

Propuesta de colección de lencería estética para madres en periodo de lactancia

Cuerpo B

- ▶ Nombre y Apellido del Autor | Martina Frittayón González
- ▶ Cuerpo B
- ▶ Fecha de presentación | 16/07/2018
- ▶ Carrera de Pertenencia | Diseño de indumentaria
- ▶ Categoría | Creación y expresión
- ▶ Línea Temática | Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Índice

Introducción	3
Capítulo 1. Indumentaria femenina	11
1.1 Características y significado de la indumentaria en la sociedad	11
1.2 Historia de la lencería.....	14
1.3 Influencia de la lencería y estética en el pensamiento social	24
Capítulo 2. Conocimiento del cuerpo del usuario	32
2.1 El cuerpo como hábitat.....	32
2.2 Conocimiento del cuerpo del usuario.....	35
2.3 Cambios en el cuerpo mes a mes	37
2.4 Anatomía de la mama: Glándula mamaria y lactancia	42
Capítulo 3. La moda y su mercado	47
3.1 ¿Qué brinda la moda?.....	47
3.2 La moda y el embarazo	50
3.3 La moda y la sensualidad en el embarazo.....	54
Capítulo 4. El mercado de la primera piel	59
4.1 Estudio de marcas de lencería y ropa interior.....	59
4.2 Antecedentes en la Argentina.....	63
4.3 Antecedentes en el mundo.....	67
Capítulo 5. Propuesta de colección	70
5.1 Inspiración y usuario	70
5.2 Significado del color y su elección	71
5.3 Tipologías propuestas	77
5.4 Telas y avíos de acceso	83
5.5 Colección	86
5.5.1 Elección de diseño.....	88
5.6 Fichas de especificaciones.....	91
Conclusiones	93
Lista de Referencias Bibliográficas	98
Bibliografía	104

Introducción

El hombre es naturalmente un ser cultural, tiene un medio y un cuerpo, y la cultura se ha encargado de enfrentarlo, pues ya desde la prehistoria hubo una diferenciación entre el ideal estético y la realidad corporal del ser humano. Entonces, la ropa interior ha sido un pretexto para que, en el gran contexto, y más precisamente del cuerpo femenino, se viera irrumpida por el fetichismo, el tema del erotismo, el *body art*, de los ideales contemporáneos de las mujeres flacas, intervenidas en el proceso de contextualización de la belleza.

La magnitud e importancia de la estética es evidente en la cultura y está totalmente arraigada a la sociedad, influyendo de manera consciente e inconscientemente. El concepto de la belleza es culturalmente cambiante a lo largo del tiempo, y el cuerpo se vive como un accesorio que se arma según la voluntad del sistema, y la manipulación en la búsqueda de la belleza va más allá de lo que la naturaleza puede imponer en las distintas culturas, el cuerpo es rediseñado según los cánones impuestos por la misma.

Con el tema de la moda, hay desde los medios las llamadas imposiciones, una necesidad de estar hermosa, de estar delgada, y de asimilarse a esos cánones de modelos que provocan inconscientemente la necesidad de tomar actitudes erróneas, como dejar de comer, intervenciones quirúrgicas, a lucir siempre jóvenes, pretender o creerlo. Es en el mito de la sexualidad perfecta, en donde la ropa interior funcionaría como elemento clave a la hora de la seducción y la estética.

El concepto de ropa interior es aquel que se aplica a todas las prendas que se usan por debajo de la ropa visible, principalmente como método de protección de las áreas reproductoras y sexuales del cuerpo. Es un tipo de vestimenta particular que ha variado de manera constante con el correr de la historia y que también se ha visto transformada de acuerdo a los parámetros de pudor y de moralidad de cada época, así como también con los diferentes intereses de cada período. En la actualidad, la ropa interior no es entendida como

algo para ser oculto, sino que se aplica sobre ella un importante trabajo de diseño que tiene que ver con el hecho de que este tipo de prenda juega un rol muy importante en el aspecto de la sensualidad y de la sexualidad tanto del hombre como de la mujer ya que cubre los órganos destinados a ello.

Al pasar los años, la ropa interior ha cumplido un rol importante en el mundo del indumento ya que ha servido como elemento de protección de áreas más sensibles del cuerpo. Sin embargo, se puede decir que no es hasta hace poco que la misma también comenzó a transformarse en un elemento de diseño, sensualidad y elegancia. Normalmente, para las sociedades antiguas y medievales, la ropa interior era principalmente funcional, es decir que sobre ella no se aplicaba ningún elemento de diseño. Esta prenda al funcionar por debajo de otras ropas o prendas era considerado innecesario que tuviera una decoración o trabajo, ya que la ropa interior y su visibilidad eran temas prohibidos. (Definición ABC, 2013).

Este Proyecto de Graduación parte de la línea temática de Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes, tomando punto de inicio la necesidad de un sector de la sociedad, específicamente mujeres en estadio de embarazo, en proceso de lactancia. Propone la creación de una colección que cuenta con 6 conjuntos de lencería y ropa interior, para el uso en pre y post embarazo, destinados al acto de amamantar.

El periodo de gestación trae aparejado un gran número de cambios en el físico, dejando a las necesidades y exigencias estéticas en un segundo plano. Es un periodo donde todo se enfoca al cambio psíquico emocional y físico de la madre y los cánones de belleza establecidos por el consumo se dirigen hacia otro tipo de mujer y estética. Es por ello que los productos en cuanto al indumento no se adecuan a las necesidades de belleza que exigen las madres inconscientemente. Por otro lado, la ropa interior o lencería, según el grado de fetichismo con el que se tome el tema, es uno de los más visiblemente alejados a una estética sensual, o por lo menos, más atrevida. Es aquí donde se basa la problemática de

este Proyecto de Grado, con el fin de brindarles a las mujeres jóvenes, de entre 25 a 35 años en periodo de gestación y cambios físicos, una posibilidad de sentirse atractiva ante la mirada de la sociedad, y también acompañarla en la intimidad.

La ropa interior se ha ido variando y complejizando en los últimos años, sobre todo con la diferenciación entre prendas femeninas y masculinas que están pensadas y adaptadas a las necesidades anatómicas de cada uno. Ancestralmente la ropa interior era similar para el hombre y la mujer, es en el siglo 19 cuando la misma empieza a diferenciarse para transformarse en el siglo 20 en algo completamente diferenciado. Al tiempo que la mujer vio desaparecer el corset, su ropa interior pasó a dividirse en dos prendas básicas como el brassier y la braga, donde la exposición del cuerpo se hace cada vez más presente. Se entiende por lencería a todas aquellas prendas que componen la ropa interior de la vestimenta, pero que además presentan como principal característica la delicadeza y elegancia en sus diseños. (Yorokobu, 2016).

El término de lencería suele ser utilizado para describir las prendas femeninas y también para hacer referencia a aquellas que cuentan con un elevado nivel de sensualidad, femineidad y delicadeza en su diseño. Es un elemento muy reciente de la moda y de la indumentaria si se tiene en cuenta que la misma, como tal, se desarrolla recién en el siglo 19 y sobre todo en el 20. Si bien ya existían modelos de ropa interior delicada en épocas del estilo Rococó, la misma no poseía la importancia que tiene hoy en día la lencería. Por un lado, el desarrollo de la lencería tiene que ver con factores tecnológicos que están relacionados con la perfección de los materiales y del diseño de indumentaria. Por otro lado, un factor central para su desarrollo fue el incremento del rol de la mujer en la sociedad y la aparición del concepto de sensualidad en la vestimenta. En este sentido, la progresiva liberación de la mujer a lo largo del siglo 20 permitió entender la sensualidad femenina con mayor comprensión y aceptación, fenómeno para el cual la lencería jugó un importante rol.

El término lencería no se refiere a cualquier tipo de indumentaria si no de prendas que demuestran una mayor delicadeza, femineidad y sensualidad que otras. Esto puede lograrse a partir de varios elementos, y uno de ellos tiene que ver con los materiales ya que la lencería no suele estar hecha de telas de uso básico como el lino o el algodón si no que se suele realizar con telas más delicadas y vistosas como la seda, el raso, los tules, los encajes, etcétera. Por otro lado, la lencería cuenta con diseños más sensuales y atrevidos que el resto de las prendas y si bien cubre las partes erógenas del cuerpo femenino, dependiendo de la circunstancia, puede ser más o menos reveladora y más o menos atrevida.

De esta manera surge una problemática a resolver, y es cómo generar una primera piel que cumpla con las funciones ergonómicas para amamantar y a su vez sea estética para que el usuario sienta confianza en su nueva etapa. Como objetivo general se busca darle una estética a la mujer embarazada, haciéndola sentir atractiva y segura con su cuerpo, proporcionándole seis conjuntos que se adaptan a este periodo de cambios que sufre el cuerpo, donde se ven afectados por crecimientos abruptos y la generación de líquidos que derivan a pérdidas en la zona *top* y *bottom*.

No solo va a ser ropa de primera piel o ropa interior, sino que son conjuntos para el momento de amamantar, donde la sensualidad de la lencería se va a intensificar sin olvidar la funcionalidad de dicha prenda que cumple un papel muy importante en la etapa de gestación. El propósito específico de los conjuntos es proporcionarles a la mamá gestora una prenda cómoda, funcional, visible y apropiadamente sensual.

Y como objetivos específicos se busca fusionar la comodidad y la estética en los conjuntos propuestos, analizar las principales funciones de los corpiños actuales como guía, generar tipologías modernas y estéticas, tener en cuenta las limitaciones y los cambios físicos de las mujeres en este periodo y, por último, analizar alternativas de diseño para este rubro.

Para poder llevar a cabo este Proyecto se realizó un trabajo de campo de observación, con la necesidad de la búsqueda de diseños funcionales y así determinar la diversidad de modelos y diseños destinados a la etapa propuesta en el Trabajo. Si estos relevamientos siguen siendo insuficientes los resultados de estas búsquedas, se procederá por realizar entrevistas a mamás que estén transitando estos problemas a la hora de vestir ropa interior.

Dentro de las cuatro categorías propuestas para la realización del Proyecto de Grado, se considera a este dentro de la de Creación y Expresión. Se encasilla en dicha clase, debido a que la principal condición de este se basa en la capacidad de la creatividad, conducida fundamentalmente por la expresión.

Como guía de este Proyecto de Graduación fueron seleccionados antecedentes académicos relacionados con diferentes capítulos presentes en el trabajo. Como el Proyecto de Grado de Telgado, titulado *Lencería a medida* (2011), donde se consideró como el objetivo general el desarrollar una colección de lencería de autor confeccionada a partir de la creación de un sistema de talles, a través del cual el usuario pueda adecuar la prenda a su forma corporal, en este caso se utilizaron datos bibliográficos sobre los cambios que sufre el cuerpo de la mujer en el periodo de gestación. *Babydoll*, una marca de ropa de noche para embarazadas, es otro de los proyectos que se tuvo en cuenta para la guía del PG, este trabajo hecho por Bakchellian (2014) trata de una marca de indumentaria que atiende las necesidades de mujeres embarazadas que demandan ropa de calidad para eventos sociales. Teniendo en cuenta varios aspectos fundamentales a la hora de generar una propuesta de indumentaria surgida de una necesidad detectada.

Otro Trabajo titulado *MAA maternity*, Fernández (2011) que trata de la creación de prendas que solucionen las problemáticas de mujeres que se encuentran en etapa de gestación que como futuras mamás deben recorrer sus nueve meses de espera, previos al parto, con las menores preocupaciones posibles pero continuando con sus relaciones cotidianas en cuanto

a presencia laboral, compromisos sociales y tareas hogareñas y a su vez, todo embarazo trae aparejado cambios físicos y hormonales, devenidos en alteraciones anímicas, que pueden ser paleados de diversas maneras. La indumentaria puede ayudar a la mujer a sobrellevar dichos cambios o bien, colaborar con ella para que, por medio de otros métodos u objetos, tolere su situación con alegría, considerando que es uno de los temas en los que hace hincapié el PG propuesto.

Un alto porcentaje de mujeres se ven afectadas por el cáncer de mama, luego de la operación se enfrentan al mundo de una manera diferente, causando un antes y un después. El Proyecto de Grado de Garbellini (2013), titulado *La beaute*, propone corpiños que cumplen una función específica, la característica principal es la de sostener la prótesis mamaria, en la parte inferior el sostén tiene un bolsillo en cada copa para poder poner la prótesis dependiendo del lado que fue extirpada la mama, o en algunos casos si se le ha extirpado las dos mamas.

Conticello (2014), propone una línea de ropa interior para la marca nacional *Caro Cuore*, la cual se caracteriza por poseer prendas confeccionadas con textiles inteligentes, repelentes a las radiaciones electromagnéticas de los teléfonos móviles. Buscando la concientización de los usuarios a los efectos nocivos que genera el uso de dispositivos móviles, logrando proteger al cuerpo diariamente.

Otro Proyecto titulado *Lencería verde* (2015), se basa en la creación de una colección de prendas de primera piel, con el valor agregado de utilizar materias primas. Se parte de la idea de la valoración de lo autóctono y tradicional, a la par que toma conciencia de los riesgos de ciertos insumos que perjudican la durabilidad de los recursos naturales.

El Trabajo de Grado de Gasquinas (2014), se inicia a partir de una problemática en el mercado argentino, ya que existe una carencia en la oferta de lencería para adolescentes que sufran trastornos de obesidad. Se desarrolló una colección de lencería que se adapte a

adolescentes en un rango de edad de entre 15 y 17 años que sufran trastornos de obesidad, aplicado a la marca Sweet Victorian, la cual se dedica al diseño de lencería adolescente.

Teniendo en cuenta que la vestimenta es una herramienta de expresión que está condicionada por los diferentes cambios sociales, y a su vez, es la representación de los mismos, *Molderia XL* (2014) propone la creación de una línea de trajes de baño para adolescentes con problemas de obesidad. La propuesta parte de la necesidad del segmento de encontrar prendas que se adapten a sus cuerpos y disimulen las formas. Se buscó crear prendas que a través de una moldería especial, creando una imagen que acompañe a la usuaria y la haga sentir cómoda.

Este Proyecto de Grado destinado a la estética de la ropa interior exclusiva para el periodo de gestación y alimentación del bebé, cuenta con cinco capítulos, en los cuales se desarrollarán datos de gran importancia para entender un poco más la problemática planteada en el proyecto y la necesidad observada. En el primer capítulo, titulado *Indumentaria femenina*, busca desarrollar en como influyó la indumentaria a lo largo de los años en la sociedad y con qué fines se utilizaba el indumento, específicamente la ropa interior y también llamada lencería.

En el capítulo dos, se introduce al lector a conocimiento del cuerpo del usuario tratado a lo largo del proyecto, la concepción de cuerpo como hábitat y saberes sobre los cambios transitados en el periodo de gestación, más precisamente en el periodo de lactancia.

Aproximándonos al tercer capítulo, es necesario el conocimiento del mercado al que se pretende avocar, teniendo en cuenta lo que brinda la moda en el ámbito social, y en un ambiente más íntimo, introduciendo en la influencia de la moda en la lencería y en la ropa interior para mujeres embarazadas.

Como anteúltimo capítulo, y siguiendo la temática de la influencia de la moda en la lencería o primera piel, se tienen en cuenta antecedentes de marcas que trabajen este tipo de rubro y

tipologías, con la intención de rescatar de estos antecedentes los funcionamientos exitosos que tuvieron como marca. Se tendrá en cuenta en este bloque, no solo trabajos y marcas realizadas en Argentina, sino que también se consideraran influencias extranjeras que estén explotando este mercado.

El significado del color ha sido una herramienta de mucha influencia en la moda y las tendencias, ya que transmite inconscientemente una aceptación cultural de sus connotaciones en la adopción del usuario, es por eso que se tiene en cuenta en el último capítulo, donde se desarrolla del proyecto de la colección, con muestras tipográficas e introducción a textiles aptos para la realización de la misma.

Se considera que el análisis que se efectuará en el siguiente Proyecto de Grado sobre la mujer embarazada representa un aporte a la disciplina en cuanto a la moldería y los nuevos textiles como punto principal, ya que está planteado de una manera estética, y le da otro significado a esta primera piel tan importante. Por otro lado, los aportes con respecto a la mujer y su estado de gestación son de gran ayuda para entender los cambios tanto físicos como orgánicos y así considerar una moldería acorde sobre la misma, en otro rubro.

Capítulo 1. Indumentaria femenina

En este primer capítulo, se busca introducir al lector a saberes específicos de la indumentaria, su significado e importancia a lo largo de la historia y del territorio, además de su doble función: vestir y adornar; y cómo ésta se ve directamente relacionada con el pudor. Específicamente en el rubro de la ropa interior, se desarrollará su evolución estético funcional que se tuvieron en cuenta para satisfacer las necesidades de cada época, teniendo en cuenta la religión, cambios políticos y sociales.

Otro de los temas que se desarrolla, y considerado fundamental, son los diferentes códigos de usos teniendo en cuenta la dualidad de términos: lencería y ropa interior. Cómo la misma está estudiada por distintos psicólogos y sociólogos ante la crítica de la sociedad y el fetiche con respecto a la sexualidad y la feminidad según las épocas.

1.1 Características y significado de la indumentaria en la sociedad

El indumento, a lo largo su historia, hace una significativa diferenciación, entre el lado del sexo, diferenciando el traje masculino y femenino en pantalones y faldas, sin embargo, no siempre fue así ya que en la antigua Grecia y Roma se llevaban túnicas, o lo que es lo mismo, faldas. O también se puede considerar motivos sociales y climáticos, teniendo en cuenta que las primeras civilizaciones paleolíticas se desarrollaban en el límite de los glaciares, que cubrían gran parte del continente, resultando el motivo principal para cubrirse el cuerpo el preservarse del frío. (Laver, 1997).

Considerando al hombre como animal social, se necesita de la compañía de sus semejantes, ante cuya presencia y conducta es delicadamente reactiva y lo que respecta al sentido de la vista, el hombre civilizado tiene pocas oportunidades de observar directamente los cuerpos de sus congéneres, aquello a lo que realmente reaccionamos es la ropa de quienes nos rodean. Considera que nos vestimos con tres propósitos: decoración, pudor y protección (Flügel 1964, p.14).

A partir de esta observación se forma una primera impresión, aun cuando no se conoce, ya que la ropa ofrece una más amplia superficie de inspección. Si se trata de un individuo

desconocido, la ropa que lleva dice inmediatamente algo de su sexo, ocupación, nacionalidad y posición social, lo cual se hace posible elaborar un ajuste preliminar del comportamiento hacia él, mucho antes de que se pueda intentar el análisis más refinado de los rasgos y del lenguaje.

John Flugel (1964), en su libro *Psicología del vestido* pone en juicio a la prioridad de la protección como causa del uso de la ropa tiene pocos defensores, como si se resistieran a admitir que una institución de tanta importancia como el vestido pudiera tener un origen tan meramente utilitario. Relegando del hecho de que la especie humana surgió probablemente en las regiones más cálidas de la Tierra, el caso de ciertos pueblos primitivos que perviven, en particular los habitantes de sectores hostiles lo largo del territorio que muestran que el vestido no es indispensable incluso en un clima húmedo y frío.

A este respecto, la manida observación de Darwin acerca de la nieve que se funde sobre la piel de esos curtidos salvajes habría demostrado a la desconcertada generación del siglo 19, sus cómodas y calientes vestimentas, con todo lo deseables que pudieran parecer, no eran imprescindibles para las necesidades de la constitución humana. (Flugel, 1964, p. 9).

El pudor, dejando a un lado la autoridad de la tradición bíblica de la que parece gozar, ha sido puesto en primer lugar por sólo una o dos autoridades, basándose en razones puramente antropológicas. (Bartra, 2013).

Sin embargo, no parece probable que, con los datos disponibles, el psicólogo se sienta inclinado a contradecir que considerar el adorno es, como motivo primario y en cierto sentido, más importante que el pudor y la protección. Los datos antropológicos se basan en el hecho de que entre las razas más primitivas existen pueblos que no se visten, pero no pueblos que no se adornen. Comparando la ontogenia con la filogenia, parecería asimismo que, en los niños, el placer de adornarse se desarrolla antes que la vergüenza de exhibirse, si bien aquí la observación resulta difícil porque el niño está sujeto desde el comienzo a la influencia de su entorno de adultos. “Sin embargo, un estudio cuidadoso parece mostrar que

de forma más primitiva que el pudor o el adorno existe un simple goce en el ejercicio y exhibición del cuerpo desnudo”. (Flügel, 1964, p. 9).

La circunstancia de que la ropa pueda cumplir esta doble y contradictoria función, se relaciona con el hecho de que las tendencias de exhibición y de vergüenza se vinculan en su origen, no con el cuerpo vestido, sino con el cuerpo desnudo. La vestimenta sirve para cubrir el cuerpo y gratificar el impulso de pudor. Pero al mismo tiempo puede realzar su belleza y esta probablemente fue su función más primitiva. “Una vez que las ropas demostraron ser un medio eficaz para reconciliar dos actitudes aparentemente incompatibles hacia el cuerpo humano, se descubrió que todavía tenían una tercera ventaja: la de protección del cuerpo contra la desagradable sensación de frío”. (Flügel, 1964, p. 20).

El vestir es un hecho básico de la vida social y esto, según los antropólogos, es común en todas las culturas humanas, todas las personas visten el cuerpo de alguna manera, ya sea con prendas, tatuajes, cosméticos u otras formas de pintarlo, teniendo en cuenta que ninguna cultura deja el cuerpo sin adornos, lo embellece, resalta o lo decora.

En casi todas las situaciones sociales, se requiere que aparezcamos vestidos, aunque lo que constituye la prenda varíe de una cultura a otra, puesto que lo que se considera apropiado dependerá de la situación o de la ocasión. (Entwistle, 2002).

Entre los pueblos primitivos, que en su mayoría usan menos ropas que los civilizados, el pudor se refiere más raramente al cuerpo desnudo que entre nosotros. Sin embargo, considerando la cultura occidental en sí misma, se observa que tuvo lugar un gran aumento del pudor en el momento del colapso de la civilización grecorromana. Este aumento, debido probablemente en su mayor parte a la influencia del cristianismo, con sus tradiciones semíticas, fue reforzado sin duda por los trajes y el punto de vista de los invasores del norte, provenientes de climas más fríos. El cristianismo sostuvo una oposición rigurosa entre el cuerpo y el alma, y sus enseñanzas predicaban que la atención dirigida al cuerpo era un

peligro para el alma. Una de las formas más fáciles de lograr apartar los pensamientos del cuerpo es ocultarlo y, consecuentemente, cualquier tendencia a exhibir el cuerpo desnudo se convirtió en impúdica. Pero el aumento en la cantidad y la complicación de las prendas que trajo aparejados esta tendencia, proporcionaron por sí mismos la posibilidad de una nueva irrupción de las necesidades exhibicionistas así reprimidas. El interés en el cuerpo desnudo se comunicó, en alguna medida a las ropas, de manera que se necesitó un nuevo refuerzo de pudor para combatir esta flamante manifestación de las tendencias a las cuales se oponía el pudor. Así se llegó a que la desaprobación, por parte de la autoridad eclesiástica, de la extravagancia al vestir, y se expresara casi tan vigorosamente como la desaprobación del culto al cuerpo en sí. (Flügel, 1964).

Ella le replica que él está viendo sexualidad donde no la hay, y que no le acusa a él de nada cuando tiene, por ejemplo, el pecho desnudo. Esto sucede así porque conscientemente, para el hombre y la mujer, la sexualidad sólo está en los genitales. En el fondo, los dos tienen parte de razón en esta disputa. (Flügel, 1964, p.138).

En cuanto a la observación desde el lado femenino, a las mujeres les es más difícil sublimar completamente su exhibicionismo en las prendas, les es más fácil, por la misma razón, tolerar cierta cantidad de exposición erótica y armonizarla con su moralidad sexual. Su sexualidad puede escapar más fácilmente al reconocimiento como tal, ya que a veces está más expuesta debido a tipologías que estén de moda, o simplemente porque este tipo de prendas es concebida como ex primera piel, contemporáneamente como segunda piel. A causa de esta diferencia, el hombre a menudo acusa de impudicia a la mujer y la reprende con motivo, por ejemplo, de la minifalda.

1.2 Historia de la lencería

La ropa interior ha jugado un papel importante para la percepción de la belleza en las mujeres, ya sea por sus materiales, diseños, tamaños, etcétera, adoptando cuestiones funcionales, históricas, sociales o eróticas. Las prendas de primera piel fueron creadas por

una cuestión de abrigo, utilizados en el año 1300 antes de Cristo (a.C.) la tipología de camisa que sufrió cambios a través de los siglos; y de higiene en el renacimiento.

La importancia de la limpieza de la ropa blanca es un tema interesante de este periodo, ya que simboliza honestidad y moralidad. Se consideraba que la ropa interior atraía impurezas y protegía la salud de quien la usaba. Su uso era sinónimo de 'higiene'. A fines del siglo XV, camisas y camisolas dejaban ver el encaje de puños y escotes, que debían verse muy blancos. Por eso este particular uso de la ropa blanca y limpia sustituyó a los baños personales (Avellaneda, 2006, p. 61).

Diferentes culturas fueron precursoras del uso de ropa interior. Desde el punto de vista mitológico, Homero ya narraba en sus escritos cómo Afrodita cedió el ceñidor con el cual esculpía su bella figura a Hera para la reconquista de Zeus, según Avellaneda (2006).

En la antigüedad más terrenal, las mujeres portaban una larga banda de paño bordada y confeccionada en lino, que las jóvenes solteras se colocaban en la cintura; o el *apodesmo*, el cual les cubría los pechos. Las mujeres romanas utilizaban *indutus* o indumento de primera piel fabricada en lino o en cuero. El *subligar* o *subligaculum*, una especie de braguitas, y la *subucula*, una túnica interior similar a una camiseta de algodón o lana utilizada también como camisón, han llegado hasta la actualidad a través de mosaicos, frescos y estatuas de la antigüedad. Por su parte, la mujer griega solía hacer uso de una banda de tela o de piel para sujetar los pechos; y el *strophium*, una banda estrecha que sujetaba el pecho, aunque ésta última se colocaba sobre la vestimenta a modo de cinturón. (Misis letriler, 2015).

Según el escritor Gilles Néret (1998), los primeros sujetadores podrían datarse en el año 300 a.C. Sea cuando fuere, los primitivos corsés representaban un verdadero suplicio para la anatomía femenina, provocando frecuentes mareos entre sus portadoras. Además, la aparatosa crinolina era otro de los complementos más habituales en el siglo 19. (Néret, 1998).

A pesar de ser concebidas como prendas que no se ven en público y, por lo general, estuvieron cubiertas por las prendas exteriores, no hay que evitar su importancia e influencia

tanto desde lo funcional como prenda de contención y protección, así como su función de prenda modeladora que forma una determinada silueta buscada a partir de la propuesta de moda según la época, también tiene una carga simbólica e histórica, que la convirtió en un elemento de seducción, liberación o prisión de la mujer.

Para hacer referencia a la lencería es necesario tener en cuenta el recorrido histórico y los cambios que fue sufriendo y sucediendo en la indumentaria en general, ya que se encuentran íntimamente vinculados a los cambios sucedidos sobre las prendas exteriores. La historia se remonta siglos atrás en la Mesopotamia hacia el 2900 a.C., momento en el cual se presume que se ve el primer indicio de ropa interior, con la aparición de una especie de calzón en las estatuillas y dibujos de la época. (Avellaneda, 2006).

Alrededor del 1500 a.C. en Egipto, las damas nobles vestían un *kalasyris*, prenda que constaba de un rectángulo de lino transparente plisado que envolvía el cuerpo. Eran utilizadas exclusivamente por las damas nobles, dado que las esclavas iban desnudas. Por lo general no se utilizaba nada debajo de esta vestimenta, pero algunos datos indican que la prenda exterior utilizada por los hombres denominada *shenti* fue empleada como una especie de enagua para utilizar por debajo del *kalasyris*.

En el 1600 a.C., se cree que surge el primer prototipo de corsé en la isla de Creta. Allí, el culto a la diosa de la fertilidad era muy importante, por lo cual realizaban varias representaciones de estatuillas de la diosa. En ellas, se la ve representada con una prenda que ajusta su torso y deja entrever los pechos, considerada como el primer corsé de la historia. En Grecia, la mujer utilizó un traje llamado *chitón*, el cual constaba de un rectángulo de tela plegado sobre el cuerpo y sostenido en los hombros por medio de unos alfileres denominados fíbulas. Era largo hasta los tobillos, estaba abierto en uno de sus lados dejando entrever la pierna y se ajustaba en el torso con cintos. En algunos casos donde molestara el volumen del busto, las mujeres utilizaban bandas de tela llamadas apoderma

para vendarlos. A su vez, las gimnastas o atalantes utilizaban un traje de dos piezas similar al bikini o traje de baño. En Roma la influencia griega fue inmensa y adoptaron sus hábitos de indumentaria. La indumentaria femenina y masculina era similar; el vestido exterior llamado toga era similar a una túnica que pronto fue sustituida por la stolla, la cual era más amplia y larga, se ajustaba al cuerpo con cinturones, podía llevar o no mangas y solían llevar bordados. Encima llevaban una especie de mantón doblado en dos llamado *palla*, a forma de ropa interior llevaban una túnica interna denominada *subucula* y debajo de ella, las mujeres llevaban una banda de tela de lino para sostener el busto llamada *fascia pectoralis* o *strophium*. Además, estaba el *mamillare*, que cumplía la misma función, pero además aplanaba el pecho por ser de cuero. También estaba el *cestus*, el cual era un ceñidor que cubría desde el talle hasta el abdomen y la zona, una especie de faja que controlaba el volumen de las caderas. Las prendas interiores decoradas eran reservadas para las cortesanas, las cuales despertaban el erotismo con el uso de dichas prendas. (Avellaneda, 2006).

Continuando con lo expuesto por la obra *Debajo del Vestido y por encima de la piel* (2006), escrita por Diana Avellaneda, a partir del siglo 4, con el advenimiento del cristianismo y el período gótico, sensualidad y la exhibición del cuerpo fue asociado a los pueblos herejes. Las mujeres vestían con túnicas largas y pesadas para ocultar el cuerpo y debajo utilizaban una camisa larga. Desde el siglo 11, ya se mencionaban estas camisas o *chainse* hasta la altura del cuello y hechas de lana, lino o cáñamo. Sobre ellas se utilizaba el *bliand*, un paño ornamentado que cubría el cuerpo y por debajo se utilizaba una banda de tela para sostener el busto. Los tejidos empleados para la vestimenta de la época eran ásperos, pero después del Bizancio se populariza la seda a causa del contrabando de gusanos de seda desde China. La seda comienza a destinarse para las prendas interiores y exteriores. Este fue el período de las medias ornamentadas y todavía no se utilizaba el calzón. Para dormir se

vestía con una camisa denominada *chemise à trou*, la cual poseía unos orificios que permitían la unión conyugal. Éstas tenían bordados religiosos o frases que reclamaban la propiedad del marido. También fue la época del cinturón de castidad, un cinturón de metal que prevenía posibles infidelidades.

Durante los siglos 15 y 16, se da la época del Renacimiento, momento en el que surge la corriente de pensamiento humanista, centrados en la inteligencia y las cualidades que posee el hombre como individuo, y se instala el estilo grecorromano. La silueta cambia a una más ajustada para este siglo, modificando la camisa interior y ornamentándola con bordados en cuellos y puños. Los tejidos y adornos en la vestimenta dejaron de ser exclusivos de la nobleza para ser utilizados también por los burgueses. La mujer comienza a usar vestidos con faldas más voluminosas, a destacar el cuello mediante el uso de gorgueras y a mostrar el escote. Por debajo de las faldas se utilizaron hasta seis enaguas de muselina o raso ornamentadas con puntillas. La atención centrada en el tronco superior del cuerpo se debía a que se consideraba que lo que estaba más cercano al cielo era más bello. En este período se comienza a utilizar el corsé de metal, que era alto por delante y escotado por detrás. También fueron utilizados los guardainfantes y verdugados, armazones que daban mayor amplitud a las faldas y creaban la silueta. Los había abiertos, cerrados u ornamentados con pasamanerías y fueron realizados primero en algodón y lino, luego en seda con bordados en oro y plata. (Avellaneda, 2006).

En el siglo 16, con la Contrarreforma o Reforma Católica que buscaba reivindicar la religión, y el auge del arte barroco que predominaba la ostentación y la línea curva, la sociedad comienza a mostrarse más en público y con vestimentas llamativas. En las mujeres, las caderas se ensanchan y los vestidos presentan aberturas que permiten ver las faldas debajo. A mediados de siglo, aparece el corset abierto denominado *gourgandine*, el cual acentuaba el torso y la cintura. Con el desuso del verdugado, se emplearon faldas armadas

superpuestas por debajo del vestido para dar volumen. Este fue el siglo de la lencería adornada y la insinuación mediante su fugaz develación al levantar las faldas. Las prendas íntimas eran de algodón o lino y se las bordaba con hilos de oro, además de ser decoradas con encajes y pieles. Según la autora, el uso del corsé se ligó a la nueva estética que surge en este período, la cual profesaba la rectitud, delgadez y gracia para las mujeres nobles. Éste era usado desde la infancia para educar la postura de la futura mujer. Esta situación de buscar modificar el cuerpo para lograr alcanzar un ideal de belleza, se ve en varias ocasiones a lo largo de la historia. En el caso del barroco, se comienza a hablar de un tipo de mujer y actitud, la cual se creía vincular al uso del corsé y a una buena educación, lo cual llevó a que la mujer buscará utilizar estas prendas para pertenecer socialmente. (Avellaneda, 2006).

El rococó, época de Luis XV de Francia, fue un período dedicado a la ostentación, la elegancia y las reuniones en los salones. La seducción femenina se dio mediante el uso de escotes, los cuales se pronunciaban con los corsets. En 1715, el *guardainfante* se divide en dos para dar mayor amplitud a las faldas y se lo renombra como *panier*. Éste se forraba con tafetán y brocato. Las mujeres no utilizaban calzones, esto se conoce por la popularización de las caídas galantes.

En estos años, surge el neoclasicismo durante el reinado de María Antonieta y Luis XVI. Esta nueva corriente propone la vuelta a la estética griega y romana, la cual también se plasma en la indumentaria. Fue la época en la cual realmente fueron útiles los calzones como prendas y protección, ya que los vestidos eran realizados en tejidos muy finos y translucidos. En este contexto surgen las *merveillenses*, las cuales se vestían con poca ropa y a veces utilizaban los vestidos sin ropa interior debajo. También surge el corset transparente denominado zona, pero a causa de las bajas temperaturas fue reemplazado por el modelo inglés confeccionado en lana. La demanda de prendas íntimas y su confección llevo a la

creación de la primera compañía de mujeres modistas en Francia, las cuales fueron llamadas *Les Maitreses Couturières*. Por estos momentos surgen las primeras revistas de moda como *The Lady Magazine* (1770), *Le Cabinet de Modes* (1785) y *Journal des Dames* (1799). La expansión de los medios masivos hacia el público femenino tuvo un gran impacto en la sociedad, ya que, a través de las revistas mencionadas, se comienza a comunicar el estilo y las últimas tendencias, consejos de belleza y estilos de vida.

En el período del romanticismo, la Revolución Industrial abarató los costos de las prendas y su masificación fue tal que se utilizaba hasta ocho trajes por día según las diferentes ocasiones. La lencería decorada con encajes y cintas se adecuó a las nuevas formas de vestir y las ligas ornamentadas con lentejuelas, pasamanerías e hilos de oro, se popularizan como medio por el cual se comunican frases bordadas de amor o rebelión. Para finales del siglo 18, con el surgimiento de las primeras máquinas de coser ya se conocía el corset sin ballenas, cosido a máquina y en varios colores con el fin de otorgar mayor comodidad.

En el siglo 19, se impone en Francia la crinolina realizada con crines de caballos para dar volumen a las faldas y debajo del corset se usaba una camisa sin mangas bordada. Hacia finales del siglo 19, surge una silueta diferente, que proponía el uso del polisón, una readaptación del miriñaque que proponía aplanar el frente y abultaba la parte posterior. Para dar mayor volumen se utilizaron almohadillas rellenas. A principios del siglo 20, Europa basaba su inspiración en las formas delicadas y vegetales. La silueta femenina imitaba la forma de una S con la ayuda de apretados corsets. Tras esta moda, el corset cae en desuso por ser el causante de asfixias y comprimir los órganos. Dicha liberación se la adjudica al diseñador francés Paul Poiret. Luego en la *Belle Époque*, período que se destacó por el optimismo y el bienestar económico, se popularizó el uso de hasta doce enaguas y calzones hasta la rodilla adornados con puntillas, por lo que las mujeres todavía necesitaban asistencia para vestirse. Ya para 1914, se comienzan a buscar otros métodos para sostener

el busto. Para ello, Caresse Crosby propone junto a la ayuda de su doncella, el primer sujetador creado a partir de la unión de dos pañuelos triangulares con cinta de bebé rasada, con el tiempo se le fueron agregando modificaciones, así como diferentes ornamentos y materialidades. En la década del '20, después de la Primera Guerra Mundial, la mujer se inserta en el mundo laboral e incorpora prendas cómodas a su guardarropa, dando lugar al estilo andrógino, donde la figura se muestra sin curvas y el cabello se lleva corto. Se comienzan a utilizar faldas más cortas, lo cual llevó a que la ropa interior se modificara y acortara y se mostrara por primera vez las piernas. A principios del siglo 20 la creatividad le gana el pulso al pudor femenino y comienzan a aparecer las primeras prendas decoradas con el objetivo de diseñar una incipiente lencería sensual, más femenina, sugerente y atractiva. “La ropa interior, de algodón, hilo y seda se redujo entonces a pantalones íntimos cortos, sujetadores de liga o corpiños o sostenes que aplastaban el pecho y medias color piel” (Avellaneda, 2006 p. 30). Pese a la inicial decadencia de la Lencería sexy en las décadas de los 30, 40 y 50, debido un fuerte conservadurismo.

Posteriormente, Rosalind Klin propone un sostén el cual consistía de dos pañuelos plegados en cruz que formaban una pieza por medio de un elástico cruzado en la espalda y que se unía en la parte inferior de cada taza por medio de botones y las medias que se ataban al corset empezaron a necesitar otra forma de sujetarlas y se recurrió a las ligas, esto llevo al origen del portaligas o liguero, elemento íntimamente relacionado a la sensualidad femenina. Comienzan a aparecer otros colores como el celeste, salmón y amarillo, además del blanco, beige y rosa en la ropa interior. (Castro Telgado, 2011).

En la década del '30, tras la caída de la Bolsa en *Wall Street* y la crisis económica que esto ocasionó en todo los Estados Unidos, la mujer retorna a la feminidad y el *glamour*, características que se ven plasmadas en el cine. Las mujeres encontraron refugio en las estrellas de Hollywood, de las cuales buscaban imitar su estilo. Fue la época del deshabillé y

los portaliqas, prendas que protagonizaban los looks de las artistas. A su vez, la estética buscada en el sostén para lucir el busto consistía en separar los senos. Por otra parte, se comenzó a gestar la demanda de una taza que se adaptara mejor a la forma del busto de cada mujer. Esto fue considerado por cuenta por la firma *Warner's* que a mediados de la década produce las primeras tazas 40 adaptables indicadas con las letras A, B, C y D, según el volumen del pecho. Debido a ello, se comienzan a fabricar sostenes que logran mayor adaptabilidad, ya que al poder seleccionar la prenda según el contorno de busto y bajo busto, se corría menor riesgo que la misma quedara mal o no se ajustara debidamente a la silueta de la usuaria. Otro avance del momento fue la creación del primer sujetador *strapless*, es decir sin breteles. Para 1937, la firma Dupont revoluciona el mercado con la invención del nylon. En el '40, se lleva a cabo la Segunda Guerra Mundial, que llevó a la restricción del lujo en las prendas. Sin embargo, esta década se caracterizó por el descubrimiento del nylon, que se implementó primero en Nueva York y luego en Londres. Este material fue utilizado en la confección de medias y las convirtió en un ítem cómodo y anatómico, lo negativo era que duraban menos que las anteriores de lana o seda. Las mujeres que no podían comprarlas recurrían al dibujo de la costura en las piernas a modo de imitación. A su vez, se implementó el nylon para la creación de sostenes más elaborados que resaltaran el busto. Tras finalizada la guerra en el '45, surge la confección masiva de ropa interior. Con el uso de nuevos materiales como el nylon, el tergal y los acrílicos, las prendas fueron más ligeras, resistentes y fáciles de lavar. Estos hechos modificaron el guardarropa de toda mujer, la cual pudo incluir prendas lujosas en encaje, satén, gasa y crêpes. (Veneziani, 2013).

En los '50, Dior impone la silueta femenina en forma de avispa o de X, destacando el busto, la cintura estrecha y las faldas amplias. A partir de esto, surgen los sostenes en forma de cono o misil, con relleno o acolchados y con o sin breteles. La lencería fue mostrada de manera sensual por las actrices de Hollywood y de manera recatada en las publicidades

gráficas. Fue una década que se caracterizó por el uso de portaliqas, enaguas y bombachas de satén, muselina y seda con detalles de broderie y encajes. Estas ornamentaciones eran buscadas ya que el rock and roll, música de la época, llevaba a bailes movidos cuyos giros dejaban ver la ropa interior. Las mujeres que no poseían una cintura de avispa, se asistían con el uso de fajas modeladoras, confeccionadas en tejidos elastizados y reforzadas con satén color beige.

A principios de los 60, el movimiento hippie tomó parte de hechos sociales y culturales. Las feministas quemaban sus sujetadores en señal de protesta y como manifestación de poder. Las flores y los estampados primaverales marcarán tendencia de la época. Poco a poco se fueron rompiendo tabúes hasta que, ya en la década ochenta, la lencería comience sus años dorados y de la verdadera liberación femenina, además de iconos sexuales como Madonna potenciaron el uso de lencería sofisticada, encajes, cueros y nylon. (Avellaneda, 2006).

En la década de los noventa y hasta la actualidad, la lencería inteligente se había incorporado a la vida de la mujer como una prenda más de su guardarropa, el *Wonderbra* marcó un hito al aumentar el pecho sin una intervención médica. La lencería esculpe la figura sin la dictadura de los antiguos corsés y de a poco evolucionó el estilo de vida, propiciando una alimentación sana y la práctica de deporte, lo que a su vez propicia un desarrollo de una lencería cada vez más cómoda y para diferentes estadios del cuerpo.

En la actualidad, la sensualidad y la sofisticación son las líneas maestras sobre las que gira la ropa interior tanto femenina como masculina, la autoconfianza y seguridad de la mujer, ha evolucionado y asume un rol mucho más activo en las relaciones de pareja se plasma en los diseños de grandes firmas, que cada vez prestan más atención a estas prendas, con diseños arriesgados y estudiados. Los corsés se lucen como parte de la moda exterior sobre camisas o solos; las mujeres oscilan entre el culotte, tradicionalmente masculino, y la tanga, en todas sus variantes. En ocasiones llega a dejarse entrever la ropa interior bajo el vestuario como

seña de coquetería y provocación, es por eso que, en el caso de las mujeres en estadio de gestación, necesitan sentirse y verse atractivas siendo tan importante el mensaje que da la lencería. (Avellaneda, 2006).

1.3 Influencia de la lencería y estética en el pensamiento social

La lencería está directamente relacionada con la intimidad de la mujer, considerándola un objeto de seducción. Sin embargo, y aunque sería inútil negar esta intención de seducir, al escoger con cuidado la ropa interior, las mujeres se comportan de una manera ligeramente egoísta y un tanto narcisista. La lencería puede ayudar a una mujer a sentirse bien con su cuerpo, a quererlo, aceptarlo, y con ello, a afirmar un verdadero sentido de confianza en sí misma. La razón es sencilla, muestra la vulnerabilidad y la natural belleza, ya que la misma contribuye de manera efectiva a mejorar la silueta femenina e incluso, algunas veces, a moldearla según las preferencias. (Barbier y Boucher, 2014).

Con frecuencia, la lencería ha sido tratada como objeto de seducción. Y son precisamente los hombres quienes han creado esta situación, al ver a una mujer en ropa interior de manera más sensual y sexual que al ver una mujer desnuda. ” Debido a esto, se tiene a asociar a la lencería con los tacones altos, la manera en la que una mujer camina y que la hace más seductora, encantadora y provocativa”. (Klaus, 2014, p. 7).

La percepción del cuerpo femenino ha sufrido muchos cambios a lo largo de los siglos. En los años sesenta, cuando una mujer se casaba, más aún cuando se convertía en madre, su cuerpo dejaba de ser considerado como seductor. Hoy, esta idea está completamente pasada de moda. Las mujeres buscan verse y sentirse atractivas, sea cual sea la edad, antes o después del matrimonio e incluso años más tarde.

Esta evolución o revolución del pensamiento moral con respecto a la lencería está directamente relacionada con las innovaciones y las contingencias técnicas en la creación de la ropa interior. La historia de la lencería es digna de consideración ya que el mundo de la

producción de la ropa en serie en un universo totalmente distinto al de la moda. Se pueden considerar dos clases de lencería, la que se desea mostrar o la que se destina exclusivamente para la intimidad.

La lencería está relacionada con ser uno mismo y con la actitud de la persona, asociando a la seducción, el refinamiento, y la comodidad. Y puede tener muchos estilos, puede llevarse oculta o exhibirse, ser sencilla o sofisticada, discreta o provocativa.

Asimismo en la época de posguerra, y teniendo en cuenta que no solo se juzga la provocación de la lencería sino que también está en juego la posición que ocupa la mujer y su cuerpo, en el libro *Mujeres y hombres: de la posguerra costarricense (1950 – 1960)* (González, 2005), menciona a la pureza y la blancura de la mujer y de lo femenino que discurren sobre lo impuro y lo que contamina, como se aprecia en los argumentos expuestos en la prensa en torno a la forma negativa como se había de modificar la feminidad con el ingreso de las mujeres en el mercado laboral, la política electoral y la educación media y superior.

También se puede apreciar que esta producción simbólica se encuentra presente, pero de un modo más sutil, en la discusión alrededor de la leche materna, el amamantamiento y la alimentación con leches preparadas. A través de la disputa sobre si los pechos femeninos debían pertenecer a la alimentación infantil o si debían ser objeto preferente de la actividad erótica masculina y femenina, se filtraba la sospecha sobre esos dos cuerpos que coexistían como uno solo: el cuerpo de la mujer-madre y el cuerpo del deseo, uno de ellos puro y el otro impuro, uno de ellos blanco y el otro negro. (González, 2005).

Si el adorno está próximo al cuerpo, también lo está a la sexualidad y la sexualidad moderna tiene su origen en un cuerpo sexuado, las cosas que se utilizan para adornar cuerpos que llevan al menos potencialmente, una carga sexual. Además, puesto que el cuerpo es el lugar donde residen los sentimientos sexuales, no es de extrañar que las propiedades de los

adornos, el tacto de la ropa o el olor de la piel estén vinculados a los placeres corporales y erotizados, incluso fetichizados. Steele (1985) llega incluso a sugerir que, puesto que la indumentaria está íntimamente relacionada con el cuerpo físico, en el fondo toda la ropa es erótica, como lo es la búsqueda de la belleza, que es una característica inherente en la moda. Sin embargo, sería engañoso suponer que los adornos corporales como la ropa, las joyas, los tatuajes sencillamente reflejan un cuerpo presexuado o presexual; en realidad, hacen mucho más que todo eso, embellecen el cuerpo, le infunden sexualidad. Los materiales que se usan habitualmente cubren y revelan el cuerpo, añadiéndole connotaciones sexuales que de lo contrario estarían ausentes. Con frecuencia se dice que la desnudez carece de interés, que no es sexy, mientras que la ropa añade misterio al cuerpo haciéndolo más provocativo. La imaginación es un componente de la sexualidad, y la ropa, al mantener parte del cuerpo oculto, puede estimular la fantasía y aumentar el deseo sexual: de hecho, el striptease depende del misterio de las prendas y de la imaginación del observador que son negados una vez si se ha revelado todo.

“La indumentaria está, pues, asociada con el erotismo, si consideramos que éste es un aspecto de la experiencia interna a diferencia de la sexualidad animal”. (Bataille, 1986, p. 29). Es decir, si con el cuerpo se hace referencia a los sentimientos y pasiones de la imaginación, los animales pueden tener sexo, pero no son eróticos; sólo los seres humanos con sus cualidades subjetivas pueden serlo. Según Bataille (1986), “el factor decisivo en la experiencia humana del erotismo es un aspecto intangible, no una cualidad objetiva del objeto amado elegido” (p. 29).

Si el erotismo es imaginativo y subjetivo, esto puede explicar por qué los objetos eróticos de los demás no siempre resultan atractivos al observador ajeno, esto sucede con toda experiencia erótica, se puede descubrir que los deseos aumentan al entrar en contacto con ciertas prendas de vestir y que la experiencia sexual es más intensa al llevar ciertas prendas.

El hecho de que la ropa aporta sexualidad al cuerpo se demuestra en que los nudistas suelen llevar algún tipo de adorno para los acontecimientos sociales nocturnos, a menudo, como preludio de un encuentro sexual. Así, según Steele (1985), “al esconder el cuerpo, la ropa excita la curiosidad sexual y crea en el observador el deseo de quitarla” (p.42). La indumentaria y otros adornos corporales forman parte del vocabulario con el que los seres humanos se inventan a ellos mismos, llegan a entender a los demás y entablan significativas relaciones entre ellos. Por consiguiente, parece inevitable que se incorporen en el vocabulario del deseo y en los imaginativos encuentros eróticos que se manifiesta con los demás. El fetichismo supone un caso particular extremo donde la elección del objeto, ya sea una persona, una prenda de vestir, una tela o un zapato, es transformada por la imaginación del fetichista, que dota al objeto de poderes especiales. Sin embargo, el fetichismo existe en un continuo de conducta sexual; para la mayoría de las personas, ya sean fetichistas o no, la indumentaria y el adorno desempeñan un importante papel en la vida erótica por su capacidad para estimular la imaginación. En lo que a esto se refiere, no es de extrañar que la moda éste obsesionada con el sexo. La moda, dice Steele (1996), “es un sistema simbólico vinculado con la expresión de la sexualidad, en tanto la conducta sexual, incluyendo la atracción erótica, como en la identidad de género “(p. 4).

La moda también se ha inspirado en las culturas gay y lesbiana en su investigación sobre el género y la identidad sexual, además, la paradoja del travesti sexualmente ambiguo ha captado la atención de los principales medios de comunicación y ha creado una mayor conciencia de la ambigüedad sexual de la ropa.

La sexualidad es un concepto moderno. La palabra no apareció hasta mediados o finales del siglo 19 y le llevó un tiempo asumir todos sus significados actuales. Bristow (1977), al hacer referencia al Diccionario *Oxford*, resume algunos de los primeros usos de la palabra y observa cómo se desarrolló a la par que la creciente preocupación victoriana por clasificar

los tipos sexuales como homosexuales y bisexuales, dentro del contexto de la normativa heterosexual, que tuvo lugar desde la década de 1860. Esta obsesión victoriana fue el origen de la sexología como una rama del conocimiento que intenta comprender la sexualidad y que comenzó su proyecto produciendo tipografías de deseos sexuales considerados patológicos, como el sadomasoquismo y la ninfomanía, así como la homosexualidad y la bisexualidad. La palabra sexualidad está íntimamente relacionada con el sexo, aunque es una palabra demasiado compleja de definir, pues se puede referir a un acto como en hacer el sexo, un conjunto de características anatómicas como hombre o mujer. Sin embargo, curiosamente, aunque vinculada al sexo y a las capacidades reproductivas de hombres y mujeres, la sexualidad, como concepto moderno, es el producto de una mayor separación entre el coito y la reproducción. La sexualidad hoy en día es algo más que la suma de sexo. Está muy relacionada con el erotismo, con las ideas, las fantasías, los deseos, bastante independientes del acto sexual real o de cualquier necesidad reproductora. De ahí que Horrocks (1997) observa que la sexualidad abarca una amplia franja de la existencia humana que hace que no sea un fenómeno simple y uniforme.

El moderno interés por la sexualidad también se debe al psicoanálisis, se vive en una era que todavía está dominada por las teorías de Sigmund Freud (1927), que propuso que el sexo era la esencia de toda identidad, la clave para una vida de felicidad y plenitud. Para Freud (1927), los bebés nacen con impulsos enfocados en sus necesidades y placeres corporales, a la vez que haya placer en la satisfacción de las necesidades corporales básicas, los bebés manifiestan la necesidad de que los miren y mirar. La libido de mirar contiene la clave de la comprensión del desarrollo de la identidad de género, a la vez que proporciona una explicación de la fuerza que posee la indumentaria en términos de deseos sexuales. Para Freud (1927), los chicos y las chicas comienzan con un deseo de mirar el cuerpo y ver los órganos ocultos.

Las ideas sobre la feminidad están muy relacionadas con las ideas sobre la sexualidad femenina y esto se puede demostrar al examinar el modo en que ambas se mezclan en los debates sobre la ropa femenina.

En su análisis de la moda y del fetichismo, Kunzle (1982), define este último como la “desviación de los sentimientos eróticos privados de un individuo hacia una parte no genital de cuerpo, hacia una prenda de vestir asociándola con dicha zona del cuerpo o hacia el efecto que dicha prenda de vestir produce en el mismo” (p. 1).

Cuando se considera la proximidad al cuerpo, no es de extrañar que la ropa interior sea el centro de un gran interés erótico. Es la última parada antes de revelar el cuerpo desnudo, una posición intermedia entre el cuerpo vestido y desnudo que sirve para infundir una mayor carga erótica al proceso de desnudarse. (Steele, 1996).

La ropa interior juega un papel esencial en muchas experiencias sexuales. Es importante en el juego sexual y se puede convertir en el centro de la obsesión masculina, y a raíz de ello también se presta al fetichismo como la prenda que está más en contacto con el cuerpo del amado y como la que evoca las partes más apreciadas del mismo. Al igual que fetichismo, la lencería como prenda exterior se ha puesto de moda recientemente, así como sus asociaciones con el fetichismo, ya que la ropa interior es un aspecto del vestir que suele distinguirse y convertirse en fetiche. La lencería moderna ha reducido su tamaño, pero el atractivo erótico de ciertas prendas interiores no ha disminuido y los artículos eróticos y pornográficos a menudo recurren a los aspectos más complicados de la lencería femenina para conseguir el efecto deseado. Las medias, las ligas, los ligeros, los sujetadores y las bragas siguen desempeñando su función en la excitación sexual, aunque hay una considerable diferencia entre las mujeres y sus amantes a quienes les gustan los sujetadores, las bragas o ligeros y medias transparentes y los fetichistas cuya obsesión es la lencería y está separada del cuerpo del amado. “Algunos casos extremos de fetichismo

presentan tal interés obsesivo en la ropa interior que a algunas mujeres les ha robado su lencería". (Steele, 1996, p. 47).

La lencería y el erotismo es otro aspecto evidente del vestir que se ha vinculado con la sexualidad, aunque también cumple muchas otras funciones. La lencería tal como hoy se conoce, no se empezó a llevar hasta el siglo 19. Según observaron Willet y Cunningham (1992) "La ropa interior ha tenido y todavía tiene un importante interés psicológico" (p. 11), y sugieren que para considerar esta dimensión se puede observar los significados de la lencería dentro de su propia época. Esto es útil a tener en cuenta, ya que el desarrollo de la ropa interior en el sentido moderno fue una importante etapa histórica en la evolución del erotismo del vestir.

La primera lencería que se llevó en el período medieval eran sencillos trajes lisos que se usaban para proteger al cuerpo del contacto con las telas rígidas e incómodas. A este respecto su función era puramente utilitaria más que erótica (Willet y Cunningham, 1992, p. 21).

Las mujeres de élite llevaron corsé a partir del siglo 15 y, aunque a simple vista la reducida cintura de la mujer isabelina pueda parecer que está vinculada con la atracción sexual, dicho estilo está más relacionado con la posición social que con el erotismo. Tal como demuestra Foucault (1979), durante el siglo 19, la sexualidad se convirtió en el centro de un inmenso interés dentro de toda una gama de discursos, hecho que contradice la visión general de que la era victoriana fue un tiempo de represión sexual. Sin embargo, las victorianas hacían alarde, aunque a veces muy exagerado, de una actitud mojigata hacia el cuerpo y la sexualidad que halló su expresión en las capas de ropa que llevaban. No obstante, cuando el cuerpo quedó oculto bajo capas de ropa cada vez más rígidas, la atención erótica se trasladó a sus recubrimientos, que se convirtieron en un asunto de preocupación furtiva y una vez más se asociaron con las partes ocultas del cuerpo. "La ropa interior comenzó aquí connotaciones eróticas y se convirtió en el centro del interés sexual". (Willet y Cunningham,

1992, p. 11). Esto se pone de manifiesto al examinar las actitudes hacia las mujeres en calzas. A principios y mediados del periodo victoriano, el tabú de las mujeres con prendas bifurcadas se extendió a las calzas o pantalones que, aunque los llevaban los hombres, eran considerados indecentes en la mujer, hasta finales del siglo 19 que fueron utilizados para para ejecutar labores industriales.

La frontera entre la intimidad y la sociedad se ven alejadas de los falsos pudores de la hipocresía victoriana. Más que símbolo sensual u objeto fetiche, actualmente, el poder de la lencería radica en realzar la estética y la feminidad. A lo largo de la evolución del pensamiento social, la lencería deja de ser invisible y muestra su lado atractivo y moderno como signo de poder.

Una mujer se viste de adentro hacia fuera, y la ropa interior es un símbolo elocuente de cómo la sociedad se representa a sí misma, de su erotismo, de sus modos de relación, y en ella leer cómo los seres humanos han ido evolucionando a lo largo del tiempo, la inquietud de la mujer y la fuerza de algunos íconos femeninos, distintos motivos por los cuales la indumentaria de primera piel siempre tuvo una presencia diferencial para cada época, ya sea como símbolo de pureza, higiene, liberalismo o poder, acompañando los pasos de cada mujer a lo largo de su historia.

Capítulo 2. Conocimiento del cuerpo del usuario

El mundo relata sus propias y diversas formas de ser a partir del lenguaje no verbal, y la corporeidad es el lugar donde se realiza la trascendencia de un ser corporal, del mundo y hacia otro ser. Lo que se infiere una idea de cuerpo entendido no solo como sentidos sino como una integralidad entre la razón y la sensibilidad, entre un ser corporal y el mundo externo. El cuerpo es considerado un órgano de percepción que se manifiesta de múltiples formas, entendido como lugar de deseo, emoción, pasión, comprensión, de hambre y sobre todo de comunicación e interacción con el medio que lo rodea. El embarazo es uno de los cambios naturales que se manifiestan en el cuerpo femenino, no solo internos sino externos, cambios fisio gravídicos que generan un nuevo aspecto físico.

2.1 El cuerpo como hábitat

El hábitat, donde se encuentran y viven las grandes mayorías urbanas, queda marcado por las más diversas vulnerabilidades, carencias y desequilibrios de la población, que afectan a su vez las dinámicas sociales, culturales económicas, físico espaciales y ambientales, reflejándose en nuevas formas de habitar y del hábitat. “Al cuerpo humano- entendido como estructura morfológica primaria, pero también como sistema sensitivo y de memoria vital”. (Saltzman, 2004, contratapa).

Sáenz (2008) habla de una teoría integral que vincula a la ciudad y la sociedad urbana, Hábitat y habitar, entendido como la capacidad de transformar la realidad, apropiando datos de lo vivido, del tiempo, del espacio, del cuerpo y el deseo. Esto significa entender el hábitat urbano no solo como un producto material sino especialmente como una obra de superar la noción de cambio por el de valor de uso. En este misterio que es el cuerpo y el hábitat, Le Bretton (2002), dedica un capítulo a este tema en su libro *La socióloga del cuerpo* y considera las representaciones del cuerpo y los saberes acerca del cuerpo son tributarios de

un estado social, de una visión del mundo y, dentro de esta última, una definición de la persona. El cuerpo es una construcción simbólica, no una realidad en sí mismo. De ahí la mirada de representaciones que buscan darle un sentido y su carácter heteróclito, insólito, contradictorio, de una sociedad a otra. La socióloga del cuerpo forma parte de la sociología cuyo campo de estudio es la corporeidad humana como fenómeno social y cultural, materia simbólica, objeto de representaciones y de imaginarios. (Le Bretton, 2002).

El cuerpo se identifica como una expresión correlativa de contenido articulado, como vehículo a través del cual puede ser transmitido incluso lo que está inhibido en la palabra en el pensamiento consciente. Es una estructura lingüística, habla, revela infinidad de informaciones, aunque el sujeto guarde silencio. (Squicciarino, 1990).

La estética de la cotidianidad concebida como la capacidad de generar diversas formas de co-crear, que es una recreación constante, en el sentido de interpretar y reconstruir el mundo alrededor, operación que no solo hace el artista, sino todos los seres humanos y todo momento. Acercar la estética a lo cotidiano significa, por una parte, considerar lo estético como una actividad que se da de manera espontánea e integral que la mirada especializada generalmente teórica o técnica del experto, y en donde se ponen en juego en las acciones, no solamente la emoción, sino también la razón, las creencias y los deseos. (Noguera, 2000).

El fenómeno de estetización del mundo de la vida viene ligado a una serie de acontecimientos surgidos en el seno de la cultura moderna y de una crisis que ha originado aquello que se ha llamado postmodernidad, crisis que presenta un problema complejo y potencial creador en el campo de la construcción del pensamiento sobre educación estética y fenomenología. Un elemento de este fenómeno es la supresión de los límites de lo estético en donde lo estético no es ya aquella filosofía idealista de carácter metafísico que

fundamentaba la obra de arte, sino que lo estético se ha ido trivializando, es decir, ha ido permeando los rincones del mundo de la vida cotidiana. (Vattimo, 1985).

El cuerpo humano tiene una existencia plena más completa que cualquier otro ser, y la limitación de ella es vivida con frustración. Con esta comparación se puede hablar de belleza y funcionalidad del cuerpo, y es necesario hablar de la capacidad de medición del cuerpo entre conciencia y el mundo, y en su función de expresar la subjetividad dada la condición humana, la conciencia no puede operar y expresarse de un modo totalmente ininterrumpido y ajeno en lo corporal. "Además, el aprendizaje del propio cuerpo no puede ser realizado de un modo solipsista, sino que es un proceso social. De este modo, la intersubjetividad media en la captación del propio cuerpo ". (Arregui y Choza, 2002, p. 142).

En efecto, el cuerpo vivo solo puede aparecer como una realidad física, como un objeto, como una estructura funcional o como una cosa, para un sujeto que es originariamente corpóreo. Un cuerpo puede aparecer como una realidad medible, visible y palpable solo para un ser que sea capaz de medir, ver y palpar. (Arregui y Choza, 2002, p. 128).

Poniendo al cuerpo exclusivamente de una manera física, el conocimiento limita de cierta forma la posibilidad de tomar al cuerpo como una dimensión subjetiva y espiritual, la cual interactúa con el medio ambiente. Si bien el cuerpo es considerado de forma externa como objeto con órganos vivos, el cuerpo está conformado por su propia realidad. "El cuerpo es parte esencial de la persona, de la personalidad, y del ser humano como individuo", (2005, p. 11).

El hombre humano conoce y siente a través del cuerpo, y le da inserción a la cultura que vive, estas funciones cognitivas provienen específicamente del organismo, órganos, que son imprescindibles para la realidad física.

2.2 Conocimiento del cuerpo del usuario

El desarrollo del sistema hormonal es un proceso sincronizado en el tiempo, con el objetivo de proporcionar a la mujer una fisiología resistente y sana. Al nacer, los ovarios contienen numerosos folículos primordiales, cuyos ovocitos quedan bloqueados en el curso de la meiosis. Desde el nacimiento a la pubertad, la actividad *hipotálamo-hipofisiaria* permanece discreta, como es el caso de la pubertad que se caracteriza por la maduración de los órganos genitales y la aparición de características corporales específicamente femeninas. (Carretero, Palacios y Marchesi, 1985).

En la mujer, la pubertad introducirá a cambios importantes en el cuerpo, el primer cambio es en la niña de 10 a 13 años, donde la mama se agranda, aréola y el pezón se hace prominente y adoptan una forma en constante cambio y crecimiento. La glándula estará completamente desarrollada a partir del primer periodo menstrual y su actividad se manifestará en el embarazo y la lactancia, este periodo es el que se hará estudio para la creación de la colección, haciendo hincapié en las necesidades y transformaciones que afectan a la glándula. Mujer de 20 a 30 años, en periodo de gestación de 6 a 9 meses pre nacimiento, y de 1 a 3 meses post nacimiento. (Ara Roldan, 2004).

Por otro lado, los ovarios se localizan a ambos lados del útero en la fosa ovárica, en la pared lateral de la pelvis y al lado de los riñones. Esta es la glándula sexual femenina que tiene como función el desarrollo de células aptas para la reproducción, secretar estrógenos y progesterona que controlan el ciclo hormonal y el desarrollo de órganos sexuales y de las glándulas mamarias. (Ara Roldan, 2004).

Una vez cumplido el proceso de desarrollo hormonal, la pubertad, la mujer está preparada para grandes cambios en su cuerpo, y más cuando este es producido por el embarazo y por último la menopausia. El cuerpo en este periodo de gestación presenta una serie de modificaciones anatómicas y funcionales que abarcan en mayor o menor grado todos los

órganos y sistemas, coexistiendo una adaptación por parte del cuerpo para la demanda del feto.

La etapa de gestación y cambios dura alrededor de 12 meses, a las doce semanas, el útero comienza a elevarse por encima de la pelvis, a las 20 semanas, la parte superior del útero llega a la altura del ombligo, y todas las semanas incrementa su volumen cerca de un centímetro. A muchas mujeres el crecimiento del útero comienza a notarse en la semana 16 o la semana 28. Muchos de estos cambios por los que transcurre la mujer no tienen que ver con el tamaño de su abdomen, sino que está relacionado con el desarrollo del bebé y la adaptación que manifiesta el cuerpo al periodo de embarazo. (Murray, 2007).

Los cambios internos y externos que se producen en el embarazo, llevan a la mujer a un momento de falta de armonía, seguridad, sensualidad y erotismo. El mercado de indumento femenino para embarazadas ha crecido muy notablemente a la hora de adaptarse a las tendencias y dejar de vestir a las madres como niñas, y abusando de la tipología vestido línea a o amplio. Se puede decir que en el siglo XXI la ropa ayuda a integrar el embarazo a la vida cotidiana sin perder el estilo. “Durante la gestación, la mujer atraviesa por una serie de modificaciones orgánicas en cuanto a su cuerpo, estas van acompañadas de manifestaciones psíquicas, un cuerpo cambiante, que modifica la imagen que tiene de sí misma y que entrelaza con fantasías y representaciones “. (Cortes, s.f., p. 84).

A pesar de las grandes evoluciones que se dieron con las segundas y terceras pieles para mujeres embarazadas, es notable el estancamiento que se da sobre las primeras pieles, o lencería. “La lencería femenina... expresa el amor que la mujer se tiene, pues la mujer se quiere a sí misma y necesita repetírselo “. (Loy y Vidart, 2008, p. 110).

Con estas interpretaciones, que datan de hace décadas, se sostiene la falta de importancia que se le da a la vestimenta y estética de la mujer en periodo de gestación, a pesar de que este haya evolucionado en técnicas de parto o cuidados en la salud, el indumento,

indiferentemente de la piel que cubra, no sostiene un avance estético y funcional a la hora de modificar la imagen psíquica que tiene la mujer en este proceso.

2.3 Cambios en el cuerpo mes a mes

Son nueve los meses en los que el periodo de gestación se desarrolla y en donde los cambios físicos, que se presentan a lo largo de los mismos, van incrementando a medida que se acerca la fecha del parto, ya que el feto se transforma dentro del útero y el útero cambia el cuerpo de la madre, por lo que es importante reconocer los distintos cambios que va a sufrir transcurridos los meses de gestación. Seis días después de la fecundación, el *cigoto* llega al útero y se gesta en sus paredes, a los pocos días sus células darán origen a la placenta, y al embrión. A partir de ese momento, el organismo materno empieza a sufrir una serie de transformaciones para posibilitar el crecimiento de un nuevo ser en su interior y se refleja en forma de molestias. (Reiss, 2012).

Los primeros síntomas de la gestación, y por tanto las primeras molestias del embarazo, se hacen presentes durante los primeros días de manera suave. Los cambios de humor, la inestabilidad emocional y los altibajos en el estado de ánimo son habituales debido a la revolución. Esta influencia de las hormonas sobre el organismo de la mujer embarazada que dará lugar a cambios de todo tipo, reflejados generalmente en lo anímico y la sensibilidad como también los cambios bruscos de apetito.

El cansancio y la necesidad de dormir mucho y a horas poco habituales son los cambios más notables que acusan las mujeres al comienzo de su embarazo. La petición de descanso se manifiesta como una defensa del organismo, que se prepara para el sobreesfuerzo que le espera en los próximos meses. También las náuseas matinales y los mareos pueden hacer su aparición justo al comienzo del segundo mes de gestación.

La hinchazón aparece como consecuencia del comienzo de la retención de líquidos, es posible que aumente la producción de saliva y la necesidad de orinar, al igual que el

aumento del busto empieza a aumentar y la aréola se distingue unos nódulos pequeños, llamados tubérculos de Montgomery. (Guía infantil, 2016).

Al finalizar el tercer mes de embarazo, ya se han formado los órganos vitales del futuro bebé, que deja de llamarse embrión para recibir el nombre de feto y el aumento del vientre empieza a notarse levemente pero aun así las actividades cotidianas no se ven afectadas por su tamaño. En esta etapa la acidez y el ardor de estómago hacen su aparición, debido a los cambios hormonales, que influyen sobre el funcionamiento habitual del sistema digestivo y durante el embarazo algunas mujeres padecen ardores y regurgitaciones ácidas.

Las hormonas de la gestación actúan produciendo una mayor relajación de toda la musculatura gastrointestinal y esto favorece un cierto reflujo del contenido ácido del estómago. Las encías pueden inflamarse y sangrar con facilidad debido a los cambios hormonales. (Verny y Kelly, 2009).

El útero va creciendo y ocupando más lugar en la cavidad abdominal, los ligamentos se estiran y es habitual sentir cierta presión en la parte inferior del abdomen que aumenten las ganas de orinar.

A partir de la semana 12 de embarazo, las molestias del embarazo se reducen y se hace presente los cambios externos. Las manchas en la piel, ocasionadas por los cambios hormonales empiezan a oscurecer algunas zonas sensibles y pueden empezar a hacerse ver. El cloasma gravídico es un problema muy frecuente que afecta, sobre todo, a las mujeres de piel oscura durante el embarazo, especialmente los lunares y las pecas, también pueden oscurecerse más. Al igual que las areolas de los pezones se vuelven más oscuras y aumentan de tamaño.

Aparece la llamada línea alba, que se produce en el centro del abdomen, y desde el ombligo hasta el pubis, suele ser de forma vertical de tono más oscuro que la piel, que acompaña durante la gestación y desaparece después del parto.

La presión que ejerce el útero sobre el estómago puede empezar a entorpecer las digestiones y a causar estreñimiento. Es uno de los trastornos más comunes ya que la situación hormonal del embarazo hace que la musculatura de la pared intestinal se relaje particularmente, lo que reduce la movilidad intestinal.

En el quinto mes de embarazo, las mamás primerizas suelen notar los primeros movimientos de su bebé hacia la semana 20 de la gestación, aunque las mujeres que ya han tenido otros hijos pueden percibir los primeros movimientos fetales unos quince días antes, las molestias del embarazo propias del quinto mes de gestación están muy relacionadas con el aumento de tamaño del bebé y su crecimiento dentro del útero.

Con respecto a los cambios hormonales, la hormona del embarazo, la progesterona, afecta directamente el crecimiento del vello corporal. El ritmo cardíaco se acelera y la respiración se hace más profunda, el volumen de la sangre se duplica y el corazón materno tiene que trabajar más para atender las necesidades del nuevo ser que crece en su interior. El gasto cardíaco crece alrededor del 50 por ciento. Al final del embarazo, el útero recibe la quinta parte del volumen sanguíneo total. Como consecuencia, la frecuencia cardíaca aumenta en reposo, pasando de 60-70 pulsaciones por minuto a 80-90 y la tensión arterial suele disminuir. (Ruiz y Díez, 2012).

La hinchazón en brazos, pies y tobillos, generalmente por la noche y en los días calurosos se produce por una acumulación de líquidos en los tejidos. Otro notorio cambio es la acumulación de gases a nivel del tubo digestivo, que provoca una molesta hinchazón en el vientre y al igual que el estreñimiento también es usual durante la gestación. Se produce porque existe una mayor relajación intestinal, y, por tanto, la eliminación es más lenta. Por otra parte, la presión del útero que va creciendo sobre los intestinos, altera su actividad normal.

Las molestias del embarazo en este sexto mes de embarazo se caracterizan por el aumento del volumen de la tripa, que se acentúa notablemente donde la embarazada notará los movimientos fetales o pataditas del bebé con mayor claridad que son los movimientos del bebé, que cambia de posición con frecuencia, mientras sigue desarrollándose en tu interior. El útero sigue creciendo y, como consecuencia, la piel del abdomen debe estirarse para adaptarse a la nueva situación. Si la piel no está bien hidratada, pueden aparecer picores. Los pezones sensibles son una molestia del embarazo frecuente, se caracteriza por resultar molestos al roce, procede de la prolactina, una hormona que prepara los senos para la lactancia, cuya función es estimular la producción de leche. La areola aumenta de tamaño y se pigmenta. El ombligo empieza a sobresalir a medida que aumenta el volumen de la panza, pierde su posición habitual y se invierte hacia fuera. (Guía infantil, 2016).

En el séptimo de mes de gestación las molestias empiezan a intensificarse y provocar una incomodidad al momento de las relaciones y actividades cotidianas.

Las molestias del embarazo que afectan a la espalda son comunes en esta etapa del embarazo debido al tamaño y el peso del abdomen en los últimos meses, que obliga a la columna a adoptar una postura distinta de la normal. En busca de un nuevo centro de gravedad, la columna tiene que hacer un sobre esfuerzo y adopta posiciones que no son las ideales para la espalda y que provocan contracturas en ciertos grupos musculares. Además, la presión del útero sobre la parte inferior de la espalda puede provocar *ciatalgias*, dolores que suelen prolongarse por la pierna. (Verny y Kelly, 2009).

Entrando al tercer trimestre del embarazo, alrededor de la semana 36, el bebé se coloca con la cabeza hacia abajo, preparándose para nacer en posición cefálica, y cada día tiene menos espacio para moverse, cuando alcanza esta posición, la mamá puede sentir contracciones aisladas o dolores difusos en la parte baja del abdomen como también necesidad de hacer pis constante y hasta tener pérdidas del mismo.

Las hormonas no dejan de actuar y producen acidez o reflujo ácido, que es una sensación de ardor, se extiende desde la parte de abajo del esternón hasta la zona inferior de la garganta. La progesterona relaja la válvula que separa el esófago del estómago, de modo que los ácidos gástricos regresan desde estómago hacia el esófago, y esto produce la sensación de acidez. La progesterona también disminuye las contracciones peristálticas del esófago y los intestinos, haciendo que la digestión sea lenta. A su vez, a medida que avanza el embarazo, el cada vez está más grande y presiona sobre tu estómago, desplazando los ácidos estomacales hacia el esófago.

En el embarazo, el cuerpo se predispone a las hemorroides y a las varices en las piernas e incluso, algunas veces, en la vulva. Esto se debe a la presión que ejerce el útero sobre las venas de la pelvis. El regreso de la sangre desde las extremidades se hace más lento, aumentando la presión sobre las venas que están debajo del útero, haciendo que se dilaten o ensanchen más. El estreñimiento es otro problema asociado que suele agravar las hemorroides al hacer fuerza para evacuar. (Somos mamas, s.f.).

Las últimas semanas de embarazo van acompañadas no solo de cambios y malestares físicos, sino que la ansiedad y el miedo se hacen más notorias. En cuanto a lo físico, el noveno mes de gestación y último deja ver a las varices, son venas dilatadas que pueden verse cerca de la superficie de la piel retorcidas, azules o moradas que aparecen con más frecuencia en las piernas, aunque también pueden salir en la vulva o en cualquier otra parte. En general, las varices no molestan, pero pueden causar pesadez o dolor en las piernas. Su aparición se debe a que la cantidad de sangre en el cuerpo aumenta cuando se está embarazada, lo cual añade carga a tus venas. En las últimas semanas, suelen producirse calambres en la parte posterior de los muslos, principalmente por las noches por causa del cansancio, las modificaciones circulatorias o la carencia de ciertas vitaminas u

oligoelementos como el calcio o el magnesio, aunque no se sabe con certeza por qué aumentan los calambres en las piernas durante el embarazo (Guía infantil, 2016).

Diferenciar las contracciones falsas, conocidas como contracciones de Braxton Hicks, de las verdaderas contracciones de parto se hacen confusos si se trata del primer parto. Durante el último mes de embarazo, el cuerpo de la mujer empieza a entrenarse y se ejercita mediante unas falsas contracciones que sirven de preparación al parto. Las contracciones de Braxton Hicks se pueden empezar a notar a partir del séptimo mes de embarazo, pero en el noveno su incidencia suele ser mayor y para distinguirlas, las contracciones falsas no se presentan con intervalos regulares, por este motivo, es importante medir su frecuencia y su duración. Este largo proceso que conlleva varios cambios en el cuerpo y en la vida de la mujer son necesarios tenerlos en cuenta al momento de diseñar una colección, ya que se debe tener en cuenta la silueta cambiante del usuario al cual nos dirigimos con la intención de mejorar la calidad de estos meses, en este caso, en el periodo de lactancia y enfocado al periodo de lactancia. (Verny y Kelly, 2009).

2.4 Anatomía de la mama: Glándula mamaria y lactancia

Las mamas son órganos específicos de los mamíferos, están destinadas a la lactancia de las crías, y en la especie humana diferencian el torso del varón del de la hembra, o sea, constituyen un carácter sexual, por ello cumplen no sólo la función nutritiva, sino que desempeñan un importantísimo papel en la silueta femenina, en la sexualidad y en el erotismo, ésta es una constante en la historia de la humanidad.

La función principal de la glándula mamaria es la de producir leche para alimentar y proteger al niño después del nacimiento. Esta glándula constituye la característica fundamental de los mamíferos quienes alimentan a sus crías con el producto de su secreción. La histología de la mama es similar en todas las especies, un parénquima glandular, compuesto de alvéolos y conductos y un estroma de soporte. Cada célula alveolar se comporta como una unidad de

secreción, produciendo leche completa, sintetizando y transportando desde el plasma sanguíneo proteínas, grasas, hidratos de carbonos, sales, anticuerpos y agua. El proceso de síntesis y secreción celular es similar en todas las especies de mamíferos. La composición química de la leche y la disposición anatómica del sistema de almacenamiento y evacuación de la leche varía en las diversas especies. (Valdés y Pérez, 1994).

La región del pezón y de la areola son zonas ricamente inervadas que constituyen centros erógenos en la mujer de especial importancia en el estímulo sexual. El proceso generativo de la embriogénesis de la glándula mamaria comienza entre las 18 y 19 semanas de vida intrauterina, período en que se puede identificar brotes mamarios epidérmicos que penetran a la mesénquima sub epidérmico en la región anterior del tórax, en la denominada la línea de la leche. “Simultáneamente, parte del mesénquima se extiende bajo la dermis para formar el cojinete graso y los conductos se extienden, ramifican y canalizan hasta formar el sistema ductal mamario rudimentario presente en el recién nacido”. (Pechoux, 1994). Durante el periodo neonatal puede producirse escasa secreción láctea, producto del estímulo de prolactina materna liberada por la supresión de los esteroides placentarios después del parto. Durante el período prepuberal las vesículas mamarias se transforman en conductos, por crecimiento longitudinal y ramificación, sin que sea posible reconocer *alvéolos*. Con anterioridad al inicio de la *telarquia*, así llamado al inicio del desarrollo de la mama, el tejido mamario rudimentario permanece inactivo y las glándulas mamarias sólo crecen en forma isométrica con el cuerpo, sin presentar modificaciones estructurales. (Unicef, s.f.). Durante el desarrollo puberal en la niña, entre los 10 y 12 años de edad, se inicia el funcionamiento del eje endocrino *hipotálamo-hipófisis-ovárico* que es el sistema para la regulación hormonal. Los folículos ováricos inician la secreción de estrógenos, que sumados a un factor que probablemente sea la hormona de crecimiento, determinan el crecimiento de los brotes *epiteliales* y la maduración de la glándula mamaria. “Luego, al comenzar los ciclos

ovulatorios, se inicia la producción cíclica de progesterona que, sumándose a los estrógenos, determina un nuevo crecimiento de la glándula, con formación de los primeros alvéolos”. (Ceriani, 1974, p. 63).

El desarrollo mamario durante el ciclo menstrual se caracteriza por cambios cíclicos que reflejan las variaciones hormonales, el estrógeno estimula la proliferación del parénquima con la formación y ramificación de los conductos y la progesterona en la fase lútea, llamada así a la tercera fase del ciclo menstrual que comienza justo después de la ovulación y va hasta el día antes de que el siguiente periodo menstrual, ésta favorece la dilatación de los conductos y la diferenciación de las células alveolares. Estos cambios no regresan con la menstruación, lo que permite a la mama continuar su desarrollo durante la edad adulta. (Unicef, s.f.).

“Durante el embarazo, al elevarse los niveles de progesterona, prolactina y lactógeno placentario, los lobulillos se expanden en forma de racimos y la glándula mamaria se prepara para cumplir su función primordial, la secreción de leche”. (Neville, 2001, p. 41).

La mama forma parte de aparato genital, ya que es una glándula especializada en una función reproductiva como es la nutrición del recién nacido, y esta anatómicamente alejada del resto de los genitales. Durante la gestación la mama se prepara para su función básica: la lactancia y ya hay producción láctea, que en ocasiones fluye en forma de calostro espontáneamente por el pezón, que ya se encuentra fuerte y desarrollado. (Tapia, 2008). En ella hay cambios importantes, modificaciones de dos tipos, morfológicas y funcionales y todos estos cambios se deben a las hormonas de embarazo, a los estrógenos, a la progesterona, y a la prolactina. En las morfológicas, las mamas adquieren en la gestación un mayor tamaño y peso, sus elementos secretores se hipertrofian, desaparecen la grasa y el tejido fibroso, para aumentar el tejido glandular. (Neville, 1999).

Los conductos galactóforos se dilatan, la areola se pigmenta fuertemente, por lo que se marca muy bien el contraste entre ella y la piel circundante, el pezón se hace más fuerte y desarrollado, y en torno a él crecen una serie de gránulos elevados, los anteriormente nombrados tubérculos de Montgomery que representan glándulas mamarias accesorias. (Botella y Clavero, 1993).

Durante el embarazo el aumento en los niveles de estrógenos y progesterona estimula el desarrollo glandular y las mamas tienden a hacerse esféricas debido al aumento del tejido adiposo. La estimulación hormonal produce incremento del número y del volumen de los alvéolos *lobulillares* que son pequeños sacos productores de leche durante la lactancia y en este periodo la mama aparece más llena y más firme. La lactancia tiende a mantener los cambios ocurridos durante el embarazo, comienza a producirse leche en las mamas desde antes del parto, sin embargo, recién cuando de bebé nace es cuando la mama segrega calostro, un líquido espeso con suaves propiedades laxantes ya que tienen un contenido elevado de cloro, sodio, potasio y proteínas que facilita la evacuación del meconio, primeras heces del recién nacido. El calostro es segregado durante tres días, una leche intermedia durante los quince siguientes para dar paso a la leche madura posteriormente. (Tapia, 2008).

La Organización Mundial de la Salud sugiere amamantar seis meses con lactancia exclusiva y continuar lactando por lo menos hasta los dos años complementando con sólidos la alimentación del neonato. A través de esta actividad compartida el bebé se contacta con su madre en el acto de mamar y ello permitirá un vínculo indispensable para la existencia física y constitución psíquica del lactante. (Ayela, 2009).

La glándula mamaria está presidida por los estrógenos y la progesterona, de ahí su crecimiento durante el embarazo, una hormona *edenohipofisaria*, la proláctica, desencadenada la subida de leche. Pero no se puede sostener la secreción láctea si el recién nacido no mama. “La succión efectuada sobre el pezón pone en marcha un reflejo

neurohypofisario que mantiene la secreción de prolactina y por tanto la producción de leche. En general, los ciclos sexuales no reaparecen hasta después de la lactancia”. (Vicent, 1981, p. 332).

Por otro lado, y en consecuencia de los cambios físicos y hormonales en el periodo de embarazo, aparece el líquido amniótico, que es un elemento vital para el desarrollo del bebé dentro del útero materno. Entre otras cosas, le protege de lesiones y de la pérdida de calor, por tanto, es primordial que se mantenga la cantidad adecuada de líquido, siendo una de las mayores preocupaciones en el embarazo las pérdidas de líquido amniótico.

Es un fluido líquido acuoso y ligeramente amarillento que contiene nutrientes esenciales para el crecimiento del bebé, como proteínas, carbohidratos, lípidos y *fosfolípidos*, urea y electrolitos, los cuales el feto traga, procesa y luego elimina a través de la orina. Las pérdidas desconciertan mucho a la embarazada, sobre todo hacia el final del embarazo cuando es difícil distinguir entre una pérdida de líquido amniótico o la rotura espontánea de bolsa, la cual indica que ha comenzado el trabajo de parto.

Capítulo 3. La moda y su mercado

En un sentido más genérico, moda sería cambio, definido como un conjunto de tendencias o novedades dadas en un corto periodo de tiempo, que según esto existen modas en todo tipo de actividades dentro de la vida cotidiana, determinada como “uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos”. (Diccionario de la Real Academia Española, 2014). Por eso es necesario abarcar un conocimiento el cual nos brinde información para hacer exitosa una colección, teniendo en cuenta las diversas concepciones de mercado y el usuario al cual está dirigido el diseño.

3.1 ¿Qué brinda la moda?

En un principio se podría definir a la moda en general como el resultado del uso de un conjunto de estrategias de persuasión de grandes agencias de publicidad, que implementan por encargo de propietarios de determinados medios de producción, apoyándose en el uso indiscriminado de los medios masivos de comunicación, con el objeto de promover la venta de productos específicos entre el público consumidor heterogéneo y en grado sumo maleable, inclusive antes de que éste salga al mercado.

La moda está ligada a un status social, en el cual las marcas importantes y reconocidas predominan en los guardarropas de sus compradores con la posibilidad de acceder. Considerando sinónimo de saber vestir a sobrevalorar la ropa de firmas de moda, y se considera una ostentación o símbolo de belleza, sin embargo, existen quienes piensan que es un gasto innecesario pagar por una prenda de marca, cuando la mayoría de las veces la calidad no es tan diferente del resto del mercado. La vestimenta también cumple el rol de exteriorizar los sentimientos que el cuerpo sufre diariamente, ello se ve reflejado en la elección de prendas y accesorios que se portan día a día. El vestido es expresivo, y lo hace en el hecho de que cada sujeto social, actual acorde a la situación a la cual va a ser juzgada,

ya sea en una oficina, en una cita, o el día a día, expresando actividades, estados de ánimo, estatus social, e importancia del compromiso, entre otros. (Eco, 1976).

En el caso concreto de la moda femenina, el estudio de la imagen de la mujer que difunden los medios masivos de comunicación en su acción socializante, con este enfoque, se observa que el uso de accesorios, vestidos y maquillajes por parte de millones de mujeres en el mundo, son fundamentalmente intentos por asemejarse a la imagen femenina que los medios difunden.

La moda sitúa al individuo en el tiempo como en el espacio, además de ser un soporte de uso universal, concibiendo el estar vestido como la forma natural del ser humano, independientemente del tipo de vestimenta que sea. Demostrando así la importancia del indumento como icono de la moda, que es lo que se lleva por parte de un grupo socialmente aceptado por la mayoría de la sociedad y que es capaz de influir en ella, se trata de algo estacional, de manera que las empresas hacen que el consumidor renueve su armario cada poco, de ahí su carácter momentáneo o *fast*. La industria moda en cuanto a vestimentas se refiere, es un hecho que depende de una innovación continua necesaria para poder mantener ese proceso en movimiento, pero esto no depende totalmente de la voluntad del comprador, sino que depende de otros factores y que, además, se busca esta continuidad.

“La moda surge como un juego estético, un capricho de las elites, para marcar su posición social”, según lo define la autora del libro *Historia informal de la moda*. (Riviere, 2013, p. 13).

Saulquin (1999), quien define la moda como lógica situación y evolución del mercado de la sociedad de manera coactiva, impulsa al cambio periódico de vestimentas. Cambio que para consagrarse como moda necesita producir deseo y consumo a escala masiva, refiriéndose a la moda como algo individual, que es dictada por la sociedad de manera que a corto plazo se impone el cambio, según las tendencias y genera un aspiración de compra o pertenencia,

que a largo plazo se transforma en una necesidad, no solo primaria, sino por ir adecuado a la moda como tal e intercalar con las diferentes actividades que propone lo cotidiano.

“La moda como imitación de un modelo existente, ofrece la seguridad de la aprobación social”. (Veneziani 2007, p.18). Siguiendo este análisis, el uso de las prendas de moda, esa imitación genera satisfacer en algunas personas el anhelo de pertenecer a un grupo selecto o determinado de personas, imitando de algún modo su comportamiento, y distinguiéndose.

Según lo que se vio en el primer capítulo cuando se habló de la vestimenta, además de la función de abrigo y de cubrirse por pudor, la principal causa de la ropa sería el de ser adorno de un cuerpo, la cual se relaciona directamente con el simbolismo que le da la moda. Este simbolismo que busca la moda es la idea de representar una imagen deseada por el consumidor, un universo paralelo.

Lando (2009) dice que moda, es un concepto aplicable a diferentes fenómenos de la actividad humana, que reflejan cambios constantes y en el caso del vestuario, moda significa la forma particular de vestirse en cada temporada. Explicando que la moda puede llevarse a actividades de la vida cotidiana, pero hablando propiamente de indumento, consiste en lo que se debe llevar en cada temporada entendiéndose esto como cada año y dentro de éste se diferencia entre cada estación del año. Para citar a la moda también hay que tener en cuenta otros factores condicionantes como son las relaciones de poder y la política, la economía y la disponibilidad de materias primas, la ciencia y la tecnología que abastece el mundo textil, las corrientes artísticas o culturales y sus manifestaciones, la geografía, el clima, los sexos y edades y razones psicológicas que nos llevan a comprar determinado indumento u otro.

La sociología de la moda parte de un modelo, inicialmente imaginado (el vestido concebido por el *fusión group*), cuya realización sigue (o deberá seguir) a través de una serie de vestido reales (problema de la difusión de los modelos); su objetivo, por lo tanto, es sistematizar conductas que podrá relacionar con condiciones sociales, niveles de vida y roles desempeñados. (Barthes, 2003, p. 26).

Es donde se pone de manifiesto el uso del marketing y la mercadotecnia de la mano de la moda, ya que estas acciones tienen como objetivo satisfacer las necesidades y los deseos del consumidor como también la capacidad de generarlos, mediante un intercambio de productos y servicios que le aporten una utilidad. El en caso del marketing de la moda se debe hacer un estudio del comportamiento del consumidor, teniendo en cuenta necesidades particulares o individuales. Teniendo en cuenta la influencia que el marketing tiene sobre un grupo. (Navarro, 2017)

Si la moda es un fenómeno abstracto, su forma concreta son las tendencias. Aunque solemos llamar moda a las tendencias, estas son la manifestación de la moda, las señales con las que se hace visible. En las tendencias se percibe la renovación que genera la moda. La moda se concreta y es real cuando se ve en la calle; es lo que la gente usa, adopta y consume. (Aubele, 2011, s.p.).

El ser humano es un ser social y por ello, la presencia de los otros influye de forma tan directa y tan fuertemente en las decisiones cotidianas y de compra, su influencia es tan constante que se llega a interiorizar. Las modas son un tipo de norma social, es de los fenómenos más ilustrativos del nivel de influencia que lo social ejerce sobre la conducta humana, y las distintas tendencias que marcan el paso de la moda impactan sobre el día a día y explican muchas de las decisiones de los consumidores.

3.2 La moda y el embarazo

La ropa y la moda, ayuda de una manera u otra a que el individuo se adapte a la sociedad, a los cambios y a la evolución. En el periodo de embarazo, cuando el cuerpo presenta cambios preparándose para la gestación, es difícil concebir una imagen comercial a la que la mujer se encuentra expuesta. Demás está decir que el ser humano es un ser social, y se viste o adorna para demostrar de una forma no verbal, las aspiraciones que se tiene, es por ello que al momento de gestar no hay un universo de compra muy desarrollado para que la autoestima de las mujeres embarazadas se vea favorecidos.

Según Wong (1996), la línea es un elemento de fuerte carácter visual, es un punto en movimiento y su recorrido se transforma en una línea, la cual tiene largo definido o indefinido, pero no ancho, y a su vez tiene posición y dirección, la cual está limitada por dos puntos, y acuerdo a sus propiedades pueden producir distintos efectos visuales y de percepción, creando ilusiones ópticas en un plano bidimensional. El indumento, por otro lado, cambia las proporciones y modifica la relación de la persona con respecto al espacio y a los demás individuos, actuando las líneas como puntos unidos con el fin de modificar de manera estética, dejando la naturaleza del individuo de lado para dar lugar a lo artificial mediante la indumentaria, que puede alterar la morfología corporal a través del uso de diversas acciones. Se pueden ampliar zonas creando volumen con la ayuda de estructuras interiores o bien con tejidos rígidos y abundantes que los separen del cuerpo y se puede crear una silueta ceñida, a través del uso de pinzas, recortes, o direcciones en los estampados que estilicen la figura. El cuerpo y la prenda forman una relación de simbiosis donde el cuerpo le sirve de soporte estructural a la prenda, le da forma, movilidad y lo vuelve tridimensional, mientras que la prenda lo resguarda, le sirve de escudo protector ante las adversidades del mundo y la sociedad exterior.

Nuestro primer hogar es el vientre materno. Nuestras primeras percepciones de un hogar cálido y amoroso nos acompañarán para siempre, constituirán una base sólida sobre la que crecer y desarrollarnos como seres humanos en armonía. De nuestra madre recibimos, a través del cordón umbilical, el oxígeno y los nutrientes necesarios para la vida. De sus pensamientos y sentimientos recibimos la semilla del amor, lista para germinar en cuanto nazcamos y estemos en sus brazos. (Blay, 2014, s.p.).

La ropa destinada a la maternidad ayuda a integrar el embarazo a la vida. La mujer no cambia su imagen durante este periodo, solo su cuerpo, y la necesidad de adaptarlo a los cambios es a través del indumento. Las prendas que adquieren las mujeres embarazadas tienen principio y fin, van a durar unos meses hasta el momento del parto. (Aubele, 2011, s.p.).

La vestimenta, considerada un artilugio de las personas para recrear una imagen personal que no precisamente refleja lo que se es, sino lo que se quiere ser, se justifica desde el punto de vista que a través de la vestimenta se manifiestan infinidad de datos, aunque el sujeto guarde silencio, y quien los percibe, los interpreta según su concepción. El vestido se convierte en una especie de refugio que resguarda a las personas de los cambios climatológicos y la necesidad de cubrir el cuerpo, como también de la mirada crítica de la sociedad y el mundo social es un mundo de cuerpos vestidos.

La desnudez es totalmente inapropiada en casi todas las situaciones sociales e incluso en situaciones donde se exhibe demasiada carne (en la playa, en la piscina, incluso en el dormitorio); es probable que los cuerpos que se encuentran en estas situaciones vayan adornados, aunque solo sea con joyas o con perfume. (Entwistle, 2000, p. 11).

En el embarazo, la funcionalidad y la versatilidad son dos características a tener en cuenta a la hora de comprar una prenda. La moda cambia y el estilo es la esencia que se obtiene a lo largo del tiempo y de conocerse a sí mismo, se va actualizando, renovando y redefiniendo, pero nunca cambia. Refleja cómo se relaciona y vincula el ser con el mundo y con los otros. En el periodo de gestación, los cambios internos y externos producen un difícil reconocimiento. La angustia generada frente a los cambios del cuerpo conlleva a desequilibrios emocionales, de confianza y de belleza que provocan en la mujer gestante decisiones de compra hacia las prendas grandes con la intención de ocultar.

Como la vestimenta interactúa con el cuerpo, conocer sus características y sus límites y aceptarlos es fundamental para no desperdiciar energías. (Aubele, 2011, s.p.).

Bonilla (1993) define la antropometría como el conocimiento de las dimensiones humanas para posteriormente ser aplicado en la elaboración de objetos, máquinas y herramientas que el hombre utiliza, ya que al tratarse de cuerpos dinámicos, y considera también hacer énfasis en las medidas más importantes desde el punto de vista de la ergonomía aplicada al diseño, teniendo en cuenta que al desplazar alguna de las extremidades el resto del cuerpo también

experimenta un estiramiento, el cual es limitado por la vestimenta, considerando relevante trasladar las proporciones corporales al diseño del indumento y el usuario al que se destina. El nuevo guardarropa al que se enfrentan va a funcionar durante casi un año, ya que el periodo de gestación son 9 meses, y el post parto dura unos 4 meses en recuperar el peso natural y saludable. Aubele (2011) en su libro *Secretos del vestidor para embarazadas*, propone, además de aceptar el cambio al cual se enfrentan las mujeres en este periodo, identificar diferentes necesidades a las que están expuestas, por ejemplo, considerar estación del año en la que se gesta, el clima al cual van a gestar a la hora de comprar, seleccionar las prendas en función a las actividades que realiza la mama, trabajo, gimnasio, tareas extra laborales, actividades sociales, entre otras, formando una armonía entre el embarazo y los diferentes acontecimientos a lo largo del periodo. También recomienda el conocimiento de las nuevas características corporales, la silueta. “La silueta es la forma que surge al trazar el contorno de un cuerpo”. (Saltzman, 2004, p. 69).

El cuerpo se define entonces como un enlace entre la identidad y el vestido. “Es el estandarte portador del vestido, el cual traduce y expresa, su identidad y estilo en el indumento que elija para cubrir su cuerpo”. (Saulquín, 1997, p.208). En el diseño de indumentaria, se modifica la configuración espacial del atuendo dependiendo de la anatomía, determinando sus límites. La idea de la silueta es inevitablemente tridimensional, ya que el cuerpo y las prendas establecen una relación espacial en torno a éste mismo. Las prendas pueden modificar su morfología para adaptarse a la silueta, de esta forma libera al cuerpo otorgándole mayor libertad de movimiento y expresión.

Silueta, o el contorno, es la línea que delimita el perfil de una figura, aunque en realidad las formas no tienen contorno, es por eso que al hacer uso de este elemento se desvincula de una representación fiel a la realidad. Por lo general se utilizan contornos para dibujar formas sin detalles y para lograr un efecto visual de simplicidad y claridad. Por otro lado, la silueta es

la representación de una forma mediante un solo color, se utilizan para destacar lo principal de una forma o para imitar un efecto de contraluz.

A través de la silueta es posible modelar el cuerpo al cambiar su estructura inicial, recreando formas, largos y anchos, modificando la percepción de sus proporciones.

Con los movimientos juveniles de los años sesenta, las formas ideales del cuerpo de la mujer adoptaron a la juventud, la delgadez, la ingenuidad como sus grandes aliadas, hasta que en los años setenta se divulgó el ideal longilíneo y vagamente unisex, ambivalente y estilizado. (p. 34)

La alteración de la silueta se relaciona al volumen, ya sea agregado o sustraído a través de distintos métodos, pinzas, tablas, dependiendo el criterio de diseño y el ideal que se quiera alcanzar. La silueta del vestido define la época, la cultura, el estilo de vida, clase social y en ocasiones una edad aproximada del usuario de la prenda.

3.3 La moda y la sensualidad en el embarazo

Todo individuo tiene antes que nada y desde un principio una identidad sexual, al asumir su identidad de género, se puede comprender el que los modelos utilizados por la publicidad difundan el uso de determinados productos, mediante los cuales promueven la identificación con determinada imagen masculina o femenina.

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. En este sentido, las articulaciones plantean límites formales que es preciso considerar para evitar tensiones o impedimentos en cuanto al desenvolvimiento natural del cuerpo. (Satzman, 2004, p.30).

Es por ello, que la moda contiene una expresión sexual, utilizando modelos sensuales específicos, hacia los cuales se promueve una identificación que se logra con el consumo de la mercancía publicitaria. El uso de imágenes de mujeres atractivas y sensuales en la promoción de varios artículos, tiene su impacto en el contexto de una sociedad

cuyo ambiente sociocultural mantiene una actitud hostil y represiva en las diferentes manifestaciones que caracterizan el desarrollo psicosexual de todo individuo.

La mercadotecnia encuentra un campo perfectamente abonado para sus propósitos, constituido por un conjunto de deseos, impulsos y fantasías sexuales, que le permite utilizar un revestimiento erótico en las mercancías publicitadas, como garantía de su venta.

Aprovechando el contexto de represión hacia las imágenes con contenido carnal, las técnicas publicitarias utilizan imágenes atractivas para persuadir a un gran número de individuos a adquirir tal producto.

La moda no es la excepción de todo este proceso de manipulación social o sexual, sino que al contrario, es su expresión más representativa y de expresión última de moldeamiento social. (Navarro, 2017).

Una parte importante de la publicidad es el uso de la imagen femenina como objeto sexual para incentivar el deseo en el hombre, a quién se le presenta la sexualidad femenina como la característica más importante de y para la mujer. La mercadotecnia ha empleado una estrategia la cual asocia la belleza física con la salud, causando mayor atracción hacia ciertos productos y tratamientos, manipulando simultáneamente sus imágenes con herramientas digitales que distorsionan la realidad.

"Pocos elementos humanos sirvan tan idóneamente como el traje para estimular la sensualidad y el deseo y este efecto se lo ha potenciado siempre de esas dos formas: exagerando los atributos masculinos o femeninos o bien rompiendo con ellos y alterándolos". (Riviere, 2013, pp. 20-21). El término belleza, cuya definición es relativa porque depende de la mirada y perspectiva de quién la contempla, y la relación entre la belleza y la juventud también lo es. Belleza y tiempo son dos conceptos que la ciencia y el hombre buscan unir. Este fenómeno no es de ahora, aunque sí es cierto que en esta época se ve más avanzado y avasallante la idea de juventud por parte de los laboratorios en busca de sustancias, bien en

forma de cremas o pastillas, que frenen y paren el envejecimiento de la piel. Asimismo la moda hace su aporte a través de tipologías que resultan discriminantes para distintas edades, y así establecen un límite de edad, y uso.

A pesar de los indiscutibles avances de las mujeres en todos los terrenos hay algo que sigue lastrando nuestro proceso hacia la liberación: somos esclavas del ideal de belleza. Nuestro cuerpo es objeto de preocupación constante y esto genera una especie de odio y rechazo hacia nosotras mismas, un estado de insatisfacción permanente y una sensación de ser defectuosas. Nos miramos al espejo y nos sentimos mal con nosotras mismas; esto afecta a la manera de relacionarnos con el mundo, a la capacidad para sentirnos satisfechas con nuestro trabajo y a la posibilidad de crear y expresar nuestra personalidad. También provoca conductas adictivas, preocupación por el cuerpo y la imagen física, afán casi insaciable de comprar cosas, coleccionar cosas, comer cosas. El consumo está relacionado con el premio y el castigo, y sobre todo, compensa sentimientos de carencia o de insuficiencia. (Oliveira Malvar, 1998, p.2).

Es acá donde la indumentaria se convierte en la protagonista, y funciona como accesorio indispensable no solo para un aspecto externo, sino para el bienestar psíquico, y más aún cuando el cuerpo presenta cambios bruscos en tan poco tiempo como es el proceso de gestación. Muchas veces, el pudor actúa como moral a la hora de mostrar un poco de piel, ocultando el lado sensual de la mujer, al punto que no se es consciente de las posibilidades que la silueta de una mujer dispone para manifestarlo. La ropa interior es un símbolo indiscutible de sensualidad femenina, la elegancia y la creatividad.

La sensualidad se considera una de las cualidades que definen a una mujer, no necesariamente está relacionado con la belleza, ni su físico, trata más de seguridad, personalidad y actitud que hace una diferencia entre las demás mujeres que la hace sensual e interesante.

La sensualidad es el resultado de un bienestar interior, donde la mujer se encuentra en un espacio de mente abierta, con conciencia de su mundo interno. La autoestima y la seguridad de una mujer íntegra le permiten descubrir esos elementos innatos en ella, que forman parte de su propia sensualidad. (Niera, 2005, p. 114).

Es indispensable el mundo interior, que se alimente de la espiritualidad y de lo sensorial, donde el respeto y el amor propio son valores que prevalecen aun manifestando cambios

físicos o emocionales. Logrando un equilibrio en los diferentes aspectos de su personalidad y las críticas de la sociedad.

La moda es el resumen de la cultura, de los acontecimientos históricos, a los cambios de mentalidad, y la importancia del reflejo de las costumbres y épocas de la mano de la ropa, que generan una crítica, una agresión a la moral, a los cuerpos femeninos estereotipados, pero a su vez la moda permite que a lo largo del tiempo y de estos cambios la mujer se fuera liberando de añejos prejuicios y se exhibiera en los brazos de la sensualidad. Esta posibilidad que nos brinda el indumento y las distintas tendencias parece no pertenecer a todos los grupos femeninos, la sensualidad y sexualidad durante el embarazo es objeto de prejuicios, tabúes y silencios, a menudo incomoda la vida sexual de la gestante, como si fuera inadmisibles que una mujer embarazada experimente un deseo de sensualidad o sentirse deseada y estética.

La comunicación visual es universal e internacional. Ignora los límites del idioma, del vocabulario o la gramática y puede ser percibida por el analfabeto tan bien como por el hombre culto. El lenguaje visual puede transmitir hechos e ideas con un margen más amplio y más profundo que casi cualquier otro medio de comunicación. (Kepes, 1969, p. 23).

El erotismo en el embarazo, la sensualidad de las mujeres en la etapa de gestación y los cambios físicos como resultado de la concepción de la vida humana, así como también a eliminar estereotipos surgidos durante ese periodo, es difícil integrar la maternidad al concepto erótico, tanto social como personalmente.

En lo social, la sensualidad o la búsqueda de lo sexual se toma como un insulto a la pureza maternal, aún existe el prejuicio que mantiene la dicotomía que pone en un extremo a la maternidad y a la pureza, y en el otro, al erotismo y lo impuro.

Las mamás pueden ser y lucir estéticas, y el erotismo femenino y la maternidad pueden coexistir en paz. Se debe integrar la sexualidad a cada etapa de nuestra vida. Para muchas mujeres la maternidad es una experiencia muy fuerte, un cambio rotundo de estilo de vida,

cambios físicos, y emocionales. No obstante, no resulta si no existe una retroalimentación del interior con el exterior. Del interior se toma la energía sexual, la forma de pensar, los gustos e incluso el carácter y la forma de ser, y del exterior la armonía de las formas y movimientos, la expresión, e incluso belleza física.

El cuerpo curvilíneo de la década de 1950 surgió como intento de restauración patriarcal contra la emancipación femenina y como producto de la negociación sexual, para que las mujeres, adoptando esa figura, se sintieran a la vez divas y amas de casa. Con los movimientos juveniles de los años sesenta, las formas ideales del cuerpo de la mujer adoptaron a la juventud, la delgadez, la ingenuidad como sus grandes aliadas, hasta que en los años setenta se divulgó el ideal longilíneo y vagamente unisex, ambivalente y estilizado. (Saltzman, 2004, p. 34).

La sensualidad depende en gran parte del físico, pero de un físico atrayente por su seguridad, su forma de moverse, de expresarse, de mirar, de vestir, de forma que para ser sensual lo único que se necesita es estar a gusto con el propio cuerpo y espíritu, sin importar que no pertenecer dentro de los cánones de belleza impuestos por la sociedad.

La proporción y la armonía, que son dos de los otros conceptos asociados con la belleza desprendida de lo bueno o bello, no siempre pueden ser determinados por un parámetro técnico, sino por un proceso dado por la sensibilidad hacia las formas. (Eco, 2016).

La expresión del cuerpo humano, ha sido a lo largo de la historia una de las principales fuentes de representación para el hombre y la mujer, y esa importancia consigue popularizarse por los medios de comunicación de masas. Como muchas otras imposiciones morales, la de ser bella recae principalmente en la mujer. El cuerpo femenino se ha convertido en objeto y se lo ha tomado, por la publicidad para generar deseo sobre la mercancía que se pretende vender. Esto produce la transformación del cuerpo como objeto vendible, querer ser deseable y perfecta.

El estereotipo pretende que, a través del consumo, se llegue a la “perfección física”, que cambia según pasan los años y las sociedades, y que en muchos casos generan efectos negativos que hasta pueden afectar a la salud del usuario.

Capítulo 4. El mercado de la primera piel

La mujer embarazada al momento de adquirir ropa, la libertad se reduce por cada una de las tendencias que el mercado propone. Las prendas que adquieren tienen un uso concreto con un principio y un fin, ya que durarán tan solo unos meses y no mucho más allá del parto. Debido a esta condición que se le da a la prenda de futura mamá, de tan solo un uso de nueve meses o menos, la mujer consume menos ropa de moda. Durante el embarazo, la funcionalidad y la versatilidad de cada diseño son un filtro fundamental, y en cuanto a la primera piel es más notable la discriminación hacia los textiles, formas, colores, diseños y comodidad para el momento de amamantar. Por eso este capítulo, muestra una cartilla de marcas las cuales proponen la comodidad que la mamá busca, permitiendo conocer al diseñador distintos antecedentes en cuanto al diseño.

4.1 Estudio de marcas de lencería y ropa interior

Cuando se hace mención del mercado de la ropa, se debe tener en cuenta la dirección de la cultura y hacia donde miran las tendencias. En la actualidad coexisten múltiples posibilidades, tendencias ideológicas, ecológicas, de poder, tecnológicas; reminiscencia a un estilo musical, de un personaje, a una década, estilos eróticos y románticos que tienen relación inmediata con las decisiones en cuanto al diseño. Específicamente en el rubro lencero, ya que de acuerdo a las épocas se les dio diferente importancia a sus tipologías, pues en cada época se resaltaba una sola parte del cuerpo femenino y eso denotaba un significado psicológico, en la Edad Media tardía y el renacimiento, la idealización de la maternidad se expresó acentuando la zona abdominal, representada con la mayor amplitud posible. (Avellaneda, 2007).

El comercio de ropa interior se enriquece gracias a las posibilidades que el mercado va ofreciendo a medida que cambian los tiempos y a las posibles expansiones que generan un

esfuerzo de adaptarse, lo que provoca a las marcas a incursionar y evolucionar, para no ser rezagadas por la competencia. Cabe destacar que, para cumplir este propósito, los productores intentan abordar interdisciplinariamente el conjunto tanto de materias primas, diseños y avances tecnológicos, como también las estrategias de comunicación y publicad. La simultaneidad de todas estas tendencias deja al individuo una amplia gama de elección entre las varias modalidades expresivas, y un margen de libertad sobre el tipo de imagen de sí mismo que quiere comunicar y expresar a través de este rubro.

La ropa interior o actualmente denominada lencería desde sus orígenes y primeros diseños es creada bajo el criterio de resguardar aquellas partes más íntimas y sensibles y para proteger la ropa de uso externo. Debido a los cambios sociales y el rol de la mujer en la sociedad, estas prendas que en sus comienzos fueron creadas con el fin exclusivo de proteger, fueron cambiando su función y evolucionando convirtiéndose en el símbolo de femineidad y de seducción por excelencia o en un elemento social que podría ser catalogado como uno de los principales objetos de deseo de la mujer actual.

Si bien la indumentaria está destinada al diseño de prendas, pero en relación a la ropa de exterior y de interior son concebidas como dos grupos completamente diferentes e independientes, entendidos como dos aspectos de la indumentaria que establecen una fuerte relación entre sí, al ejercer una importante influencia mutua. A lo largo de la historia se puede observar como la ropa interior ha influido a la indumentaria de exterior, en relación al estilo de cuerpo, ya que la misma, a través del uso del corset, por ejemplo, era la principal encargada de modelar los cuerpos de las mujeres. (Cunnington, 1992).

Las funciones de la ropa interior femenina han evolucionado a lo largo de la historia como rubro, con varias funciones, tanto de soporte y protección, como las de abrigo han pasado a segundo plano, o la relacionada con el erotismo y la sensualidad.

Llegando a la última década del siglo XX, el diseño de la ropa interior evolucionó hacia la búsqueda del bienestar y la salud, su principal fin siguió siendo modelar el cuerpo con el objetivo de atraer al sexo opuesto. Las bombachas se reducen a su mínima expresión con el nacimiento de la tanga y en los noventa el corpiño evoluciona gracias al *wonderbra* con su tecnología *push up* permitiendo a las mujeres exaltar su busto, aunque este fuera de un tamaño menor. (Avellaneda, 2006).

La ropa interior en sus comienzos fue creada por una necesidad, más allá del papel que haya obtenido con el paso del tiempo, con los cambios y modelos que se fueron creando, estas prendas del rubro textil comenzaron a tener tres clasificaciones de usos básicos dependiendo de la funcionalidad, la ropa interior neutra y básica, la ropa interior deportiva y la ropa interior para la intimidad. (Aubele, 2010).

Como su nombre lo avala, la ropa interior para todos los días está compuesta por prendas que son cómodas y están realizadas en tejidos que resultan suaves al contacto con la piel, con colores más como el blanco, negro y carne o también llamado nude, luego se presentan los colores alternativos y llamativos, así como también las estampas. Los básicos de algodón o lycra resultan frescos y anatómicos. Los sostenes, ya sean con o sin taza armada, se adaptan bien con cualquier prenda que se coloque sobre ellos ya que son de textura lisa y sedosa en el caso de las texturas de seda. La deportiva consta de las prendas dedicada especialmente para realizar deportes por su gran comodidad y soporte, donde su principal atención está puesta en lo funcional y la comodidad. Los tejidos empleados en las prendas de carácter básico suelen ser absorbentes y las que poseen más intervenciones están confeccionadas con tejidos modificados especialmente para controlar la temperatura, absorber y no traslucir la transpiración. Hay un gran trabajo de diseño en el área de la moldería, la cual debe adaptarse perfectamente al cuerpo, aportar soporte y contención, también el desarrollo a nivel textil está muy desarrollado ya que varios tejidos son creados

especialmente para afrontar las condiciones a las cuales se exponen. Y por último la ropa interior para seducir se comprende de las prendas que tienen mayor libertad de diseño estético, elección de tejidos, avíos y colores. Son prendas diseñadas especialmente para estimular y despertar los sentidos a través de la textura visual y táctil, por eso es importante la elección del mismo, siendo prendas que se utilizan ocasionalmente y durante un período corto de tiempo, el objetivo principal es el resaltar y acompañar al cuerpo de manera sensual y favorecedor. Los materiales varían en tejidos como el encaje, la lycra y el satén en distintas calidades, texturas, hay gran desarrollo en los avíos, los elásticos pueden poseer volados y diversas fantasías como brillos o calados y puntillas de variados diseños. El foco de esta prenda está puesta en seducir el ojo, por lo cual son prendas que recurren a materiales, texturas y avíos que traslucen y se marcan en la ropa. Además, su vida útil es menor, ya que los tejidos son muy delicados, así como los cuidados que requieren los mismos a la hora de acondicionar las prendas. (Aubele, 2010).

Siempre ha sido un arma de seducción, proponiendo el juego de cubrir y descubrir el cuerpo como la interfaz entre el que exhibe y el que observa. Sensorialmente, la seducción en la indumentaria es un componente eminentemente visual. (Saldaña, 2017, s.p.)

El rubro de la lencería, diferenciado anteriormente del rubro prêt à porter, se creó a partir de la necesidad de las marcas a ampliar su cartera de productos hacia las necesidades más básicas, como modelar la figura desde la primera piel en adelante. Asimismo, la moda demanda exponer este tipo de tipologías llevándolas a una segunda piel, y la necesidad del diseño fue incrementando, de ser una prenda de higiene, a confianza y seducción, a ser parte de combinaciones de prendas básicas de segunda piel.

4.2 Antecedentes en la Argentina

La indumentaria femenina para embarazadas específicamente tiende a achicarse en proporciones muy grandes en comparación con otros rubros y se entiende que la ropa para futura mamá es un mercado de nicho.

La primera casa de lencería de diseño propio en instalarse en Buenos Aires fue la *Maison Gahan*, según Avellaneda (2006), fundada en la década del cuarenta por Santiago Gahan y su esposa Lina. En un principio eran netamente importadores, ya que toda su mercadería era traída de Florencia, Italia, al tener la posibilidad de realizar frecuentes viajes a Europa con fines comerciales. “Pronto se hizo difícil reponer la mercadería importada, intuyeron que el aparato bélico iba a ocupar parte de la producción de los talleres de Europa, decidieron que convendría traer telas y producir acá con gusto europeo”. (De La Rúa Perrén, 2004, p.34).

En esta etapa tan importante, la elección de una prenda de primera piel para amamantar debería tener una gran variedad de diseños, colores y texturas para que cada mujer pueda elegir su prenda de acuerdo a sus gustos y la situación de uso que la requiera, pero se puede observar que la mayoría de las grandes marcas argentinas que ofrecen este tipo de prendas se limitan a ofrecer un solo diseño, que se abrocha por la parte superior, y la oferta de colores se reducen a colores beige, blanco, gris y en algunos casos negro.

Hoy en día se pueden encontrar marcas instaladas en el mercado argentino de las más diversas características. Comenzando con el uso de una indumentaria de interior casi inexistente en la antigüedad, pasando por la lencería destinada a cubrir a la mujer; en la actualidad se continúa con la impronta desarrollada en la década de los noventa de mantener el bienestar y la salud, pero principalmente con una alta cuota de belleza. Hoy se cuenta con diferentes formas y diseños que se adaptan a cada mujer y a cada edad, con

respecto a la lencería destinada a la maternidad, el mercado es muy limitado, generalmente sus colecciones son capsulas, o reducidas comparando el total del producto.

El desarrollo de la lencería vive en el presente su época de auge, gracias al surgimiento de la carrera de diseño a mediados de los años '90 en Buenos Aires, que luego se expandió en especializaciones de la carrera y cursos de capacitación para abordar los diferentes aspectos de la profesión. Muchas de las marcas nacionales de lencería de autor surgieron la década siguiente al comienzo de la carrera de diseño y gracias a esto, comienzan a aparecer propuestas diferentes con diseños femeninos y sensuales, ampliando de esta manera el mercado nacional. Marcas como *Selú*, *Peter pan*, *Cocot*, *Natubel* y *Sigry* son algunas de las propuestas en cuanto al mercado y diseño argentino, que dentro de sus colecciones presentan corpiños para amamantar.

La falta de modelos que se adecuen a la figura por medio de un sistema de talles que ofrezca a la usuaria el escoger la prenda según su contorno de busto y taza, en el caso de las prendas superiores, y por contorno de cadera y largo de tiro, en el caso de las prendas inferiores.

En la actualidad, gracias a ese desarrollo, se pueden encontrar empresas que han tenido éxito a nivel mundial y marcan tendencia con innovaciones tanto textiles como de diseño y rediseño de prendas. En Argentina, este desarrollo está presente y continúa creciendo gracias al auge de los nuevos diseñadores y el surgimiento de nuevas marcas y nuevas propuestas de diseño teniendo en cuenta las actividades diarias, tipos de cuerpo, y estadios del mismo. El mercado para mamás en cuanto a lencería no está muy desarrollado, en cuanto al diseño, se mantiene la misma tipología hace años y las telas van avanzando en la tecnología, marcas iconos de lencería realizan colecciones capsulas para este periodo, manejando dos o tres modelos de corpiños, y las bragas se combinan con los modelos básicos.

Selú es una marca de más de 30 años de trayectoria, como la mayoría de las empresas argentinas nace de un proyecto familiar. Aún hoy sigue dirigida por la misma familia que junto a más de 350 empleados. El diseño y la confección artesanal se llevan a cabo íntegramente en la planta ubicada en la Provincia de Buenos Aires, sin depender de talleres externos. En su propuesta de colección primavera verano 2018, solo un conjunto está destinado a la lactancia, donde su taza triangular es desmontable, producida en algodón y la variedad de tres colores, nude, blanco y negro. (Selú, 2017).

Funada en 1958, *Peter Pan* es una empresa argentina que dedica toda su energía a crear prendas sensuales y confortables para cumplir con las necesidades de la mujer de hoy. La propuesta de productos presenta una amplia gama de opciones en cuanto al diseño, materias primas, talles y colores. En cuanto a la línea mamas, los conjuntos de lencería presentan un diseño de tipologías y de texturas, las cuales diferencian la calidad de la marca. Para esta temporada se pueden apreciar tres modelos, armados, o sin costuras. La propuesta es en conjuntos, paleta de color nude y blanco, desmontable por el frente y su escote es elevado.

Otra de las marcas destacadas nacionales es Eseka S.A. es una empresa textil que se dedica a la confección de medias de vestir, lencería, corsetería, trajes de baño, ropa para niños, damas, caballeros y ropa deportiva.

Está representada por la marca femenina *Cocot* y la masculina *Dufour*, siendo la única empresa integrada en Latinoamérica, dado que produce sus prendas en su propia planta, se encuentra equipada con máquinas de última generación, aplicando la más alta tecnología y los máximos estándares de control de calidad en la producción de sus artículos.

Desde sus inicios la compañía se ha preocupado por mantener sus productos a la vanguardia de la moda al mejor precio del mercado satisfaciendo la demanda de nuestros clientes, cubriendo todas sus necesidades, aportando calidad y diseño propio en nuestros

productos. Es una de las marcas líderes en ropa interior, medias y ropa de cama. En su propuesta maternal para lactancia, la propuesta es una de las más amplias en el mercado, presentando dos modelos exclusivos, y cuatro propuestas sin costuras y modelos básicos sin arco que son destinados a clientas en periodo de embarazo. Su innovación en textiles es el motivo por el cual esta mayor posicionada en el mercado. (Cocot, 2017).

Por otro lado, se encuentra la empresa nacional *Natubel*, que nació como un emprendimiento personal de los hermanos Javier y Fabián Fuentes en 1998. Con mucho esfuerzo y un minucioso trabajo en tan sólo 15 años lograron posicionar a la marca entre las más elegidas por el público femenino. Entre sus productos encontramos una amplia variedad de corsetería, mallas y pijamas pensados para todas las edades y estilos con una primordial consigna, que cada mujer se vea única, moderna, diferente y juvenil. Comprende de una pequeña línea maternal que se adecua a las temporadas. Contempla tres modelos por temporada, sujetadores y para lactancia, de materiales convencionales, en la paleta de color blanca negra y nude, y con broches frontales. (Natubel, 2017).

Sigry es una marca del *Grupo BK* está formado por cuatro de las empresas con mayor presencia en el mercado argentino dedicadas a la confección y comercialización de ropa interior femenina y masculina. Inicia sus actividades como una pequeña empresa familiar y en poco tiempo se posiciona en el mercado mayorista como una de las empresas de mayor renombre y más buscado por comerciantes y revendedores de todo el país. *Sigry underwear*, como las anteriores, presenta una línea acotada destinada a las necesidades de las madres en periodo de lactancia, manejando los modelos y sistemas convencionales presentes en el mercado argentino.

El mercado de lencería crece cada año, y se pueden encontrar en el mercado distintas marcas independientes, de diseño de autor y pequeños fabricantes que de a poco de hacen conocidos. Marcas dedicadas exclusivamente al periodo de lactancia, tales como *Luz natal*

es una marca que nace hace 9 años con el objetivo diseñar ropa para embarazo y lactancia inspirada en las últimas tendencias y adaptada a las nuevas curvas del cuerpo, pero fundamentalmente promover la lactancia materna y ayudar a las mamás a vivir una maternidad más libre, placentera, con productos innovadores a través de los conjuntos interiores. (Luz natal, 2017).

Otra de las marcas exclusivas es *Mama Mia*, es un comercio de venta de indumentaria para antes, durante y después del embarazo. Desde hace 10 años estamos acompañando a las futuras mamás de la zona norte, ubicados en General Pacheco y Tigre. Las colecciones se basan en una línea sport y formal completa, para que las clientas encuentren lo que buscan, se sientan cómodas y modernas. Cuentan con una gran variedad de accesorios, prendas, y talles para todos los gustos de cada mujer. Diseños exclusivos de ropa promoviendo la comodidad, calidad y que luzcan esplendidas y actuales con la moda de cada cambio de temporada. (Mama mia, 2017).

Destino mama son fabricantes de lencería maternal, y ofrecen una amplia variedad de productos, utilizando materiales de buena calidad. Los diseños están pensados para acompañar a la mama en ese momento especial de su vida. Cuentan con productos para la etapa del parto y post parto, camisones de lactancia, mañanitas, musculosas de lactancia, remeras de lactancia, bombachas de pre y post parto y gran variedad de corpiños de lactancia. (Destino mama, 2017).

4.3 Antecedentes en el mundo

Si bien el mercado argentino se encuentra en crecimiento en cuanto a la producción textil, la importación y la producción, se encuentra en una gran desventaja con el comercio exterior, la lencería y su desarrollo en materia de diseño, moldería y la creación de empresas cuyo fin exclusivo fuera la producción de prendas para este rubro, se encuentra abordado con mayor profundidad en el mercado internacional.

La lencería argentina ha explorado muy poco todo lo que este rubro puede ofrecer, por lo cual hay varias innovaciones que proponer para mejorar los productos, su calidad y versatilidad, teniendo en cuenta a la mujer argentina y sus necesidades tanto funcionales como emocionales y estéticas. Es por esto que resulta importante conocer cómo se comporta el mercado a nivel internacional, ya que se pueden aprender y conocer de qué manera se resuelven algunas inquietudes o problemáticas que surgen de la demanda de la consumidora de otros países. Lencería es una palabra de moda, y la producción es el mercado potencial para cualquier empresa. Muchas marcas reconocidas marcan las tendencias de este rubro, y a su vez la lencería para madres aun en el exterior es minoría.

Anita Maternity acompaña a las mamás en las tres etapas importantes de su vida, como el embarazo, la lactancia y la recuperación de la figura con distintas prendas para cada momento. Entre ellos, los sujetadores de embarazo, flexibles para acompañar al crecimiento del pecho, sujetadores de lactancia con abertura para dar de mamar y fajas de compresión para remodelar el cuerpo. Se caracteriza por los materiales de máxima calidad y respetuosos con la piel. (Anita maternity, 2017). La empresa fue fundada, en 1886 en España, por Ernst Max Helbig, En los primeros años de la producción se concentraron en la fabricación de tirantes elásticos y fajas pesadas. Los hombres y mujeres de aquellos tiempos solían ser bastante corpulentos por lo que dichos artículos se demandaban mucho. Con el correr de los años se implementó la producción de los primeros corpiños, la producción de las primeras fajas ortopédicas y bragueros.

Además, mostraba un buen sentido a la hora de detectar nichos de mercado desatendido y prometedor. Ya se percató, por aquel entonces del potencial que mostraban los sujetadores especiales de lactancia y la lencería y moda de baño para mujeres embarazadas, también detectó la necesidad de desarrollar artículos de corsetería especiales para mujeres con mastectomía, en la actualidad, es un referente en diseño de lencería materna.

Después de dar a luz comienza la fase de la lactancia del bebé. Los pechos comienzan a crecer de nuevo y se recomienda que se empiecen a comprar sujetadores de lactancia ya a partir del octavo mes. Durante esta etapa, el pecho pesa más por lo que es necesario un sujetador que soporte bien el peso. Además, se debe abrir cómodamente para facilitar la lactancia, sin que los tirantes se caigan hacia atrás. (Anita maternity, 2017).

Sol y Oro es una compañía multinacional con sede en Winston Salem, Carolina del Norte, que a nivel global fabrica y comercializa ropa interior, medias, camisetas, y ropa deportiva de excelente calidad bajo marcas reconocidas como *Hanes, Champion, Playtex, Bali, JMS, Wonderbra, Gear for Sports, Maidenform, Zorba, Rinbros y Track N Field*, presentes en más de 25 países.

En Argentina los productos se comercializan bajo las marcas *Sol y oro*, que a su vez es el sello que mayor representa la tendencia de este Proyecto, la variedad en cuanto a diseños y textiles es semejante al comercio nacional, propone dos conjuntos para este estadio y la materialidad y tipologías son similares a las que propone el mercado. (*Sol y oro*, 2017).

En la industria textil, como en la gran mayoría de los rubros, el escás de producción nacional en cuanto a materiales de alta gama para la producción hace que el diseñador recurra a marcas extranjeras y calidad importada, lo que limita los diseños de las marcas emprendedoras, porque sin el textil no se pueden materializar los bocetos. Dentro del mercado nacional, encontramos variedad de marcas que representan la indumentaria de primera piel, empresas familiares, que a través de sus diseños generan confort y funcionalidad, aunque el rubro de ropa interior de lactancia sea un nicho el cual no está plenamente enfocado ni desarrollado en forma masiva, considerando una etapa fundamental en el cuerpo de la mujer y que presenta cambios a los cuales estas prendas podrían brindarle comodidad y seguridad.

Capítulo 5. Propuesta de colección

El armado de una colección cuenta con diferentes pasos a los que hay que tener en cuenta, como objetivo de toda creación debe ser la comunicación de un sentimiento, pensamiento, una idea que hace a las prendas no solo un objeto para comercializar, sino un objeto a través del cual se comunica un mensaje, transmitiendo a través de la paleta de color, de los textiles elegidos por el diseñador para expresar una sensación, y la silueta a la cual va a modificar la tipología que se propone.

5.1 Inspiración y usuario

El período de vida en que la mujer utilizará este indumento de primera piel, se convierte en un elemento único que la acompañará durante la gestación y lactancia, generando un vínculo directo entre su cuerpo en procesos de cambios y el de su bebé en la función de alimentarse. La línea se inspira en la sensualidad que transmiten las mujeres a través de su seguridad, aquellas que conocen su poder corporal, mujeres que disfrutan de seguir las tendencias de la moda y les gusta estar cómodas, pero a la vez siempre sexys, pudiendo mantener una coherencia con el momento físico y la ocasión de uso, actualmente con la exteriorización de la prenda de primera piel en distintos conjuntos. La inspiración para esta colección estará vinculada con las piedras preciosas, elementos naturales, minerales en su mayoría, llamados productos raros de la naturaleza, por sus formas y colores y por sus propiedades. Estas están fuertemente ligadas a sus significados, que se los ha otorgado la culturas contribuyendo a las leyendas que las rodean, han inspirado tanto a filósofos como a místicos quienes les atribuyeron propiedades inusuales a estos minerales especiales.

Estas piedras se relacionan con la maternidad, presentan una corteza fuerte y protectora, capaz de corta metal y ser irrompibles, y en su interior se encuentra la mayor variedad de propiedades, filosófica, mítica y vital. Su belleza y perfección es considerada por su brillo, transparencia y pureza.

En el caso de este Proyecto, el usuario es específico partiendo de un estudio de mercado que generó como resultado la necesidad de las mujeres de consumir en su período de lactancia, un corpiño que se adapte a su necesidad y gusto, sin perder de vista la necesidad estética. El target propuesto abarca desde los 20 a 45 años, apuntando a una mujer independiente, madura, estética y que cuida su imagen. Generalmente el estudio de mercado tiene en cuenta lugares frecuentados por el futuro usuario, lo que consume social e intelectualmente, pero en este caso la lactancia es un momento el que la mayoría de las mujeres atraviesa alguna vez en su vida, y habiendo gran cantidad de usuarias que requieran este tipo de indumento de primera piel, con innumerables gustos, pensamientos y hábitos, a pesar de ello, la línea apunta a una mujer que busca la sensualidad tanto por dentro como por fuera, mujeres seguras y con actitud que combinan romance y carácter, manteniendo el deseo natural de seducción sin dejar de lado el buen gusto y que corresponda adecuadamente a la ocasión de uso para la cual se la destina. En cuanto a sus intereses y estilo de vida, el usuario ideal apunta una mujer que realiza todo tipo de tareas y profesiones, que no excluye salidas de ocio y entretenimiento a pesar del período en el que se encuentra, priorizando en sus gustos personales y hábitos de consumo la originalidad en las prendas, la funcionalidad y la comodidad.

La decisión de compra se basa en el nivel de calidad de la prenda, el rango de precios puede ser alcanzado por clases sociales media, media-alta y alta, considerando el uso de textiles y tipologías innovadoras.

5.2 Significado del color y su elección

El color es de suma importancia para la creación de una colección, considerado uno de los primeros pasos a seguir al momento de crear una propuesta de boceto. Es un elemento de diseño para cualquier colección, es sus distintas variedades de acuerdo a su escala de

valores, pueden clasificarse en saturados donde alcanza su mayor grado de pureza, y desaturados, hacia el blanco se consideran altos y tomándolos hacia el negro, bajos.

Es una propiedad que enriquece la colección, además que complementa a la silueta, dando un equilibrio y puede ser el rector de una serie, siendo una colección monocromática o totalmente variable. Provoca muchas sensaciones y sentimientos, diferentes estados de ánimo, capaz de transmitir mensajes, representa situaciones y no obstante es producto de la percepción visual. "Nuestras reacciones a los colores no son solo biológicas, sino que también están influidas por las asociaciones cromáticas de cada cultura". (Zelanski y Fisher, 2001, p.38).

El color ha sido estudiado por científicos, físicos, filósofos y artistas, y cada uno en su campo llegó a diversas conclusiones que hoy son puntos de partida para el amplio conocimiento que se tiene del color en la actualidad. Según Zelanski y Fisher (2001), en su libro *Color*, las teorías del color datan del siglo 322 a.C., donde el filósofo Aristóteles sentenció que todos los colores se forman con la mezcla de cuatro colores que denominó como básicos, eran los de tierra, el fuego, el agua y el cielo. Además, otorgó un papel fundamental a la incidencia de luz sobre los mismos. Siglos más tarde, Leonardo Da Vinci definió al color como propio de la materia, creando una escala de colores básicos. El blanco como el principal ya que permite recibir a todos los demás colores, luego el amarillo para la tierra, verde para el agua, azul para el cielo y rojo para el fuego. El negro para la oscuridad, ya que es el color que priva a todos otros. Con la mezcla de estos colores obtenía todos los demás, aunque también observó que el verde también surgía de una mezcla.

Con todas estas conclusiones previas, Isaac Newton estableció un principio donde la luz es color. Descubrió que la luz del sol pasando a través de un prisma, lograba dividirse en varios colores y resulta por la descomposición de la luz en los colores del espectro. Estos colores observados por Isaac son el azul violáceo, azul celeste, verde, el amarillo, el rojo anaranjado

y el rojo púrpura. A este fenómeno se puede contemplar con mucha frecuencia, cuando la luz se refracta en el borde de un cristal o de un plástico. También cuando llueve y algunos rayos de sol atraviesan las nubes, las gotas de agua cumplen la misma función que el prisma de Newton y descomponen la luz produciendo lo que se reconoce como el Arcoíris. (Brusatin, 1987).

Cuando se hace referencia a los colores, estos están relacionados con la percepción sensorial del ojo humano. Johann Goethe estudió las modificaciones fisiológicas y psicológicas que el ser humano sufre ante la exposición a los diferentes colores y su manera de reaccionar ante ellos. La actual psicología del color está basada en su estudio, donde desarrolló un triángulo con los tres colores primarios rojo, amarillo y azul y relacionó a cada color con ciertas emociones.

El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Así mismo, determinados colores despiertan actitudes activas o por el contrario pasivas. Con colores se favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor, y también podemos tener impresiones de orden o desorden. Se identifica al color con lo masculino y con lo femenino, con lo natural y con lo artificial, con lo romántico y con lo clásico, con la popularidad, la exclusividad y con la colectividad. (Esrtvic, s.f).

Se conocen muchos más sentimientos que colores, pero cada color puede producir efectos distintos, y hasta contradictorios, ya que un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. Ningún color carece de significado, el efecto de cada color está determinado por su contexto, por la conexión de significados en el cual se percibe el color.

El mundo no puede imaginarse sin color, desde el primer significado básico el color significa vida, no obstante, a su manera misteriosa, el color sigue importando. Nuestra herencia biológica, en un plano subliminal tal vez, aún hace que sintamos atracción o repulsión hacia ciertos colores, para darnos información o aviso y para marcar límites. El color es misterioso, escapa a la definición; es una sensación cerebral que depende de tres factores relacionados y esenciales: luz, un objeto y un observador. El color es según muchos significados, traza, rasgo y carácter. (Ortiz, 2004, s.p.).

El color en el indumento tiene distinta valoración que al color de un objeto artístico o en una habitación. El contexto de diseño o en el que el color es expuesto es el criterio para determinar si es adecuado o no. También es interesante considerar las sensaciones y reacciones que esos colores producen sobre las personas que se interrelacionen con el estampado en el indumento.

Al analizar el uso del color desde el punto de vista de una estricta orientación hacia el diseño, descubrimos que, al margen de su influencia emocional, el color puede afectar de forma considerable la composición de una obra. (Zelanski y Fisher, 2001, p.44).

Con el correr de los años se realizaron diversos estudios en los que se comprobaron las reacciones psicológicas y fisiológicas que los colores producen. Estos estudios han avanzado al punto que en la actualidad existe un método curativo denominado cromoterapia, a través del cual se ayuda a curar ciertas enfermedades a través de la utilización de colores.

Tanto los colores fríos como los cálidos son denominados así en función de su situación en el espectro electromagnético. Los de onda larga se corresponden con los cálidos, y los fríos son los que proceden de ondas menores. Las sensaciones que el observador percibe están relacionadas con su asociación con elementos que determinan apreciaciones de tipo térmico, así, los amarillos, rojos y los que corresponden a sus familias resuenan la idea del sol, calor y fuego; mientras los azules, verdes y tonos violetas tienen similitudes con la frescura, la profundidad, la humedad, el agua y el hielo. (Tadeo, 2003).

El blanco es la fusión de todos los colores y la absoluta presencia de la luz, su significado es asociado a la paz, pureza, fe, alegría y pulcritud. Para los orientales es el color que simboliza el más allá o el cambio de una vida a la otra. Es un color purificador, brinda sensación de limpieza y claridad que representa el amor divino, utilizado para el siguiente Proyecto para los conjuntos destinados al acto de amamantar, entrelazando el amor de la madre hacia el hijo.

En su extremo, el negro es la ausencia del color y de toda impresión luminosa, es lo opuesto a la luz ya que concentra todo el sí mismo. Tradicionalmente el negro se relaciona con la oscuridad, desespero, dolor, formalidad y solemnidad. Es el color de la tristeza y puede determinar todo lo que está escondido y a su vez es el color de la juventud, de la elegancia y estilo. Este extremo tan opuesto manifiesta una belleza y delicadeza, considerándolo un color exótico, extraño y distinguido, y es propuesto en la colección como parte de la paleta de color propuesta. El gris Es un color neutro y en cierta forma sombrío. Ayuda a enfatizar los valores espirituales e intelectuales.

Sin embargo, la relación de los seres humanos con el campo del color ha estado mediada por situaciones mucho más complejas, que involucran cosas como las luchas raciales, la identificación de los más álgidos conflictos políticos con diferentes banderas y, en general, todas las perspectivas que suelen caracterizarse a la luz de un determinado color. (Taedo, 2003, p. 70).

No se debe olvidar que el hombre es un ser social, y que todas sus decisiones están influenciadas con el contexto social, la cultura a la cual pertenece, y al prejuicio social. Tadeo (2003), en su libro *Color: reflexiones*, lo considera una problemática contextual, y que ha surgido en el ámbito de la modernidad, donde el contexto forma parte de todas las decisiones y toma una densidad en la experiencia humana dentro del sentido de las imágenes de los humanos.

Lo mismo sucede al momento de la elección de color en una colección, una mujer embarazada disponiendo lencería de un color enérgico como el rojo, probablemente sería criticada, color del fuego y de la sangre y se asocia con el calor ya que es el más caliente de los colores cálidos, se relaciona con la pasión, los impulsos y el peligro. El cerebro forma un papel activo en la formación de los colores, determinándolos como una sensación, en la cual los aspectos fisiológicos son determinantes en la comprensión e interpretación del color y la ocasión de uso.

Goethe fue el precursor de la psicología del color. En su tratado se opuso a la visión puramente física y matemática de Newton, proponiendo que el color depende de nuestra percepción, en la que se haya involucrado el cerebro, y de los mecanismos del sentido de la vista. El color depende de una tercera variable que es la percepción del objeto, enfrentando al problema de la subjetividad inherente a la percepción individual, entendiendo a las leyes que rigen la armonía de los colores a sus efectos fisiológicos, haciendo hincapié en el aspecto subjetivo de la visión.

En el libro *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón* (2003), la autora reconoce la importancia simbólica de los colores, insiste en la relación no casual entre determinados colores y sentimientos, en su universalidad, etcétera.

Siendo así que la percepción del color depende de cada individuo, y teniendo cada uno sus propias preferencias, gustos en materia de colores, haciendo difícil negar que todos perciban reacciones físicas o emocionales ante ciertos colores.

El periodo de gestación de un bebe, es una etapa reconocida anímicamente como de creación, de paz y generosidad, en donde la madre expone su cuerpo a la fertilidad y el futuro de nueva vida. Una etapa en la cual la calidez del alma florece, y el brillo de la mujer se realza. La maternidad se estructura en el conjunto de relaciones sociales dentro de un determinado sistema de género, haciendo herederos de unos discursos específicos acerca de la maternidad. Lo más visible de esta etapa es el prejuicio, separando prendas con atributos funcionales y simbólicos.

Específicamente el producto de primera piel, diferenciando prendas funcionales, aptas para las transformaciones físicas que experimenta el cuerpo, con el uso de colores extremos, las simbologías asociadas a los mismos transforman el conjunto con la única intención de seducir, relegando los atributos funcionales a un segundo plano. Está clara la visión cultural que se tiene respecto a este periodo y que se pretende con la maternidad, la función

biológica de procrear, sin la visualización de las necesidades de la mujer como belleza o deseo.

En general, la paleta de color es desaturada y neutra, adjudicando estas tonalidades al aumento de calor corporal que sufren algunas madres, y simbólicamente estos colores generan tranquilidad. El blanco y el *nude* son los colores más consumidos por las mujeres para sus conjuntos interiores y maternales, ya que se consolidan de manera armónica con la colorimetría de la piel y se fusionan con el significado psicológico otorgado a cada uno de los colores, ya sea pureza y tranquilidad. La colección propuesta va a contar con una paleta de color acotada para los primeros modelos planteados, consta del blanco y el negro, con una variación en las tonalidades otorgado por los diferentes textiles a utilizar. La única manera de materializar el color es gracias a los textiles y los tejidos, convirtiendo al material en una herramienta necesaria, cuyo rol es básico.

5.3 Tipologías propuestas

La indumentaria tiene la capacidad de destacar, modificar, resolver y transformar las características naturales del cuerpo.

El traje tiene la particularidad de modificar el volumen que el cuerpo ocupa en el espacio. Transforma o acentúa sus formas y en esa adecuación, lo hace aceptable para relacionarse con el contexto. En el acto de vestirse confluye la combinación del cuerpo imagen, el cuerpo esquema, y el cuerpo estado. El modo que adoptamos para vestir el cuerpo, establece conexión de nuestra cosmovisión interior con el contexto. (Saldaña, 2017, s.p.).

La ropa interior femenina, es uno de los íconos más claros de expresión de la mujer. A lo largo de la historia se ha demostrado que estas piezas femeninas han descrito muchos de los momentos tópicos de la historia de la mujer, el desarrollo y los cambios socioculturales a los que se ha enfrentado. El significado de íntimo y femenino hace a estas prendas distinguirse del resto de piezas que conforman la producción indumentaria en general. Existen muchos

tipos de ropa interior que se distinguen por las necesidades y los usos finales. La industria de la ropa interior femenina está muy desarrollada y la oferta es muy variada.

Generalmente la lencería, ropa de primera piel, está directamente relacionada con la intimidad de la mujer, creyéndolo como objeto de seducción únicamente, pero se lo puede relacionar con una conducta narcisista por parte de la mujer y los usos de estas prendas íntimas. La mujer encuentra en estas prendas, una relación de intimidad en donde se muestra casi desnuda, generando un momento de confianza con su cuerpo, quererlo, aceptarlo y afirmar su belleza. La lencería, como cualquier indumento, tiene la posibilidad de cambiar el cuerpo, ya sea por la materialidad, o la tipología escogida, modelándolo a través de las texturas y colores, con la correcta elección.

Es el rubro de indumentaria diseñada para ser portada bajo la ropa y para proteger al indumento de segunda piel de contraer suciedad por las secreciones y descargas corporales, suele incluir otros propósitos como proveer de calidez adicional en caso de ser confeccionada en materiales textiles térmicos. La ropa interior puede estar relacionada culturalmente con el erotismo humano y con distintos propósitos sociales o religiosos. Existen distintas clases de prendas especializadas en proveer una función específica como ropa interior, mientras que existen otro tipo de prendas que pueden ser utilizados como ropa interior y como ropa exterior, también ciertas clases de ropa interior pueden servir como ropa de dormir o como traje de baño. (Barbier y Boucher, 2014).

Esta clase de ropa puede dividirse según la superficie que cubre, ya sea el torso o área debajo de la cintura, el área pélvica, la región abdominal. Sus nombres son variados, para la zona *top*, el bandeau, el extendedor de busto, el moldeador de busto y el corpiño de busto, también se conoce con el nombre de bustier, sostén, *brassier*, pero en el mercado nacional se lo conoce como corpiño o sostén. Cuando hablamos de *bottom* las bragas o bombachas

son las tipologías, y de ellas se desprenden distintas clasificaciones teniendo en cuenta la forma y tamaño, puede ser culote, tanga, vedetina, etcétera.

No todos los modelos en su forma básica responden a los usos a los que van a ser destinados en el futuro. Las ocasiones de uso provocaron distintas clases de lencería o ropa interior. El rubro deportivo, de lencería erótica, son diferentes entre sí, con otros diseños, textiles y texturas, y funcionalidades.

En la lencería maternal, las siluetas de los diseños cambian, al igual que la confección, avíos, textiles y funciones. Para la parte superior existe una gran cantidad de tipologías de sostenes, *push up*, *top*, *push-down*, medio *push up*, triangulo, balconet, super *push up*, sin aro, con aro, tasa entera, maternal o lactancia, taza *soft*, deportivo, reductor, *straples*, bando, bretel desmontable y de silicona, cruzado, marilyn, post mastectomía y post operatorio, entre otros. (Aubele, 2015).

Tal como lo explica Avellaneda (2006), hacia 1907 apareció el primer corpiño cruzado, similar al kimono, brindaba una gran comodidad, libertad y movimiento a las mujeres de la época. Este invento fue patentado por Mary Phelps Jacob en 1914 luego de querer lucir un vestido escotado pero el corsé impedía que la prenda luciera bien, la palabra brassière, corpiño en francés, tuvo sus orígenes como un elemento guerrero, ya que se llamaba así al escudo de los soldados del ejército.

La creación del corpiño fue un antes y un después en la moda femenina. Estos cambios en la ropa interior tuvieron que ver con múltiples factores entre los que encontramos: las transformaciones que comienza a sufrir la sociedad y la emancipación por parte de las mujeres. (Puertas, 2008, p 135).

A lo largo de la historia han sucedido cambios en niveles sociales como económicos que han afectado a la moda, modificando en cada etapa el modo de vestir de las personas, alterando las formas y usos de las prendas, y generando siluetas que caracterizan cada período de forma notable.

Generalmente para el periodo donde la madre amamanta, son recomendables los corpiños especialmente diseñados para aquellas con mucho busto, que buscan reducir y modelar la apariencia del mismo. Presenta costuras centrales en la taza que disminuyen el redondeo del busto, disminuyendo a la vez su tamaño. Vienen en talles grandes y con breteles anchos, para dar un mejor sostén, sin lastimar los hombros, y la mayoría sin aro.

La relación que existe entre la mujer, su cuerpo, la nueva etapa de madre, su prenda interior y la relación de ésta con el mundo y con su bebé, va más allá del diseño, pero está claro que la utilización de un corpiño para amamantar no posee una connotación exclusivamente erótica, pero no deja de ser una prenda de lencería y que está en contacto con sus zonas erógenas, haciendo imposible despojar por completo al erotismo de esta prenda. El sostén más utilizado es el de amamantar o de lactancia, estos ofrecen una ventaja para las mujeres en esta etapa de la maternidad, ya que tienen doble capa en la mama, lo cual permite que se desprende la taza sin necesidad de desabrocharse el corpiño o de desmontar el bretel para poder amamantar. En ese sentido, su confección responde a la necesidad de poder abrir y cerrar la copa del corpiño de manera fácil y cómoda. Son sostenes con base, sin aro, generalmente hechos en algodón de lycra, las tasas son sin costuras para evitar los roces con el pezón para no dañarlo ya que en el momento de lactancia es más sensible y este será el destinado como base de la línea del Proyecto. (Aubele, 2011). Para mayor comodidad y para evitar la rigidez, se hace uso de textiles especiales como lo son la lycra® y el algodón. (Hadas, 2014)

Luego el sostén pre moldeado con aro y taza, no tienen costura en el centro de la taza, con lo cual no se trasluce en ropa ajustada. Son tazas diseñadas a la forma del busto, que otorgan forma más redondeada, sin almohadillas ni realces, para mujeres con mucho busto que buscan dar forma al mismo sin aumentar su volumen. El sostén sin arco es un modelo básico para iniciarse en el uso de prendas íntimas, en si mayoría de algodón, aunque

también vienen en telas como tricot lycra, encaje. Su función es contener el busto, pero no realzan, ni levantan, ni modificar la forma del mismo.

No siempre los tradicionales son los mejores, la posibilidad que existe en el mercado de las telas y avíos, invitan a otros modelos más osados a ser utilizados para esta época de cambios. Existen también sostenes con base ancha, este modelo se caracteriza por tener un contorno más ancho que lo normal, por debajo del busto lleva una tira que contornea al cuerpo permitiendo mejor calce y proporcionando mayor sostén para el peso del busto.

El periodo de gestación presenta varios accidentes, ya sea por la lactancia o pérdidas de líquidos y fluidos vaginales. Generalmente se le da mayor importancia al diseño de la parte superior, donde se encuentran las mamas, generadoras de la leche, y por ende genera pérdidas. Pero la presión del útero a los órganos y a la vejiga también provoca manifestaciones involuntarias, incitando a pérdidas de líquidos. Para cubrir este sector del cuerpo existen numerosos nombres de bragas que corresponden a las diferentes tipologías que se encuentran en el mercado de la lencería. Se encuentran las vedetinas, tanga, cola less, tanga less, culotte, culotte puntilla, culotte less, bombachudo, hilo dental, trusa, bóxer, universal.

La ropa interior tiene tres usos básicos. El primero y elemental es el que explica su nombre: es ropa para el interior y se usa debajo de la exterior. Otras veces se la elige para que se vea debajo de la ropa, ya sea porque usamos prendas transparentes o porque las prendas dejan ver su bretel o un elástico. Finalmente, está la que usamos para seducir cuando estamos dispuestas a quitarnos la ropa: en estos casos hablamos de etiqueta sexual. (Aubele, 2015, s.p.).

Los primeros rastros del uso de esta prenda tienen sus orígenes en el antiguo Egipto, donde según Avellaneda (2006), Cleopatra utilizaba los primeros taparrabos, consideradas prendas de lujo y que únicamente las mujeres más prestigiosas y de la alta sociedad podían utilizarlo. Las esclavas, de origen árabe iban desnudas. “En la actualidad hay todo tipo de bombachas, de diferentes texturas, tamaño y color, diminutas más grandes o con transparencias que han ido cambiando de acuerdo al momento social de la mujer”. (Aubele, 2007, p 99).

Para el uso del pre y post embarazo, las variedades en culottes, bóxer, universal, o piezas que contengan la mayor parte de la zona. La vedetina, es el modelo más conocido dentro de las tipologías, se caracteriza por ser ancho en el frente y por tener tiro bajo, la parte trasera es ancha, pero va disminuyendo su tamaño a medida que llega a la zona genital. El modelo denominado culotte, se diferencia por cubrir la ingle y los glúteos, es de talle alto, con la posibilidad de cubrir mayor piel abdominal, también existe la variación culotte less, modelo que se deriva del culotte con la característica de este modelo se centra en su espalda que tiene un escote profundo. Es de tiro medio en la parte delantera y la variedad de textiles y combinaciones de los mismos es lo que los hacen ricos en diseño y funciones. El denominado bombachudo es diferente al resto ya que es un modelo holgado, tanto en su parte frontal como en su trasera, este tiene similares características a las de un short.

La braga universal es un modelo más común en talles grandes y generalmente la usan las mujeres adultas. La característica es la de cubrir todo el contorno de la panza, buen uso para la zona que se quiere cubrir y contener en este periodo. En su parte trasera cubre de manera total, pero siempre se encuentran derivaciones dependiendo del gusto del diseñador. Finalmente se encuentra la tipología denominada trusa, tiene la característica de ser un modelo reductor. Es tiro alto en la parte delantera, mientras que su parte trasera es cerrada. Hay modelos que utilizan la misma tipología pero que no cumplen la función de ser reductoras.

Con este nombre se designan todas aquellas prendas femeninas de vestir que no se utilizan para salir o ser vistas por la calle. Equivale a la expresión coloquial ropa interior (que comprende el sostén, la braga, el slip, la camiseta, la combinación y ciertos tipos de body), si bien dentro de la lencería cabe incluir las prendas de dormir, como el camisón, el pijama y la bata, e incluso se ha utilizado en España durante mucho tiempo para designar cierta clase de ropa fina de cama, canastilla de bebé y tocador. (Rivière, 1996, pág. 164).

Las bragas son una prenda de vestir interior de hombre y mujer, se comenzó a usar por motivos higiénicos y de abrigo. Con el paso de los años comenzó a utilizarse con la función de cubrir las partes íntimas y cobró un importante significado en todas las mujeres, tomándolas como método de seducción ocupando un lugar importante en el mundo de la moda.

5.4 Telas y avíos de acceso

Las telas se conocen por ser una lámina elaborada con fibras o hilos, resistentes, naturales, artificiales o sintéticos que le aportan flexibilidad, textura entre otros atributos y según esto es utilizada principalmente para la creación de indumentaria.

El textil es el medio en el cual se materializará el diseño, le dará tridimensionalidad a todo lo plasmado sobre el papel, esto convierte al material en una herramienta necesaria, cuyo rol es primordial. Por eso es fundamental conocer los textiles con los cuales se va a trabajar, ya que las propiedades de cada fibra varían, y también de cada tejido, generando posibilidades y dificultades de trabajo sobre ellas. También es la manera de materializar el color a través de los textiles y los tejidos. Conocer con que material se va a trabajar es muy importante y necesariamente estar al corriente de la composición y textura de los géneros, para poder manipular de manera eficaz los mismos y aplicar los métodos precisos que se van a emplear para la confección.

Los sacos livianos algo transparentes o las blusas sobre vestidos de noche estilizan porque dejan ver la silueta sin que quede en primer plano. En ese sentido son muy sensuales y sexies. Las transparencias también suelen usarse para que la piel no quede muy expuesta y son apropiadas para estilizar (las piernas con medias oscuras, por ejemplo), lo que las vuelve una herramienta importante durante el embarazo. (Aubele, 2011, p. 56).

En la mayoría de las prendas de ropa interior utiliza textiles de punto con mezclas de fibras para proporcionar propiedades adicionales. El elastano o spandex es una fibra sintética que

posee gran resistencia y elasticidad, este tipo de fibra fue descubierta por Joseph Shivers, y fue patentada con el nombre comercial LYCRA®, siendo una mezcla del 90% de algodón y 10% lycra es el textil de punto predominante del Proyecto, ofreciendo las características de un textil absorbente, suave y con gran elasticidad, ideal para la confección de ropa interior. El algodón aporta gran confort al tacto por su suavidad y absorbencia y la lycra le ofrece elasticidad y ayuda a que la prenda vuelva a su forma original luego de ser utilizada. (Hollen, Saddler y Langford, 2010).

Existen dos tipos de tejidos de punto: tejido de punto por trama y tejido de punto por urdimbre. El tejido de punto por trama está constituido por un único hilo que suministra a todas las agujas y va formando mallas en sentido transversal, es decir, a lo ancho de la tela, cuentan con el jersey, ribb, interlock, y links. Sus ligamentos se caracterizan por poseer sólo la unidad básica del tejido que es la malla, poseen sus mismos nombres. El tejido de punto por urdimbre es un diseño de tejeduría que se caracteriza por una malla que forman una serie de hilos paralelos en sentido vertical, y no a lo ancho de la tela. Los tejidos más comunes de punto por urdimbre son el charmeuse, encaje raschel, puntilla, entretela adhesiva, marquissette, raschel calado, tul, velour. El charmeuse tiene un aspecto lustroso, y suave, el encaje raschel la puntilla, y el marquissette tienen una apariencia similar en cuanto a transparencia y movimientos de mallas o calados, mientras que el velour tiene un aspecto afelpado. (Red Textil Argentina, 2012).

Además del textil, “el acto de vestirse exige del usuario dos acciones: una que le permite acceder al espacio interno del vestido” (p. 107). Como dice Saltzman (2004) las prendas superiores exigen más que la acción de acceder al vestido o al indumento en cuestión ya que en este caso se requiere que él bebe, mediante una prenda, acceda a la mama para poder así alimentarse a través de la lactancia materna. Para facilitar la realización de dichas acciones se utilizarán recursos de acceso mediante los breteles con una capa desmontable,

y por el centro de la prenda, desvinculando ambas partes del corpiño a través de un desmontable también, sin permitir la total apertura de la prenda en su totalidad. En lo que refiere a la parte inferior de los diseños, las bombachas no poseen ningún recurso específico de acceso al cuerpo ya que el ingreso de la misma está dado por la elasticidad del textil que se utilizará.

Las telas protagonistas de la colección serán el algodón y la lycra y se combinarán con puntillas, encajes y micro tules. Otros materiales que se utilizarán para algunos conjuntos serán el algodón con Lycra y microfibra, que está compuesta por pequeñas fibras de hilado muy fino que cada vez más es esta utilizado en la industria textil. Una sola fibra de este material tiene la mitad del diámetro que la fibra de la seda, un tercio de la de algodón. Generalmente su composición es de 80% de polyester y 20% de poliamida.

Las características principales que se busca en la elección de las fibras a son la suavidad, que no se deforman, tienen gran capacidad de absorción hasta incluso más que el algodón y poseen gran resistencia a los lavados frecuentes haciendo de estas muy higiénicas. Las piezas de microfibra dejan transpirar y son sumamente ligeras y suaves, al tiempo que resistentes.

Las propiedades eléctricas más importantes de las fibras están relacionadas con la absorción del agua. Todas las fibras tienden a absorber la humedad cuando se ponen en contacto con la atmosfera. La cantidad absorbida depende de la humedad relativa del aire. (Sánchez M., 2012, s.p.).

La Lycra es Ideal para diseños ajustados y que necesitan tomar bien la forma del cuerpo, es completamente elástica, y posee un brillo característico con la ventaja de que no se deshilacha. El algodón, por otro lado, es una fibra natural que con la de la Lycra, crean una tela con grandes características, aportando elasticidad y el algodón por su parte va a suavidad y la capacidad de absorción. Al ser una fibra natural el algodón, es una tela que no produce alergias y no irrita la piel.

Textiles ornamentales como el encaje, micro tul, y puntillas, que en general son tejidos abiertos y en forma de red, que son producidos a partir del entretejido de varias fibras en el caso del tul o micro tul, serán utilizados para visualizar el concepto de sensualidad que se busca desarrollar en la línea.

Por otro lado, y no menos importante, están los avíos de acceso, las correderas, aros y ganchos desmontables para los breteles. Estos tres, pueden estar hechos de plástico o de metal. Se utilizarán los de plástico en color negro y blanco para evitar la posible molestia e irritación en la piel. Otros avíos importantes en la colección va a ser la utilización de los elásticos, material se trabaja como un filamento continuo ya puede ser monofilamento o multifilamento generalmente de spandex. Para el cerramiento de los conjuntos habrá modelos que utilizarán ganchos de corpiño.

5.5 Colección

Generalmente definido como un conjunto de prendas creadas por un diseñador con una coherencia interna en términos de estilo y destinada a una temporada del año en concreto.

En su mayoría, los diseñadores suelen crear dos colecciones anuales, refiriéndose a la época del año, colección otoño invierno orientada a esta estación del año y que incluyen tejidos gruesos y prendas de abrigo, y la colección primavera verano, con prendas para esta temporada donde los tejidos son más nobles, liviano y frescos. El deseo o la necesidad es el rector de la colección, buscando satisfacerlas a través del indumento, es fundamental identificar el usuario, para la correcta definición de tipologías y mordería, ya sea hombre, mujer, infantil, unisex. Se tienen en cuenta las macro y micro tendencias para el uso de los recursos de diseño. La macro es una tendencia que tiene larga vida, resultado de muchas fuerzas en una comunidad que no se puede manipular. Para observar macro tendencias se analizan factores demográficos, psicográficos, aspectos de economía, cambios en el medio ambiente, el estado de gobierno, la sociedad y la tecnología. El crecimiento de esta dentro

de una comunidad puede significar una nueva oportunidad de negocio o de comunicación para una marca. Las micro tendencias son las que dan origen a las modas, cambian cada temporada, revolucionan el mercado, y promueven el consumo. También pueden actuar como retroactivos, retomando temporadas para consolidarse nuevamente en el mercado.

Se trata de grupos de personas que comparten intereses en diversos ámbitos. Puede ser que estas tendencias estén afectando a un porcentaje pequeño de la población, destinada a un público objetivo, con el potencial de convertirse en una moda para el público masivo.

La ocasión de uso es fundamental para determinar la silueta, textiles y paleta de color, diferenciando códigos de uso aceptados culturalmente. Comenzando con la definición de un concepto inspiración o estilo que dará coherencia a la colección, derivando una constante del mismo, silueta y generalmente la paleta de color. (Penn y Zalesne, 2007).

Continuando con la elección de la tipología y silueta que van a acompañar las futuras prendas. La silueta cuenta con forma y línea, definiéndose por sus características, las formas varían y son geométricas, trapecio, bombé, triángulo, triángulo invertido, irregular, rectangular, cuadrado, y figuras regulares. Por otro lado, la línea expresa por su imagen o dibujo final, insinuante, adherente, difuso, tenso o volumétrico. La posibilidad de que la silueta cumpla su función es gracias al complemento textil. Seguido se eligen los textiles, y texturas. (Barrios Barraza, 2010).

La posibilidad de jugar con las líneas de la anatomía y replantear sus formas define el contorno de la silueta, siendo posible a través de ella proyectar el cuerpo en el espacio hacia cualquier dirección, incluso con relaciones asimétricas, lo que resulta en que su ruptura con las formas del cuerpo-soporte sea más radical y su representación sintética se torne mucho más compleja. (Saltzman, 2004, p. 69)

El armado y prueba y error es fundamental para el último escalón de la colección, la confección de la prenda partiendo de la mordería, un patrón bidimensional en el cual se plasma la idea rectora con medidas específicas destinadas al usuario y su curva de talles.

Por último, la comunicación de la colección como la última etapa después de la confección. Se puede manifestar a través de un desfile, un *fashion film*, redes sociales, o con los *influencers*. (Munari, 2016).

La colección planteada para este Proyecto consta de 6 conjuntos, destinado a un mercado con la necesidad de atravesar el periodo de gestación, con sus cambios físicos, y cumplir con la función de amamantar con una prenda sensual y contemporáneamente estética. Destinado a un usuario femenino, joven, de 20 a 45 años con una posición socio económico media, media alta. Las tendencias que se tuvieron en cuenta son las transparencias en los textiles y el uso de encajes, y la doble función de la prenda íntima, con la posibilidad de poder exponer el conjunto de manera estética.

La silueta es adherente, siguiendo ergonómicamente el cuerpo del usuario, y las tipologías de la ropa interior mencionadas en el subcapítulo Tipologías propuestas. Los textiles para la correcta función de las tipologías serán tejidos de punto, capaces de tomar la forma correcta de la mordería y permitiendo el uso de su elasticidad para el destino requerido.

5.5.1 Elección de diseño

La propuesta del Proyecto se basa en la línea de lencería destinada para el periodo de lactancia, cuenta con seis conjuntos funcionales, aptos para amamantar y ser expuestos estéticamente, además de ser versátil para las actividades a lo largo del día. Las tipologías son base reinterpretadas para la ocasión de uso de una manera original.

Los conjuntos de la zona top cuentan con una doble taza, la interna es de algodón, para retener fluidos, que conforma la tipología total con una sustracción a la altura del pezón para el acto de amamantar y exponer el pecho y la taza exterior ocupa toda la superficie, generalmente de un textil suave, transparente y delicado, que se conecta en las costuras laterales y cumple su funcionamiento con los avíos desmontables del bretel o los ganchos de

apertura delanteros según el modelo. Los conjuntos son confeccionados con tejidos suaves para el contacto con la primera piel, y de una paleta de color acromática.

El primer conjunto, nombrado Rubí, se utilizó el color negro en su totalidad con la variación de tonos a través de los diferentes textiles, el corpiño de micro tul y encaje, es ornamentado por encajes en la zona del escote intensificando el objetivo de sensualidad. Cuenta con el bretel delantero desmontable de la taza exterior. La braga es un culote talle alto de seda fría y algodón, con recortes que simulan a la tipología tanga a través de sus líneas curvas en diagonal, remarcando la sensualidad de la prenda la utilización de textiles bordados y encajes.

Quando dibujamos un objeto en un papel, empleamos una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene un solo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por los materiales que usamos y por la forma en que los usamos. Así, cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color, y textura. Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos. (Wong, 1998, p. 42).

Manteniendo el negro de base, el segundo conjunto presenta un corpiño de micro tul en su totalidad, la taza interna de algodón, y en cuanto a la taza externa se ornamenta con encaje. Esta pieza tiene de particularidad su espalda deportiva, la cual facilita el acceso por la parte superior y sus breteles delanteros posibilitan el acto de amamantar. Una puntilla de encaje recorre la circunferencia en forma de bolado y los breteles desmontables presentan el mismo patrón de diseño de los bolados, inspirado en la sensualidad y la delicadeza que se busca en cada prenda. Su zona bottom es un culote de seda fría y algodón, con recortes en el total de sus laterales de encaje, con la ilusión óptica de la tipología tanga. Se buscó jugar con las transparencias para lograr el efecto de seducción, seguridad y belleza.

El tercer conjunto planteado, denominado Ámbar, es un diseño con mayor carga sensual, en color blanco, sus piezas están diseñadas con textiles transparentes de encaje fantasía y decorados con tiras de encaje en la zona del contorno del escote y del lateral de la braga. El

sostén presenta la misma moldería que los anteriores, aptos para amamantar con el bretel delantero desmontable unido a la taza externa, éste realiza un recorrido visual del mismo grosor en seda fría, cubriendo sutilmente el frente del pezón sin necesidad de cubrir toda la pieza, retomando la idea rectora de promover en la mujer un deseo de seducción y estética. Con respecto a la braga, se buscó provocar el mismo efecto de erotismo, realizada de algodón y detalles de encaje, el diseño del culote juega con los textiles y transforma la tipología en tanga. Estos contrastes se presentan en mayor o menor medida según las diferencias de valor y tono de los textiles utilizados. Continuando con el siguiente conjunto, Cuarzo, que también se utilizó la paleta blanca, refiere a un diseño más atrevido y juvenil, el corpiño de lactancia presenta una taza exterior desmontable desde el frente, es decir, sus tazas delanteras presentan el acceso para amamantar desde la unión frontal de las mismas, realizadas en micro tul, con detalles en encaje en el borde del escote y un encaje principal floral, en forma de recorte, en la zona del pezón y respetando la taza interior de algodón para la contención de líquidos. Los diseños muestran relación por el patrón de líneas en ambas prendas que recorre el conjunto, en el corpiño estas líneas están conformadas por el bretel que se une al conjunto hasta la base, y las demás en seda fría acompañando el encaje central, en la braga talle alto, este recurso está realizado del mismo material y forman figuras triangulares que estilizan visualmente la figura. Se repite el uso del encaje principal y los laterales de micro tul.

Luego el conjunto Topacio propone sensualidad y elegancia, pero en menor medida que la mencionada anteriormente. La paleta de color elegida fue blanca, seda fría y encaje se utilizaron para marcar la diferencia entre las formas, acentuándolas. En el caso del corpiño, sus tazas exteriores delanteras tienen apertura frontal y la espalda deportiva hace énfasis en la comodidad de la prenda. En este caso las texturas acentúan la delicadeza, los breteles cuentan con bolados de encaje que abarcan desde la espalda, pasando por la taza exterior

de manera simétrica en el centro, y un encaje recorre la circunferencia, que el mismo tiene una menor medida en la parte frontal, así como en la braga. La bombacha es una culote less talle alto de seda fría y algodón. Todos los conjuntos están diseñados para acompañar a las usuarias a lo largo de sus actividades diarias, sin perder la elegancia y sensualidad que se busca mediante la realización de dicho Proyecto.

Por último, el conjunto Ágata expone una mayor carga sexual, respetando la delicadeza que se busca en cada prenda para la ocasión de uso y la estética. Este modelo plasma la elegancia en su paleta color negra, con la elección de textiles de algodón para su taza interna, seda fría su base y dos tipos de encaje que acompañan a la prenda en su escote y en sus breteles desmontables. El recurso visual esta materializado a través de tiras wue se cruzan en la parte delantera del conjunto, de seda fría, en forma horizontal, dándole al modelo una carga sensual. La vedetina talle alto también utiliza el mismo recurso, acompañando al elástico de la cintura y en su base de seda fría se decora con encaje.

5.6 Fichas de especificaciones

La ficha técnica es un documento escrito en la cual se registran todas las características Técnicas de la prenda, costuras, textiles, cotas, y geometrales. La realización de la misma primordial para la concreción de prototipos, muestras, modelos, y producciones enteras para la industria de la moda ya que en ella se especifican diferentes recursos para la correcta realización de las prendas, poder controlar los modelos diseñados, los talleres, y la confección sin errores.

En las fichas técnicas se especifica empresa, destinatario, línea, temporada, articulo, fecha, descripción de las prendas y la correcta numeración. Esto es necesario para reconocer a la empresa y sus variados modelos. En su desarrollo se encuentra el geometral dispuesto de frente y espalda, geometral con cotas de medidas necesarias, geometral con posibles

detalles de la prenda, ya sean avíos de acceso, superposición de tejidos, o algún recurso morfológico.

Una ficha destinada a los textiles y avíos utilizados, hilos, con la empresa proveedora y su artículo correspondiente. En el caso de producciones, se realiza un despiece de mordería, con una ficha de curva de progresiones de talle, también se realiza una ficha de secuencia de armado y procesos.

Conclusiones

La ropa interior ha cumplido un rol fundamental desde su aparición, lejos de la connotación sexual y la sensualidad, dicha indumentaria fue creada con un fin específico, generar protección y resguardo a aquellas partes más íntimas de la fisonomía femenina. Estas prendas que tuvieron sus orígenes como telas y poco funcionales, fueron mutando sus formas y usos de acuerdo a la evolución que presentaban las diferentes culturas históricas, tales como la griega o la egipcia, renovando y fusionando las diferentes tipologías adecuándolas a las actividades que realizaban, necesidades que presentaban y labores que debía desarrollar la mujer en el contexto social y geográfico que transcurría.

La lencería, o en sus comienzos denominada ropa blanca, confeccionada como prendas exclusivas de alta costura, para aquellas mujeres con un alto poder adquisitivo, desarrollado por sus asistentes que realizaban sus prendas con gran precisión y dedicación, o con sus propias manos por las mujeres de menores recursos para conformar el ajuar que las acompañaría hasta el día de su boda, fue evolucionando hasta cambiar su concepto, íntegramente relacionado con la utilidad, funcionalidad y mayormente relacionado al fetiche sexual y a la sensualidad.

De la lectura de distintas fuentes bibliográficas se concluyó que la moda íntima ha evolucionado considerablemente desde los primeros tiempos de la humanidad y este avance se debió al progreso de las sociedades, no sólo en materia moral, social y sanitaria, sino también gracias a los sucesivos descubrimientos efectuados en la industria textil. El progreso social, genera nuevas necesidades que deben ser atendidas por distintas industrias, de las cuales la textil no resulta ajena. A medida que los pueblos avanzan, y sus costumbres se ven modificadas por agentes externos, las necesidades de indumentaria también varían, no estando exenta de ser afectada la lencería. Los cambios suscitados en las sociedades en materia sociopolítica, económica, moral, e incluso, climáticas, obligaron a los individuos a

adaptarse a los nuevos escenarios y reglas de juego. Estos cambios generaron, en distintos niveles, transformaciones que permitieron que sociedades con creencias más morales, se fueran despojando de ciertos límites y comenzaran a propiciar la aparición de grupos sociales más desinhibidos, que comenzaron a reclamar la satisfacción de sus necesidades en distintos ámbitos. Las prendas de lencería dejaron de ser vestuarios optativos, para convertirse en piezas fundamentales de los atuendos femeninos pues la mayoría de las veces se encuentran ocultas, es innegable los efectos que produce en la actitud de quienes las visten, al tiempo que tampoco puede negarse que un atuendo adecuado debe tener sólidas bases, las cuales son constituidas por la ropa interior.

Se ha podido ver el papel que cumple la ropa interior dentro de la vida de la mujer y el vínculo existente entre ambas. Se ha determinado que su carga sensual puede estar ligada a que se encuentra en contacto directo con el cuerpo desnudo y su exposición, o que tal vez por tener la función de prenda que provoca tabúes, y pensamientos fetiches, considerada pudorosa por muchos y un foco de deseo por los demás.

Cuando se habla de lencería y lencería maternal, surgieron conceptos ligados a estas prendas como la ostentación, pudor y protección, dando cuenta del papel que cumplen dentro de la sociedad y la influencia que ejerce sobre la usuaria en cuanto a la autoestima, la sensualidad, la belleza y seguridad en sí misma, así como el lugar que ocupan dentro de la vida de cada mujer.

En relación a la oferta de artículos pertenecientes a este rubro, a nivel intencional se proponen prendas variadas en cuanto a talles, diseño y precio desde hace muchos años. Mientras tanto, en la Argentina la presencia de talles diferenciales es de escasa a nula, los diseños que priman lo estético, la calidad y los precios son variados teniendo en cuenta el nivel de complejidad que posea la prenda, pero siempre más altos para las prendas que tienen en cuenta el desarrollo estético o funcional. La oferta nacional actual es muy amplia y

provee diseños acotados para toda ocasión de uso y posición económica. Sin embargo, continúa faltando la creación de una marca que ofrezca prendas diseñadas a partir de la necesidad de la madre al momento de amamantar. Un aspecto funcional y estético, y principalmente, que haga hincapié en la importancia de proveer el calce lo más cercano a la anatomía corporal y a los cambios que el cuerpo físico exige.

A lo largo de este Proyecto se reflexionó, se analizó y se entendió el porqué de la ropa interior y la importancia que está tiene en el mundo. En la actualidad ya no pasa por algo social o de un sector sino más bien es algo que involucra a todos los individuos por igual.

La hipótesis planteada se responde de manera acertada en las entrevistas realizadas a lo largo del trabajo, en las cuales las mujeres en período de lactancia evidentemente tienen esta necesidad y no pueden acceder a satisfacerla debido a que el mercado argentino no cuenta con este producto.

Este Proyecto a lo largo de su creación y a medida que iba conociendo nuevos conceptos acerca de la ropa interior, fue despertando el interés y la necesidad de crear una colección destinada a mujeres que acaban de ser madres tal como se plantea en el último capítulo.

Es un PG destinado al período de vida en que la mujer en periodo de gestación, que lo utilizará el indumento de primera piel, se convierte en un elemento único que la acompañará durante la gestación y lactancia, generando un vínculo directo entre su cuerpo en procesos de cambios y el de su bebé en la función de alimentarse. La línea se inspira en la sensualidad que transmiten las mujeres a través de su seguridad, aquellas que conocen su poder corporal, mujeres que disfrutan de seguir las tendencias de la moda y les gusta estar cómodas, pero a la vez siempre sexys, pudiendo mantener una coherencia con el momento físico y la ocasión de uso, actualmente con la exteriorización de la prenda de primera piel en distintos conjuntos.

La temática para esta colección estará vinculada con las piedras preciosas, elementos naturales, minerales en su mayoría, llamados productos raros de la naturaleza, por sus formas y colores y por sus propiedades. Estas están fuertemente ligadas a sus significados, que se los ha otorgado la culturas contribuyendo a las leyendas que las rodean, han inspirado tanto a filósofos como a místicos quienes les atribuyeron propiedades inusuales a estos minerales especiales.

Estas piedras se relacionan con la maternidad, presentan una corteza fuerte y protectora, capaz de corta metal y ser irrompibles, y en su interior se encuentra la mayor variedad de propiedades, filosófica, mítica y vital. Su belleza y perfección es considerada por su brillo, transparencia y pureza.

Para concluir, se puede decir que la introducción de esta línea en el mercado sería útil para las mujeres, las cuales podrían sentirse seguras y sensuales nuevamente y las comodidades serían las mismas ya que se tienen en cuenta los accesos y los avíos necesarios para seguir respetando los requisitos básicos de las prendas.

A lo largo del recorrido del Proyecto dividido en cinco capítulos, se podrán analizar distintas temáticas que abordan la propuesta desde distintos ámbitos. El capítulo uno desarrolla la historia de la lencería, situando al lector en el área de indumentaria femenina, ampliando dicho concepto en sus características y significados, el recorrido histórico de la lencería en la sociedad y la influencia de la misma en la sociedad y en los prejuicios del mismo.

Siguiendo con el desarrollo de la temática, el segundo capítulo hace referencia al cuerpo del usuario, considerándolo un habitad, influenciado por la cultura y los cánones de la sociedad, también plantea los cambios que manifiesta el cuerpo en el periodo de gestación y consecuentemente, un subcapítulo destinado a la definición de la glándula mamaria.

También habla de la moda y su mercado, desplegando conocimientos de mercado de la indumentaria para embarazadas, entendiendo el significado de la moda y el embarazo y la

relación con la sensualidad en su capítulo tres. El siguiente capítulo titulado *El mercado de la primera piel* se identifica las marcas actualmente activas en el mercado y los productos que ofrecen, para equiparar los modelos y desarrollo de diseño en el mercado como instrumento para la diferenciación de la colección a proponer.

Por último, el capítulo cinco hace hincapié en la propuesta de colección, explicando el armado y desarrollo de una colección y sus partes.

Como conclusión final es un Proyecto que logro identificar la necesidad de un nicho de mercado que no está siendo explotado en el diseño de sus tipologías y la propuesta de la colección del PG tiene en cuenta no solo la funcionalidad de la prenda, sino que toma como punto de partida las modificaciones e interpretaciones del cuerpo del usuario para su imagen de belleza establecida por la sociedad y las grandes marcas vendedoras de belleza, y tiene en cuenta la sensualidad, la necesidad de sentirse deseada en esta etapa tan importante de la vida de la mujer, indiferentemente de su edad.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Anita maternity. (2017). *Empresa*. Disponible en: https://www.anita.com/es_global. Recuperado el 20 de Octubre del 2017.
- Ara R., A. (2004). *El libro de la salud natural para la mujer*. Madrid: Edaf.
- Aubele, C. (2010). *Secretos del Vestidor para embarazadas. Todo lo que necesitas para verte increíble*. Buenos Aires: Aguilar. 2ª edición.
- Aubele, C. (2010). *Secretos del Vestidor*. Buenos Aires: Aguilar. 2ª edición.
- Aubele, C. (2011). *Secretos del vestidor para embarazadas. Todo lo que necesitás para verte increíble*. Argentina: Penguin Random
- Aubele, C. (2015). *Secretos del vestidor*. Argentina: Penguin random house.
- Avellaneda, D. (2006). *Debajo del vestido y por encima de la piel. Historia de la ropa interior femenina*. Buenos Aires: Nobuko.
- Ayela P., M. (2009). *Lactancia materna*. Buenos Aires: Club Universitario.
- Barbier, M. y Boucher, S. (2017). *Lencería*. s.e.
- Barrios Barraza, A. (2010). *La Antropometría en la Moda. Criterios de identificación del consumidor*. *Actas de diseño*, 8, 212-214
- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós.
- Bartra, R. (2013). *Cerebro y libertad*. Mexico: fondo de cultura económico.
- Bataille, G. (1986). *Erotism: Death and Sensuality*. San Francisco: City Lights Books.
- Blay, E. (2014). *El vientre materno, nuestro primer hogar*. Recuperado el 01/10/17 de <http://www.crianzanatural.com/art/art80.html>
- Bonilla, E. (1993). *La técnica antropométrica aplicada al diseño industrial*. México: Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco.
- Botella I. J. y Clavero N. J. A. (1993). *Tratado de ginecología. 14 ediciones*. Madrid: Diaz de santos.
- Bretton Le D. (2002). *La socióloga del cuerpo*. Buenos Aires: Edición nueva visión.
- Bristow, J. (1997). *Sexualidad*. Londres: Routledge.
- Brusatin, M. (1987). *Historia de los colores*. España: Paidós.

- Carretero, M., Palacios, J. y Marchesi, A. (1985). *Psicología evolutiva 3. Adolescencia madurez y senectud*. Madrid: Alianza editorial.
- Ceriani, R. (1974). *Hormones and other factors controlling growth in the mammary gland*. Invest Dermatol. s.e.
- Cocot. (2017). *Colección primavera verano. Corsetería 2018*. Disponible en: <http://cocot.com.ar/primaveraVerano/Corseteria2018B.pdf>. Recuperado el 20 de Octubre del 2017.
- Cortes P., J. (s.f.). *Obstetricia general*. Madrid: editorial centro de estudios Ramon Areces.
- Cunnington, C. y Cunnington, P. (1992). *The History of Underclothes*. Oxford: Courier Dover Publications.
- De La Rúa Perren, M. (2004). *Lina B. de Gahan, un perfume argentino*. Buenos Aires: Dunken
- Definición ABC (2013). *Ropa interior*. Disponible en <https://www.definicionabc.com/general/ropa-interior.php> Recuperado el 21 de Octubre de 2017.
- Destino mamá. (2017). *Empresa. Colección primavera verano*. Disponible en: <https://www.destino-mama.com.ar>. Recuperado el 21 de Octubre del 2017.
- Eartvic (2017). *Psicología del color*. Escola d'art. Disponible en: <http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf> Recuperado el 22 de noviembre del 2017.
- Eco, U. (2016). *Historia de la belleza*. Buenos Aires: Debolsillo
- Eco,U. (1976). *Psicología del vestir*. Barcelona: Lumen.
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona: PaidósContextos.
- Fernández-Cid A. y cols. (2000). *Mastología*. Barcelona: editorial Masson.
- Flügel, J.C. (1964). *Psicología del Vestido*. Buenos Aires: Paidós.
- Foucault, M. (1979). *Historia de la sexualidad. Volumen 1*. Madrid: Penguin Books.
- Francisco E. Gago y Cols. (2008). *Ginecología en la atención primaria*. Buenos Aires: editorial Ascune.
- Freud, S. (1927). *Fetishism, Sexuality and the Psychology of Love*. Nueva York: Collier Books.

- González A. O. (2005). *Mujeres y hombres: de la posguerra costarricense (1950-1960)*. Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Guía infantil. (2017). *La gestación mes a mes. Las molestias del embarazo*. Disponible en: <https://www.guiainfantil.com/1532/las-molestias-del-embarazo-mes-a-mes.html> Recuperado el 14 de septiembre de 2017.
- Hadas, M. (2014) *Todos los tipos de corpiños*. Disponible en: <http://capacitacionhadas.blogspot.com.co/2012/03/todos-los-tipos-decorpinos.html> Recuperado el 20 de Agosto del 2017.
- Hollen, N., Saddler, J., y Langford, A.L (2010) *Introducción a los textiles*. Mexico: Limusa.
- Horrocks, R. (1997). *An Introduction to the Study of Sexuality*. Londres: Macmillan.
- Kepes, G. (1969) *El lenguaje de la visión*. Buenos Aires: Infinito.
- Klaus, C. (2014). *Lencería*. Barcelona: Edimat.
- Kunzle, D. (1982). *Fashion and Fetishism: A Social History of the Corset*. Totowa: Rowan and Littlefield.
- Lando, L. (2009). *Diseño de modas: Conceptos básicos*. Estados Unidos: CBH Books.
- Laver, J. (1997). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Luz natal. (2017). *Empresa. Colección primavera verano*. Disponible en: <http://www.luznatal.com.ar> Recuperado el 20 de Octubre del 2017.
- Maldonado A., J. (2001). *La lactancia materna*. Sevilla: Utrera.
- Mama mia. (2017). *Empresa*. Disponible en: <http://www.mamamiaembarazadas.com>. Recuperado el 20 de Octubre del 2017.
- Misis Letriler. (2015). *El blog de las mil y una locuras. Unos datos íntimos*. Disponible en: <http://misisletriler.blogspot.com/2015/11/unos-datos-intimos-la-historia-de-la-ropa-interior-curiosidades-interesantes-blogs-blogger.html> Recuperado el 11 de Octubre de 2017.
- Munari, B. (2016). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Buenos Aires: Gustavo Gili.
- Murray, M. (2007). *Embarazo para Dummies*. 2da edición. Canada: Wiley publishing.
- Natubel. (2017). *Empresa. Colección primavera verano*. Disponible en: <http://www.natubel.com/index.php>. Recuperado el 20 de Octubre del 2017.
- Navarro M., G. (2017). *Marketing y comunicación de moda*. Madrid: ESIC.

- Neira, D. (2005). *A woman's guide to caring for her image*. Colombia: Villegas asociados.
- Néret, Gilles. (1998). *1000 Deseos. Una historia de la Lencería*. Alemania: TaschenGMBH.
- Neville, M. (1999). *Physiology of lactation*. Clin Perinatol. s.e.
- Neville, M. (2001). *Anatomy and physiology of lactation*. s.e.
- Oliveira Malvar, M. (1998). *La educación sentimental*. Barcelona: Edición Icaria.
- Ortiz, G. (2004). *El significado de los colores*. Mexico: Trillas.
- Pechoux, C. (1994). *Localization of thrombospondin. During prenatal development of the human mammary gland*. s.e.
- Penn, M. y Zalesne, K. (2007). *Microtrends. The Small Forces Behind Tomorrow's Big Changes*. Estados Unidos: Hachette Book Group USA.
- Puertas, F. (2008). *El sostén, los mitos y leyendas... y manual de uso*. Barcelona: Arcopress.
- Red Textil Argentina (2012) *Telas de punto*. Disponible en: <http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/telas/t-diseno/tejidos-de-punto> Recuperado el 20 de noviembre del 2017.
- Reiss, U. (2012). *Cómo hacer feliz a una mujer embarazada. Soluciones rápidas y eficaces para más de 60 situaciones comunes y corrientes en el embarazo*. Barcelona: Amat.
- Rivière, M. (2013). *Historia informal de la moda*. España: Penguin Random House.
- Ruiz V., J. y Díez R., M. (2012). *Nueve meses de espera. La guía definitiva del embarazo, el parto y el postparto*. España: Grupo planeta spain.
- Sáenz A., H. (2008). *Pensando en clave de hábitat: una búsqueda por algo más que un techo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Saldaña, M. A. (2017). *El lenguaje de la imagen personal*. Bebookness.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós
- Sánchez M., M. A. (2012). *Iniciación en materiales, productos y procesos textiles*. Malaga: Innovación y cualificación editoriales.

- Santamaría, M. G. (2005). *Saber amar con el cuerpo*. (7ª ed.). Madrid: Palabra S. A.
- Saulquín, S. (1997) *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (1999). *La moda, después*. Buenos Aires: ISM.
- Selú. (2017). *Colección primavera verano*. Disponible en: <http://www.selu.com.ar>
Recuperado el 20 de Octubre del 2017.
- Sol y oro. (2017). *Quienes somos*. Disponible en: <http://solyoro.com.ar/quienes-somos>
Recuperado el 21 de Octubre del 2017.
- Somos mamás. (s.f.). *36 Semanas de embarazo. Se mueve más lento*. Disponible en:
<https://www.somosmamas.com.ar/embarazo/semana-a-semana/36-semanas-de-embarazo/> Recuperado el 15 de Octubre de 2017.
- Sousa C. d, F. (2007). *Introducción a la historia indumentaria en España*. Madrid: Ediciones Itsmo S. A.
- Steele, V. (1985). *Fashion and Eroticism: Ideáis of Feminine Beauty frotri the Victorian Age to the azzAge*. Oxford: Oxford University Press.
- Steele, V. (1996). *Fetish: Fashion, Sex and Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Taedo L., J. (2003). *Color. Reflexiones*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá.
- Tonos digital. (2005). *Literatura y moda. La indumentaria femenina a través de la novela española del siglo xix*. Disponible en:
<https://www.um.es/tonosdigital/znum9/estudios/literaturaymoda.htm> Recuperado el 21 de Octubre de 2017.
- Tuñón P., E. (2003). *Género y medio ambiente*. México: Plaza y Valdés.
- Unicef. (s.f.). *Fisiología de la glandula mamaria y lactancia*. Disponible en:
<http://unicef.cl/lactancia/docs/mod02/FISIOLOGIA%20DE%20LA%20GLANDULA%20MAMARIA%20Y%20LACTANCIA.pdf> Recuperado el 14 de Septiembre de 2017.
- Valdés, V. y Pérez, A. (1994). *Fisiología de la glándula mamaria. En Lactancia para la Madre y el Niño*. Chile: Labbok.
- Vattimo, G. (1985). *El fin de la Modernidad*. Barcelona: Gedisa.
- Veneziani, M. (2007). *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.
- Verny, T. y Kelly, J. (2009). *La vida secreta del niño antes de nacer. Edición 22*. Mexico: Urano.
- Vicent, P. (1981). *El cuerpo humano*. España: Revertre.

Vidart D. y Loy A. (2008). *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido. Antropología de la ropa interior femenina*. Montevideo: Editorial de la Banda Oriental.

Willet, C. y Cunningham, R. (1992). *The History of Under clothes*. Nueva York: Dover Publications.

Wong, W. (1998). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.

Yorokobu. (2016). *Breve historia de la ropa interior*. Disponible en: <https://www.yorokobu.es/breve-historia-la-ropa-interior/> Recuperado el 17 de Octubre.

Zelanski, P. y Fisher, M. (2001). *Color*. España: Akal.

Bibliografía

- Andresen, k., Jirku, B., y Raposo F., B. (1995). *Ilustración y modernidad. La crítica de la modernidad en la literatura alemana*. España: Universitat de València,
- Anita maternity. (2017). *Empresa*. Disponible en: https://www.anita.com/es_global.
- Ara R., A. (2004). *El libro de la salud natural para la mujer*. Madrid: Edaf.
- Arregui, V. y Choza, J. (2002). *Filosofía del hombre. Una antropología de la intimidad*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Aubele, C. (2010). *Secretos del Vestidor para embarazadas. Todo lo que necesitas para verte increíble*. Buenos Aires: Aguilar. 2ª edición.
- Aubele, C. (2011). *Secretos del vestidor para embarazadas. Todo lo que necesitás para verte increíble*. Argentina: Penguin Random
- Aubele, C. (2015). *Secretos del vestidor*. Argentina: Penguin random house.
- Aubele, Carolina. (2010). *Secretos del Vestidor*. Buenos Aires: Aguilar. 2ª edición.
- Avellaneda, D. (2006). *Debajo del vestido y por encima de la piel... Historia de la ropa interior femenina*. Buenos Aires: Nobuko.
- Ayela P., M. (2009). *Lactancia materna*. Buenos Aires: Club Universitario.
- Barbier, M. y Boucher, S. (2017). *Lencería*. s.e.
- Barrios Barraza, A. (2010). *La Antropometría en la Moda. Criterios de identificación del consumidor*. *Actas de diseño*, 8, 212-214
- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós.
- Bartra, R. (2013). *Cerebro y libertad*. Mexico: fondo de cultura económico.
- Bataille, G. (1986). *Erotism: Death and Sensuality*. San Francisco: City Lights Books.
- Blay, E. (2014). *El vientre materno, nuestro primer hogar*. Recuperado el 01/10/17 de <http://www.crianzanatural.com/art/art80.html>
- Botella I. J. y Clavero N. J. A. (1993). *Tratado de ginecología. 14 ediciones*. Madrid: Diaz de santos.
- Bretton Le D. (2002). *La antropología del cuerpo y la sociedad*. Buenos Aires: Edición nueva visión.
- Bretton Le D. (2002). *La socióloga del cuerpo*. Buenos Aires: Edición nueva visión.

- Bristow, J. (1997). *Sexualidad*. Londres: Routledge.
- Brusatin, M. (1987). *Historia de los colores*. España: Paidós.
- Cabero R., L. (2003). *Tratado de ginecología, obstetricia y medicina de la reproducción*. México: Panamericana.
- Cabero, L. y Saldívar, D. (2009). *Operatoria Obstétrica. Una visión actual*. México: Editorial medica panamericana.
- Carretero, M., Palacios, J. y Marchesi, A. (1985). *Psicología evolutiva 3. Adolescencia madurez y senectud*. Madrid: Alianza editorial.
- Cencillo, L. (1973). *Método y base Humana*. Madrid: Guadiana.
- Ceriani, R. (1974). *Hormones and other factors controlling growth in the mammary gland*. Nueva York: Invest Dermatol. s.e.
- Clémenceau, J. P. (2016). *Bella esperando el bebé*. Paris: De Vecchi.
- Cocot. (2017). *Colección primavera verano. Corsetería 2018*. Disponible en: <http://cocot.com.ar/primaveraVerano/Corseteria2018B.pdf>.
- Congosto, F. (2007). *Introducción a la historia de la indumentaria en España*. Madrid: ediciones Istmo.
- Cortes P., J. (s.f.). *Obstetricia general*. Madrid: editorial centro de estudios Ramon Areces.
- Cunnington, C. y Cunnington, P. (1992). *The History of Underclothes*. Oxford: Courier Dover Publications.
- De La Rúa Perren, M. (2004). *Lina B. de Gahan, un perfume argentino*. Buenos Aires: Dunken
- Definición ABC (2013). *Ropa interior*. Disponible en <https://www.definicionabc.com/general/ropa-interior.php>
- Destino mamá. (2017). *Empresa. Colección primavera verano*. Disponible en: <https://www.destino-mama.com.ar>.
- Eartvic (2017). *Psicología del color*. Escola d'art. Disponible en: <http://www.eartvic.net/~mbaurierc/materials/20%20Selectivitat/Psicologia%20del%20color.pdf>
- Eco, U. (2016). *Historia de la belleza*. Buenos Aires: Debolsillo
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós Contextos.

- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica. 3ª Edición*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Ewing, E. (1971). *Fashion in Underwear: From Babylon to Bikini Briefs*. United states: Courier Corporation.
- Fernández-Cid A. y cols. (2000). *Mastología*. Barcelona: editorial Masson.
- Flügel, J.C. (1964). *Psicología del Vestido*. Buenos Aires: Paidós.
- Foucault, M. (1979). *Historia de la sexualidad. Volumen 1*. Madrid: Penguin Books.
- Francisco E. Gago y Cols. (2008). *Ginecología en la atención primaria*. Buenos Aires: editorial Ascune.
- Freud, S. (1927). *Fetishism, Sexuality and the Psychology of Love*. Nueva York: Collier Books.
- Freud, S. (2015). *Cinco textos fundamentales*. Suecia: FV.
- García, N. (2007). *El libro de la moda*. Nueva York: Collins.
- Gomez C., E. (1907). *Psicología de la moda femenina*. Madrid: Reina.
- González A. O. (2005). *Mujeres y hombres: de la posguerra costarricense (1950-1960)*. Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- Guía infantil. (2017). *La gestación mes a mes. Las molestias del embarazo*. Disponible en: <https://www.guiainfantil.com/1532/las-molestias-del-embarazo-mes-a-mes.html>. Recuperado el 14 de septiembre de 2017.
- Hadas, M. (2014) *Todos los tipos de corpiños*. Disponible en: <http://capacitacionhadas.blogspot.com.co/2012/03/todos-los-tipos-decorpinos.html>
- Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Mexico: Gustavo Gili.
- Hollen, N., Saddler, J., y Langford, A.L (2010) *Introducción a los textiles*. Mexico: Limusa.
- Horrocks, R. (1997). *An Introduction to the Study of Sexuality*. Londres: Macmillan.
- Ildefonso, E. (2006). *Conducta real del consumidor y marketing efectivo*. Madrid: ISIC.
- Klaus, C. (2014). *Lencería*. Barcelona: Edimat.
- Kunzle, D. (1982). *Fashion and Fetishism: A Social History of the Corset*. Totowa: Rowan and Littlefield.

- Küppers, H. (s.f.). *Fundamentos de la teoría de los colores*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lando, L. (2009). *Diseño de modas*. Estados Unidos: CBH.
- Laver, J. (1997). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lopez G., M. (1999). *El cuerpo, el sujeto, la condición de mujer*. Buenos Aires: Biblos.
- Lurie, A. (2013). *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Buenos Aires: Paidós.
- Luyten, W. (1967). *Fenomenología existencial*. Buenos Aires: Carlos Lohlé.
- Luz natal. (2017). *Empresa. Colección primavera verano*. Disponible en: <http://www.luznatal.com.ar>.
- Maldonado A., J. (2001). *La lactancia materna*. Sevilla: Utrera.
- Mama mia. (2017). *Empresa*. Disponible en: <http://www.mamamiaembarazadas.com>.
- Marín, M. (2016). *El empujoncito para el amor. Una reveladora guía de seducción para toda mujer*. Estados Unidos: Penguin Random house.
- Mayi. (2017). *Mama solo hay una*. Mexico: Selector.
- McCary, J. y McCary, S. (1983). *Sexualidad humana*. Mexico: Manual Moderno.
- Michavila D., A. (2007). *El lenguaje del vestido*. s.e.
- Misis Letriler. (2015). *El blog de las mil y una locuras. Unos datos íntimos*. Disponible en: <http://misisletriler.blogspot.com/2015/11/unos-datos-intimos-la-historia-de-la-ropa-interior-curiosidades-interesantes-blogs-blogger.html>
- Moya, C. (2004). *Filosofía de la mente*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Munari, B. (2016). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Buenos Aires: Gustavo Gili.
- Murray, M. (2007). *Embarazo para Dummies*. 2da edición. Canada: Wiley publishing.
- Natubel. (2017). *Empresa. Colección primavera verano*. Disponible en: <http://www.natubel.com/index.php>.
- Navarro M., G. (2017). *Marketing y comunicación de moda*. Madrid: ESIC.
- Neira, D. (2005). *A woman's guide to caring for her image*. Colombia: Villegas asociados.
- Néret, Gilles. (1998). *1000 Deseos. Una historia de la Lencería*. Alemania: TaschenGMBH.

- Neville, M. (1999). *Physiology of lactation*. Clin Perinatol. s.e.
- Neville, M. (2001). *Anatomy and physiology of lactation*. s.e.
- Noguera, A. (2000). *Educación estética y complejidad ambiental*. Colombia: Universidad Nacional, Sede Manizales.
- Noguera, A. (2009). *Filosofía ambiental y fenomenología: el paso del sujeto-objeto a la trama de vida en clave de la pregunta por el habitar poético contemporáneo*. Colombia: Universidad Nacional, Sede Manizales.
- Nogueras, A. (2001). *Solo para mujeres*. Michigan: Portavoz.
- Oliveira Malvar, M. (1998). *La educación sentimental*. Barcelona: Edición Icaria.
- Ortiz, G. (2004). *El significado de los colores*. Mexico: Trillas.
- Pechoux, C. (1994). *Localization of thrombospondin. During prenatal development of the human mammary gland*. s.e.
- Penn, M. y Zalesne, K. (2007). *Microtrends. The Small Forces Behind Tomorrow's Big Changes*. Estados Unidos: Hachette Book Group USA.
- Pérez de Laborda, A. (2002). *Tiempo e historia: una filosofía del cuerpo*. Madrid: Encuentro ediciones.
- Puertas, F. (2008). *El sostén, los mitos y leyendas... y manual de uso*. Barcelona: Arcopress.
- Red Textil Argentina (2012) *Telas de punto*. Disponible en:
<http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/telas/t-diseno/tejidos-de-punto>
- Reiss, U. (2012). *Cómo hacer feliz a una mujer embarazada. Soluciones rápidas y eficaces para más de 60 situaciones comunes y corrientes en el embarazo*. Barcelona: Amat.
- Rivera p., J. (1997). *Auxiliar de lencería*. España: Mad.
- Rivière, M. (2013). *Historia informal de la moda*. España: Penguin Random House.
- Rojas N., C. (2014). *Industria de la moda. Producción y materiales*. Bogotá: ECOE.
- Ruiz V., J. y Díez R., M. (2012). *Nueve meses de espera. La guía definitiva del embarazo, el parto y el postparto*. España: Grupo planeta spain.
- Sáenz A., H. (2008). *Pensando en clave de hábitat: una búsqueda por algo más que un techo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Saldaña, M. A. (2017). *El lenguaje de la imagen personal*. Bebookness.

- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós
- Sánchez M., M. A. (2012). *Iniciación en materiales, productos y procesos textiles*. Malaga: Innovación y cualificación editoriales.
- Santamaría, M. G. (2005). *Saber amar con el cuerpo*. (7ª ed.). Madrid: Palabra S. A.
- Saulquín, S. (1997) *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (2011). *Historia de la moda Argentina. Primera edición*. Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (2011). *La muerte de la moda, un día después*. Buenos Aires: Paidos.
- Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias. Nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*. Buenos Aires: Paidós.
- Selú. (2017). *Colección primavera verano*. Disponible en: <http://www.selu.com.ar>.
- Shinoda B., J. (2012). *Las diosas de cada mujer. Una nueva psicología femenina*. Barcelona: Kairós.
- Sol y oro. (2017). *Quienes somos*. Disponible en: <http://solyoro.com.ar/quienes-somos>.
- Somos mamás. (s.f.). *36 Semanas de embarazo. Se mueve más lento*. Disponible en: <https://www.somosmamas.com.ar/embarazo/semana-a-semana/36-semanas-de-embarazo/>
- Sousa C. d, Francisco. (2007). *Introducción a la historia indumentaria en España*. Madrid: Ediciones Itsmo S. A.
- Squicciarino, N. (1998). *El Vestido Habla. Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Roma: Cátedra S. A.
- Steele, V. (1985). *Fashion and Eroticism: Ideáis of Feminine Beauty frotri the Victorian Age to the azzAge*. Oxford: Oxford University Press.
- Steele, V. (1996). *Fetish: Fashion, Sex and Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Taedo L., J. (2003). *Color. Reflexiones*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá.
- Tapia, L. (2008). *Citología del tracto genital femenino y de la glándula mamaria*. España: Vértice.

- Tonos digital. (2005). *Literatura y moda. La indumentaria femenina a través de la novela española del siglo xix*. Disponible en:
<https://www.um.es/tonosdigital/znum9/estudios/literaturaymoda.htm>
- Tuñón P., E. (2003). *Género y medio ambiente*. México: Plaza y Valdés.
- Unicef. (s.f.). *Fisiología de la glándula mamaria y lactancia*. Disponible en:
<http://unicef.cl/lactancia/docs/mod02/FISIOLOGIA%20DE%20LA%20GLANDULA%20MAMARIA%20Y%20LACTANCIA.pdf>
- Valdés, V. y Pérez, A. (1994). *Fisiología de la glándula mamaria. En Lactancia para la Madre y el Niño*. Chile: Labbok.
- Vattimo, G. (1985). *El fin de la Modernidad*. Barcelona: Gedisa.
- Verny, T. y Kelly, J. (2009). *La vida secreta del niño antes de nacer. Edición 22*. Mexico: Urano.
- Vicent, P. (1981). *El cuerpo humano*. España: Revertre.
- Vidart D. y Loy A. (2008). *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido. Antropología de la ropa interior femenina*. Montevideo: Ed. de la Banda Oriental.
- Walroth, L. (2013). *El arte del embarazo*. Canada: Lianne & Co.
- Willet, C. y Cunningham, R. (1992). *The History of Under clothes*. Nueva York: Dover Publications.
- Yorokobu. (2016). *Breve historia de la ropa interior*. Disponible en:
<https://www.yorokobu.es/breve-historia-la-ropa-interior/>
- Zelanski, P. y Fisher, M. (2001). *Color*. España: Akal.