta forma, se están desarrollando microfibras y nanotecnologías, destinadas a tejidos con propiedades avanzadas que reaccionen con el entorno. *Azlon*, es una fibra obtenida a partir de las proteínas de la leche, los cacahuates, el maíz y la soja. *BioSteel* o hilo de araña, es producido por la araña de forma natural y consiste en un hilo muy resistente, elástico e impermeable. Al igual que la fibra *Azlon*, esta se obtiene de la proteína de la leche de cabra. Los químicos no tardaron en estudiar esta fibra que es más resistente que el acero para poder utilizarla e incorporarla en los tejidos. Luego se destaca la fibra *Odin Optim*, desarrollada en Japón, surge tras una alteración en la estructura de la lana para conseguir una fibra de mayor calidad y adaptación. Finalmente, se encuentra la fibra PLA, con sus orígenes en el año 2001 bajo el nombre comercial *NatureWorks*. Esta fibra, a diferencia de las anteriores, se obtiene de una fuente renovable tal como los azúcares del maíz y la remolacha azucarera. El proceso de esta fibra requiere de poca energía y es sumamente reciclable. (Udale, 2008)

Las microfibras también son tejidos sumamente avanzados. Estas pueden fabricarse con micro cápsulas que contienen productos químicos. Dentro de las microfibras se encuentra el llamado tejido *X-Static* que permite tejer metales maleables y mezclarlos con fibras sintéticas para obtener propiedades antiestáticas. A su vez, la nanotecnología, es una

fibra que crea tejidos extremadamente inteligentes y sofisticados, para que las prendas cambien de color, estructura y talla. (Udale, 2008)

Para concluir este capítulo, se reafirma el creciente consumo en la moda de prendas adaptables y funcionales a partir de la incorporación de nuevos textiles y tecnologías que permiten abastecer necesidades e inquietudes que surgen a la hora de realizar actividad física u otra actividad de riesgo que requiera de protección y confortabilidad. En los últimos años, la sociedad se volvió sumamente exigente y se encuentra en constante búsqueda de productos o servicios que contengan valores agregados capaces de brindar cualidades interesantes y por sobre todo, funcionales.

Veneziani (2012), sostiene este giro hacia una indumentaria multifuncional y tecnológica dado que, estas vestimentas representan las formas en que la moda genera mutaciones con el fin de adaptarse al ambiente, protegerse en la guerra, el clima, o responder a la necesidad de sentirse comunicado.

#### **4.5 Moldería**

Dentro de los elementos constructivos para la creación de la presente propuesta del Proyecto de Graduación se encuentra, como se ha mencionado anteriormente, el textil, considerado un recurso fundamental para el desarrollo de prendas de vestir. Sin embargo, en el proceso creativo del diseñador, los patrones cumplen un rol elemental puesto que, los mismos determinarán la forma y silueta de la prenda, definirán las proporciones de la misma y favorecerán el desarrollo de diseños precisos. Resulta, en efecto, comprender dicho concepto que es definido por Mors De Castro (2010) como:

Denominamos patrón a la plantilla de papel o cartón que se utiliza para cortar la tela. Cada parte de una prenda de vestir, como por ejemplo el delantero y a espalda, los bolsillos, el cuello, las mangas o las perneras, necesita su propia pieza de patrón. Este patrón puede crearse a partir de las medidas de una persona individual o a escala industrial según la medida de una talla estándar. (Mors De Castro, 2010, p.9)

En consecuencia, la elaboración de los patrones consiste en un proceso en el cual, el diseñador, plasma en papel cálculos que permiten formar bases sólidas logradas a partir

de medidas estándares del cuerpo humano. La formación de dichos patrones permitirán apreciar el tamaño, la superficie y la profundidad de las prendas diseñadas.

La aparición de la tecnología y la evolución de los materiales en el proceso creativo del diseñador permiten obtener nuevas técnicas destinadas a lograr de manera ágil y exacta, los diseños pensados. La aparición de nuevos sistemas y ordenadores digitales permiten generar patrones de manera veloz y a su vez, conservarlos para realizar posibles modificaciones que se establecen de acuerdo al nuevo diseño. Sin embargo, existen métodos primitivos o tradicionales que actualmente se conservan, puesto que, revelan una forma de trabajo que concede seguridad y precisión.

Mors De Castro (2010) ubica los primeros documentos sobre corte y confección en el siglo XVI. Los planos de aquella época, en efecto, estaban destinados a facilitar el corte y reducir el desperdicio de tela.

La realización del patrón debe considerar el tamaño, la forma y medida del cuerpo, puesto que, cada época sugirió una forma humana determinada por factores sociales y culturales. Parish, en su libro *Fundamentos del patronaje creativo* define: "Las formas y los tamaños han cambiado a lo largo de los años, debido en gran medida a los cambios en la salud y la nutrición, la adopción de estilos de vida occidentales y la mezcla de grupos étnicos." (2015, p.16). En efecto, comprender el funcionamiento de la silueta para la realización de la moda sugiere concebir valores y estilos de vida marcados por movimientos o factores socioculturales. La evolución y transformación de la forma original del cuerpo humano permitió, comprender la variación de proporciones y en efecto, permitir tallas distintas a las habituales.

Al diseñador de moda le interesa estar al tanto de las proporciones medias naturales para el mercado al que vaya dirigida su ropa, y diseñar siguiendo un modelo real de talla en lugar de hacerlo con un cuerpo idealizado en mente, porque lo único que logrará de esta forma es que su ropa no se venda. (Jones, 2005, p.30)

En efecto, al descubrir una variedad de talles, el diseñador estudiará y definirá las medidas para realizar un patrón acorde a sus diseños. La toma de medidas puede

realizarse de distintas formas. Weiman, (2014) sostiene que pueden ser tomadas de manera directa sobre el cuerpo humano, mediante una cinta métrica o se puede recurrir a tablas con medidas estándar para los distintos talles. Esta última opción se utiliza cuando se trata de una producción grande.

Finalmente, la realización de moldes base será el resultado de un proceso en el cual el diseñador, mediante la indagación de medidas, alcanzó plasmar en el papel dichos cálculos para lograr planos que posteriormente podrán ser transformados para nuevas propuestas de diseño. Weiman (2014) considera que en el trazado de la moldería existen códigos de comunicación que brindan datos esenciales para comprender el diseño de las prendas. Cada molde, en efecto, contiene información fundamental que es comprendida por el encargado de trasladar dicho plano a la tela. Los patrones, en consecuencia, contienen el nombre de la prenda, la referencia de la ubicación de la prenda, la cantidad de veces que se debe cortar la pieza, junto con el hilo de la prenda que permite ubicar la tela de manera correcta.

Para concluir el presente apartado, se reafirma la importancia de la realización de los patrones para la obtención de prendas proporcionales a un estilo de cuerpo determinado. Estudiar y comprender la estructura de las prendas así como el contorno y la forma del cuerpo, permitirán alcanzar, de acuerdo a los ideales del diseñador, prendas con formas adversas tales como adherentes, anchas, estrechas, entre otras. La moldería, en efecto, permitirá, trasladar dimensionalmente el cuerpo como un plano que se consolida a partir de medidas establecidas. En el papel o cartón empleado, el diseñador podrá observar la silueta del cuerpo, sus proporciones y las líneas de contorno.

#### **4.5.1 Moldería y textiles deportivos**

El proceso de realización de patronaje se consolida una vez que el diseñador selecciona el tejido adecuado para cada prenda a desarrollar. El conocimiento del comportamiento de los tejidos, su composición y tratamientos son indispensables para plasmar posteriormente en el plano, las medidas acordes a la tela seleccionada.

Las características naturales de la tela contribuyen en gran medida, a la forma que se le puede dar alrededor del cuerpo y, en consecuencia, influyen en las técnicas de corte que deben emplearse. Así, la primera pregunta que debemos hacernos es si la tela es tejida, es elástica o ninguna de las dos cosas. (Chunman Lo, 2011, p.16)

Los textiles deportivos, presentan características y comportamientos específicos en relación a otras telas, es por ello que, en el rubro deportivo, se deben considerar la mayor cantidad de datos útiles para que el textil cumpla su función de ser funcional y adaptable al cuerpo humano. Dichos conocimientos, a su vez, permitirán disponer la tela antes de ser cortada, puesto que, cada textil requiere de un método de preparación específico.

En efecto, Barnfield y Richards (2013) presentan una serie de técnicas destinadas a la preparación de las telas previos al proceso de corte. De esta forma, consideran que la forma más habitual consiste en planchar con vapor el textil o doblarlo y sumergirlo en agua caliente durante 30 o 60 minutos, luego, escurrirlo y dejarlo secar. Si bien los tejidos sintéticos no arrugan la plancha a vapor permitirá eliminar las arrugas existentes.

Jones (2005) por su parte, sostiene que existen superficies que al ser tratadas de una forma determinada, pueden dañar el tejido, chamuscándolo con facilidad. En consecuencia, telas como el nailon y algunas mezclas sintéticas, al poseer un margen resistencia bajo al calor, pueden percutirse fácilmente.

Las telas de punto destinadas a la confección de prendas deportivas difieren de los textiles tejidos. Se trata de telas que cuentan con elasticidad y ceden ligeramente para que las fibras se adapten al contorno y movimientos del cuerpo humano. La utilización de filamentos elásticos, en efecto, permiten desarrollar prendas adaptables a las diferentes tallas y medidas del organismo. Chunman Lo, sostiene: "Cualquier tejido de punto cede mucho más que la tela tejida porque las lazadas son más flexibles. Podríamos compararlas con un muelle que se alarga cuando se estira." (2011, p. 17-18)

La característica más importante del tejido de punto es su capacidad elástica. La elasticidad y la dirección del estiramiento varían según el proceso de tejeduría utilizado, de la galga (o grosor del punto) y del denier (o peso de la hilatura). Los géneros de punto pueden tejerse para que se estiren en el sentido de las pasadas (es decir, de la trama), de las columnas (urdimbre) o en ambos, dependiendo de la elasticidad deseada. (Crawford, 2014, p.32)

Al desarrollar patrones con tejidos deportivos resulta preciso determinar la dirección del hilo, puesto que dichas fibras consisten en hilos entrelazados. Chunman Lo (2011) considera que: “La colocación del patrón con respecto a la dirección del hilo influye en el aspecto de la prenda, ya que aquí entra en juego la hechura de la tela combinada con la gravedad.” (p.19). En efecto, la manera correcta de cortar la tela es colocándola de manera recta al hilo del centro delantero o trasero de la prenda. De esta manera, los hilos de la tela deberán siempre encontrarse paralelamente al orillo de la tela. El proceso de reconocimiento y colocación del patrón en relación al hilo de la tela es una tarea que el diseñador deberá realizar minuciosamente para que la tela responda correctamente en sus diseños.

Jones ,en su libro *Diseño de moda*, reflexiona y sostiene:

Lo más importante de este análisis es el grano de la fibra. El grano (o línea de grano) de un tejido es el termino que se le da a la dirección de un tejido, paralela al orillo y a la urdimbre. Cuando una tela se teje, normalmente la urdimbre es más fuerte y más tensa que su trama. Es menos probable que la tela encoja si las piezas patrón se colocan en el grano de la urdimbre. (2005, p.151)

Para concluir el presente apartado, el reconocimiento de la composición del tejido, así como las formas en que debe ser colocado frente a los patrones de las prendas, son un componente fundamental y decisivo en el proceso de diseño. Las telas deportivas tienden a estirarse y ceder más en comparación a los tejidos planos puesto que, estas no cuentan con la elasticidad y flexibilidad que contienen los tejidos de punto. Determinar las telas que serán utilizadas permitirá establecer medidas que posteriormente serán plasmadas en el papel para formar los llamados, patrones de diseño. En consecuencia, conocer los textiles, su composición, y capacidades será un factor determinante que conllevará a desarrollar patrones que se adapten al contorno del cuerpo humano deseado.

## **Capítulo 5. Desarrollo de línea multifuncional**

Tras haber definido los conceptos significativos en relación al Proyecto de Graduación planteado, se presentará una propuesta de diseño enmarcada en el rubro deportivo pensada para mujeres que realizan actividad física. Para el desarrollo del presente capítulo, será necesario definir y considerar la inspiración o concepto rector y disparador que se consolidó para poder diseñar las prendas. El proceso de diseño requiere de investigación teórica y práctica, y posteriormente de una reflexión que permitirá evaluar tanto el contenido escrito como la propuesta práctica del trabajo. La organización y estructura de cada apartado permitirán seguir un ordenamiento de los conceptos y valores más representativos para el autor que guiarán al lector en el recorrido.

En primer lugar, la inspiración será el concepto tomado como punto de partida para la creación de la línea multifuncional. Posteriormente, se definirán los materiales adecuados para dicha prenda como también los avíos y la paleta de color apropiados para la propuesta establecida.

El objetivo principal de la propuesta constituida en el presente Proyecto de Graduación consiste en desarrollar una línea de prendas que contribuyan a resolver una prenda, es decir, una campera y un accesorio, un bolso, en un solo producto. Las tipologías planteadas forman parte de la denominada tercera piel, puesto que abrigan y confortan al usuario por sus materiales. En efecto cada campera presentada estará destinada como protección del usuario frente a las condiciones climáticas y a su vez se podrán transformar en diferentes bolsos que lograrán contener los objetos personales necesarios que llevan a la hora realizar deportes, tales como las llaves, celular, auriculares, botella de agua o elementos como protector bucal, anteojos, etcétera. Cada campera además de contener una moldería que le permita transformarse en bolso, estará confeccionada con materiales funcionales y los mismos contendrán acabados tecnológicos que permitirán proteger al usuario del ambiente que lo rodea y brindarle, en efecto, atributos funcionales.

Para comprender con profundidad que se entiende por línea, Tatham y Seaman (2004) sostienen que una línea es un conjunto de prendas creadas por un diseñador. Se trata, en efecto de una coordinación que puede estar inclinada hacia un tipo de prenda específica o bien mantener un equilibrio y contener en efecto, prendas superiores e inferiores.

El objetivo radica en ofrecer prendas que brinden confort y multifuncionalidad a través de los materiales empleados para su confección, una moldería preparada para ofrecer otro producto, acabados tecnológicos y una correcta implementación de avíos sumamente funcionales que permitan abrir, cerrar y transformar la prenda de manera rápida y fácil. Frente a esto, se hace referencia a Saltzman quien sostiene que “El diseño de la vestimenta abarca también el acceso y el cierre de la prenda: tanto el vestirse como el desvestirse implican una acción específica, que requiere una cierta habilidad y movilidad del cuerpo” (2004, p. 105). El reto del diseñador consiste en resolver elementos del diseño para que los mismos sean funcionales y cumplan con los requisitos de diseño pensado. El desafío consiste en simplificar las inquietudes de las mujeres y promover una serie de prendas que logren saciar las necesidades e inquietudes de las mujeres actuales que viven en la inmediatez.. Con esta propuesta se incentiva reducir el consumo masivo de productos y promover la elección de prendas multifuncionales que contengan dos o más productos en uno solo, logrando ahorrar, tiempo y dinero dado que la mujer actual, desde su liberación e incorporación laboral, se ha vuelto un ser multifuncional, con múltiples tareas.

Se debe considerar que estas prendas están dirigidas a mujeres que suelen realizar actividad física al aire libre. De esta forma, los textiles implementados para su confección serán apropiados, de tal manera que funcionen como protección del usuario frente a las diversas condiciones climáticas, así como también lograr preservar los objetos personales de valor, dado que los mismos se encuentran en el interior de estas prendas y no deben tener contacto con el agua, el calor, etcétera.

Para poder llevar a cabo esta propuesta, se plantea una transformación en la tipología base, con el fin de modificar en función de términos de practicidad y funcionalidad, la forma clásica, sin perder la identidad e inspiración del diseño, de la campera deportiva. Frente a esto, en los capítulos transcurridos se realizó un relevamiento de conceptos indispensables, tales como una investigación y clasificación de los textiles, las tendencias y las exigencias que se establecen en el mercado actual, el rol de la mujer y su relación con la vestimenta, especialmente con el rubro deportivo, como también, conceptos que explican la práctica de vestir y lo que la misma trae aparejada en relación al contexto, la cultura y el cuerpo humano como cimiento rígido del cual surge la indumentaria. A su vez, se analiza la imagen de la mujer y el canon de belleza actual en relación a los medios de comunicación, considerados estos, como disparados y líderes conformadores de opinión. Si bien la propuesta parte de una inspiración o idea creativa, a su vez se detallaron previamente algunas palabras clave para determinar las cualidades y beneficios de esta línea deportiva, entre ellos, comodidad, calidad, tecnología, funcionalidad, rubro deportivo, mujer, paleta vibrante.

El concepto de inspiración será plasmado en una serie de paneles conceptuales que representarán a través de una recolección de imágenes, los conceptos más significativos tomados por el diseñador como justificación de su propuesta creativa. Si bien en los diferentes apartados de este capítulo se definirán conceptos adversos, la inspiración que rige este PG reúne todas estas cuestiones que mantienen una relación coherente para el desarrollo de una línea deportiva multifuncional.

## **5.1 Inspiración**

En este apartado, como se indicó anteriormente, se nombrará y explicará el concepto que se consideró como inspiración para elaborar la línea multifuncional. Se considera que este concepto motivó, impulsó y determinó la presentación de ésta propuesta. En efecto, resulta preciso definir el término inspiración para comprender correctamente su funcionamiento dentro del campo creativo del diseñador. Atkinson (2012) define

inspiración a la chispa que enciende la creatividad. En consecuencia, este punto de partida es la influencia de la futura creación. Dicha inspiración, es una fuente que estimula de manera fidedigna al diseñador permitiéndole viajar en busca de material. Y al hablar de material no se hace referencia a la moda únicamente, sino también a las imágenes, emociones, experiencias, narraciones o todo aquello que el diseñador considere conocimiento útil para su desarrollo creativo.

Este concepto puede ser amplio puesto que el diseñador se inspira de todo aquello que lo rodea, absorbe, mira o consume, pudiendo ser un acontecimiento, un proceso cultural o social, un objeto, una película, una persona, etcétera. Atkinson (2012) reflexiona lo siguiente: “La inspiración también se puede encontrar en la vida cotidiana, en la calle, en unos grandes almacenes, en tiendas de segunda mano, en los rastrillos o en la naturaleza”. (p.60)

Jones presenta, en efecto, un pensamiento paralelo y sostiene lo siguiente:

La clave para crear nuevas ideas es anotar y mezclar las influencias conjuntamente en un cuaderno de notas, y entonces, combinar esta inspiración con su creciente conocimiento de tejidos, detalles de moda y objetos del mercado. Con esta constante sintonización de señales, está en mejor posición para responder al proyecto y aportarle su propio punto de vista personal e intensamente contemporáneo. (2005, p.170)

De esta manera, fue seleccionado el filme de Lynne (1983) Flashdance, considerado este como inspiración que provocó el estímulo para generar dicha propuesta. Se trata de un musical estadounidense de 1983. En este film, se observa el comportamiento y el rol social que presenta la protagonista en la sociedad y en sus actividades cotidianas. (ver Panel de inspiración, pág. 4, Cuerpo C).

Alexandra, en efecto, cumple varios roles y lentamente se refleja el concepto de multifuncionalidad tratado a lo largo del presente trabajo. El autor selecciona este filme, puesto que se logra establecer y constituir una relación con los diversos conceptos nombrados en el presente Proyecto de Graduación. La protagonista de ésta película engloba y representa los conceptos de multifuncionalidad, rubro deportivo, mujer multifacética, y belleza. Para el diseñador se trata de la imagen que se trasmite durante la

película que alienta y motiva a pensar en una línea multifuncional para mujeres que luchan por su progreso y realizan una variedad de actividades que representan su personalidad activa y enérgica en el ámbito social.

En consecuencia, resulta importante considerar el argumento de dicha película para comprender la correlación que estableció el diseñador. Flashdance (1983) representa el sueño y la ambición de una mujer que, frente a un contexto social complicado, lucha contra un mundo dominado por hombres y logra volverse de esta manera, una mujer segura y dinámica, capaz de ejercer un trabajo que demanda una larga jornada laboral y a su vez, cumplir con sus deseos y ambiciones, en este caso, el baile. En esta película se observa notoriamente el progreso de la mujer en la sociedad y por consiguiente, su capacidad de volverse un ser multifuncional, capaz de realizar todo aquello que se proponga. A su vez, se detalla el crecimiento del rubro deportivo y la influencia del estereotipo de belleza que es representado por la actividad y la silueta de la protagonista. Alexandra, en efecto, engloba los conceptos tratados en los apartados recorridos. En dicho personaje, se observa el reflejo femenino de progresar y derribar las barreras que limitan sus derechos en la sociedad. Poco a poco, renace el trabajo femenino y en efecto, surgen nuevas prácticas deportivas que contribuyen al esparcimiento de extensas jornadas laborales. La silueta femenina, logra despertar y comunicar un nuevo modelo de mujer, libre, audaz y sensual.

La cultura de mantenerse en forma, abanderada por la actriz Jane Fonda en sus videos de entrenamiento y por películas como Fama(1980) y Flashdance(1983), alimentó el deseo masculino y femenino de lucir un cuerpo tonificado hasta la perfección, mediante el ejercicio intensivo, lo que a su vez popularizó la ropa segunda piel. (Fogg, 2014, p.424)

El diseñador, considerando a la mujer trabajadora durante el día y bailarina por la noche, que refleja un ritmo de vida acelerado, propone una línea de prendas dirigidas a este tipo de mujeres, activas, apasionadas por la actividad física, con diversos roles, mujeres fuertes, seguras y eficientes. Alexandra, la protagonista, pasa a ser el punto de partida que refleja todos los conceptos tratados en el presente trabajo.

### **5.1.1 Panel conceptual**

El ser creativo se encuentra en contacto con el entorno social. Este, a su vez, dispara estímulos cotidianamente. Estas influencias pueden ser captadas por el diseñador y contribuir en el desarrollo de una propuesta creativa. Cada concepto o elemento tomado por el diseñador servirá para componer un panel que representará un tema así como también los valores, formas y gustos que el artista consideró importantes para su creación.

De acuerdo a esto, el panel del tema le permitirá aproximarse a los materiales durante la siguiente fase del proceso creativo de desarrollo y muestreo en donde la mente divagará para generar ideas. (Atkinson, 2012)

En el presente trabajo, el autor presentará a través de estos paneles, imágenes representativas que fueron adquiridas mediante una investigación creativa a partir de la inspiración seleccionada (ver Panel de inspiración, pág. 4, cuerpo C).

Dichos paneles no contendrán únicamente imágenes de moda, sino también, conceptos representativos que determinarán las cualidades de la futura línea propuesta. En efecto, se combinarán imágenes y referencias textuales que aportarán conceptos significativos para la propuesta establecida. A su vez, se podrán encontrar una variedad de colores que representarán el estado emocional del diseñador. En efecto, aquí, se podrán fusionar tanto el concepto de inspiración seleccionados como los paneles que representarán de manera visual las ideas que sustentan y convierten posible dicha propuesta. (ver Panel conceptos, pág. 5 cuerpo C).

En conclusión, el concepto seleccionado permitirá establecer una coherencia que articulará todos los elementos seleccionados por el diseñador en su proceso creativo.

### **5.2 Target: Usuario**

Este apartado del presente Proyecto de Graduación consiste en definir el público objetivo al cual está dirigida la vestimenta propuesta. En efecto, es necesario definir cuestiones demográficas, económicas, culturales y sociales tales como la edad, el sexo, la profesión,

las actividades en tiempos de ocio, que servirán para segmentar el tipo de usuario de esta línea propuesta en el PG.

Atkinson (2012) considera que la parte más importante en el desarrollo de un proyecto es referir y definir el cliente puesto que, su futura creación deberá tener un destinatario o un tipo determinado de mujer que represente un sector del mercado. De esta manera, definir el público objetivo permitirá guiar y describir de manera concisa el target de dicha propuesta. La elección del usuario será, en efecto, un trabajo del diseñador, puesto que este encontrará los motivos reales para ofrecer dicha vestimenta.

La investigación e información que el autor indagó permiten en efecto, definir un tipo de mujer específico para la línea planteada en el presente trabajo. La construcción de un tipo de mujer determinado permite diseñar y determinar cuestiones estrictamente de diseño.

El consumidor seleccionado para la presente línea deportiva reside en mujeres que llevan un estilo de vida activo y que viven en la inmediatez. Esto quiere decir que se trata de mujeres que llevan un estilo de vida ligero, son mujeres con múltiples roles, modernas, con esperanzas de superarse día a día. Llevan un modo de vida dinámico, es decir, cuentan con diversas tareas y actividades, dedican su tiempo a la profesión como también a realizar actividades que benefician la salud física y mental preferentemente en lugares físicos abiertos y naturales. Son mujeres que mantienen un contacto con la naturaleza de manera habitual. Frente a esto, se encuentran en la búsqueda de vestimentas cómodas que permitan el correcto movimiento de su cuerpo y que otorgue múltiples funciones adaptables a una variedad de actividades. En cuanto a la personalidad de estas mujeres, al encontrarse en constante movimiento por la realización de múltiples tareas, estas mujeres son sumamente ágiles y seguras, y buscan, en efecto, simplificar y economizar tiempo para llegar a realizar todo aquello que se propongan. De esta misma manera, busca la practicidad y eficacia. (ver Panel usuario, pág. 6, cuerpo C). En cuanto a la edad, esta línea está destinada para mujeres que realizan actividades deportivas sin ser profesionales de la materia. Es decir, mujeres que se encuentran en

condiciones físicas para desarrollar movimientos del cuerpo humano. De esta forma el rango etario se extiende desde los 20 años hasta los 40. El límite de edad lo delimita la paleta de color, puesto que las tonalidades de los avíos y pequeños recortes son vibrantes y posiblemente las mujeres más jóvenes son quienes apuestan por colores arriesgados. Sin embargo, esto no quiere decir que mujeres de mayor edad estén exentas a poder usarlas.

### **5.3 Morfología y silueta**

Definir el usuario objetivo es una instancia decisiva puesto que, de acuerdo a ello se definen cuestiones que forman parte del proceso creativo del diseñador para poder desarrollar la propuesta establecida en el presente Proyecto de Graduación. El rubro deportivo exige libertad en movimientos, comodidad y flexibilidad. Tal como sostiene Saltzman, en la indumentaria, el movimiento es el resultado de la interacción que se establece entre el cuerpo y el vestido, de esta forma, se deben trasladar al textil, las cualidades mutantes de la forma para que las mismas funcionen de manera conjunta con el movimiento del cuerpo humano. (2004).

Los textiles implementados para desarrollar esta prenda deben otorgar elasticidad, resistencia, deben ser cómodos y funcionales dado que los mismos deben permitir la correcta ejecución de los movimientos. La silueta debe ser estudiada, puesto que, el material tomará forma a partir de este. Atkniston (2012) reconoce y clasifica a las siluetas en discretas o espectaculares puesto que estas, se definen mediante el cuerpo humano, es decir, la cabeza, el tronco, los cuatro miembros y sus articulaciones. Sin embargo, estas siluetas pueden modificar su aspecto y percepción a partir de sus proporciones. Las mismas están influenciadas por el cuerpo, los accesorios, el estilismo, los textiles, entre otros.

En consecuencia, definir la silueta de una propuesta creativa es un factor determinante que delimitará el contorno y la forma que los materiales de dichas prendas tomarán en el

cuerpo del usuario. Estas comunicarán valores y símbolos que representan los ideales del diseñador.

La silueta es casi siempre la primera impresión de una prenda, vista a distancia y antes de que se perciban los detalles. Una colección no debe presentar demasiadas variaciones en su silueta, ya que esto tiende a diluir el impacto general y debilitar el mensaje. (Jones, 2005, p.99)

La silueta propuesta para la línea multifuncional consiste en una silueta adherente al cuerpo humano. Se trata de una silueta anatómica logrando que la vestimenta se adhiera a cada tipo de cuerpo humano. Los textiles deportivos suelen adoptar la forma o amoldarse al cuerpo humano por tratarse de fibras sumamente maleables y adaptables al organismo. La silueta de esta forma, permite adaptarse a cada cuerpo mediante los textiles seleccionados puesto que estos, consisten en fibras elásticas y maleables.

Es decir, el target apuntado son mujeres que realizan deporte pero esto no significa que la línea planteada esté consignada para mujeres esbeltas con medidas proporcionales, de lo contrario, pueden encontrarse mujeres con cuerpos reales, curvilíneos. Cada prenda presentará formas geométricas permitiendo establecer una simetría en cada diseño.

#### **5.4 Paleta de color**

El color es un recurso interesante y determinante en la moda. Éste comunica y compone la colección armónicamente a través de una paleta coherente. El color de esta manera, forma parte de un elemento visual de la vestimenta que comunica información del individuo que lo porta. Atkniston (2012) define a la percepción del color como un fenómeno complejo que puede variar según el contexto y la persona. En efecto, los colores tienden a representar un significado simbólico y cultural que varía de acuerdo a la forma en que se percibe, tanto de manera individual como en grupo.

Lurie, en su libro *El lenguaje de la moda* sostiene que: “Los psicólogos han descubierto que una simple mirada a distintos colores nos altera la presión sanguínea, los latidos del

corazón y el ritmo de la respiración, igual que oír un sonido discordante o un acorde musical armonioso.” (1994, p.202)

El desafío del diseñador, en consecuencia, reside en emplear de manera correcta el color en sus propuestas creativas, donde se debe presentar y mantener un equilibrio entre sus gustos personales y los gustos de los clientes, puesto que, la gama de colores, deberían lograr armonía entre la temática propuesta como inspiración de dicho proyecto y el mercado objetivo. (Atkniston, 2012)

Las paletas de colores cambian por cada temporada. Las tendencias se actualizan y a su vez, surgen experimentaciones de nuevas tonalidades capaces de integrar nuevas paletas de los grandes diseñadores.

El rubro deportivo permite un abanico de colores en comparación con otros rubros más sobrios y minimalistas puesto que éstos, suelen reducir su paleta por tratarse de líneas más elegantes. A su vez la temporada es otro factor determinante en la elección de los colores de cada colección o tipología dado que se encuentran tonalidades que van acorde a cada estación del año.

Las estaciones y el clima cuentan a la hora de elegir color. En otoño e invierno, la gente se siente atraída hacia los tonos cálidos y alegres, o hacia los colores oscuros para ayudar a retener el calor corporal. Por el contrario, el blanco (que refleja el calor) y los tonos pastel se usan con más frecuencia en primavera y verano. (Jones, 2005, p.101)

En consecuencia, se encuentran colores más suaves y cálidos, tratándose, en efecto, de una paleta desaturada. Esta paleta es empleada habitualmente en prendas de primavera o verano puesto que sugieren frescura y liviandad. De manera opuesta, se encuentran los colores saturados, que consisten en colores más oscuros e intensos y reflejan rigidez y frialdad. Generalmente son incorporados en las temporadas de otoño e invierno dado que son épocas de frío y los colores oscuros suelen identificarse con esa época. Hoy en día no existe una regla que defina los colores de cada temporada, principalmente porque el diseñador es el encargado de emplear los colores que considere ideales para representar

su identidad, y a su vez, porque hoy en día la moda cambia constantemente y esta se modifica en función de las tendencias del momento. Se cita a Wong quien sostiene que:

Los gustos cambian de generación en generación y según la edad, el sexo, la raza, la educación, el entorno cultural, etcétera, de cada individuo y por ello es difícil establecer normas específicas para la creación efectiva de combinaciones de color. (1988, p.51)

La línea multifuncional planteada en el presente PG, se encuentra dentro de la temporada primavera verano. Al dirigir la línea a mujeres de Buenos Aires, el clima permite establecer una combinación de colores saturados y de menor saturación puesto que el clima es templado y húmedo. En primavera aun se encuentran días inestables y frescos por lo que la paleta saturada se implementa con tonalidades frías en los avíos de cada prenda como también en la forrería interna que posteriormente, formará cada bolso, puesto que, la transformación se realiza desde la tela interna de la prenda y al revertirla ésta queda a la vista. Los tonos pastel serán implementados en la totalidad de las prendas puesto que la temporada sugiere frescura y liviandad. Las telas base tendrán, en efecto, colores cálidos, que combinándolos con los avíos sobresalen aun más. De esta forma, se considera que dicha línea puede ser utilizada tanto en épocas cálidas como frescas. Está compuesta por una combinación de colores cálidos y pasteles de verano junto con tonalidades saturadas y vibrantes del invierno dado que el rubro deportivo tiende a utilizar colores más arriesgados y vivos en pequeños detalles y avíos. Se realiza una combinación entre dichas paletas opuestas puesto que la línea presenta un minimalismo que se representa con los tonos sobrios y se encontrará la vibración mediante la implementación de avíos sugestivos deportivos, sin perder el sentido armónico de la prenda. (ver Paleta de color, pág.9, cuerpo C)

### **5.5 Textiles y avíos seleccionados para la propuesta**

Otro factor determinante es la selección de los textiles adecuados para la propuesta del presente proyecto. En el capítulo tres se investigó la diversidad de textiles existentes en el mercado textil y se definieron los apropiados para prendas del rubro deportivo. Estos

textiles deben contener un alto porcentaje de elasticidad y adaptabilidad puesto que los usuarios los incorporan para realizar actividades que exigen movilidad corporal por tratarse de ejercicios de alto riesgo. La implementación de materiales que conforten al usuario, absorban su humedad, aporten energía y eliminen el calor serán, en efecto, los adecuados para que el usuario logre rendir eficientemente debido a la vestimenta utilizada.

Dependiendo de la función de la prenda también deberán tenerse en cuenta su calidez, su facilidad de cuidado, su permeabilidad al agua, su transpirabilidad y su resistencia al uso y al desgaste. La ropa deportiva, por ejemplo, exige unos materiales fuertes, resistentes al desgaste, absorbentes y con permeabilidad al aire. (Jones, 2005, p.72)

Para la propuesta del presente proyecto el autor partió de la selección de tejidos elásticos, adaptables y de alto rendimiento. La silueta planteada para dicha prenda es un componente determinante en la selección de los textiles. Se encuentran tejidos destinados a prendas elegantes pertenecientes a rubros sofisticados tales como la alta costura o el Prêt-à-porter, donde las telas utilizadas tienen mayor peso, densidad y consistencia. En cambio el rubro deportivo, al tratarse de un rubro más desestructurado e informal, surgen textiles más livianos, adaptables, suaves y cómodos pero a su vez resistentes.

La temporada, como se mencionó anteriormente, define la materialidad de las prendas dado que existen textiles apropiados para otoño, invierno, primavera o verano. Las camperas multifuncionales están pensadas como prendas atemporales puesto que están dirigidas para mujeres que viven en Buenos Aires. En efecto, a pesar de tener épocas cálidas, Buenos Aires posee un clima templado, húmedo e inestable. Si bien en las épocas de calor, las temperaturas son cálidas por la noche hay vientos frescos. De esta forma, se considera que ésta prenda puede ser utilizada tanto en épocas cálidas como frescas.

La línea multifuncional propuesta en el presente proyecto, está compuesta por una variedad de textiles deportivos que cumplen la función de abrigar, adaptar y proteger el

cuerpo humano, principalmente porque se trata de un rubro que exige prendas maleables, elásticas y confortables. En efecto, se combinan textiles clásicos de la ropa deportiva con textiles resistentes, cómodos y durables, capaces de cumplir con el objetivo propuesto que es, reconfortar al usuario como también minimizar y simplificar diversas inquietudes a través de prendas multifuncionales que contienen diversos atributos y elementos beneficiosos para el consumidor.

Como se mencionó al comienzo del proyecto, cada prenda fue pensada para proteger y confortar al usuario en la actividad física que desarrolle. Existen una variedad de camperas, entre ellas. La llamada campera TOKIO, está compuesta por el textil denominado Scuba. Se trata de un tejido de punto similar al neopreno, suave y natural pero más delgado puesto que su composición está formada por 96% poliéster y 4% Spandex. Se ha designado este textil dado que ofrece atributos tales como elasticidad, tanto en la trama como en la urdimbre, impermeabilidad y aislamiento. Se trata de un tejido que ofrece protección frente a diferentes actividades de riesgo donde el usuario emplea energía para poder ejecutarlas. Es una tela usada para prendas de otoño e invierno por su consistencia, especialmente en el rubro deportivo. La misma tiene caída y no se arruga por tratarse de una tela maleable capacitada para ofrecer movilidad. (ver Ficha de tejidos, pág. 21, cuerpo C).

Este textil será combinado con la tecnología *3XDRY*, mencionada en el capítulo cuatro como una de las grandes tecnologías implementadas para prendas deportivas en los últimos tiempos. Esta tecnología se incorporará en la prenda multifuncional puesto que, permite conservar seco al tejido tanto por fuera como por dentro, mediante la absorción de la humedad y la eliminación de la misma, para que el deportista se encuentre fresco y a una temperatura agradable, a partir de un secado rápido que permite que la piel respire correctamente. Éste acabado capaz de repeler el agua y la suciedad, a su vez, es implementado en la prenda dado que produce un efecto de enfriamiento generando

mayor energía para rendir al máximo en la actividad aeróbica a realizar. (ver Ficha de producto campera, pág. 17, cuerpo C).

En el interior de la prenda, se podrá encontrar el tejido cire, compuesto por poliéster al 100%. Dicha tela, utilizada como forrería permitirá mediante un sistema de avíos ubicado en el interior, que la misma se convierta en bolso y dicha tela forma parte del exterior del mismo. Por otra parte, se utiliza el tejido cuello tejido para el cuello de la prenda.

En la campera llamada PEKIN, se utiliza el textil denominado Scuba compuesto por 96% poliéster y 4% spandex. Dicha tela se presentará en la totalidad de la prenda y será combinada con el tratamiento tecnológico llamado *Colblack*. Éste, permitirá reducir el calor corporal y mantener de esta manera, fresco al usuario. A su vez, permite proteger de manera fiable frente a la radiación UV dado que contiene factor de protección ultravioleta. (San Martín, 2010). Los bolsillos de la misma contendrán la combinación de dicha tela junto a la red elastizada. La red está compuesta por 85% poliamida y 15 % de lycra. La funcionalidad de la misma, es más bien decorativa, puesto que la tela scuba será aquella que contendrá las manos abrigadas será la tela principal. La red a su vez, será utilizada como parte de la forrería interna de la prenda. (ver Ficha de tejidos, pág.31, cuerpo C).

La campera denominada ALASKA, está compuesta por el tejido mencionado anteriormente llamado, scuba. Su composición está formada por 96% poliéster y 4% Spandex y es implementado por su capacidad de estirar y confortar al usuario. Dicha tela será utilizada en la totalidad de la prenda y será combinada con la tecnología *Nanoshape*. Esta tecnología que forma una capa protectora que repele y elimina manchas en la prenda. (ver Ficha de producto campera, pág. 37, cuerpo C).

Los recortes laterales y la espalda de la prenda contendrán una combinación entre la scuba y la red elastizada. El cuello tejido, al igual que en la campera TOKIO, será implementado tanto en los puños como en el cuello de la prenda.

Finalmente, la campera TORONTO contendrá como tela base al tejido denominado Silver. Se trata de una fibra impermeable rompeviento que está compuesta por 100% poliéster tafetán. Esta fibra será combinada con la tecnología *Luminex*, un tratamiento que permite que el tejido emita luz mediante un sistema LED. Su función consiste en obtener fibras ópticas que brinden luz para ser visto en la oscuridad. Por otro lado se implementara la red elastizada tanto en los recortes de las mangas como en los laterales de la prenda y la forrería interna. (ver Ficha técnica de tejidos, pág. 53, cuerpo C).

Si bien se considera al textil como un componente fundamental y decisivo en el diseño, el avió de mismo modo, es un elemento fundamental que forma parte del diseño de las prendas. Es un componente imprescindible y su principal función es otorgar un acceso a la prenda. Se trata de un recurso funcional y ornamental que forma parte de la indumentaria. De todas maneras existen avíos que tienen otra finalidad, más bien, son utilizados como una forma de adorno, que contribuye a la estética del diseño. La propuesta del presente Proyecto de Graduación, está dirigida al rubro deportivo por lo que los avíos implementados son funcionales y resistentes. El principal avió seleccionado para dicha línea propuesta es el cierre denominado diente de perro, un cierre plástico con dientes visibles usado para prendas deportivas por su aspecto desestructurado. Este, lleva el nombre de cierre automático y el agarre es metálico, mientras que los dientes son de material plástico. Este será colocado en la campera y en el bolso.

Se encontrarán cintas reflectoras que serán colocadas en el frente, la espalda y las mangas de las prendas para que el usuario sea visto a la hora de realizar actividad física. Las mismas se encontrarán en los bolsos una vez que haya sido realizada la transformación mediante los avíos internos.

A su vez, se podrán encontrar vivos elásticos de lycra que serán colocados de forma vertical. En el interior, se hallarán cierres fijos y desmontables que permitirán transformar dicha campera en un bolso de mano.

Los cierres son considerados avíos significativos en dicha propuesta dado que la transformación se logra a partir de una colocación determinada de los mimos en la forrería interna de cada prenda. En efecto, en la espalda de cada atuendo, se podrá encontrar un sistema de avíos colocado de tal manera que, al cerrarlos la prenda se transforme y revierta convirtiéndose en bolso.

Finalmente cada bolso contendrá mosquetones y triángulos metálicos en sus extremos que permitirán colocar la cinta mochilera para poder posteriormente transportar dicho bolso.

Es relevante destacar que para realizar la selección de los avíos mencionados se tuvo en cuenta la calidad y resistencia de los textiles escogidos para la prenda multifuncional.

## **5.5 Fichas técnicas**

De la inspiración parte la idea creativa del diseñador y todas estas ideas que se son tomadas como punto de partida conforman la línea planteada en el presente Proyecto de Graduación. La información de cada prenda propuesta se trasladará a las fichas técnicas. Estos documentos contienen todos los datos técnicos esenciales de las prendas propuestas. Éstas son realizadas una vez que se tiene el producto pensado en mente. Hopkins expresa: “La ficha técnica se crea siempre después de haber definido el diseño y está expresamente preparada para la producción en una fabrica o para crear un prototipo que explique el montaje de la prenda en una línea de producción.” (2010, p.87). Se trata de documentos que detallan de manera concisa las particularidades de cada atuendo, para comprender su funcionamiento y detalles constructivos que formaran parte de la empresa y le servirá de igual modo, al taller que confeccione dicha vestimenta.

Una ficha técnica incluye un dibujo de presentación más técnico y exacto de una prenda individual, dibujado de manera lineal y precisa para expresar la información técnica con detalle. La ficha técnica es un documento interno que la empresa utiliza e su actividad manufacturera y contiene información técnica esencial, como el proceso de construcción, el tejido, la forniture, y los costes. (Hopkins, 2010, p.80)

Las fichas técnicas pueden clasificarse en fichas de producto, fichas de tejidos y avíos, fichas de detalles constructivos, fichas de despiece de moldería, ficha de ciclo de operaciones, fichas de estampa o sublimación, entre otras. El objetivo de la realización de estas fichas es ordenar e integrar toda la información necesaria de manera clara y concisa tanto para el diseñador como para el muestrista y el taller de producción.

La ficha técnica contiene la información visual necesaria para la manufacturación de una prenda individual con relación a sus costes unitarios asociados, como fornituras y los detalles del diseño que pueden incluir etiquetas o un logo bordado. (Hopknis, 2010, p.87)

En consecuencia, la ficha de producto es un documento global que contiene una variedad de datos útiles y significativos. Hopkins (2010) explica que las fichas de producto están compuestas por dibujos técnicos, es decir dibujos planos de una o varias prendas que representan de una forma tridimensional las piezas tratadas. En efecto, esta representación se realiza tanto de manera frontal como trasera y las vistas laterales se incluyen en función del diseño. Se podrá encontrar en ellas dicho geometral de la prenda diseñada, que debe presentarse con medidas reales de la prenda junto con referencias de máquinas, tipos de costura y detalles relevantes. Hopkins (2010) considera que los dibujos técnicos permiten documentar, de esta manera, las líneas del modelo. Esto, en efecto, conlleva a dibujar todas las costuras y pinzas que dan forma a la prenda, al igual que sus características adicionales tal como los fruncidos o los pliegues. Luego estos dibujos contienen las líneas de detalles que incluyen respuntes, bolsillos, avíos, etcétera. Se encuentra la ficha de textiles y avíos, donde se detallan los avíos y textiles que serán utilizados para la prenda. Aquí, se define la cantidad, el tipo de tejido y avíos, la composición, el color, el tamaño, el ancho, el proveedor, y el precio. A su vez, se colocan muestras de ambos para tener referencia de los materiales de la prenda.

La ficha de ciclo de operaciones detalla los pasos para confeccionar cada prenda, es decir, se describe el proceso paso a paso y se especifican las máquinas adquiridas para su confección. El ciclo de operaciones concluye con los recaudos que se deben efectuar una vez que la prenda está confeccionada, es decir, se nombra aquí la instancia de

limpieza de hilos, control de calidad, traspaso al depósito, etcétera. (ver Ficha ciclo de operaciones, pág. 20, cuerpo C).

Existen prendas que son sublimadas o estampadas. Las mismas contienen diseños que se relacionan con la inspiración o identidad del diseñador. Frente a esto, se encuentra la ficha de estampación o sublimación que detalla el tipo de estampa, los colores de la misma, la localización de la misma, el tamaño, el costo y el lugar que se ocupara de realizarlo.

La línea planteada en el presente proyecto, contendrá en primer lugar fichas de producto. Aquí, se podrá obtener un dibujo técnico con detalles constructivos de maquinas, costuras y tratamientos determinados e implementados en cada prenda. Luego se podrán encontrar las fichas de avíos y textiles, donde el diseñador plasmará los tejidos utilizados y los elementos decorativos o funcionales que incorporó en cada prenda. La ficha de despiece de moldería servirá para comprender las partes de cada vestimenta. Junto a ella se podrá encontrar el ciclo de operaciones que detallará la forma en que las prendas deben ser confeccionadas.

Todas ellas contendrán los datos relevantes mencionados anteriormente tales como geométrales, textiles, avíos, moldes, y el proceso de confección. Los dibujos técnicos que contengan las fichas serán realizados de manera clara y exacta puesto que tanto la fábrica como el técnico dependerán de este documento para confeccionar de manera correcta la línea propuesta. Estos documentos técnicos, en efecto, lograrán definir y percibir de manera rápida la silueta de cada prenda, la proporción de las mismas, sus costuras y maquinas necesarias para su confección y todos aquellos detalles esenciales para desarrollar prendas funcionales.

## **5.6 Figurines**

Si bien el diseñador se vale de las fichas técnicas para plasmar mediante dibujos técnicos las particularidades de las prendas con sus respectivas referencias, resulta útil, expresar dicha vestimenta sobre figuras que permiten observar minuciosamente, mediante la

articulación de sus partes, la caída del tejido, la silueta en el cuerpo, el volumen o adherencia de la prenda, la trama del textil, etcétera. Resulta preciso comprender que el proceso de diseño comienza con la realización de bocetos y dibujos de moda que representan el estilo y la estética de diseñador. Hopkins (2010) define a los dibujos como:

El dibujo comienza con la imagen y después se expresa como un medio práctico para generar o comunicar una idea. En moda, esto se puede manifestar de diversas maneras, todas ellas relacionadas con valores o influencias sociales, artísticas y culturales. (p.10)

Para plasmar los diseños en los figurines se requiere de un conocimiento del cuerpo humano, para lograr una figura con proporciones reales y en efecto, plasmar la ropa con la forma del ser humano.

El conocimiento del cuerpo humano es esencial en el dibujo destinado a la moda, puesto que, generalmente, el proceso de dibujo conlleva dibujar la forma de la ropa en una forma humana estilizada. Para alguien inexperto en la materia, los dibujos de moda pueden parecer a menudo abstractos, energéticos e incluso inacabados, pero de hecho, sirven para diferentes propósitos dependiendo del uso que se les dé. (Hopkins, 2010, p.24)

La experimentación lograda en el papel permite, expresar no solo un diseño pensado sino también, una problemática, un movimiento, un sentimiento, etcétera. Hopkins sostiene que en la moda, los figurines no presentan sin embargo, una relación con la proporción real del cuerpo humano puesto que, los diseñadores realizan libremente dibujos con velocidad y dinamismo, como reflejo de un estado de ánimo, un humor, o apetencia. (2010)

Para concluir el presente apartado, los dibujos de moda surgen para representar una idea o concepto del diseñador, así como también su estado de ánimo, y su esencia plasmada en los diseños. Existen recursos tales como el color, las sombras, líneas y los tipos de trazado que contribuyen a realzar con nitidez la representación de los bocetos.

En la propuesta del presente Proyecto de Graduación, el autor representará la línea deportiva, mediante fichas técnicas que contendrán datos específicos de cada atuendo, y a la vez, desarrollará figurines de moda, tanto de frente como de espalda, que servirán para reflejar y enseñar las prendas en movimiento sobre el cuerpo humano. A su vez,

estos dibujos técnicos de moda permitirán observar con claridad el planteamiento de la línea y su armonización entre los diferentes atuendos. Dichos figurines no respetarán las proporciones del cuerpo, y en efecto, se exagerarán y estilizarán algunas zonas con el fin de lucir de manera óptima los diseños. (ver Figurín campera, pág. 23, cuerpo C).

### **5.7 Particularidades de la propuesta**

En este apartado se detallarán los atributos de la línea multifuncional. Diseñar es un proceso creativo que debe partir de la necesidad del consumidor. Para diseñar la línea se consideró al consumidor y sus necesidades. La moda se perfila hacia los productos multifuncionales ya que la sociedad apunta a minimizar y simplificar tiempo y dinero. La modificación del rol de la mujer significó dinamismo y progreso. De esta manera, la multifunción se vio como un fenómeno natural de la mujer, ya que logró adquirir seguridad. La prenda multifuncional cumple con adjetivos que se relacionan estrechamente con este tipo de mujer.

Los atributos de esta prenda son, comodidad, multifuncionalidad, adaptabilidad, elasticidad, resistencia y tecnología. La presente línea deportiva contiene una combinación de tejidos funcionales que se estiran y adaptan al cuerpo humano como también tejidos inteligentes que a través de la tecnología logran proteger, cuidar y confortar al usuario. El objetivo de esta línea, además de brindar la mayor cantidad de funciones y atributos posibles es perfeccionar y optimizar el rendimiento en la actividad física. Es por ello que, la investigación de los nuevos materiales textiles permitió combinar diferentes tejidos capaces de otorgar capacidades sumamente funcionales, no solo por la combinación de los mismos sino también por el uso de una moldería y un sistema de avíos capaces de brindar dos productos en uno solo.

Por otra parte, al implementar un sistema de avíos en la espalda de la forrería de cada campera, estos al cerrarlos permiten revertir la prenda obteniendo bolsos capaces de contener objetos personales y en efecto, otorgarle al usuario una prenda multifuncional que ofrece otro producto mediante una transformación interna. La constante de dicha

línea, en efecto, es que todas las camperas se transforman de la misma forma, mediante el mismo sistema, pero se obtienen resultados distintos. Es decir, cada campera mediante el sistema de avíos implementado en la forrería interna permite obtener una variedad de bolsos que se diferencian por el diseño, la forma y la materialidad implementada.

## **Conclusiones**

Ante los análisis investigados en el transcurso del presente proyecto de graduación, en función a lo desarrollado en los capítulos mencionados, se puede concluir que dichos aportes contribuyeron y estimularon al diseñador en la elaboración de una línea de indumentaria multifuncional deportiva para mujeres activas.

El análisis de diversos conceptos a lo largo del trabajo, permitió plantear el objetivo principal que se consolida teóricamente en el apartado cinco y continua con su parte práctica en el cuerpo C. Para desarrollar la línea en efecto, se debieron determinar aspectos relevantes para el diseñador, tales como el tipo de usuario, los elementos constructivos de las prendas, su materialidad, entre otros.

La revisión y el estudio del significado del diseño y su relación con la vestimenta, permiten comprender su significado simbólico, tanto socialmente como culturalmente. En efecto, se devela que la vestimenta, forma parte de un signo que se transforma y se adquiere de acuerdo a las condiciones sociales que vive el individuo. La transformación del significado de la vestimenta, devela un nuevo paradigma de adquisición. De esta manera, la responsabilidad del diseñador radica en responder no solo a las necesidades de la población sino también a los valores, ideales y tendencias que rigen en un momento determinado. En efecto, el proceso creativo para el diseñador, constituye un eslabón crucial donde, sus diseños deben dar una respuesta consecuente a una necesidad humana, que se produce por la ley de supervivencia y a su vez, estas, deben contener un rol comunicacional y una función que permita que dichas prendas se adapten a los movimientos del cuerpo.

El recorrido histórico del significado de la vestimenta, conlleva a estudiar el comportamiento del consumidor y su relación con los nuevos modelos de producción, puesto que, sus conductas se ven afectadas por nuevas medidas o tácticas de fabricación que son adoptadas por grandes diseñadores para aumentar las ventas y mantener la rotación de productos regularmente. En efecto, entender la relación entre el

sistema y el consumidor permite develar una alteración en dicho vínculo producto de la aparición y desarrollo de las nuevas tecnologías que se implementan con diversos fines en la industria. En consecuencia, se producen modificaciones en el hábito de consumo, puesto que, se evidencia una superproducción, veloz e irracional, que contribuye a la aparición de nuevas tendencias y modificaciones en la vestimenta. La moda es un proceso que varía y se altera de acuerdo a diversos factores, entre ellos, los nuevos modelos de producción. Saber comprender y direccionar un producto en función a las necesidades e inquietudes del consumidor es un desafío dificultoso que debe ser resuelto por el diseñador.

En efecto, el desafío reside en educar a los consumidores a adquirir lo necesario u optar por productos o servicios que ofrezcan dos o más funciones en uno solo. El reto reside en concientizar y encaminar a la sociedad a consumir responsablemente. En consecuencia, finalizar con los ritmos acelerados e irracionales de la moda rápida, puesto que, sus consecuencias generan grandes daños y alteraciones en la humanidad.

Al querer comprender el comportamiento del consumidor, resulta preciso estudiar a la mujer histórica y su transformación hasta la actualidad, puesto que, esta nueva mujer presenta una semejanza al usuario de dicha línea. En efecto, el progreso del sector femenino, en una sociedad donde sus actividades antiguamente, se limitaban a las tareas hogareñas produjo un cambio en el rol, repercutiendo en la sociedad y en consecuencia, generando modificaciones en el contexto social como también en la vestimenta. La nueva mujer, libre y segura, transformó la perspectiva que estaba instalada en aquellos tiempos donde el hombre era el único ser capaz de ser multifuncional. Esta alteración propuso nuevas modas, nuevas siluetas, nuevos tejidos, etcétera. El traspaso de la mujer, del ámbito domestico hacia labores y actividades extracurriculares permiten en efecto, estudiar nuevas siluetas que se forman e instauran por mujeres libres, que modificaron no solo su imagen y figura social sino que también lograron someterse a actividades deportivas que anteriormente eran realizadas únicamente por los hombres. La inserción

del sector femenino en las nuevas prácticas deportivas convirtió al deporte en un fenómeno social que sugería determinadas vestimentas para su ejecución.

En consecuencia, al presentar una relación entre la mujer y la vestimenta deportiva y plantear una línea orientada a la realización de la actividad física, resulta necesario investigar el rubro deportivo. De esta manera, se estudio dicha indumentaria, desde sus tipologías hasta aquellos aspectos morfológicos, su materialidad adecuada y su relación con la aparición del término multifunción, puesto que, la finalidad de la propuesta proyectada reside en generar indumentaria deportiva multifuncional capacitada para brindar dos o más funciones para el usuario y otorgarle en efecto confort y seguridad.

El estudio del rubro deportivo permite posteriormente determinar aquellos materiales y tipologías que se utilizaron en la línea deportiva. En consecuencia, se determina y analiza la utilización de telas elásticas y fibras adaptables, dado que, dichas prendas deben estar dispuestas para brindar seguridad, confort y adaptabilidad de acuerdo a los movimientos que el usuario realice en la actividad física.

Por otro lado, el recorrido y el estudio del rubro deportivo fue esencial para definir e investigar acerca de las nuevas prendas multifuncionales existentes y su relación con las nuevas tecnologías y los materiales inteligentes. Aquí, en efecto, se investigó acerca de las nuevas tecnologías aplicadas a prendas deportivas que logran ofrecer funciones sugestivas logradas a partir dichos acabados y materiales novedosos. Dichos estudios permitieron, adquirir los acabados en las prendas propuestas de la línea deportiva.

El presente Proyecto de Graduación contribuye a establecer y contemplar a la tecnología como un recurso novedoso y ventajoso para la disciplina, puesto que este no solo permite obtener prendas con una o más funciones interesantes sino que también, contribuye a desarrollar acabados y tratamientos textiles a favor del usuario. Es decir, dichos acabados tecnológicos favorecen el desarrollo de prendas con capacidades confortables, adaptables y transformables para otorgarle mayor rendimiento y protección al usuario.

El presente trabajo de graduación, en consecuencia, alcanzó evidenciar el surgimiento de la multifunción, como un fenómeno que ofrece dos o más funciones a la vez y que logra confortar al usuario mediante la tecnología, la correcta implementación de los textiles y un delicado desarrollo de patrones transformables para la obtención de dos o más funciones en un mismo producto.

El estudio del rubro deportivo y la aparición de las tipologías multifuncionales contribuyen a estudiar los elementos constructivos para lograr prendas adaptables a los movimientos del cuerpo. En el apartado 4, se estudian en efecto, la variedad de textiles y se realiza un detalle minucioso de aquellas fibras específicas para las prendas deportivas. El estudio de los avances en los textiles se realizó para aplicar e implementar dichas evoluciones en la línea del presente proyecto de graduación. El propósito reside en detallar e instaurar estimación hacia aquellas prendas que ofrecen varias funciones, otorgan calidad y durabilidad y por sobre todo confort y seguridad al usuario. Es decir, prendas que ofrecen protección frente a las condiciones climáticas pero que a su vez contienen cualidades y propiedades novedosas. Del mismo modo, incentivar la obtención de dichas prendas para reducir el consumo masivo de prendas de calidad baja y poca durabilidad que generan, en efecto, daños ambientales y alteraciones en la moda.

En el proceso creativo, el diseñador en efecto, deberá considerar los materiales que implementara en su creación. El estudio de los textiles en el presente proyecto, a su vez, llevara al estudio de la silueta puesto que, los textiles toman la forma a partir del cuerpo. En consecuencia, para poder implementarlos de manera eficaz se debe investigar e indagar los tipos de textiles que existen y así entender sus composiciones, ventajas, desventajas y cuidados necesarios.

Finalmente, el estudio del elemento constructivo más significativo para lograr la propuesta del presente proyecto de graduación, el patrón, junto con el textil, dará cuenta de cuán importante es, desarrollar moldería adaptable a las medidas del cuerpo y lograr de esta

manera, transformaciones que permitirán desarrollar tipologías multifuncionales que varían de acuerdo a las alteraciones realizadas por el diseñador, en los patrones base.

Para concluir, la investigación y el análisis que se realiza en los apartados recorridos del proyecto de graduación, contribuyen a desarrollar una línea deportiva, compuesta por materiales y tecnologías que otorgan comodidad, multifuncionalidad, confort y protección al usuario.

La comprensión del significado de la vestimenta y el rol del diseñador permiten dar cuenta de que el diseñador, en efecto, es el encargado de definir y asumir la responsabilidad de todas aquellas cuestiones seleccionadas y elegidas para su propuesta pensada. Es sustancial que este, mediante su creación desarrolle prendas que logren satisfacer las necesidades básicas del ser humano como también, que las mismas comuniquen socialmente, dado que, la sociedad recurre a estas como un medio de comunicación para expresar su identidad. El proceso creativo será, en efecto, una instancia determinante, puesto que aquí, se definirán cuestiones de diseño tales como, la inspiración rectora, la selección del material, la elección de una paleta de color, la definición de las tipologías, la selección de los avíos y la determinación de los patrones. En consecuencia, la definición de los conocimientos fundamentales de diseño contribuyó al desarrollo del proyecto propuesto, tanto teóricamente como prácticamente. La organización progresiva de los conceptos mencionados en cada apartado sirvió para establecer un ordenamiento del desarrollo y proceso creativo consolidado en el último apartado.

En efecto, en el último apartado, se describen aquellas cuestiones fundamentales para el diseñador que contribuyen a la consolidación de la propuesta. El proceso creativo, parte de la inspiración de la línea deportiva. El flim Flashdance, en efecto, engloba los conceptos mencionados tales como multifuncionalidad, rubro deportivo, mujer activa y multifacética. La selección de los textiles, así como la determinación de la paleta de color y los avíos implementados en cada prenda logran conformar una línea que contribuye a

responder la pregunta problema, comprobando que es posible solucionar las inquietudes de las mujeres que viven en la inmediatez mediante productos multifuncionales que cumplan dos o más funciones y respondan a las diferentes necesidades que las mismas contengan.

Para comprender porque hoy en día existe un aumento de la demanda de las prendas multifuncionales es relevante considerar que la sociedad convive en un sitio donde la moda es un fenómeno veloz, versátil e indefinido que es vulnerable a procesos y mecanismos del día a día. La tendencia es un factor determinante que altera la moda cotidianamente. Los individuos consumen en función a la tendencia. En los últimos años se impuso de manera fuerte la importancia de la actividad física como mecanismo eficiente para lograr el bienestar físico y mental. De esta manera, la tendencia a realizar deporte provocó el acelerado crecimiento y avance de marcas deportivas en el mercado. Las grandes marcas comenzaron a investigar formas de superarse y brindar los mejores productos con el fin de obtener la reelección del usuario frente a otras marcas competitivas. La incorporación de la tecnología fue un factor sumamente positivo para el rubro deportivo puesto que facilitó el desarrollo de prendas multifuncionales capaces de brindar capacidades asombrosas para el usuario. La capacidad de aplicar tecnologías a los tejidos permitió el desarrollo de un abanico de productos capaces de confortar al usuario en todos sus aspectos, es decir, protegiéndolo, otorgándole comodidad, absorbiéndole la humedad del propio cuerpo, manteniéndole un equilibrio en su temperatura corporal, otorgándole protección solar, absorbiéndole energía para rendir al máximo en sus entrenamientos , etcétera . Todos estos avances representaron el progreso del rubro deportivo, impulsando el incremento de nuevas prendas transformables multifuncionales.

## Lista de referencias Bibliográficas

- Aprile, O. (2012). *La mujer en la publicidad*. *Adlatina.com*, (60), 122-123. (Está indicando número 60, de la página 122 a la 123).
- Aristizabal, P. (2012). *Producto inteligente, un reto del marketing desde el mundo vital del mercado*. Disponible en: <https://es.slideshare.net/pabloaristizabal1/producto-inteligente>
- Arias, M. (1973). *La liberación de la mujer*. Barcelona: Salvat Editores S.A
- Atkinson, M. (2012). *Como crear una colección final de moda*. Barcelona: Blume S.L
- Barthes, R. (2005). *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires: Paidós
- Barndfield, J., Richards, A. (2013). *Manual de patronaje de moda: Todo lo que hay que saber sobre el diseño, adaptación y personalización de los patrones de costura*. Barcelona: Promopress
- Baudrillard, J. (1968). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI
- Baudot, F. (2008). *La moda del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Buenos Aires: Paidós
- Baugh, G. (2011). *Manual de tejidos para diseñadores de moda. Guía de las propiedades y características de las telas y de su potencial para el diseño de moda*. Barcelona: Parramón S.A
- Blackman, C. (2009). *100 años de moda masculina*. Barcelona: Blume
- Bennet, C. (2015). *Ready, Set, Go. La guía definitiva e iniciación del running*. Disponible en: [https://content.nike.com/content/dam/one-nike/en\\_us/season-2015-ho/running/NRC/RSG/1029\\_update/RSG\\_GUIDE\\_101415\\_es-ES.pdf](https://content.nike.com/content/dam/one-nike/en_us/season-2015-ho/running/NRC/RSG/1029_update/RSG_GUIDE_101415_es-ES.pdf)
- Botta, J. (2016). *Bicing, Onda verde. Indumentaria par el ciclismo urbano*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3919&titulo\\_proyectos=Bicing, Onda Verde](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3919&titulo_proyectos=Bicing, Onda Verde)
- Crawford, C. (2014). *Confeción de moda vol.2. Técnicas avanzadas*. Barcelona: Gustavo Gili
- Croci, P. Vitale, A. (2000). *Los cuerpos dóciles: Hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires: La marca editora
- Chahine, N. (2006). *La belleza del siglo. Los cánones femeninos en el siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.
- Charo, P. (2012). *Indumentaria Funcional*. Recuperado el 22/07/2016. Disponible [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=8744&id\\_libro=419](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8744&id_libro=419)

- Chiesa, M., Cirelli P., Sciliani, P. (2012). *Buenos Aires es tendencia, diseño de indumentaria en la era digital*. Buenos Aires: Ediciones Sudamericana
- Chunman, L. (2011) *Patronaje*. Barcelona: Blume S.L
- Dogana, F. (1984). *Psicopatología del consumo cotidiano* Barcelona: Gedisa
- D' Orazi, D. (2017, 28 de octubre). *Cuatro claves del marketing de moda*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/2076256-cuatro-claves-del-marketing-de-moda>
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Ibérica, S. A
- Esparza Ontiveros, M. (Junio de 2010). *La indumentaria deportiva en la modernidad y en la posmodernidad*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-laposmodernidad.htm>
- Ferrara, C. (2012) *Indumentaria multifuncional*. Proyecto De Graduación. Obtenido de: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=919](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=919)
- Fogg, M. (2014). *Moda. Toda la historia*. Chile: Contrapunto.
- Glazman, M. (2016). *Indumentaria adaptable e inclusiva. Diseño de moldería para personas con reducción de extremidades*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3950&titulo\\_proyectos=Indumentaria adaptable e inclusiva](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3950&titulo_proyectos=Indumentaria%20adaptable%20e%20inclusiva)
- González, A. (2013). *Colección de indumentaria de refugio para chicos en situación de calle*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/archivos/2442.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/2442.pdf)
- Grunfeld, M. (1997). *Marketing de la moda: Módulo nº1*. Buenos Aires: Universo.
- Guerra, A. (2016). *Colores que sanan. Rediseño de ambo médico para área oncológica*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado 20/03/2017 el de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3962&titulo\\_proyectos=Colores que sanan](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3962&titulo_proyectos=Colores%20que%20sanar)
- Guerrera, M. (2016). *Adaptabilidad de las prendas y su ocasión de uso (Pret-a-Porter con textiles y morfologías deportivas)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3963&titulo\\_proyectos=Adaptabilidad de las prendas y su ocasión de uso](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3963&titulo_proyectos=Adaptabilidad%20de%20las%20prendas%20y%20su%20ocasi%C3%B3n%20de%20uso)
- Hallet, C., Johnston, A. (2010). *Telas para moda. Guía de fibras naturales*. Barcelona: Blume S.L

- Hollen, N., Saddler, J., Langford, A. (2010). *Introducción a los textiles*. México: Limusa
- Hopkins, J. (2010). *El dibujo en la moda*. Barcelona: Gustavo Gili S.L
- Irusta, D. (Agosto, 2014). *Susana Saulquin. "El sistema de la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo"*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>
- Jones, S. (2005). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume S.L
- Katz, M. (2015). *Más que un cuerpo. Cómo descubrir tu verdadera belleza*. Buenos aires: Aguilar
- Kim, H. (2015). *Indumentaria deportiva funcional. Creación de prendas para esquí influenciando por el Art Deco y los textiles inteligentes*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3343](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3343)
- Kindersley, D. (2013). *Moda. Historia y estilos*. Barcelona: Editorial Dorling Kindersley
- Laver, J. (1995) Breve historia del traje y de la moda. Madrid: Cátedra. Citado en: Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama S.A
- Lopez, Gil, M. (1999). *El cuerpo, el sujeto, la condición de la mujer*. Buenos Aires: Biblos
- Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A
- Lynne, A (Director). (1983). *Flashdance [youtube Movies]*. Los Angeles: Paramount Pictures.
- Maltby, R. (1991). *Siglo veinte, análisis histórico. Cultura y Modernidad*. Barcelona: Aguilar
- Margulis, M. (2000). *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblos
- Marino, P. (2011). *Nuevos Materiales Textiles*. Recuperado el: 23/07/2014. Disponible en: [http://www.idits.org.ar/Nuevo/Notas/PDFs/Nanotecnologia/Nano\\_PatriciaMarinoINTI.pdf](http://www.idits.org.ar/Nuevo/Notas/PDFs/Nanotecnologia/Nano_PatriciaMarinoINTI.pdf)
- Medina, Cano (2008, diciembre). *La moda: un documento sociológico*. IconoFacto. Revista facultad de diseño. 4 (5), 13-16. Medellín, Colombia
- Nicosia, F. (1974). *La decisión del consumidor*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A
- Mizrahi, L. (1991). *La mujer transgresora*. Buenos Aires, Argentina: Emecé editores S.A

- Monfrazani, A. (2015). *Rediseño y funcionalidad, bolsos unisex para transportar objetos de bebés*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/alumnos/trabajos/2646\\_2281.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/2646_2281.pdf)
- Mors de Castro, L. (2010). *Patrones de moda. Paso a paso*. España: Evergreen
- Mussoni, B. (2015). *Bolsos multifuncionales. Bolso para mujeres profesionales activas*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3363](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3363)
- Pantoja, A. (2016, Abril 9, s.p.). *Gucci y otras marcas que promueven la extrema delgadez*. El estrella Digital. Disponible en: <https://www.estrelladigital.es/articulo/sociedad/gucci-y-otras-marcas-promueven-extrema-delgadez/20160408124417279818.html>
- Parish, P. (2015). *Fundamentos del patronaje creativo: La arquitectura de la moda*. Barcelona: Promopress
- Popcorn, F. (1991) *Lo Que Vendrá*. Barcelona: Granica
- Prioglio, C. (2011). *Fast fashion*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1412158-fast-fashion>
- Riera, S. y Figueras Maz, M. (2012). *El modelo de belleza de la mujer en los blogs de moda. ¿Una alternativa a la prensa femenina tradicional?* Medios de comunicación, publicidad y género, 1 (7). León: Universidad de León. Disponible en: <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/cuestionesdegenero/article/view/908/798>
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós
- San Martín, M. (2010). *El futuro de la moda. Tecnología y nuevos materiales*. Barcelona: Promopress
- Saulquin, S. (1990). *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (1999). *La moda, después*. Buenos Aires: ISM
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2014) *Políticas de las apariencias*. Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2014, Agosto). *El sistema de la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>
- Schefer, F. (2006). *La belleza del siglo. Los cánones femeninos en el siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili

- Schiffman, L., Kanuk (1997). *Comportamiento del consumidor*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A
- Sidote, E. (2016, 25 Octubre). *Susana Saulquin: "No es ético el compro, luego tiro"*. Sophia. Disponible en: <http://www.sophiaonline.com.ar/susana-saulquin/>
- Sorger, R. Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili
- Tatham, C., Seaman, J. (2004). *Curso del dibujo de diseño de moda. Principios, prácticas y técnicas: guía fundamental para el aspirante a diseñador de moda*. Barcelona: Aganto
- Trozo, J. (2014). *Rediseño del uniforme laboral. Recolectores urbanos*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3051](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3051)
- Udale, J. (2008). *Diseño textil. Tejidos y técnicas*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- Vallejo, D., De Micheo, J. (1994). *Mujer, trabajo, familia y finanzas. Todos sus derechos*. Madrid: Temas de hoy
- Vázquez, Y. (2017). *Una prenda, varias funciones. Colección bajo diseño de autor multifuncional sustentable*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Recuperado el 20/03/2017 de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/catalogo\\_de\\_proyectos/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=4211](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/catalogo_de_proyectos/detalle_proyecto.php?id_proyecto=4211)
- Veblen, T. (2000). *Teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Alianza
- Veneziani, M. (2012). *Moda, Economía y sociedad*. Buenos Aires: Nobuko
- Volpintesta, L. (2015). *Fundamentos del diseño de moda*. Buenos Aires: Promopress
- Weiman, P. (2014). *Moldería inclusiva*. Mar del Plata: Eudem
- Worsley, H. (2011). *100 ideas que cambiaron la moda*. Barcelona: Blumé
- Wong, W. (1988). *Principios del diseño en color*. Barcelona: Gustavo Gili S.A

## Bibliografía

- Aprile, O. (2012). *La mujer en la publicidad*. *Adlatina.com*, (60), 122-123. (Está indicando número 60, de la página 122 a la 123).
- Aristizabal, P. (2012). *Producto inteligente, un reto del marketing desde el mundo vital del mercado*. Disponible en: <https://es.slideshare.net/pabloaristizabal1/producto-inteligente>
- Arias, M. (1973). *La liberación de la mujer*. Barcelona: Salvat Editores S.A
- Atkinson, M. (2012). *Como crear una colección final de moda*. Barcelona: Blume S.L
- Barthes, R. (2005). *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires: Paidós
- Barndfield, J., Richards, A. (2013). *Manual de patronaje de moda: Todo lo que hay que saber sobre el diseño, adaptación y personalización de los patrones de costura*. Barcelona: Promopress
- Baudrillard, J. (1968). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI
- Baudot, F. (2008). *La moda del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Buenos Aires: Paidós
- Baugh, G. (2011). *Manual de tejidos para diseñadores de moda. Guía de las propiedades y características de las telas y de su potencial para el diseño de moda*. Barcelona: Parramón S.A
- Bennet, C. (2015). *Ready, Set, Go. La guía definitiva e iniciación del running*. Disponible en: [https://content.nike.com/content/dam/one-nike/en\\_us/season-2015-ho/running/NRC/RSG/1029\\_update/RSG\\_GUIDE\\_101415\\_es-ES.pdf](https://content.nike.com/content/dam/one-nike/en_us/season-2015-ho/running/NRC/RSG/1029_update/RSG_GUIDE_101415_es-ES.pdf)
- Blackman, C. (2009). *100 años de moda masculina*. Barcelona: Blume
- Botta, J. (2016). *Bicing, Onda verde. Indumentaria par el ciclismo urbano*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3919&titulo\\_proyectos=Bicing, Onda Verde](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3919&titulo_proyectos=Bicing, Onda Verde)
- Clayton, M. (2009). *Coser en casa. Fundamentos, técnicas, corte y confección, sastrería avanzada, ropa de hogar, cuidados y arreglos*. Barcelona: Blumé
- Crawford, C. (2014). *Confección de moda vol.2. Técnicas avanzadas*. Barcelona: Gustavo Gili
- Correa, G. (2012). *El lenguaje de los patrones en la moda*. Buenos Aires: Nobuko
- Croci, P. Vitale, A. (2000). *Los cuerpos dóciles: Hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires, Argentina: La marca editora
- Chahine, N. (2006). *La belleza del siglo. Los cánones femeninos en el siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

- Charo, P. (2012). *Indumentaria Funcional*. Recuperado el 22/07/2016. Disponible [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=8744&id\\_libro=419](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8744&id_libro=419)
- Chiesa, M., Cirelli P., Sciliani, P. (2012). *Buenos Aires es tendencia, diseño de indumentaria en la era digital*. Buenos Aires: Sudamericana
- Chunman, L. (2011) *Patronaje*. Barcelona: Blume S.L
- Colchester, C. (2007). *Textiles. Tendencias actuales y tradicionales*. Argentina: Blume
- Donato, D. (1992). *Elegantísima. La enciclopedia practica de la Moda de Donato Delego*. Argentina: MO.DE.LA
- Donnanno, A. (2014). *Técnicas de patronaje de moda. Vol 1. Como realizar faldas, pantalones y camisas Mujer/Hombre*. Barcelona: Promopress
- Dogana, F. (1984). *Psicopatología del consumo cotidiano* Barcelona: Gedisa
- Doria, P. (1997). *Área, agenda de reflexión en arquitectura, diseño y urbanismo*. Buenos Aires: Analítica
- D' Orazi, D. (2017, 28 de octubre). *Cuatro claves del marketing de moda*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/2076256-cuatro-claves-del-marketing-de-moda>
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Ibérica, S. A
- Esparza, L. (1999). *Teoría de los hilados*. México: Limusa
- Esparza Ontiveros, M. (Junio de 2010). *La indumentaria deportiva en la modernidad y en la posmodernidad*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd145/la-indumentaria-deportiva-en-laposmodernidad.htm>
- Ferrara, C. (2012) *Indumentaria multifuncional*. Proyecto De Graduación. Obtenido de: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=919](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=919)
- Fogg, M. (2014). *Moda. Toda la historia*. Chile: Contrapunto.
- Glazman, M. (2016). *Indumentaria adaptable e inclusiva. Diseño de moldería para personas con reducción de extremidades*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3950&titulo\\_proyectos=Indumentaria adaptable e inclusiva](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3950&titulo_proyectos=Indumentaria adaptable e inclusiva)
- González, A. (2013). *Colección de indumentaria de refugio para chicos en situación de calle*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/archivos/2442.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2442.pdf)

- Grunfeld, M. (1997). *Marketing de la moda: Módulo nº1*. Buenos Aires: Universo.
- Guerra, A. (2016). *Colores que sanan. Rediseño de ambo médico para área oncológica*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3962&titulo\\_proyectos=Colores que sanan](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3962&titulo_proyectos=Colores que sanan)
- Guerrera, M. (2016). *Adaptabilidad de las prendas y su ocasión de uso (Pret-a-Porter con textiles y morfologías deportivas)*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3963&titulo\\_proyectos=Adaptabilidad de las prendas y su ocasión de uso](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3963&titulo_proyectos=Adaptabilidad de las prendas y su ocasión de uso)
- Hallet, C., Johnston, A. (2010). *Telas para moda. Guía de fibras naturales*. Barcelona: Blume S.L
- Hollen, N., Saddler, J., Langford, A. (2010). *Introducción a los textiles*. México: Limusa
- Hopkins, J. (2010). *El dibujo en la moda*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- Irusta, D. (Agosto, 2014). *Susana Saulquin. "El sistema de la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo"*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>
- Jones, S. (2005). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume S.L
- Katz, M. (2015). *Más que un cuerpo. Cómo descubrir tu verdadera belleza*. Buenos aires: Aguilar
- Kim, H. (2015). *Indumentaria deportiva funcional. Creación de prendas para esquí influenciando por el Art Deco y los textiles inteligentes*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3343](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3343)
- Kindersley, D. (2013). *Moda. Historia y estilos*. Barcelona: Dorling Kindersley
- Laver, J. (1995) Breve historia del traje y de la moda. Madrid: Ediciones Cátedra. Citado en: Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama S.A
- Lipovetsky, G. (1999). *La tercera mujer*. Barcelona: Anagrama S.A
- Lipovetsky, G. (1994). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona: Anagrama S.A
- Lopez, Gil, M. (1999). *El cuerpo, el sujeto, la condición de la mujer*. Buenos Aires: Biblos
- Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A

- Lynne, A (Director). (1983). *Flashdance [youtube Movies]*. Los Angeles: Paramount Pictures.
- Maltby, R. (1991). *Siglo veinte, análisis histórico. Cultura y Modernidad*. Barcelona: Aguilar
- Margulis, M. (2000). *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblos
- Marino, P. (2011). *Nuevos Materiales Textiles*. Recuperado el: 23/07/2014. Disponible en: [http://www.idits.org.ar/Nuevo/Notas/PDFs/Nanotecnologia/Nano\\_PatriciaMarinoINTI.pdf](http://www.idits.org.ar/Nuevo/Notas/PDFs/Nanotecnologia/Nano_PatriciaMarinoINTI.pdf)
- Medina, Cano (2008, diciembre). *La moda: un documento sociológico*. *IconoFacto. Revista facultad de diseño*. 4 (5), 13-16. Medellín, Colombia
- Monfrazani, A. (2015). *Rediseño y funcionalidad, bolsos unisex para transportar objetos de bebés*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/alumnos/trabajos/2646\\_2281.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/2646_2281.pdf)
- Mussoni, B. (2015). *Bolsos multifuncionales. Bolso para mujeres profesionales activas*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3363](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3363)
- Nakamichi, T. (2010). *Pattern Magic. Tejidos elásticos*. Barcelona: Gustavo Gili
- Nicosia, F. (1974). *La decisión del consumidor*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A
- McQuail, D. (1996). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A
- Miralles, E. (1991). *Manual de imagen corporativa*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- Mizrahi, L. (1991). *La mujer transgresora*. Buenos Aires: Emecé editores S.A
- Mors de Castro, L. (2010). *Patrones de moda. Paso a paso*. España: Evergreen
- Pantoja, A. (2016, Abril 9, s.p.). *Gucci y otras marcas que promueven la extrema delgadez*. *El estrella Digital*. Disponible en: <https://www.estrelladigital.es/articulo/sociedad/gucci-y-otras-marcas-promueven-extrema-delgadez/20160408124417279818.html>
- Paul, Y. (1988). *Juegos, modas y masas*. Barcelona: Gedisa S.A
- Parish, P. (2015). *Fundamentos del patronaje creativo: La arquitectura de la moda*. Barcelona: Promopress
- Popcorn, F. (1991) *Lo Que Vendrá*. Barcelona: Granica

- Prioglio, C. (2011). *Fast fashion*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1412158-fast-fashion>
- Riera, S. y Figueras Maz, M. (2012). *El modelo de belleza de la mujer en los blogs de moda. ¿Una alternativa a la prensa femenina tradicional?* Medios de comunicación, publicidad y género, 1 (7). León: Universidad de León. Disponible en: <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/cuestionesdegenero/article/view/908/798>
- Riviere, M. (1998). *Crónicas virtuales. La muerte de la moda en la era de los mutantes*. Barcelona: Anagrama
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós
- Salvat, J. (1970). *Historia del arte Salvat* (Vol. 1). Barcelona: Salvat. Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda argentina: del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- San Martín, M. (2010). *El futuro de la moda. Tecnología y nuevos materiales*. Barcelona: Promopress
- Saulquin, S. (1990). *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (1999). *La moda, después*. Buenos Aires: ISM
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2014) *Políticas de las apariencias*. Buenos Aires: Paidós
- Saulquin, S. (2014, Agosto). *El sistema de la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo*. La Nación. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1716787-susana-saulquin-el-sistema-de-la-moda-sigue-operando-aunque-la-tendencia-sea-salirse-de-lo-masivo>
- Schefer, F. (2006). *La belleza del siglo. Los cánones femeninos en el siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili
- Schiffman, L., Kanuk (1997). *Comportamiento del consumidor*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A
- Sidote, E. (2016, 25 Octubre). *Susana Saulquin: "No es ético el compro, luego tiro"*. Sophia. Disponible en: <http://www.sophiaonline.com.ar/susana-saulquin/>
- Sorger, R. Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili
- Smith, A. (2011). *La biblia de la costura*. Buenos aires: DeAgostini Argentina
- Tatham, C., Seaman, J. (2004). *Curso del dibujo de diseño de moda. Principios, prácticas y técnicas: gua fundamental para el aspirante a diseñador de moda*. Barcelona: Aganto

- Trozo, J. (2014). *Rediseño del uniforme laboral. Recolectores urbanos*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Disponible en: [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/detalle\\_proyecto.php?id\\_proyecto=3051](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3051)
- Udale, J. (2008). *Diseño textil. Tejidos y técnicas*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- Vallejo, D., De Micheo, J. (1994). *Mujer, trabajo, familia y finanzas. Todos sus derechos*. Madrid: Temas de hoy
- Veblen, T. (2000). *Teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Alianza
- Veneziani, M. (2012). *Moda, Economía y sociedad*. Buenos Aires: Nobuko
- Volpintesta, L. (2015). *Fundamentos del diseño de moda*. Buenos Aires: Promopress
- Weiman, P. (2014). *Moldería inclusiva*. Mar del Plata: Eudem
- Worsley, H. (2011). *100 ideas que cambiaron la moda*. Barcelona: Blumé
- Wong, W. (1988). *Principios del diseño en color*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili S.A
- Zaltman, G. (2004). *Como piensan los consumidores*. Barcelona: Urano S.A