

---

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE DISEÑO,  
ARQUITECTURA Y ARTE**

**ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA**

**DISEÑO DE INDUMENTARIA DESDE LA FUNCIÓN SIMBÓLICA  
CASO: ROPA DE DORMIR PARA MUJERES DE 25-35 AÑOS  
DE LA CIUDAD DE CUENCA.**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE:**

**DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA.**



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**DISEÑO  
ARQUITECTURA Y ARTE  
FACULTAD**

**AUTORA: REBECA CATALINA LA BOUEF ALVARADO**

**CUENCA**

**2021**

**ECUADOR**

**DIRECTOR: DIS. SILVIA GABRIELA ZEAS CARRILLO.MGT.**



---

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

DISEÑO DE INDUMENTARIA  
DESDE LA FUNCIÓN SIMBÓLICA  
CASO: ROPA DE DORMIR  
PARA MUJERES DE 25-35 AÑOS  
DE LA CIUDAD DE CUENCA

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO  
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA

AUTORA:  
REBECA CATALINA LA BOUEF ALVARADO

DIRECTOR:  
DIS. SILVIA GABRIELA ZEAS CARRILLO.MGT.

CUENCA-ECUADOR  
2021




UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY

DISEÑO  
ARQUITECTURA Y ARTE  
FACULTAD

---

---

# D



# DEDICATORIA:

Quisiera dedicar este trabajo, con todo mi cariño, a las personas más importantes de mi vida. Mis padres y hermanas que con sus actos diarios de bondad y cariño me han brindado ánimo y energía positiva para superar las etapas más duras y los retos más grandes. A mi abuela Olga, por confiar en mis sueños y apoyarme a ser mi mejor versión. Y a mi novio, Jose David por su apoyo y comprensión incondicionales, y por brindarme su paz y su perspectiva de la vida que tan bien complementa y mejora la mía.



# AGRADECIMIENTOS:

Quisiera agradecer de todo corazón a todos mis docentes, tutoras y colaboradores de la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte, de la Universidad del Azuay; Silvia Narvaez, Silvia Zeas, Mari Trelles, Eli Guillen, etc. Por compartir conmigo su conocimiento, y por su paciencia y dedicación, sin las cuales no me hubiera sido posible realizar este trabajo.

Un agradecimiento muy especial a mi co-tutora Silvana Amoroso, gracias por brindarme su experticia. Todas las experiencias que vivimos durante este proceso han sido sensibilizantes y enriquecedoras no solo como Diseñadora sino como persona.

Finalmente quisiera agradecer a mis personas cercanas, mi familia, mi novio y mis amigas. Ha sido por su cariño y su apoyo, que hoy soy la persona que soy. Gracias por quererme y aceptarme como soy, y animarme cada día a ser mejor.

# ÍNDICE

de contenidos

04  
Dedicatoria

*Página 4*

14  
Índice de Figuras

*Página 14*

17  
Resumen

*Página 17*

05  
Agradecimientos

*Página 5*

18  
Abstract

*Página 18*

06  
Índice de Contenidos

*Página 6*

19  
Introducción

*Página 19*

---

ÍNDICE

CONTENIDOS

---

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 01

**Capítulo 1: Las funciones del diseño y la configuración simbólico-funcional** **Página 22**

1.1. Diseño, ¿una definición? **Página 23**

1.2. Las funciones del diseño: ¿cuales son? y sus características **Página 26**

1.2.1. Las funciones de un objeto de diseño **Página 27**

1.2.2. La función práctica o de uso **Página 30**

1.2.3. La función estético-formal **Página 34**

1.2.4. La función simbólica o comunicativa **Página 41**

1.3. Análisis de la función simbólica y sus particularidades **Página 46**

1.4. La configuración simbólico-funcional **Página 49**

ÍNDICE	CONTENIDOS
--------	------------

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 02

<b>Capítulo 2. La ropa de dormir, las funciones del diseño y el contexto local</b>	<b>Página 57</b>
2.1. El diseño de indumentaria	<b>Página 58</b>
2.2. La ropa de dormir, un análisis	<b>Página 59</b>
2.2.1. Una reseña histórica de la ropa de dormir	<b>Página 60</b>
2.3. La ropa de dormir y las funciones del diseño	<b>Página 78</b>
2.3.1. La ropa de dormir y la función práctica o de uso	<b>Página 79</b>
2.3.2. La ropa de dormir y la función estético-formal	<b>Página 85</b>
2.4. La ropa de dormir y la función simbólica	<b>Página 95</b>



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 03

<b>Capítulo 3. Investigación de campo</b>	<b>Página 100</b>
3.1. Metodología para la investigación de campo	Página 101
3.1.1. El público meta: mujeres de 25-35 años de la ciudad de Cuenca	Página 103
3.1.2. Descripción del proceso de recolección de datos	Página 107
3.2. Interpretación de la investigación de campo: categorías y constelaciones de sentido	Página 116
3.2.1. Categoría: La ropa de dormir	Página 118
3.2.2. Categoría: El confort y la comodidad	Página 126
3.2.3. Categoría: La identidad y la personalidad	Página 131
3.2.4. Categoría: La indumentaria de uso público	Página 141
3.2.5. Categoría: La Indumentaria de uso privado	Página 147

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 04

**Capítulo 4. Diseño: Una colección de ropa de dormir** **Página 152**

4.1. La ropa de dormir “inspirada” en el análisis de la ropa de dormir **Página 153**

4.2. El proceso investigativo para llegar a la constelación de sentido **Página 154**

4.3. Proceso creativo a través de las constelaciones de sentido **Página 155**

4.3.1. Constelación de sentido: El confort y la comodidad **Página 156**

4.3.2. Constelación de sentido: La identidad y la personalidad **Página 160**

4.3.3. Constelación de sentido: La indumentaria de uso público **Página 165**

4.3.4. Constelación de sentido: La privacidad y la intimidad **Página 170**

ÍNDICE	CONTENIDOS
--------	------------

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 04

4.4.4. El collage como herramienta creativa	Página 175
4.4.1. Collage: El confort y la comodidad	Página 176
4.4.2. Collage: La identidad y la personalidad	Página 179
4.4.3. Collage: La indumentaria de uso público	Página 182
4.4.4. Collage: La privacidad y la intimidad	Página 185
4.5. Traducción de los significados a características del diseño de indumentaria	Página 188
4.5.1. Moodboard de la colección	Página 188
4.5.2. Concepto de la colección	Página 189
4.5.3. Diagrama de constantes y variables	Página 194
4.6. Ilustraciones de la colección	Página 195

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## 05

### Capítulo 5. Resultados

Página 201

#### 5.1. Colección final seleccionada

Página 202

#### 5.2. Memoria técnicas de prototipos seleccionados

Página 206

#### 5.3. Conclusiones y Recomendaciones

Página 256

# ÍNDICE

## DE

# CONTENIDOS

### Anexos:

## Referencias:

**Bibliografía** **Página 260**

**Bibliografía de figuras** **Página 264**

**Glosario** **Página 274**

<b>1. Preguntas base para entrevistas piloto y semi-estructuradas</b>	<b>Página 282</b>
<b>2. Entrevistas piloto</b>	<b>Página 283</b>
2.1. Transcripciones de entrevistas piloto	<b>Página 297</b>
2.2. Audios entrevistas piloto	<b>Página 297</b>
<b>3. Entrevistas semi-estructuradas</b>	<b>Página 297</b>
3.1. Transcripciones de entrevistas semi-estructuradas	<b>Página 297</b>
3.2. Audios entrevistas semi-estructuradas	<b>Página 314</b>
<b>4. Grupos focales</b>	<b>Página 314</b>
4.1. Audios de grupos focales	<b>Página 314</b>
4.2. Constelaciones de sentido de grupos focales: actividad 2	<b>Página 314</b>
<b>5. Constelaciones de Sentido:</b>	<b>Página 325</b>
<b>6. Denuncia de proyecto</b>	<b>Página 327</b>
<b>7. Abstract</b>	<b>Página 327</b>

# ÍNDICE

## DE

# FIGURAS

Figura 1. Funciones del producto	28
Figura 2. Traje de patinaje de velocidad	31
Figura 3. Bella Hadid usando Versace para el evento Bulgari B.Zero1	31
Figura 4. Rihanna usando Givenchy para los NAACP Image Awards	32
Figura 5. Lucy Boyton usando Celine para los Golden Globes 2019	32
Figura 6. Resumen del análisis de ejemplos de la función practica o de uso.	33
Figura 7. Traje estampado para mujer de Nike sportswear.	36
Figura 8. Sujetador deportivo Nike para mujer	37
Figura 9. Vestido rosa de Chiffon de Giambattista Valli	39
Figura 10. Vestido de encaje de Elie Saab	39
Figura 11. Detalles de construcción vestido de Zac Posen	39
Figura 12. Resumen del análisis de ejemplos de la función practica o de uso.	40
Figura 13. Kim Kardashian utilizando un body y joggers combiandos en tono cafe-gris (dailymail.co.uk, 2019).	42
Figura 14. Gigi Hadid utilizando un terno deportivo en rosa pastel (dailymail.co.uk, 2017).	42
Figura 15. SPRING 2020 COUTURE: Iris van Herpen.	43
Figura 16. SPRING 2020 COUTURE: Schiaparelli.	43
Figura 17. SPRING 2020 COUTURE: Guo Pei.	44
Figura 18. SPRING 2020 COUTURE: Viktor & Rolf.	44
Figura 19. Resumen del análisis de ejemplos de la función simbólico-comunicativa.	45
Figura 20. The Concept and Application of Life Style Segmentation.	53
Figura 21. Ropa de dormir masculina siglo XVIII.	61
Figura 22. Camisones de dormir masculino (izquierda) y femeninos 1870-1880	61
Figura 23. Elvis Presley, 1956. Utilizando un camión de dormir tradicional, popular hasta la época.	62
Figura 24. Camisones femeninos de diversos largos y babydoll. En textiles no tradicionales como chiffon y un color azul-verde pastel.	62
Figura 25. Rita Hayworth 1941, vestido en corte al sesgo de nylon.	63
Figura 26. Catálogo Colbys 1960, mostrando babydolls coloridos y estampados.	63
Figura 27. Epaí-jaima tradicional.	64
Figura 28. Ejemplos de un camión y de un pijamas de 1890, en los comienzos de su popularidad.	64
Figura 29. Patrones de pijama masculina de 1910.	65
Figura 30. Patrones Simplicity de pijamas masculinas vintage (sin fecha, pero se puede suponer de 1940-1950).	65
Figura 31. Traje femenino de descanso, con pantalon (pijama) 1913.	65
Figura 32. Pijama de playa femenina 1930.	66
Figura 33. Sophia Loren en la película: A Countess from Hong Kong, 1967.	66
Figura 34. Pijamas de seda 1965.	67
Figura 34. Set de pijama Emilio Pucci, 1960's.	67
Figura 35. Emilio Pucci Colección Pre-Otoño 2020.	68
Figura 36. Gigi Hadid, en las calles de NYC 2017.	68
Figura 37. Camisón masculino de lino blanco.	69
Figura 38. Camisón de lino blanco femenino.	69
Figura 39. Camisón como prenda masculina.	70
Figura 40. Camisón victoriano.	70
Figura 41. Camisones años 80.	70
Figura 42. Camisón femenino contemporáneo.	71
Figura 43. Camisón masculino contemporáneo (pinterest.com, sf).	71
Figura 43. Influencia oriental desde la que surge el pijama. Hombres musulmanes utilizando pijamas (varios estilos), Bombay, 1867.	72
Figura 44. Pijama masculino.	73
Figura 45. Pijama femenina de los años 50's. Figura 46. Pijama femenina 1920's.	73
Figura 46. Pijama femenina 1920's (fascinationstreetvintage.wordpress.com, 2015).	73

Figura 47. Pijama masculino contemporáneo.	74
Figura 48. Pijama contemporáneo femenino: múltiples estilos.	74
Figura 49. Bata masculina para estar en casa (lounge).	75
Figura 50. Bata femenina para estar en casa (lounge).	75
Figura 51. Bata masculina.	76
Figura 52. Bata femenina años 70's.	76
Figura 53. Hugh Hefner, Personaje icónico por su uso de bata.	76
Figura 54. Características de los textiles y atributos táctiles.	83
Figura 55. Factores importantes físicos y fisiológicos que controlan el Confort de la indumentaria.	96
Figura 56. Criterios generales de segmentación de mercados (Caballero & Carrasco, 2006, p.118).	102
Figura 57. Criterios de segmentación específicos en moda (Caballero & Carrasco, 2006, p.119).	102
Figura 58. Guía para actividad 2. grupo focal 07-03-2020.	112
Figura 59. Constelación de las palabras: confort/comodidad ,realizado por el grupoI. en el grupo focal 07-03-2020.	112
Figura 60. Constelación de las palabras: identidad/personalidad, realizado por el grupoI. en el grupo focal 07-03-2020.	113
Figura 61. Constelación de las palabras (indumentaria de) uso publico, realizado por el grupoI. en el grupo focal 07-03-2020.	113
Figura 62. Constelación de las palabras: privacidad/ intimidad realizado por el grupoI. en el grupo focal 07-03-2020.	114
Figura 63. Constelación de sentido de la ropa de dormir (Elaboración propia).	122
Figura 64. Constelación de sentido de la ropa de dormir acercamiento (Elaboración propia).	122
Figura 65. Constelación de sentido de la ropa de dormir acercamiento (Elaboración propia).	122
Figura 66. Constelación que muestra las cinco categorías de análisis para la investigación de campo (Elaboración propia).	124
Figura 67. Pasos para la creación de las constelaciones de sentido (Elaboración propia).	154
Figura 68. Constelación de sentido del confort y la comodidad (Elaboración propia).	156
Figura 69. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).	156
Figura 70. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).	157
Figura 71. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).	158
Figura 72. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad (Elaboración propia).	160
Figura 73. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad acercamiento (Elaboración propia).	161
Figura 74. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad acercamiento (Elaboración propia).	162
Figura 75. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria (Elaboración propia).	165
Figura 76. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).	165
Figura 77. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).	166
Figura 78. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).	167
Figura 79. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria (Elaboración propia).	170
Figura 80. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).	170
Figura 81. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).	171
Figura 82. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).	172
Figuras 83. Collage previo al collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).	177
Figuras 84. Collage previo al collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).	177
Figura 85. Collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).(Elaboración propia).	178
Figura 86. Collage previo al collage final: Tensión generacional (Elaboración propia).	180
Figura 87. Collages final: Tensión generacional (Elaboración propia).	181
Figura 88. Collage previo al collage final: Semi-público (Elaboración propia).	183
Figura 89. Collage final: Semi-público (Elaboración propia).(Elaboración propia).	184
Figura 90. Collage previo al collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).	186
Figura 91. Collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).	187
Figura 92. Collage de la propuesta de diseño (Elaboración propia).	190
Figura 93. Collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).	190
Figura 94. Collages final: Tensión generacional (Elaboración propia).	191
Figura 95. Collage final: Semi-público (Elaboración propia).	191
Figura 96. Collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).	194
Figura 97. Tabla de constantes y variables a considerarse para la elaboración de la propuesta de diseño. (Elaboración propia).	196
Figura 98. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).	196
Figura 99. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).	197
Figura 100. Bocetos finales de la colección (Elaboración propia).	202
Figura 101. Bocetos finales de la colección: batas, sacos, chalecos, etc. largos (Elaboración propia).	202
Figura 102. Bocetos finales de la colección: batas, sacos, chalecos, etc. cortos (Elaboración propia).	203
Figura 103. Bocetos finales de la colección: pantalones varios (Elaboración propia).	203
Figura 104. Bocetos finales de la colección: batas estilo kimono (Elaboración propia).	204
Figura 105. Bocetos finales de la colección: pantalones cortos (Elaboración propia).	204

ÍNDICE	FIGURAS
--------	---------

Figura 106. Bocetos finales de la colección: vestidos (Elaboración propia).	205
Figura 107. Bocetos finales: propuesta 1 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	207
Figura 108. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #1 (Elaboración propia).	208
Figura 109. Ficha técnica de prenda superior (hoodie) de la propuesta 1 (Samaniego y La Bouef, 2020).	209
Figura 110. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 1 (Samaniego y La Bouef, 2020).	210
Figura 111. Bocetos finales: propuesta 2 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	211
Figura 112. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #2 (Elaboración propia).	212
Figura 113. Ficha técnica de prenda superior (poncho) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020).	213
Figura 114. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020).	214
Figura 115. Ficha técnica de prenda superior (bralette) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020).	125
Figura 116. Bocetos finales: propuesta 3 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	216
Figura 117. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #3 (Elaboración propia).	217
Figura 118. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 3 (Samaniego y La Bouef, 2020).	218
Figura 119. Ficha técnica de prenda inferior (pantalón recto) de la propuesta 3 (Samaniego y La Bouef, 2020).	219
Figura 120. Bocetos finales: propuesta 4 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	220
Figura 121. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #4 (Elaboración propia).	221
Figura 122. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020).	222
Figura 123. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020).	223
Figura 124. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020).	224
Figura 125. Bocetos finales: propuesta 5 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	225
Figura 126. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #5 (Elaboración propia).	226
Figura 127. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020).	227
Figura 128. Ficha técnica de prenda superior (vividí) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020).	228
Figura 129. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020).	229
Figura 130. Bocetos finales: propuesta 6 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	230
Figura 131. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #6 (Elaboración propia).	233
Figura 132. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020).	234
Figura 133. Ficha técnica de prenda superior (poncho) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020).	235
Figura 134. Ficha técnica de prenda inferior (yoga pants) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020).	236
Figura 135. Bocetos finales: propuesta 7 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	238
Figura 136. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #7 (Elaboración propia).	239
Figura 137. Ficha técnica de prenda superior (bata) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).	240
Figura 138. Ficha técnica de prenda superior (bralette) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).	241
Figura 139. Ficha técnica de prenda inferior (short) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).	242
Figura 140. Ficha técnica de prenda superior (camiseta) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).	243
Figura 141. Bocetos finales: propuesta 8 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	245
Figura 142. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #8 (Elaboración propia).	246
Figura 143. Ficha técnica de prenda inferior (biker shorts) de la propuesta 8 (Samaniego y La Bouef, 2020).	247
Figura 144. Bocetos finales: propuesta 9 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	248
Figura 145. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #9 (Elaboración propia).	249
Figura 146. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 9 (Samaniego y La Bouef, 2020).	250
Figura 147. Ficha técnica de prenda inferior (pantalón recto) de la propuesta 9 (Samaniego y La Bouef, 2020).	251
Figura 148. Bocetos finales: propuesta 10 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).	252
Figura 149. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #10 (Elaboración propia).	253
Figura 150. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 10 (Samaniego y La Bouef, 2020).	254
Figura 151. Ficha técnica de prenda única (Vestido) de la propuesta 10 (Samaniego y La Bouef, 2020).	255

ÍNDICE	FIGURAS
--------	---------



# Resumen & Abstract

---



## Resumen:

**Diseño de indumentaria desde la función simbólica.**

**Caso: ropa de dormir para mujeres de 25-35 años de la ciudad de Cuenca.**

Este proyecto aborda al diseño de ropa de dormir y cómo usualmente se da una importancia insignificante a la función simbólica o comunicativa en las propuestas de este sector. Por lo cual se ha investigado para conocer aspectos de dicha función en mujeres de 25-35 años, del medio local. Esta ha sido interpretada, para construir significados en torno a la ropa de dormir, y utilizar estos como inspiración, para conceptualizar una colección, que tenga este enfoque en la función simbólica y por ende una configuración simbólico-funcional. Se ha logrado una propuesta que pretende suplir de manera diferente, no solo las necesidades funcionales de las usuarias, sino también deseos emocionales y psicológicos.

**Palabras clave:**

Ropa de Dormir, Diseño de Indumentaria, Funciones del Diseño, Configuración Simbólico-Funcional, Constelaciones de Sentido .

# Resumen & Abstract

---

## Abstract:

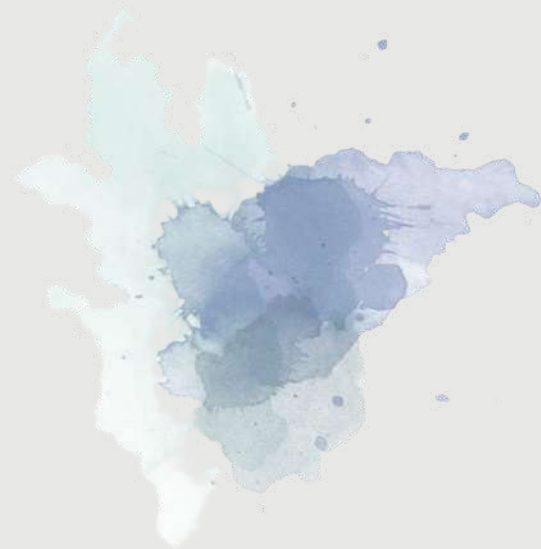
**Clothing design born from the symbolic function.**

**Case: Sleepwear for women from 25-35 years of age from Cuenca.**

This project addresses the design of sleepwear, and how insignificant an importance is usually given to the symbolic or communicative function in the clothing offered for this sector. Therefore, an investigation has been conducted in order to recognize the aspects of this function in women aged 25-35, from the local context. This has been interpreted, to build meanings around sleepwear, and to use these as inspiration, to conceptualize a collection that has this focus on the symbolic function, and therefore a symbolic-functional configuration. A proposal has been achieved that aims to be different, by not only addressing the functional needs of users, but also their emotional and psychological desires.

**Key words:**

Sleepwear, Clothing Design, Design Functions, Symbolic-Functional Configuration, Meaning Constellations.



Ver Anexo N. 7

---

# INTRODUCCIÓN:

*Introducción:*



El presente proyecto aborda el diseño de indumentaria desde las funciones del diseño, con un enfoque especial en la función simbólica y comunicativa, para proponer una colección de ropa de dormir para el público meta de mujeres cuencanas de 25-35 años. La ropa de dormir usualmente no se aborda desde esta función, por lo cual lo que se busca es tener una diferente perspectiva y llegar a un diseño que brinde una propuesta distinta y que solucione las necesidades y supla los deseos de la usuaria de una manera distinta. En primera instancia se ha analizado las teorías con respecto a las funciones del diseño, la función práctica o de uso, la función estético-formal y finalmente la función simbólico-comunicativa. Posterior a esto se ha analizado la configuración simbólico-funcional, que es la configuración que tiene un enfoque en la función simbólica por sobre las otras. Como segundo objetivo esencial a cumplir, se ha analizado a la ropa de dormir, a esta desde el punto de vista de cada una de las funciones, y finalmente a través del levantamiento de la investigación de campo, se ha analizado la ropa de dormir desde el punto de vista de la usuaria meta. Y finalmente, y cumpliendo el objetivo principal del proyecto, se ha aplicado tanto la investigación bibliográfica, como la de campo y todo esto desde la interpretación de esta autora a una propuesta de ropa de dormir con un enfoque en la función simbólica, para mujeres de 25-35 años de la ciudad de Cuenca.

LAS FUNCIONES DEL DISEÑO



01  
CAPÍTULO 1.  
*Las funciones del  
diseño y la  
configuración  
simbólico-funcional*

Y LA CONFIGURACIÓN SIMBÓLICO-FUNCIONAL.

# CAPÍTULO 1.

## 1.1.

**DISEÑO, ¿UNA  
DEFINICIÓN?**

**22**

## 1.2.

**1.2. LAS FUNCIONES  
DEL DISEÑO: ¿CUALES  
SON? Y SUS  
CARACTERÍSTICAS**

**26**

- 1.2.1. Las funciones de un objeto de diseño 27
- 1.2.2. La función práctica o de uso 30
- 1.2.3. La función estético-formal 34
- 1.2.4. La función simbólica o comunicativa 41

## 1.3.

**ANÁLISIS DE LA  
FUNCIÓN SIMBÓLICA Y  
SUS  
PARTICULARIDADES**

**46**

## 1.4.

**LA CONFIGURACIÓN  
SIMBÓLICO-  
FUNCIONAL**

**49**

# 1. LAS FUNCIONES DEL DISEÑO Y LA CONFIGURACIÓN SIMBÓLICO-FUNCIONAL

---

En este primer capítulo se busca explicar la relación entre diseño y las funciones del diseño según las definiciones de un grupo de autores; en específico el diseño como disciplina proyectual, que parte de conceptualizar para crear y cómo este acto puede utilizar a las funciones del diseño como herramienta para la toma de decisiones, sobre la conceptualización y configuración de un objeto de diseño, que puede ser tridimensional o plano (bidimensional).

Para este proyecto es importante recalcar que se ha puesto mayor énfasis en la investigación de la función simbólica, con el propósito de realizar una propuesta con una configuración simbólico-funcional, es decir, una propuesta guiada por la función simbólica, y que necesita de una comprensión profunda de la misma para darse de manera correcta.

Se busca entonces entender qué significa esta configuración simbólico-funcional, cómo se logra, cuál es su propósito, utilidad y relevancia en el mundo contemporáneo y para el diseño.

Al mismo tiempo se pretende lograr una comprensión de cuáles son las funciones del diseño, su importancia y el uso de cada una para el proyecto de diseño, y para el diseñador, cuyo rol implica seleccionarlas y utilizarlas para lograr un diseño que tenga coherencia con lo que el usuario necesita, quiere y busca, así como la interacción adecuada entre el objeto, el usuario y el contexto.

## 1.1.

## 1.1. Diseño, ¿una definición?

Se ha decidido comenzar el capítulo haciendo un intento de definición del acto de diseñar y del diseño, considerando que esto es uno de los objetivos clave para este proyecto. Cabe recalcar que, como se hace evidente a continuación, el diseño es una disciplina compleja de definir, con explicaciones sobre la misma, tan amplias como hay diseñadores, por lo cual se han seleccionado solo algunas definiciones y autores que se consideran relevantes para este proyecto, y estas se han analizado y contrastado para lograr una definición que se considera completa y relevante en la cual basarse.

Partiendo de la perspectiva más amplia, de acuerdo con la definición de la Real Academia Española (2020), diseño es: "un proyecto o plan para configurar algo a partir de una concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie, o también es una descripción o bosquejo verbal de algo". Con lo que se entiende que el diseño o el verbo diseñar hace referencia a la idea principal de conceptualización de un objeto.

Otra definición convencional de diseño, es que este busca proponer un objeto, sea este físico o visual, con el objetivo de resolver un problema o suplir una necesidad del ser humano.

El proyecto de diseño puede estar configurado para realizarse de forma seriada, o puede ser una idea para un proyecto específico que se realizará de manera puntual.

Como se ha mencionado, el diseño es una disciplina compleja de definir por su naturaleza basada en la proyección; existen diferentes definiciones e ideas en torno a este dependiendo de la visión del autor que lo analice, y el enfoque de acuerdo al área o contexto desde el que se refiere. Para Bonsiepe (1993), la definición ha ido variando durante el transcurso del tiempo gracias a cambios en "las temáticas centrales del discurso proyectual" (p.1). Es decir, que la definición de diseño: qué es y para qué sirve, se ha ido transformando dependiendo de los temas que se consideren para explorar a través del diseño en determinados momentos, como pueden por ejemplo ser la tecnología, o la sustentabilidad hoy en día.

Otro tema común desde los años 50 y que tiene trascendencia hasta el día de hoy es el relacionar al diseño con la producción industrial, la estandarización y seriación de los objetos. En cierta forma este suceso se debe al intento que hubo en ese momento de darle credibilidad al diseño, en ese entonces una disciplina nueva; para alejarlo de su reputación como algo superficial y poco serio, y relacionado sólo a la forma o apariencia del objeto, o lo que en el texto de Bonsiepe describe como pensar que el diseñador es un maquillador que se dedica a la cosmética del objeto para darle una apariencia agradable o brindarle belleza, para que este sea más fácil de vender.

Pensar que el diseño se dedica principalmente a dar un aporte a la apariencia es una idea que perdura y que aunque tiene una connotación negativa, del diseño como una profesión banal o poco seria; esta idea es valorada por las industrias justamente porque se ha notado la importancia del diseño en la diferenciación de los productos con los de su competencia, considerando que para muchos consumidores son los aspectos estético-formales del diseño, o estos adornos secundarios los que son la causa de la aceptación de un producto por sobre otro.

Se puede decir que diseño es también esto, abordándolo desde el punto de vista del estilismo; de incorporar aspectos vistosos a un producto, esto sucede cuando el diseñador se encarga mayormente de “adornar” o “embellecer” un objeto que ya ha sido configurado por parte de un ingeniero por ejemplo, donde el rol del diseño está más enfocado en hacerlo más atractivo al público. Sin embargo, a pesar de que esta corriente se ha instaurado y aceptado en la industria, es muy importante recalcar que el diseño no es sólo la sumatoria de los detalles de apariencia, sino que puede ser y es mucho más que eso. Un buen diseño es aquel que surge y está presente desde la ideación y conceptualización del objeto, y se encarga de tomar decisiones desde lo que es notorio a primera vista hasta los detalles que están escondidos, detrás del uso del producto y su interacción con el usuario y el contexto.

Una de las autoras más reconocidas que teoriza sobre diseño, arte, semiótica y cultura (Gaceta UNAM, 2018), es la Dra. Luz del Carmen Vilchis, que en su libro: Metodología Del Diseño, define al diseño recalcando sus raíces etimológicas, que “proviene del italiano disegnare el que a su vez se deriva del latín designare: marcar, designar” (2000, p.37). Y explica que el diseño o el diseñar consiste en una disciplina proyectual cuyo objetivo es solucionar un problema, o satisfacer una necesidad humana, estas necesidades que van cambiando y transformándose, pueden ser físicas o espirituales, ya que el problema a resolver o la necesidad a satisfacer no siempre es práctica o funcional, sino en el caso de las necesidades espirituales, como las llaman en el texto, estas se refieren a necesidades de obtener placer o satisfacción emocional por el uso del objeto, sin que este necesariamente tenga otra función.

Se entiende entonces, que existen diversas definiciones del diseño; según el libro: The Oxford handbook of innovation management, estas pueden organizarse en tres diferentes clasificaciones de acuerdo al área en que se proyecten, estas clasificaciones son: el diseño como la forma o apariencia de las cosas, el diseño como un abordaje creativo a la solución de problemas y la tercera es el diseño como una manera de comprender las cosas (Dodgson, Gann & Phillips, 2013).

Un aspecto interesante que mencionan los autores, es que si se considera al diseño como una manera creativa de resolver problemas, podría este aplicarse a diversas actividades y profesiones. Este intento de asociar al diseño a una mejor manera de pensar, para resolver diversos problemas en diversas áreas, es lo que se conoce como “Design Thinking”. Este término, consiste en tomar una ruta abductiva o intuitiva en vez de analítica y ha sido muy impulsado en los últimos tiempos, nuevamente, como una manera de dar seriedad y valor al diseño. Sin embargo a este abordaje del diseño se contraponen los autores, mostrando que esta perspectiva no tiene una verdadera fundamentación teórica, ya que no se ha demostrado que los diseñadores “piensan mejor”. No es el diseño como actividad lo que es superior a otras, sino el buen diseño (Dodgson, Gann & Phillips, 2013).



En cuanto al enfoque del diseño como una manera de comprender las cosas; este se puede asociar a lo que dice Vilchis (2000) acerca de las raíces etimológicas de la palabra diseño y diseñar, que provienen del italiano disegnare, que significa designar. En el libro de Dodgson, Gann & Phillips (2013), se busca explicar cómo el diseño puede convertirse en una forma de innovación en sí mismo; hablan de que lo que diferencia al diseño de la innovación tecnológica u otras formas de innovación; es que el diseño busca designar a los objetos que rodean al usuario, darles significado, en relación con el contexto y con el usuario. Lo que hace que el diseño sea una forma, o una herramienta para comprender el mundo, o como dice en el texto, que la definición original de diseño desde su raíz etimológica es la de dar sentido a las cosas (Dodgson, Gann & Phillips, 2013).

Entonces mientras la innovación tecnológica se ve impulsada por la idea de cómo hacer que el producto funcione mejor, la innovación a través del diseño y el acto mismo de diseñar, se ve impulsado por la pregunta: de si estos cambios o mejoras en la funcionalidad y forma ¿tienen sentido, para el usuario?, o aportan más sentido al objeto para el usuario en su uso?, o si es prescindible mejorar en la funcionalidad, pero mantener una experiencia que sea más significativa para el usuario (Dodgson, Gann & Phillips, 2013). Entonces se podría decir que el diseño se preocupa por obtener ese balance, entre la funcionalidad y la experiencia significativa, siendo el impulso más importante para innovar en el diseño de un objeto, la experiencia, mas no la optimización funcional.

Como conclusión, el acto de diseñar requiere la concepción de un plan para crear un objeto sea este bidimensional o tridimensional, único o seriado; y que este tenga el propósito de suplir una necesidad para el ser humano. Estas necesidades pueden ser de diversos tipos, desde necesidades físicas hasta emocionales, y todas las que existen entre estas. Por último, lo primordial para crear un buen diseño es comprender que el diseño no es solo crear objetos “bellos” o solo crear objetos útiles, incorporando las últimas tecnologías; sino que el diseño requiere pensar en el usuario siempre, en el uso del objeto y el contexto de uso que la configuración o diseño del objeto debe corresponder con este y tener sentido para este.

## 1.2. LAS FUNCIONES DEL DISEÑO: ¿CUÁLES SON? Y SUS CARACTERÍSTICAS

En el apartado anterior se ha realizado una definición del diseño, que es uno de los objetivos principales de este proyecto, siendo el segundo objetivo, la aplicación de las funciones del diseño y en específico de la función simbólica para la configuración. Por lo cual, dentro de este subcapítulo se analizarán las funciones del diseño, cuáles son estas, las particularidades de cada una, y cómo se aplican para la configuración de un objeto de diseño. Y al hablar de el objeto de diseño, se ha considerado importante también hablar sobre el objeto en primera instancia antes de proseguir las funciones.

Un Objeto, según Abraham Moles (1974) cumple la función principal de actuar como mediador entre el ser humano y el mundo, a través de su utilización, que es la raíz de las palabras utensilio y útil. Expone que el objeto resuelve o modifica una situación mediante este acto de utilización. Otros autores hablan del objeto como algo creado con el propósito de suplir necesidades o deseos del usuario y que este es su propósito para ser creado (Löbach, 1981. Vilchis, 2002). En ambos casos se puede concluir que es el usuario el protagonista de estudio para establecer las funciones o la utilidad de un objeto, y que es este quien le da su valor a través de su interacción con el mismo y a su vez con el medio.

---

## 1.2.1. Las funciones de un objeto de diseño:

Las funciones de un objeto de diseño son aquellas que se vuelven evidentes para el usuario, sobre su relación con el objeto a través del acto de utilizar este. Para los diseñadores, una tarea esencial es tomar las decisiones en cuanto a la configuración del objeto, esto implica decidir sobre cada una de las partes que conforman el objeto, y que pueden clasificarse según la función de diseño que cumplan.

Según Löbach (1981), las funciones se clasifican en funciones prácticas o de uso, funciones estético-formales y en funciones simbólicas. Bürdek (2002), por su parte habla de funciones prácticas y funciones del lenguaje del producto, y dentro de las funciones de lenguaje hace una división entre las funciones del signo y las estético-formales; que a la final nos dan una clasificación muy similar a la de Löbach.



# LAS FUNCIONES

*de un objeto de diseño:*

A continuación se puede observar en el cuadro la división de las funciones según Bürdek. Donde se tiene a las funciones del producto como mediadoras entre el producto y el usuario. La clasificación de estas que hace el autor es primeramente en funciones prácticas y funciones del lenguaje del producto, ya que se puede decir que este considera que a través de las funciones estético-formales y las funciones del signo, que también se subdividen en funciones indicativas y simbólicas, se constituye un lenguaje del producto, concepto que se analiza a continuación al hablar de la función simbólica o comunicativa.

Como diseñadores, para poder decidir sobre estas funciones, se necesita comprender claramente las necesidades de este futuro usuario, lo que sucede usualmente es que el enfoque principal lo representan las necesidades prácticas, esto se da por diversas razones que se hablarán posteriormente, pero dan como resultado que se deje de lado constantemente los aspectos que consideran las necesidades psíquicas y sociales del usuario. El diseñador no siempre tiene suficiente información directa sobre las necesidades del usuario, y resuelve los aspectos relacionados con las funciones estéticas y simbólicas desde su intuición y experiencia, volviendo al diseño una practica de prueba y error (Löbach, 1981. Bürdek, 2002).

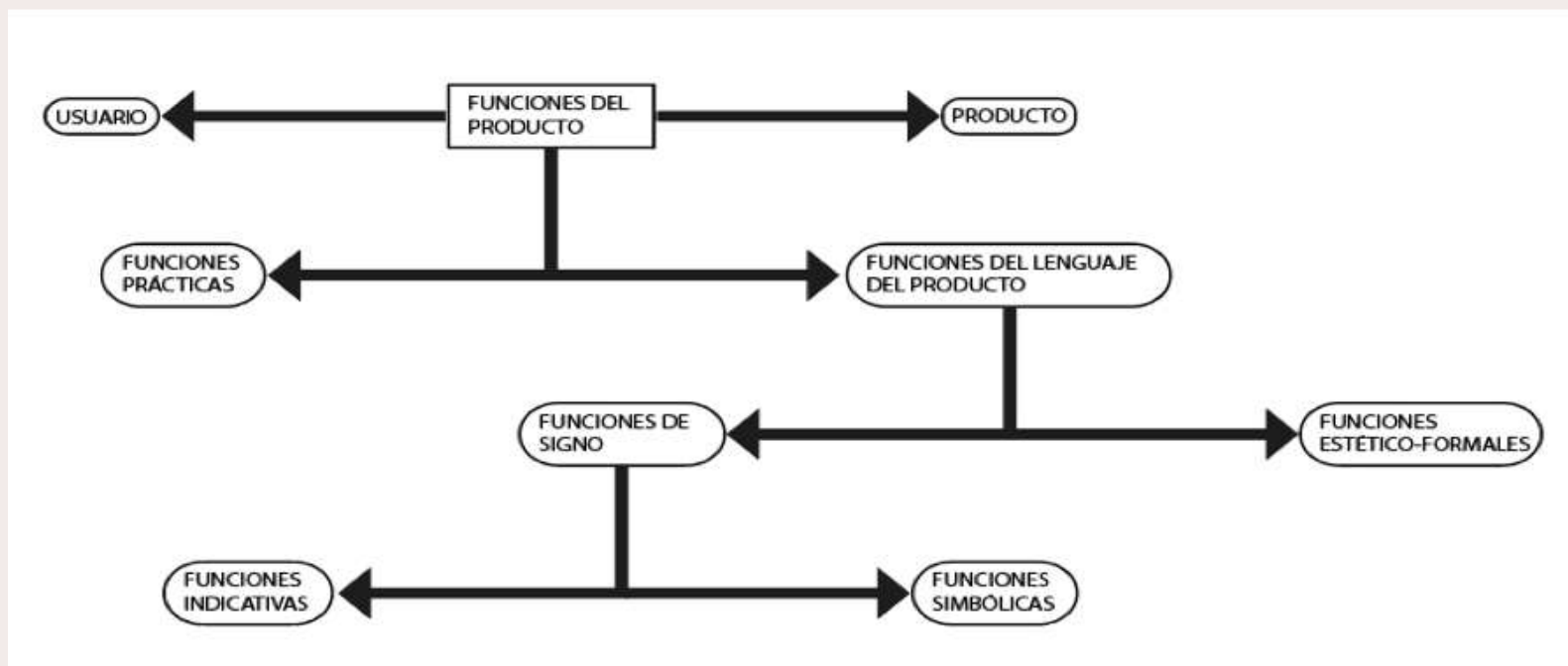


Figura 1. Funciones del producto ( Bürdek, 2002).

## CAPÍTULO 1

---

### SUCAPÍTULO 1.2

Sobre este tema, Vilchis (2000), habla de que es indispensable rescatar la relación diseñador-usuario, que los objetos no deben ser creados pensando en los intereses empresariales que erróneamente crean un usuario arquetípico, en realidad inexistente y con necesidades que así mismo no existen. Este suceso puede considerarse uno de los resultados de la industrialización del diseño y de la necesidad de crear productos en serie, por lo cual muchas veces se busca simplificar y ampliar el público lo más que se pueda, justamente por estos intereses empresariales de los que se habla, pero se llega un punto en el que se han simplificado y homogeneizado tanto las características y necesidades del usuario que estas no responden verdaderamente a lo que el usuario real busca y necesita en sus objetos; se pierde el contacto con el usuario real, y esto es algo que los diseñadores necesitan considerar con detenimiento, ya que sus consecuencias son graves. Por ejemplo que el usuario no entienda lo que se le está proponiendo, que no se identifique con el propósito que este objeto cumple y que el objeto se vuelva inútil.

Algo muy importante que recalcar es que las necesidades también están directamente relacionadas con el contexto. La percepción del usuario sobre un objeto, su utilidad y valor depende de los condicionantes de su entorno, y todo lo que este conlleva. Como por ejemplo la cultura, la historia, el lenguaje, y todos los otros rasgos que pueden ser recolectados para comprender un grupo o una sociedad. Un ejemplo que se encuentra en el texto de Vilchis (2000) que demuestra la trascendencia del contexto sobre las necesidades y como estas se comprenden es que se habla del tambor, que para muchas culturas es una herramienta utilizada para la comunicación, en otros contextos puede por lo contrario ser un instrumento musical o un objeto de adorno; la forma en todos estos casos se mantiene inalterada, pero el uso y la significación del objeto varían según los patrones culturales del contexto.

Como ya se ha mencionado, las funciones del diseño son: las funciones prácticas o de uso, las estético-formales y las simbólicas o comunicativas. Estas responden a diferentes necesidades que pueden tener los usuarios. Usualmente la configuración de un objeto parte de resolver una necesidad fisiológica o primaria del usuario, que se refiere a todas aquellas necesidades que buscan mantener la salud, la respiración, la temperatura corporal, alimentación, sueño, etc. Por lo que el objeto se encuentra dotado de funciones de uso. Al mismo tiempo, todos los objetos están dotados de una forma material, lo que quiere decir que pueden ser percibidos por los sentidos, y en el caso de la indumentaria, tienen una forma física. Y por último la materialidad puede en mayor o menor cantidad llegar a tener un significado más allá de sus características formales y su uso práctico, por lo que podemos decir que el objeto también está dotado de la función simbólica. Todos los objetos en mayor o menor proporción poseen las tres funciones del diseño, pero el determinar cuál función va a ser la principal, determina directamente como se comportan las otras. Y como ya se ha mencionado, es más usual, comenzar desde la función práctica o de uso, lo cual no quiere decir que el objeto no llega a tener función simbólica, pero el objeto se configuraría de manera distinta si se parte desde las características que corresponden a las necesidades pensadas desde la función simbólica (Löbach, 1981).

---

## 1.2.2. La función práctica o de uso:

La función práctica o de uso, se define como la que incluye todas las características de un objeto que están relacionadas con cumplir las necesidades fisiológicas de uso. En el texto de Löbach (1981), se pone como ejemplo la silla, y como las funciones prácticas de esta, permiten al cuerpo prevenir el cansancio físico; su forma permite dar al cuerpo una posición para descansar, la superficie aguanta el peso del cuerpo, el espaldar sirve de apoyo para la columna, etc. En el desarrollo de un producto de diseño, son fundamentales las funciones prácticas y de uso, que permiten facilitar la existencia del hombre y mantener su salud física. Sin embargo es igual de indispensable considerar las otras dos funciones, estético-formal y la simbólica o comunicativa, que mayormente afectan a la salud de una manera distinta que en su fisiología, y por su parte afectan a la salud psíquica y espiritual del ser humano, al estar relacionadas con las emociones, y la comunicación no verbal del mismo tanto en sociedad como en su privacidad.

En el caso de la indumentaria, la función práctica o de uso es indispensable, pero su importancia va a depender del sector y del producto que se está diseñando; por ejemplo en la indumentaria deportiva especializada, la función práctica prima por encima de las demás, al ser esencial para esta el permitir y promover el movimiento correcto y el estado fisiológico adecuado para el rendimiento óptimo del usuario.

Mientras que sí se habla de indumentaria de gala, o vestidos de fiesta, la función práctica es secundaria frente a la simbólica. Podría aludirse al ejemplo de, que la belleza es dolor, en especial en cuanto a la indumentaria y/o belleza femenina estereotípicamente; o que es preferible aguantar algo de incomodidad siempre y cuando se pueda mantener esa imagen aspiracional, que en ese tipo de indumentaria está relacionada con situaciones sociales, donde tener la apariencia óptima es un aspecto importante. Sin embargo, en este mismo sector, se pueden encontrar contra-corrientes que luchan en contra de estos estereotipos, y que dan una opción de ropa de gala o de fiesta con un enfoque primordial en la función práctica o de uso, donde se utilicen materiales y siluetas que permitan mantener un estado fisiológico de confort, y al mismo tiempo adherirse a los códigos vestimentarios que requieren este tipo de indumentaria al utilizar textiles o siluetas que permitan un mayor y más cómodo rango de movimiento. Y es en estos ejemplos donde podemos analizar el enfoque de las funciones en los diferentes sectores de la indumentaria y observar como estos influyen en la configuración.

A continuación se muestra ejemplos de marcas y prendas reales, donde se puede observar y analizar justamente este enfoque primordial que cumple la función práctica o de uso en la ropa deportiva, en contraste de cuando esta es secundaria en la ropa de gala, y un ejemplo también de ropa de gala que busca poner enfoque en la función práctica o de uso, mientras que al mismo tiempo conserva los códigos y las características propios de su sector.

En esta fotografía, se puede observar a la modelo Bella Hadid, utilizando un vestido rojo de corsé, de Versace para el evento de aniversario de 20 años, Bulgari B.Zero1 en febrero del 2019. Se puede apreciar que la forma de la prenda es ajustada y estrecha al cuerpo de la modelo, buscando mostrar su silueta curvilínea y femenina, producto de la priorización de una función simbólica por encima de la práctica, evocando sensualidad y glamour, valores estereotípicamente valorados en este sector de la indumentaria, convirtiéndola en un ejemplo perfecto de las características y valores tradicionales de la indumentaria de gala. Aquí prima evidentemente la función simbólica y estética sobre la práctica.



Figura 3. Bella Hadid en vestido rojo de Versace para el evento: Bulgari B.Zero1 (instyle.com, 2019).



Figura 2. Traje de patinaje de velocidad (Feltman, 2018).

## ANÁLISIS DE EJEMPLOS FOTOGRÁFICOS SELECCIONADOS PARA LA FUNCIÓN PRÁCTICA O DE USO:

Aquí se puede observar un ejemplo de la indumentaria utilizada por los deportistas olímpicos de patinaje de velocidad, donde el estudio de la función práctica es primordial; existe mucha tecnología involucrada, desde textiles inteligentes que permiten la transpiración, hasta la búsqueda de una silueta idónea para promover el aerodinamismo del cuerpo, para lo que se necesita la menor cantidad de volumen en costuras o cualquier superficie rugosa. Estos trajes fueron creados para el equipo de EEUU por la marca deportiva Under Armour, que requirieron 2 años, y emplearon más de 100 mezclas diferentes de textiles para obtener el resultado aquí observado (Feltman, 2018). Este es un primo ejemplo de ropa con enfoque absoluto en la función práctica o de uso, que esta directamente relacionada al uso y las necesidades que este requiere de la prenda.

En estos dos ejemplos a continuación se puede observar que hay una conjugación de las funciones práctica y simbólica, ya que el hecho de ser prendas holgadas no es tradicional de la ropa de gala, que busca usualmente mostrar la figura femenina. Por lo que se le puede atribuir como una respuesta a la necesidad de comodidad, enmarcándola dentro de la función práctica, considerando que el hecho de que las prendas no sean restrictivas ni incómodas, no es tradicional de la ropa de gala, que normalmente busca resaltar la silueta del cuerpo femenino y en su confección existe una tradición de corsetería, pinzas, volos y volúmenes para resaltar y exagerar esta.

Por lo que de estos ejemplos podría decirse que en el ámbito de la ropa de gala, este fenómeno puede analizarse como una característica de la función simbólica, que desafía los códigos tradicionales de este sector de la indumentaria, dándole así un distinto significado, sobre ser más libre, más atrevido y diferente a la norma; podría incluso otorgársele un significado de protesta frente al estereotipo de perfección en la imagen femenina tradicional.



Figura 4. Rihanna usando Givenchy para los NAACP Image Awards (whowhatwear.com, 2020).



Figura 5. Lucy Boyton usando Celine para los Golden Globes 2019 (vogue.com, 2019).



INDUMENTARIA DEPORTIVA:

INDUMENTARIA DE GALA:



Figura 6. Resumen del análisis de ejemplos de la función práctica o de uso (Feltman, 2018. instyle.com, 2019. whowhatwear.com, 2020. vogue.com, 2019).

RESUMEN DEL ANÁLISIS:

Prima función práctica por sobre las otras. La función estética configura para promover las características que busca la función práctica. Y la función simbólica comunica valores de experticia, funcionalidad, aerodinamismo, velocidad, etc.

Prima la función simbólica. Ejemplo de lo que es estereotípicamente deseado en ropa de gala ajustada, muestra el cuerpo, promueve una figura sexy y femenina. Las funciones estética y práctica sirven solo a la función simbólica y quedan relegadas a segundo plano.

Ejemplos de ropa de gala en los que prima la función práctica, y en el que las funciones estética y simbólica sirven principalmente para promover los valores de esta. En la función estética se mantienen materiales y colores tradicionales de este tipo de indumentaria, ajustándose a la función práctica en especial a través de las siluetas. Y gracias a estos cambios y a este enfoque en la función práctica, nacen nuevos significados en la función simbólica, distintos a los tradicionales asociados a este sector de la indumentaria.

### 1.2.3. La función estético-formal:

La función estético-formal por su lado se refiere a todas las características que el ser humano puede percibir a través de sus sentidos al momento del uso del objeto, esta relación está condicionada por la percepción, y al momento del uso, influye sobre o estimula la psique del usuario (Löbach, 1981).

Al estar el ser humano en constante interacción con el mundo objetual que lo rodea, se habla de que estas relaciones entre el usuario y los objetos de diseño, son tan importantes, para la salud psíquica del individuo, como sus relaciones con otras personas (Löbach, 1981).

Lo que sucede a través del uso de objetos dotados de funciones estéticas es que esta relación depende de: “las experiencias anteriores con dimensiones estéticas (forma, color, superficie, sonido, etc.) y de la percepción consciente de estas dimensiones” (Löbach, 1981, p.60). Y esta ocasiona en el usuario una reacción de reconocimiento y aceptación o de rechazo, que es lo que hace que esta función del diseño y su comprensión sean tan importantes para los diseñadores.

La determinación de la apariencia estética del objeto es una de las tareas principales del diseñador, y se refiere a la selección de la forma: color, superficie, sonido, texturas, tamaño, etc. Algo muy importante que recalca Vilchis (2000) es que esta valoración derivada de la percepción es subjetiva, la manera en la que el usuario interactúa y valora el objeto va a ser única y propia a este, ya que como se dijo anteriormente depende mucho del contexto al que este pertenezca y las particularidades con las que el contexto dota al usuario de información, es decir, lo que en este contexto se considera apropiado, bueno, necesario, etc. Pero también la percepción va a depender del usuario en particular, de sus propios gustos, preferencias y prioridades, y hasta de su propia fisiología, como podría darse el ejemplo de que se desarrolle un sentido por sobre otros, y que este usuario tenga mayor interés o enfoque por objetos que estimulan este sentido. Como puede ser el caso de un usuario que tenga aumentado el sentido del olfato, y que tenga una preferencia o mayor apego a productos o marcas que estimulen este sentido, que utilicen el olor como parte de su imagen o método de marketing, como podría ser la marca Abercrombie & Fitch, cuyas tiendas utilizaban un olor reconocible y agradable a sus clientes, que así mismo la ha hecho reconocible por este aspecto.

Nuevamente hablando sobre la percepción, Bürdek (2002) proporciona un recuento histórico, y dice que esta se basa en fundamentos previos con una tradición desde Aristóteles, quien habla de los cinco sentidos como base de la percepción. Los avances más significativos en cuanto al estudio de la percepción son los logrados a mediados del siglo XIX y siglo XX, donde aparece la psicología de la Gestalt, que busca explicar cómo los seres humanos interpretan la realidad a través de su percepción de esta, y van creando formas o figuras mentales de manera inconsciente que son las que permiten esta interpretación. Estas formas específicas constituyen las leyes de la Gestalt como pueden ser la ley de la figura-fondo, de la similitud, de la complección, etc. Las aportaciones de diversos investigadores en torno a estas leyes de la Gestalt dieron como resultado que existan más de cien de estas, donde lo que buscaban es demostrar que en la percepción surgen ciertas globalidades. Hoy en día estas leyes aún son empleadas en el campo del diseño para dotar al objeto de funciones estético-formales y a través de estas a las funciones prácticas o de uso y a las simbólicas o comunicativas.

Se recalca que “Las leyes de la Gestalt se pueden probar de una manera mas o menos clara prácticamente en todo objeto de diseño ya sea bidimensional o tridimensional. Como instrumentos puramente sintácticos (por tanto sin significado específico), no proporcionan referencia alguna al juicio del conjunto de un objeto de diseño” (Bürdek, 2002, p.184). De esta misma manera se puede hablar de que las funciones estético-formales, dentro del lenguaje del producto (donde, como ya se ha dicho, se incluyen a las funciones estético-formales y a las simbólicas o comunicativas), se consideran de igual manera independientes de un significado que puedan posteriormente tener el objeto.

En el texto esto se ejemplifica comparándolo con las lenguas, donde existen “reglas y definiciones inherentes a la producción y a la descripción, que constituyen casi una gramática del proceso formal. (Pero se debe considera que) esta sintaxis está libre de significación” (Bürdek, 2002, p.180). Para que la función estética llegue a tener una significación más allá de su forma, se necesita hacer referencia a cómo esta hace posible la función práctica, o por otro lado cómo esta permite la función simbólica, que sí llega a tener un significado más allá de la forma del objeto.

Uno de los grandes motivos para diseñar con enfoque en la función estético-formal, es que esta es muchas veces el factor decisivo para que el usuario se fije en un producto por encima de otros similares y con iguales funciones prácticas. Esto puede deberse a que estas funciones estéticas son evidentes a primera vista, y es luego, durante el uso, que se valora realmente sus funciones prácticas y a partir de estas, puede el objeto llegar a adquirir funciones simbólicas. Esto se debe mucho a que las funciones estéticas causan en el usuario una respuesta emotiva, Löbach (1981) habla de dar un sentimiento de bienestar; pero podría mejor hablarse de dar un sentimiento de identificación, que el objeto para el usuario tenga una forma con la que este se identifica y gracias a esto el usuario lo busca, lo desea y lo usa. Distinto al arte, donde no necesariamente la forma estética busca identificación con el público, pero puede más bien buscar invitar a distintos sentimientos, como el rechazo, por ejemplo, que al final lo que logra es un cuestionamiento en la persona que está observando o percibiendo esta obra.

Un ejemplo claro de la función estético-formal en la indumentaria son las elecciones que se dan de la materia prima, o textiles, de acuerdo a sus colores, texturas y fibras, etc. Así como también en lo que se refiere a la forma y la construcción de la prenda. La función estética es el medio por el cual la prenda puede estar diseñada desde una perspectiva o con un enfoque en la función práctica, o con un enfoque en la función simbólica.

Para los ejemplos de la función estético-formal, se ha tomado nuevamente a la ropa deportiva, donde tanto la materialidad de la prenda, es decir las bases textiles que se seleccionan, como el patronaje y la construcción van a buscar optimizar el rendimiento físico del usuario, algo clave para este tipo de indumentaria debido a su uso; es decir, las elecciones de la función estético-formal o de la configuración del objeto, promueven el cumplimiento de características de la función práctica, por la naturaleza misma de las prendas, o más bien dicho, por los requerimientos que estas tienen por su uso.

Y sin embargo, secundario a esto, hay aspectos simbólicos, como textiles específicos, o colores y siluetas que con el tiempo han llegado a remitir a una “estética” deportiva (refiriéndose a la estética no como la configuración, sino como un estilo, tendencia o movimiento estilístico) o a los códigos vestimentarios asociados con el sector de la ropa deportiva; como se puede, por ejemplo, hablar de ropa deportiva de una cierta época o para cierto deporte, como la “estética” de ropa deportiva de los años 80’s en las que el spandex y los colores neón eran clave; o la “estética” de la ropa deportiva para practicar yoga, donde se utilizan siluetas holgadas y tejido de punto de fibras naturales, ambas tienen aspectos que remiten a la ropa deportiva en general, especialmente considerando que la ropa deportiva contemporánea ha tomado como inspiración aspectos de la ropa deportiva de diversas épocas y de diversos deportes.

## ANÁLISIS DE EJEMPLOS FOTOGRÁFICOS SELECCIONADOS PARA LA FUNCIÓN ESTÉTICO-FORMAL:



Figura 7. Traje estampado para mujer de Nike sportswear (nike.com.us, 2020).

En este primer ejemplo se observa una propuesta con una selección de materiales y formas y detalles constructivos que son los óptimos para prendas deportivas de entrenamiento, por lo cual estas elecciones de configuración (función estético-formal) corresponden a promover la función práctica sobre la simbólica en esta prenda. Y sin embargo, los tonos y el estampado coloridos que se ha seleccionado, no cumplen una función práctica o de uso, y por ende, su percepción, más bien corresponde a la función simbólica, y se puede interpretar como una prenda juvenil y divertida, que al mismo tiempo remite a dinamismo y energía. Todo esto, tanto las características de configuración que promueven la función práctica, o los aspectos de la función práctica necesarios para este tipo de indumentaria como las decisiones de configuración que en esta prenda promueven un significado más allá del uso de la prenda (función simbólica) se logran a través de las elecciones de la función estético-formal.

---

De la función estético-formal, hoy en día, un ejemplo en la ropa deportiva puede ser el uso de textiles con mucho spandex, los yoga pants o licras deportivas, siluetas muy pegadas al cuerpo, y se han visto también, dependiendo de las tendencias del momento, el uso de colores sobrios, escalas de grises, u opuesto a esto, el uso de colores neones y estampados; Todos estos, colores, cortes y siluetas que promueven tanto a la función práctica, teniendo características de esta función, como también otras promueven la función simbólica y comunicativa. Otro aspecto muy identitario de la ropa deportiva contemporánea es el uso de tela malla o mesh. A continuación el ejemplo dos:

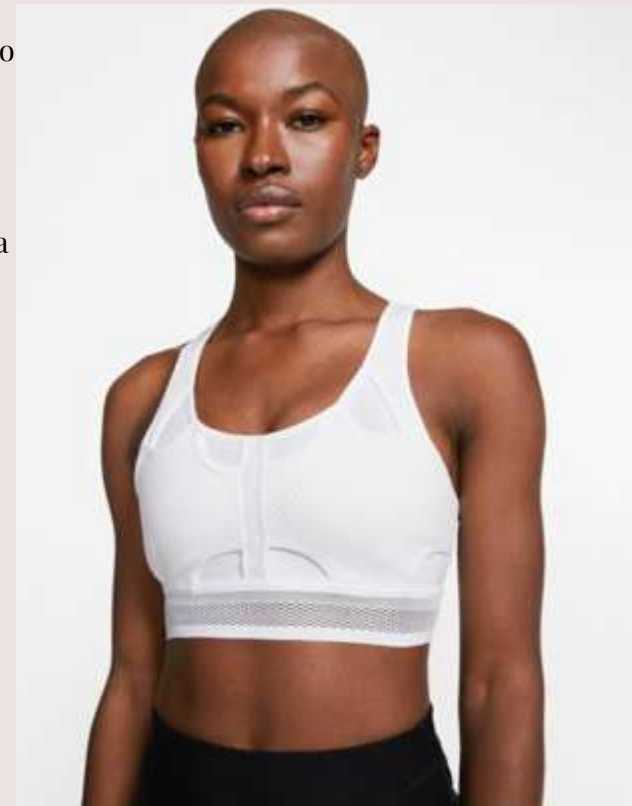


Figura 8. Sujetador deportivo Nike para mujer (nike.com.us, 2020).

El ejemplo anterior es de un brassière deportivo contemporáneo. En un color blanco, muy popular así mismo de la ropa deportiva (al igual que el negro), y con una mezcla de textil mesh y otros textiles de tejido de punto, bandas y elásticos, etc. Que tienen un uso amplio de spandex. En cuanto a la construcción, se observan varios cortes con líneas curvas.

Los dos ejemplos que se han expuesto en este apartado son de ropa deportiva para deportistas aficionados, esto quiere decir que no es ropa para uso profesional o para deportistas de elite, por lo cual aunque ambas cumplen los requisitos de la función práctica para realizar deporte; se observan aspectos de la forma que son puramente para dotar a la prenda de función simbólica, como por ejemplo el estampado colorido del primer ejemplo, que remite a un animal print, con colores dinámicos y alegres, combinados con negro; Y así mismo la cantidad de cortes y diferentes bases textiles en el brassière del segundo ejemplo no cumplen una función práctica, sino que son más bien una exageración de los cortes que si cumplen funciones prácticas en otras prendas de ropa deportiva, lo cual justamente remite a lo deportiva que es la prenda.

Finalmente en los ejemplos a continuación, se retoma nuevamente el ejemplo de la ropa formal o de gala. En donde la selección de materiales, la silueta y la construcción de la prenda van a depender primordialmente de los aspectos simbólicos que se consideran importantes, para esa sociedad o contexto, por ejemplo una estética femenina que busca mostrar el cuerpo y ser seductora es la norma en occidente, esto se ha mencionado previamente en relación a la ropa de gala y lo que estereotípica o tradicionalmente se busca en esta. Como también dependerán del contexto globalizado, ya que sobre todo en la indumentaria de uso público, hay un mayor énfasis en lo que esta a la moda o en tendencia, y este énfasis es aun mayor en la ropa de gala; y es bajo estos criterios, y con este propósito con el que se va a seleccionar los aspectos estético-formales de la prenda. Los aspectos de uso o prácticos, como el ajuste al cuerpo, no ser abrasivo, o no lastimar, entre otras características varias quedan segregados a un nivel secundario, y dependen mas que del material, de la construcción de la prenda, de su forma y de sus acabados, aspectos que también son características de la función estético-formal.

Finalmente en los ejemplos a continuación, se retoma nuevamente el ejemplo de la ropa formal o de gala. En donde la selección de materiales, la silueta y la construcción de la prenda van a depender primordialmente de los aspectos simbólicos que se consideran importantes, para esa sociedad o contexto, por ejemplo una estética femenina que busca mostrar el cuerpo y ser seductora es la norma en occidente, esto se ha mencionado previamente en relación a la ropa de gala y lo que estereotípica o tradicionalmente se busca en esta. Como también dependerán del contexto globalizado, ya que sobre todo en la indumentaria de uso público, hay un mayor énfasis en lo que esta a la moda o en tendencia, y este énfasis es aun mayor en la ropa de gala; y es bajo estos criterios, y con este propósito con el que se va a seleccionar los aspectos estético-formales de la prenda. Los aspectos de uso o prácticos, como el ajuste al cuerpo, no ser abrasivo, o no lastimar, entre otras características varias quedan segregados a un nivel secundario, y dependen mas que del material, de la construcción de la prenda, de su forma y de sus acabados, aspectos que también son características de la función estético-formal.

En estos ejemplos, se ha realizado un análisis leve de los textiles tradicionalmente utilizados para este sector de la indumentaria, como ejemplos de la función estético-formal como pueden ser la seda, satín, randas, guipur, tulle, chifón, terciopelo, brocados, textiles metalizados, bordados, entre otros. Estos diversos textiles son ejemplos de la función estético-formal, ya que por sus características como fluidez, transparencia, rigidez, etc., son percibidos de diferentes maneras por los usuarios, que por ejemplo una mezclilla o jean. Es por estas características que se perciben, y que son deseables en este tipo de indumentaria debido a los significados que posteriormente pueden atribuírseles, que estas son las más comúnmente utilizadas para este tipo de indumentaria; estas así mismo pueden ser manipuladas de diversas maneras para tener diversos efectos como pliegues y volúmenes.

También en los ejemplos se observa que características de la construcción, que así mismo es parte de la función estético-formal, que permiten que estos sean prácticos y funcionales a la vez, es decir, que la confección de las prendas con estos materiales se realiza de una manera tal, que permite tener prendas utilizables, como se puede observar en las imágenes.



Figura 9. Vestido rosa de Chiffon de Giambattista Valli (vogue.com, 2020).



Figura 10. Vestido de encaje de Elie Saab (vogue.com, 2020).



Figura 11. Detalles de construcción vestido corsé de Zac Posen (vogue.com, 2019).

En el primer ejemplo, se ve un vestido rosa de chifón, que es un textil delicado, semi-transparente, que tiene mucha fluidez, y en este caso en específico, se ha utilizado para crear pliegues y un tipo de moño en la espalda. En el segundo ejemplo, se observa un vestido de encaje, mucho más estructurado, con volumétrías en los hombros, y así mismo se observa movimiento y fluidez en la falda creada por pliegues. Este también está bordado con pedrería, y se ve que se han agregado detalles con tulle y chifón. El tercer ejemplo es de los detalles de construcción de una prenda de alta costura, lo que se observa es la corsetería, copas y estructura creada por las varillas. Y todo esto perfectamente escondido, y con una construcción, que permite que este sea usado sin lastimar a la usuaria.

Lo importante de los ejemplos previos está en el cómo la configuración de los objetos de diseño es un medio para realizar estos con un enfoque sea en la función práctica o en la función simbólica. Y la conexión que existe entre las tres funciones y la interacción que estas tienen, se hablará más sobre esta interrelación posteriormente en el texto al hablar de la relación de las anteriores funciones ya analizadas con la función simbólica o comunicativa.

INDUMENTARIA DEPORTIVA:

INDUMENTARIA DE GALA:

RESUMEN DEL ANÁLISIS:



Figura 12. Resumen del análisis de ejemplos de la función estético-formal (nike.com.us, 2020. vogue.com, 2020).

Ejemplos de ropa deportiva con énfasis en la función práctica, sin embargo con detalles que cumplen una función simbólica de remitir a una “estética” deportiva, como son el estampado del primer ejemplo y los cortes y mezclas de textiles en el segundo ejemplo. Este énfasis es posible a través de las decisiones de configuración, que son de la función estético-formal.

Ejemplos de ropa de gala en la que la selección de distintas bases textiles e insumos sirven para otorgar características de la función simbólica como puede ser el crear una prenda romántica, sensual, etc. A través de fluidez, estructura, pliegues, transparencias, entre otras que se le puede dar a una prenda (función estética). Y la función práctica queda relegada a la construcción de prendas con acabados que las hagan aptas para el uso, así como que las prendas tengan el ajuste apropiado al cuerpo. Este enfoque en la función simbólica sobre la práctica se logra a través de las decisiones de la función estética.



---

## 1.2.4. La función simbólica o comunicativa:

La función simbólica o comunicativa, Löbach (1981) la define como aquella que incluye todos los aspectos espirituales, psíquicos y sociales del uso que son reconocibles para el usuario, considerando que la percepción del objeto de diseño causa en este una asociación con experiencias o sensaciones pasadas. Y esta asociación tiene como resultado una reacción emocional en la persona; esto quiere decir que el objeto tiene la capacidad de convertirse en un signo o símbolo, que remite a, o llegue a representar, una idea, experiencia o sensación que el usuario reconozca o que signifique algo para este.

Un ejemplo de esto puede ser, que se asocia al objeto con el contexto en el que se usa. Un ejemplo evidente es el del vestido de novia en occidente, que tiene características específicas como el uso del color blanco, el uso de textiles como randa y tulle y en general una silueta y forma muy reconocible; lo cual hace que tenga una carga emocional, social y cultural tan fuerte, que se ha vuelto dentro de esta cultura, un símbolo de pureza, inocencia y del matrimonio mismo, es decir ha llegado a simbolizar algo mas allá de que su configuración y aun que su uso. Otro ejemplo de un signo importante, en la cultura occidental puede ser el de la cruz que se relaciona con la religión católica, y que dentro de esta es signo de la muerte y resurrección de Jesús (Bürdeck, 2000). Así mismo estos son tan reconocibles en esta cultura, que con solo verlos se remite a estos significados.

Löbach (1981) recalca que la base para la función simbólica es la función estética del objeto, ya que es, a través de los elementos estéticos, de forma, color, superficie, etc, que se tiene el material para la acción de asociar al objeto con un significado más allá de su función o de su materialidad.

Es decir la función simbólica, funciona basándose en "la apariencia perceptible sensorialmente y al caudal espiritual de la asociación de ideas" (p. 62). Lo que se comprende es que, son necesarias: la función estética, la capacidad de percepción del ser humano y estas experiencias y sensaciones, que se acumulan para formar el caudal espiritual, para que el objeto tenga esta capacidad de representar y significar.

Löbach enfatiza mucho la estrecha relación e interdependencia de las funciones estéticas y simbólicas. Pero realmente podría concluirse que no se puede aislar a ninguna de las tres funciones, de las demás, ya que un objeto siempre va a tener las tres, cada una con un mayor o menor énfasis dependiendo de las decisiones de diseño que se tomen.

Como ya se dijo anteriormente, todas las funciones están atadas, pero el resultado de una prenda de indumentaria va a depender de que función priorizada al momento de diseñar, o cuál es la más importante o esencial para tal o cual segmento de indumentaria o público meta, esta decisión de diseño se toma mediante el análisis de los aspectos del segmento de indumentaria y que características de cada función priman en este, y cómo estas varían de un público meta a otro dentro del mismo contexto o diversos contextos.

Dentro de los ejemplos que se dieron en las anteriores funciones de la ropa deportiva, se concluye que en esta prima la función práctica; Así que para como ejemplo para la función simbólico-comunicativa podría tomarse prendas con una “estética” deportiva, que lo que se quiere decir es que tiene atributos simbólicos de la ropa deportiva, y que sin embargo no necesariamente cumple con las características de la función práctica que se requieren para hacer deporte. Este ejemplo es la ropa athleisure, o puede también ser el loungewear también; ambas son parte del sector ropa casual y han sido tendencias que han tenido mucha fuerza desde el 2014 hasta la actualidad. Y justamente lo que toman de la ropa deportiva son ciertas siluetas, materiales y colores. Que lo que logran comunicar es comodidad, y versatilidad; y en especial al mezclase estas características con otras de la ropa casual, y de tendencias en ropa casual. A continuación algunos ejemplos.

En estos se observa claramente el uso de características de la ropa deportiva como el uso de tejido de punto, spandex y siluetas como yoga pants, joggers, hoodies y los bodys; Estos en tonos neutros, pasteles y blancos, mas relacionados a las tendencias en indumentaria casual de ese determinado momento (2017 para la foto de Hadid y 2019 para la de Kardashian) que relacionados a la ropa deportiva de la que toman el resto de sus características.

## ANÁLISIS DE EJEMPLOS FOTOGRÁFICOS SELECCIONADOS PARA LA FUNCIÓN SIMBÓLICO-COMUNICATIVA:



Figura 14. Gigi Hadid utilizando un terno deportivo en rosa pastel (dailymail.co.uk, 2017).



Figura 13. Kim Kardashian utilizando un body y joggers combiandos en tono cafe-gris (dailymail.co.uk, 2019).

SUCAPÍTULO 1.2

En los ejemplos de la ropa formal o de gala, a continuación, es donde la función simbólica o comunicativa prima. Las necesidades que estas prendas cumplen están ligadas a esas ansias de simbolizar y significar, varios aspectos como por ejemplo: lujo, elegancia, prestigio, y el estar a la moda o utilizando las últimas tendencias. Por lo cual ha sido siempre el lugar idóneo para explorar diversas inspiraciones, en lo social, cultural, en lo político, etc. Y representar estas a través de diferentes símbolos y signos, en especial si se habla de la alta costura, o moda conceptual. A continuación algunos ejemplos que se consideran relevantes:



Figura 16. SPRING 2020 COUTURE Schiaparelli (vogue.com, 2020).



Figura 15. SPRING 2020 COUTURE Iris van Herpen (vogue.com, 2020).

Los ejemplos son de diversas prendas todas con una predominancia de la función simbólica por sobre las demás, ya que lo que destaca y lo más importante son los símbolos y significados a los que estas remiten como en el caso de la prenda de Iris Van Herpen, en el que la prenda remite a la forma y colores de algún tipo de insecto; algo muy reconocible y común de sus propuestas, todas tienen esta cualidad de remitir a algo más, sea a través de sus colores, siluetas, estampados, etc, como se observa en los demás ejemplos. Es decir la función simbólica se hace evidente a través de la configuración de las prendas y las elecciones que corresponden a la función estética.



Figura 17. SPRING 2020 COUTURE Guo Pei (vogue.com, 2020).



Figura 18. SPRING 2020 COUTURE Viktor & Rolf (vogue.com, 2020).

INDUMENTARIA DEPORTIVA:



Figura 19. Resumen del análisis de ejemplos de la función simbólico-comunicativa (dailymail.co.uk, 2019. dailymail.co.uk, 2017. vogue.com, 2020).

Ejemplos de ropa casual con una “estética” deportiva; es decir simboliza los aspectos de la ropa deportiva como comodidad por ejemplo; pero no tiene las características requeridas para ser practica para realizar actividades deportivas por lo cual se la llama athleisure o loungewear.

INDUMENTARIA DE GALA:



Ejemplos de ropa formal o de gala donde prima la función simbólica. En cada ejemplo se observan aspectos de cultura popular, religión, política y hasta la naturaleza, que buscan ser representados y analizados a través de las prendas.

RESUMEN DEL ANÁLISIS:

# 1.3.

## 1.3. Análisis de la función simbólica y sus particularidades:

Por la importancia de la función simbólica para este proyecto, se ha realizado un apartado para profundizar más sobre esta, sobre su conexión con el lenguaje y la semiótica; y también ejemplos de como se ha manifestado esta en la historia, y las corrientes de diseño, artísticas y culturales ligadas a esta.

Bürdek (2002) habla del lenguaje del producto, que se refiere justamente a como un objeto de de diseño puede comunicarse; por lo que dice que dentro de este existen señales, que son signos inmediatos que muestran claramente la existencia de algo y que con el objeto tiene una relación lógica que invita a una acción. Esto significa que dentro del lenguaje del producto, ciertos objetos muestran señales directas y simples por ejemplo sobre su funcionamiento, como pueden ser líneas o colores que destaquen estos detalles.

Así mismo Bürdek menciona que dentro del lenguaje del producto aparte de los signos inmediatos, también existen símbolos que son signos indirectos o mediatos y sobre estos en el texto dice que: “Los símbolos tienen un significado completamente diferente. Son instrumentos del pensamiento, remiten a algo más y responden de algo más que del objeto en sí mismo. Tienen carácter "representativo"(...) incluyen aspectos como experiencia, intuición, valoración, normas culturales, etc” (p.178). Es decir, la diferencia con los objetos que tienen señales o signos inmediatos es que los objetos simbólicos o que dan señales indirectas son aquellos que remiten a algo más complejo, por ejemplo un producto de diseño que remita a un rasgo cultural de un contexto específico, este puede a su vez cumplir una función de uso, pero esta no es la que influencia principalmente la forma del objeto; La forma se está decidiendo con el propósito de significar y representar dentro del contexto específico y para un grupo específico de personas, por lo que el objeto, aunque universalmente funcional o útil, realmente solo es idóneo para el contexto específico, donde tiene sentido.

Un ejemplo de este pueden ser las diferentes formas de vestimenta que han surgido históricamente en las distintas partes del mundo, si se comparan por ejemplo la cultura europea con la cultura japonesa, que son dos lugares que tienen estaciones climáticas, donde las personas tienen necesidades fisiológicas similares, de igual manera la indumentaria tradicional de ambos lugares no podría ser más diferente; las siluetas, los materiales, y hasta los estereotipos y estándares de belleza difieren enormemente de una cultura a otra. La indumentaria en ambos casos cumple con las funciones básicas de proteger al cuerpo del medioambiente, pero se ha resuelto de maneras distintas y con resultados distintos, que solo tienen sentido dentro de su contexto.

Bürdek (2002) al hablar sobre la función simbólica o comunicativa del diseño resalta que esta es la más compleja de las funciones y que sólo en los últimos años ha comenzado a cobrar importancia. Dentro de las teorías del buen diseño, siempre ha tenido predominancia la función práctica. “El funcionalismo se consideró como la superación del estilo: la creación aparentemente libre de valores se consideró significativa para la cultura de masas, e incluso como un hito social revolucionario en la historia de la arquitectura y del diseño” (p.223). Esta cita hace referencia a que la primera función en tener predominancia fue la estético-formal, en un momento en el que el diseño y los objetos de lujo pertenecían solo a la clase social alta, cuando se dio el cambio de paradigma y cobró mayor importancia la función práctica, esta se consideró como el inicio de la democratización del diseño. La predominancia de la función práctica sobre las otras entonces se ha debido a su lógica de cumplir con las necesidades que el usuario pide, sin considerar otros aspectos como clase social, raza o género por ejemplo. Sin embargo, cabe recalcar que este fenómeno, se encuentra lejos de reducir la pertenencia de la función simbólica en los productos, sino que más bien les ha otorgado el significado de ser libres de pretensiones que pueden estar asociadas a su costo por ejemplo, a la modernidad y tecnología; conceptos muy asociados al diseño desde la configuración práctico-funcional o desde la función práctica.

La complejidad para realizar un diseño desde la función simbólica se presenta por la falta de reglas para los procesos de diseñar, que sean claras y que consideren los significados simbólicos; esto es algo que se debe a la naturaleza misma de esta función que a diferencia de las otras funciones, donde existen planteamientos en cuanto a la estética formal (función estética) o precedentes empíricos de usabilidad, como los que existen para la función práctica; mientras que para la función simbólica, los símbolos, signos y sus significados sólo pueden extraerse del contexto sociocultural para el cual se está diseñando, y sólo tendrán sentido dentro de este. Por lo cual el diseñador debe emplear “un repertorio de signos inteligibles para el usuario (o el grupo de usuarios) de turno en el proceso proyectual” (Bürdek, 2002, p.224). Con ello las “reglas” que se identifiquen para aplicarse, sólo serán útiles en ese caso en específico, dado que dependen de lo que se extrae del contexto y del usuario mismo.

Estos códigos comunicativos, “reglas” o signos inteligibles, del producto existen gracias a la tradición cultural y formación de grupos sociales que obligatoriamente entienden estos códigos, es decir los significados de los símbolos, propios a este grupo en específico. Gert Selle (1978, citado en Bürdek, 2002) dice sobre los lenguajes comunicativos del producto, como sistemas de signos de vida relativamente larga, que muestran las estructuras básicas y tradiciones sociales, y advierte que dentro de estas se ven reflejados los contextos sociales, socio-económicos y culturales del diseño por lo cual se les puede considerar un “fenómeno de socialización de la cultura” (p.226-227). Por lo que se puede entender que no solo sirven los símbolos para crear productos que tengan sentido dentro de un contexto en específico, pero que una vez que están estos objetos inmersos en el contexto y que significan algo para los usuarios dentro de este, se puede analizar los objetos para comprender los fenómenos sociales y culturales.

---

Acerca de los signos y símbolos, debe decirse también que existen códigos que son universales, códigos macro, que comparten culturas enteras, como en el caso de la cultura occidental, el ejemplo del vestido de novia, que es mucho más grande y aceptado que sólo un país o sólo una ciudad. Así mismo existen muchos otros que son códigos macro, y en el caso de la indumentaria, existen estos en todos los segmentos.

Pero así como existen estos códigos universales, existen también sub-códigos, que pueden ser mucho más sutiles y pertenecer a un grupo pequeño de personas, a un contexto específico, a un grupo social, o a un segmento generacional, etc.

Esto es esencial para recalcar la importancia no sólo de la función simbólica del diseño, sino del diseño en general, ya que muestra una clara conexión entre el entendimiento de los significados de los objetos diseñados, es decir, todo el ambiente creado por el ser humano, y el entendimiento de los fenómenos socioculturales; ya que estos se encuentran interrelacionados y se ven reflejados los unos en los otros. Como por ejemplo los descubrimientos tecnológicos que han logrado cambios y avances monumentales en la historia; o como las corrientes filosóficas y políticas se ven reflejadas en la indumentaria. El diseño y los objetos que son resultado de estos lenguajes están absolutamente inmersos en la vida y la historia humana.





## 1.4. LA CONFIGURACIÓN DESDE LA FUNCIÓN SIMBÓLICA: CONFIGURACIÓN SIMBÓLICO- FUNCIONAL

Como se ha analizado en los subcapítulos anteriores, para la configuración de un objeto de diseño, el diseñador debe tomar decisiones sobre qué función va a tener prioridad sobre las otras. Dentro del texto de Löbach (1981), este define que cuando un objeto está diseñado principalmente desde la función práctica, su configuración lleva de nombre: principio de configuración práctico-funcional o del principio de estética práctico-funcional.

Si este está diseñado principalmente desde la función simbólica, su configuración lleva de nombre: principio de configuración simbólico-funcional o del principio de estética simbólico-funcional.

Y en el caso de una configuración desde la función estética, ya que en este texto se habla principalmente desde el punto de vista del diseño industrial, dice que un objeto de uso desde esta función es mejor llamado un objeto artístico, ya que su función es más la de ser admirada que utilizada. Por lo cual no da nombre a una configuración principalmente desde la función estética. Esta es una posición interesante por parte de Löbach, y que puede deberse a su enfoque desde el diseño industrial.

Desde el punto de vista de esta autora; en el caso del diseño de moda en específico, esta configuración podría llamarse conceptual, o estético-simbólica, ya que a diferencia del diseño industrial aquí sí existe un espacio para estas. Cuyo propósito no es el de cumplir necesidades fisiológicas como es el de la configuración práctico-funcional, y así mismo no es el de cumplir necesidades emocionales como en el caso de la configuración simbólico-funcional. Si no que tiene más bien el propósito de suscitar cuestionamientos por parte del usuario u espectador, como lo haría una obra de arte y como lo hace el diseño conceptual.

Como ya se ha hecho evidente, el enfoque de este proyecto está en la configuración simbólico-funcional, y se profundizará únicamente en esta. Löbach (1981), define al principio de configuración simbólico-funcional o principio de la estética simbólico-funcional como aquel en que “en un producto de uso las funciones simbólicas y estéticas son preponderantes y las funciones prácticas de importancia secundaria” (p.89). Lo que quiere decir, que se pone a las funciones simbólicas o comunicativas, y a las necesidades y deseos que estas cumplen en el usuario, como las principales motivadoras del diseño, mientras que las funciones prácticas, aunque no obsoletas, quedan en un segundo plano.

El uso de la configuración simbólico-funcional para la creación de objetos, era extenso previo a la Revolución Industrial, en especial en la Edad Media y Renacimiento, en esta época los objetos tenían un propósito claro de demostrar el estatus o la clase social de quienes los podían adquirir, portar y utilizar. Mientras que los objetos hechos desde la configuración práctico-funcional “carecían de significado ulterior, cubrían necesidades modestas y eran utilizados principalmente por las clases campesina y burguesa. Estaban huérfanos de pretensiones artísticas, pues no se perseguía con ellos ningún fin demostrativo” (Löbach, 1981, p.89). Lo que quiere decir que los productos que utilizaban las clases campesinas y burguesas, solo cumplían la función práctica para la que fueron diseñadas, sin otros adornos o detalles que podrían hacer más costoso al objeto, y que también servían el propósito de dar otras connotaciones al objeto, como demostrar la riqueza del portador o dueño.

Esta fue la realidad durante miles de años, donde las masas no tenían las posibilidades, y por ello no se podían permitir probablemente ni tener interés en estos objetos fuera de su alcance, su vida estaba llena de sus actividades domésticas, y muy poco de otros aspectos por muchos siglos; para las clases “superiores” esta era la manera en la que debía ser, porque permitía diferenciar muy claramente a un grupo del otro, con tan solo observar las prendas que las personas estaban portando.

El clero y la nobleza, que poseían los productos con la configuración simbólico-funcional, buscaban afirmar con estos su riqueza, poder político y nivel cultural frente a las clases que ellos consideraban inferiores, por lo cual muchas veces las restricciones para acceder a ciertos objetos no sólo dependían de las posibilidades económicas, sino de las mismas leyes que escogían los grupos a los que podían llegar estos; por ejemplo decidían que colores o que materiales textiles podían utilizarse para la vestimenta de cada clase, entonces los objetos eran utilizados como simbolismos para mantener esta rígida diferenciación.

Desde la Revolución Industrial, que tuvo sus comienzos en 1760, se hizo sencilla la producción en serie de artefactos de uso cotidiano, y estos pudieron por primera vez ser accesibles a un gran número de personas, lo curioso es que en este momento, en vez de producir estos meramente desde la función práctica, el diseño se decidió más bien imitar las características de los productos aristocráticos, su apariencia física y su simbolismo; lo que se puede entender de esto es que las personas de clase media o baja, buscaban tener objetos que simbolizaran o representaran a las clases altas a las que ellos buscaban emular y pertenecer. Con el tiempo, se fue democratizando la sociedad, hasta que esta llegó a constituirse dividida en tres clases: clase alta, media y baja, estando dentro de la clase media trabajadora la mayor parte de la población; podría decirse que había dentro de esta dos grupos, la clase media-alta y media-baja, fenómeno que se mantiene hasta la actualidad (Löbach, 1981).

Poco a poco, el fenómeno de la imitación a las elites, o clases altas es algo que ha ido cambiando, dentro del texto: Estudio de las paradojas de la moda, de Casals (2018), menciona que en la actualidad existen distintos modelos en cuanto a la difusión de los gustos, que se considerarían dentro de las características simbólicas de la indumentaria, Como ya se ha mencionado, en el pasado se consideraba obvia la difusión vertical de los gustos, desde las clases altas a las masas, pero hoy en día, esto no es del todo cierto; existen teorías de difusión horizontal y hasta teorías del “burbujeo” en el que las características simbólicas de las clases bajas se vuelven tendencia y comienzan a imitarse por las clases altas, como lo demuestra la tendencia del look homeless, o look vagabundo del que se vio mucho entre los años 2009-2017.

Estos estratos sociales tienen la función de diferenciar distintos grupos dentro de una sociedad al agrupar personas que se encuentran en una situación similar, analizando características como: formación escolar, profesión, ingresos, riqueza, tipo de consumo, zona habitada, tipo de casa y por la clase de uso de productos. Todos estos factores se analizan para asignar el status social de una persona. Entre el status máximo y mínimo encontramos múltiples escalones.

Actualmente, la característica de mayor relevancia para la clasificación de los estratos sociales, es la del poder adquisitivo, a diferencia de épocas pasadas, donde se consideraba igual o más importantes aspectos como la familia de la que se provenía, y el lugar de proveniencia de dicha familia. Actualmente y desde un enfoque globalizado, además del poder adquisitivo, la educación ha jugado un papel altamente representativo que otorga mucho más poder y prestigio a una persona; sin embargo existen aún lugares que mantienen actitudes más conservadores donde se mantienen hasta cierto punto estereotipos tradicionales, principalmente en el caso de ciudades pequeñas o pueblos, donde la población es limitada y tiende a quedarse en el mismo lugar por varias generaciones, o culturas atadas a temas como el sistema de castas o el racismo. Podría decirse que en el caso de Latinoamérica, Ecuador y la ciudad de Cuenca, posiblemente existen ciertos de estos estereotipos en respecto a las clases sociales, y eso es algo que se puede ir descubriendo al analizar los aspectos y características de la función simbólica del diseño en este medio.

Dentro de la naturaleza del ser humano social, está latente la necesidad de pertenecer a un grupo y de afirmar cuál es su posición dentro de este; de esta manera, cada individuo tiene la necesidad de diferenciarse o sobre todo resaltar en el grupo al mismo tiempo que es aceptado dentro de este. Este fenómeno se observa claramente dentro del ámbito de la moda y la indumentaria, donde esta se utiliza para identificarse con el grupo social y facilitar la integración, pero al mismo tiempo busca destacar, existe una necesidad de distinguirse, o se busca también imitar a los estratos sociales que la persona considera más prestigiosos, que el grupo social al que se pertenece en ese momento; esta es una paradoja de la moda, de Simmel (1988).

Según Löbach (1981), existe una la búsqueda constante de esta diferenciación es en especial, la búsqueda de alcanzar un estatus social más elevado o de pretender estar en un estatus social lo más elevado posible. Una de las maneras de lograr esto es la imitación de los símbolos sociales reconocibles de este status al que se aspira, como el uso de objetos que representa a estos; un ejemplo de ello, se ve reflejado en los automóviles, la indumentaria, y los accesorios, así como también el asistir a eventos y lugares a los que estas personas pertenecen, como clubs, fiestas, etc. Para lograr encajar en un grupo social es necesario verse como si se perteneciera a este grupo, y la indumentaria en esto es una herramienta muy fuerte.

Los productos con función simbólica, entonces llegarían a representar y significar el status de las personas que los portan, y a representar y significar la persona que estos quieren mostrar al mundo.

---

A diferencia de los productos que utilizan personas de estratos sociales menores, los productos de status (llamados así por Löbach) cumplen necesidades accesorias, no sólo la función práctica sino una función de hacer al usuario sentirse superior a otros, poseedor de algo “extraordinario”. Anteriormente, en la Edad Media y Renacimiento esto se lograba al darle al producto un lujo estético elevado, en esta época se traducía esto a mucha ornamentación con trabajo manual y materiales de lujo costosos. Hoy en día los productos que brindan status lo hacen gracias a sus materiales de costo elevado, elementos estéticos nuevos, o también la implementación de tecnología. Lo que se puede concluir de esto es que lo que hace que un objeto represente status es "el valor de la novedad, la rareza del producto, la dificultad en conseguirlo o, la mayoría de las veces, su alto precio” (Löbach, 1981, p.95).

Aquí se considera oportuno mencionar que el autor está hablando exclusivamente de los objetos de diseño, como puede ser la indumentaria, que son para uso público, que buscan simbolizar y comunicar algo a otros, ya que lo que sucede con la indumentaria de uso privado por dichos motivos es diferente, ya que no hay esa necesidad tan fuerte de pertenecer, o ser aceptado, o impresionar a otros, sino los símbolos y significados cambian, aunque si exista la influencia de lo que proponen las marcas, y lo que se sabe que utilizan las personas del medio u sociedad a la que se pertenece, como las amistades o familia por ejemplo, pero existen otros aspectos que son relevantes solo para el usuario y posiblemente para un grupo selecto de personas de confianza, que priman sobre lo anterior.

Así mismo, esta opinión de Löbach (1981) acerca de los objetos de diseño creados desde la configuración simbólico-funcional, y de que su propósito es satisfacer la necesidad humana de buscar status y prestigio, y de intentar escalar en esta, aun para los objetos de uso público; hoy en día se podría considerar obsoleta y muy unidimensional.

La opinión de Bürdek (2002) al respecto es que si bien la configuración simbólico-funcional es una estrategia idónea para la diferenciación de un producto por sobre su competencia; y una manera de hacer esto es de buscar que el producto y la marca representen status y prestigio, existen también muchos otros valores que esta puede buscar simbolizar y representar y que en este momento son más relevantes y significativos para los usuarios contemporáneos como por ejemplo temas muy hablados en la actualidad son la sustentabilidad, la igualdad de género, el consumo responsable y la huella ecológica del consumo, entre otros.

Hoy en día es cada vez más común pensar en temas como inclusividad, autoestima, o el medio ambiente y el consumo sustentable, así como también en la búsqueda de satisfacción y optimismo, a través del consumo de indumentaria y de moda. Estos son incentivos mucho más importantes para los consumidores contemporáneos que un producto sólo de status. Así que para adaptarse a estas necesidades, las marcas y empresas contemporáneas buscan resolverlas (estas necesidades) a través de diseñar productos desde la función simbólica. Con el propósito de crear verdaderos objetos símbolos, ya no se investiga a las personas desde solamente desde sus características demográficas como edad, sexo, nivel cultural, salario, lugar de residencia, etc. En este momento como diseñadores, prima el saber y lograr representar los aspectos que son importantes para el usuario según su estilo de vida y lo que dice Bürdek sobre esto es “que este no indica la pertenencia a una clase determinada en un sentido tradicional, sino la pertenencia a actividades, intereses y opiniones comunes. Se habla de datos de AIO: Activities, Interests and Opinions” (Bürdek, 2002, p.231).

A continuación se expone un cuadro, de Plummer (recuperado de Bürdek, 2000), donde se exponen ejemplos de actividades, intereses y opiniones que una persona tiene y que constituyen su estilo de vida. Las actividades que una persona realiza como su trabajo, sus hobbies y su vida social, determinan qué tipo de consumidor es este, de la misma manera, sus intereses pueden ser una guía hacia sus prioridades, ideales y motivaciones; por último las opiniones que este puede tener sobre cultura popular, política, economía, etc. y sobre ciertas marcas o ciertos productos, determina su estilo de vida, y es muy relevante para reconocer hacia qué tipo de usuario se está diseñando.

ACTIVIDADES	INTERESES	OPINIONES
Trabajo	Familia	Si mismo
Hobbies	Hogar	Problemas sociales
Actividades sociales	Trabajo	Política
Vacaciones	Comunidad	Negocios
Entretenimiento	Recreación	Economía
Membresías a clubes	Moda	Educación
Comunidad	Comida	Bienes
Hábitos de compra	Medios de comunicación	El futuro
Deportes	Logros	Cultura

Figura 20. The Concept and Application of Life Style Segmentation (Traducido del ingles) (Plummer, 1974).

Lo esencial para diseñar desde la configuración simbólico-funcional según Burdeck (2002) es considerar esta necesidad de diferenciación, que buscan tanto los usuarios, como las marcas o empresas; y también la investigación del estilo de vida, y lo que esto incluye. Dice también sobre este tema que “Captar, interpretar y trasladar formas de identificación o ansias de identidad a conceptos de diseño es sin duda mucho más difícil que proyectar reglas elitistas de buen gusto bajo el lema del Buen Diseño” (2002. p.232).

Y diseñar finalmente es esto; su importancia y su dirección siempre está más enfocada hacia una orientación cultural que técnica (Burdeck, 2002, p.232). Este es un tema muy actual; por más que un producto sea considerado atractivo o bello, o esté perfectamente construido para cumplir su función práctica, y con un alto nivel de calidad, etc.; si no conecta de una manera emocional, si no causa un deseo grande de tenerlo, si no se ajusta a los valores y estilos de vida del público meta, este producto no se compra y la marca no se considera.

Lóbach (1981) sobre el diseño desde la configuración simbólico-funcional habla sobre la dificultad de este acto y que el trabajo del diseñador justamente es encontrar los medios estéticos a través de la construcción de la apariencia del objeto, de forma que este logre idóneamente transmitir el efecto simbólico que se busca. Según este autor es la apariencia visual del objeto el detalle más importante para diseñar desde la función simbólica. Se puede utilizar otros medios, que estimulen diferentes sentidos como por ejemplo dimensiones acústicas o de sonido, etc, pero para Lóbach la visual seguirá siendo la más importante, y siente que esto es lo que ata a la función simbólica con la estético-formal.

Esta idea ha sido predominante tanto en el arte como en el diseño por mucho tiempo. Pero una idea actual es justamente interactuar de maneras nuevas con los usuarios, crear nuevas experiencias. Para lo cual se busca estimular todos los sentidos, no solo la vista. Como ejemplo podría darse una experiencia de compra, donde se utiliza música y fragancia para estimular los receptores de placer del usuario, haciendo más propenso a comprar, otro ejemplo en el arte, son las creaciones contemporáneas que son interactivas; en las que se puede tocar el arte, y percibirla de varias maneras dependiendo de esto. Estas ideas son nuevas, pero se están volviendo la norma, especialmente al momento de crear vínculos emocionales y significativos con los usuarios.

Para finalizar con este primer capítulo, se necesita recalcar que todas las funciones son importantes, y juegan un rol importante en la concreción de un objeto de diseño, y es por esto que han tenido predominancia una sobre la otra en diversas ocasiones y por diversos motivos; y una reflexión importante también es como estas están interrelacionadas, y como aportan la una a la otra.

Sobre la función simbólica o comunicativa, y la configuración simbólico-funcional, estas han estado siempre presentes en la indumentaria, y como se pudo observar en los ejemplos dados, siempre existen características que se asocian a símbolos y significados mas allá de las prendas, por lo que se tiene distinta indumentaria para diversas ocasiones y actividades; que son reconocibles para distintos contextos, a través de la historia y hasta la contemporaneidad.

Pero se podría decir que este es un momento clave en la historia, para diseñar desde la función simbólica y a través del uso de una configuración simbólico-funcional, ya que el publico esta mas abierto que nunca a ideas como la inclusividad, la igualdad, de genero, de raza y de oportunidades por ejemplo; y como estos existen muchos otros valores positivos mas, que en este momento tienen notoriedad y de los cuales todas las personas, de diversas edades y niveles socio-económicos, quieren ser parte, con la intención de poner su granito de arena, no solo para construir un mundo mejor y mas positivo, sino para sentirse ellos bien, existe un anhelo y una búsqueda de la felicidad, y del auto conocimiento y auto aceptación como nunca antes, y esto se ha regado a la industria de la moda y de la indumentaria.

Por lo cual, en este momento a través del diseño, se podría tomar como una oportunidad para conceptualizar prendas que tengan significados mas complejos, y menos literales, este ha sido el reto creativo que se ha decidido tomar para este proyecto, y del cual se espera obtener resultados que signifiquen para los usuarios todo lo que la ropa de dormir ya significa para ellos, pero llegando a lo mas profundo y a lo mas significativo.

A continuación, un análisis del sector de la indumentaria: ropa de dormir, desde el punto de vista de las funciones del diseño, que se considera una manera optima de analizar a la indumentaria, desde sus aspectos prácticos, estético-formales y simbólicos.



# CAPÍTULO 2.

*La ropa de dormir, las  
funciones del diseño y el  
contexto local*

# CAPÍTULO 2:

**2.1. EL DISEÑO DE  
INDUMENTARIA** **58**

**2.2. LA ROPA DE  
DORMIR, UN  
ANÁLISIS** **59**

2.2.1. Una reseña histórica  
de la ropa de dormir 60

**2.3. LA ROPA DE  
DORMIR Y LAS  
FUNCIONES DEL  
DISEÑO** **78**

2.3.1. La ropa de dormir y  
la función práctica o de uso 79

2.3.2. La ropa de dormir y  
la función estético-formal 85

**2.4. LA ROPA DE  
DORMIR Y LA  
FUNCIÓN  
SIMBÓLICA** **95**



## 2. LA ROPA DE DORMIR, LAS FUNCIONES DEL DISEÑO Y EL CONTEXTO LOCAL

---

En este capítulo se aborda un análisis de la ropa de dormir, se busca comprender a qué segmento de la indumentaria pertenece, cuáles son las características y las tipologías que se encuentran dentro de este, cómo se asocia a las funciones del diseño, o más bien cómo se pueden estudiar las características de la ropa de dormir desde cada una de las funciones.

Finalmente se considera necesario analizar a la ropa de dormir desde el contexto y el nicho de personas al que se dirige, ya que el enfoque de este proyecto está basado en la función simbólica del diseño, siendo necesario situarse de manera coherente en estos parámetros por su dependencia a un contexto y público en particular, estudiando las variaciones y particularidades que estos pueden tener. Para este proyecto, el contexto es la ciudad de Cuenca, Ecuador; y el público meta que se ha analizado son las mujeres de 25-35 años.

## 2.1. EL DISEÑO DE INDUMENTARIA

Para este proyecto es óptimo hacer una diferenciación entre diseño de indumentaria y diseño de moda. Desde la posición de Mussuto (2011), se busca explicar la diferencia, y lo que hace al diseño de indumentaria, el término idóneo para este proyecto y no al término de diseño de moda.

La diferencia clave entre diseño de moda y diseño de indumentaria es que el primero está regido al sistema de la moda, a las tendencias y a crear objetos con ese valor simbólico, mientras que el diseño de indumentaria se centra mucho más en crear lo que es útil y necesario para el usuario, desde todas las funciones del diseño, pero no está atado a la moda necesariamente, en especial al principio de que la moda está en constante cambio y es pasajera (Mussuto, 2011).

La privacidad juega un rol importante en el diseño de ropa para dormir, con ello los usuarios usualmente no la adquieren de manera constante en torno a las tendencias de moda, sino su interés está más vinculado al rol funcional de las prendas, donde prevalecen aspectos como el confort, la calidad y la durabilidad.

Se busca que estas prendas perduren en el tiempo, es por ello que vale recalcar que las personas suelen crear cierto vínculo afectivo con esta indumentaria; y es aquí donde se encuentra la función simbólica de estas en específico, siendo de suma importancia para diseñarlas hacer un análisis de este vínculo para encontrar sus características principales y potencializarlas.

# 2.2.

## 2.2. La ropa de dormir, un análisis

La ropa de dormir, también conocida como ropa de noche, de cama o pijamería, se puede definir como todas aquellas prendas que se utilizan para dormir o a la hora de dormir (Cambridge Dictionary, 2019). Curiosamente no se ha encontrado un registro de una definición explícita de ropa de dormir como tal en diccionarios en español como el de la Real Academia Española, ni en diccionarios o enciclopedias especializados de moda, sin embargo, lo que sí se ha encontrado es el término “prenda de dormir” dentro de las definiciones de las distintas tipologías de indumentaria que pueden comúnmente conocerse como parte de este segmento, por ejemplo, el Diccionario de la moda de Margarita Rivière (2014), en su definición de lencería dice: “cabe incluir las prendas de dormir, como el camisón, el pijama y la bata (dentro de la categoría de lencería)” (p.183). En este texto se encuentran asimismo las definiciones de las prendas antes mencionadas, pero no se las define como ropa de dormir específicamente, sino más bien como prendas de dormir o prendas para dormir.

En las fuentes en inglés sucede algo similar, no se ha encontrado denominado al término “ropa de dormir” como un segmento de la indumentaria, pero si se encuentran segmentos como *sportswear* (ropa deportiva) y *swimwear* (ropa de playa), sin embargo no se amplía una definición de *sleepwear* (ropa de dormir) o *nightwear* (ropa de noche), esto se constata en la *Encyclopedia of Clothing and Fashion* (2005) de la autora Valeria Steele, donde nuevamente se encuentran sólo definiciones e información sobre camisonos, vestidos de dormir, pijamas y batas. Lo que se puede concluir de este hecho es que la ropa de dormir, es un caso particular donde las prendas que se utilicen a la hora de dormir pueden ser muy diversas y variadas, es por esta razón que no se ha definido estrictamente como un segmento propio y por ende, existe una carencia de información tanto histórica como técnica sobre el tema.

La carencia relativa de información sobre la ropa de dormir puede ser por su rol como indumentaria de uso privado, y que a diferencia de la lencería tiene un uso que se considera menos importante, y debido a ello no se le ha dado verdadera importancia dentro de los campos de la teoría del diseño de indumentaria.

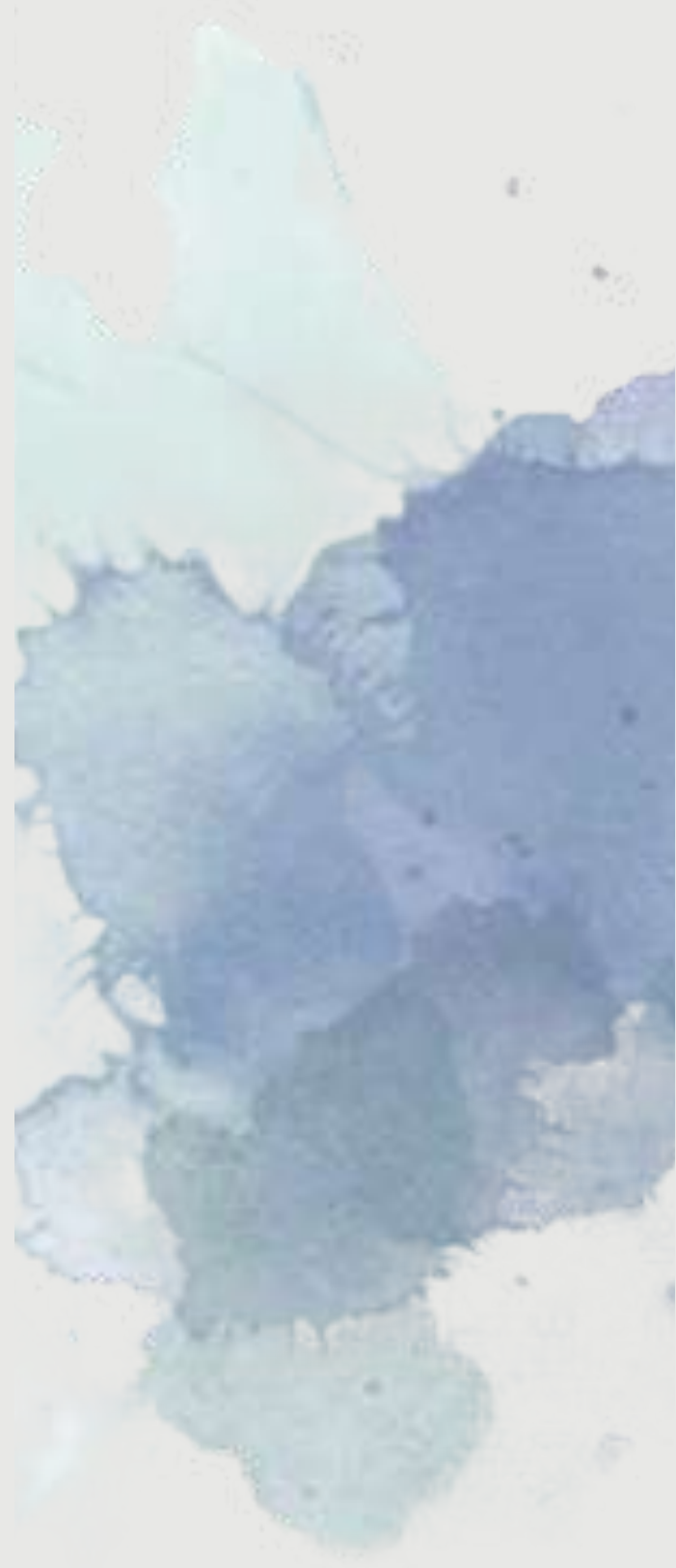
Este es un hecho que llama mucho la atención, ya que se puede argumentar la relevancia histórica de la ropa de dormir desde épocas antiguas hasta la actualidad, ya que son prendas utilizadas por la mayoría de personas en su vida cotidiana pero sobre las cuales existe muy poca información; no se ha logrado encontrar diversos posicionamientos teóricos, como se da por ejemplo en la mayoría de otros segmentos de indumentaria como la alta costura, la ropa casual, sastrería, etc, además también la información cuantitativa en cuanto a uso y preferencias es escasa.

---

## 2.2.1. Una reseña histórica de la ropa de dormir

En diferentes momentos históricos y diferentes culturas la indumentaria utilizada para dormir tanto femenina como masculina ha sido distinta y ha ido evolucionando por diversos factores como el clima, las normas sociales sobre la moralidad, y desde el siglo XIX las tendencias de la moda (Mahe, 2015). A continuación se definen las tipologías que se incluyen dentro de lo que se conoce como ropa de dormir, para comprender las características que tienen en común como grupo y así mismo cuales pertenecen a cada grupo, justificando en cierta manera esta diversificación de tipologías.

Como se ha mencionado anteriormente, la ropa de dormir consiste en una prenda o prendas de uso privado, y es por eso que no tiene el propósito de utilizarse en situaciones sociales, donde su función cumpliría con el objetivo de ser una representación del individuo o comunicar un mensaje ante personas ajenas, esto ha generado una brecha entre este tipo de prendas y el diseño, provocando que no se tenga información clara sobre su historia y evolución en el transcurso del tiempo en el ámbito formal, funcional y estético.



Se sabe que en las culturas antiguas de Egipto y Roma se utilizaba una túnica o camión básico, con patrones cuadrados muy rudimentarios, con el propósito de desperdiciar la menor cantidad posible del textil. En la Edad Media lo que se conoce es que las personas utilizaban su ropa de diario, ropa interior o dormían desnudos, posteriormente aparece el camión o vestido de dormir, que era una prenda hecha de lino o algodón, con una silueta recta, simple y sin adornos; muy similar a las túnicas de la Antigüedad (Mahe, 2015. Rivière, 2014 & Steele, 2005).

Desde los años 1800 se comienza poco a poco a agregar adornos o detalles en estas prendas, en especial en el caso de la ropa de dormir femenina. Se observan adornos como pliegues, bordados, encaje y cintas, así como cambios en la silueta; es en este momento en el que se dividen en camisa de dormir como prenda masculina, que era similar a las camisas que estos utilizaban para el día y la prenda femenina se vuelve el camión o vestido de dormir. Estas comienzan también a realizarse en diversos materiales como franela para climas fríos o en seda, la cual era una tela nueva importada desde el oriente. A comienzos del siglo XX y en especial en la época de 1920 comienzan a hacerse vestidos con los textiles cortados al bias, dándole a estos mayor fluidez y permitiendo acentuar las curvas del cuerpo, algo que coincide con los sucesos sociales y políticos de la liberación femenina y la moda flapper representativa de esa época.



Figura 21. Ropa de dormir masculina siglo XVIII (etsy.com, 2020).



Figura 22. Camisones de dormir masculino (izquierda) y femeninos 1870-1880 (www.augusta-auction.com, 2020).



Figura 23. Elvis Presley, 1956. Utilizando un camión de dormir tradicional, popular hasta la época (www.gq.com, 2020).

Desde ese entonces las siluetas de los vestidos de dormir comienzan a coincidir con las tendencias de cada década tanto en la indumentaria de diario y la que se usaba para salir. Por ejemplo, en los años 20 y hasta los 40 la silueta era ligeramente insinuante mientras que en los años 50 a los 60 la falda se acampanó generando una nueva silueta y así también en la misma década de los 60 acompañando la nueva moda de la mini falda y la liberación femenina, los vestidos de dormir se acortan y se utilizan con unas pantaletas combinadas, a estos vestidos cortos se los denominó “babydoll”. Se comenzó desde principios del siglo XX a confeccionar vestidos de dormir con textiles sintéticos como el nylon o rayón, los mismos tenían estampados coloridos y complejos. Hoy en día el vestido de dormir en todas sus variaciones sigue siendo una prenda muy utilizada como ropa de casa y de dormir (Mahe, 2015. Rivière, 2014 & Steele, 2005).



Figura 24. Camisones femeninos de diversos largos y babydoll. En textiles no tradicionales como chifon, en color azul-verde pastel (fashionbubbles.com, 2020).



Figura 25. Rita Hayworth 1941, vestido en corte al s esgo de nylon (fashionbubbles.com, 2020).

Desde ese entonces las siluetas de los vestidos de dormir comienzan a coincidir con las tendencias de cada década tanto en la indumentaria de diario y la que se usaba para salir. Por ejemplo, en los años 20 y hasta los 40 la silueta era ligeramente insinuante mientras que en los años 50 a los 60 la falda se acampanó generando una nueva silueta y así también en la misma década de los 60 acompañando la nueva moda de la mini falda y la liberación femenina, los vestidos de dormir se acortan y se utilizan con unas pantaletas combinadas, a estos vestidos cortos se los denominó “babydoll”. Se comenzó desde principios del siglo XX a confeccionar vestidos de dormir con textiles sintéticos como el nylon o rayón, los mismos tenían estampados coloridos y complejos. Hoy en día el vestido de dormir en todas sus variaciones sigue siendo una prenda muy utilizada como ropa de casa y de dormir (Mahe, 2015. Rivière, 2014 & Steele, 2005).



Figura 26. Catálogo Colbys 1960, mostrando babydolls coloridos y estampados (pinterest.com, sf).

Paralelo al vestido de dormir aparecen las pijamas, importadas a occidente desde la India en los siglos XVII y XVIII, debido al colonialismo Británico en esta zona. El término pijama proviene de la palabra “epai-jaima” del idioma Hindu-Urdu, y se refiere en específico a los pantalones amarrados en la cintura que se utilizaban en el Medio Oriente por hombres y mujeres de diversas clases sociales, con túnicas por encima como indumentaria de diario. Estas prendas tuvieron auge en Inglaterra desde los años 1870, como ropa para estar en casa o lo que en inglés se denomina como “*loungewear*” que proviene del verbo *lounge* que significa descansar; y posterior a este uso se utilizó como ropa de dormir masculina. Poco a poco fue perdiendo la connotación de prenda exótica, para volverse una alternativa igual de popular que las más tradicionales camisetas de dormir masculinas. Previo al siglo XX, los pijamas en conjunto con la chaqueta de smoking, eran prendas elegantes para estar en casa y recibir amistades, esta tendencia se recicló a través del tiempo volviéndose popular nuevamente en los años 20, 50 y 60.

Las pijamas poco a poco reemplazaron al camisón como la prenda de dormir preferida por el género masculino, ya que, se consideraban prendas más modernas y apropiadas para un estilo de vida activo a diferencia de las camisetas de dormir clásicas.



Figura 27. Epai-jaima tradicional (www.world.dolcegabana.com, 2016).



Figura 28. Ejemplos de un camisón y de un pijamas de 1890, en los comienzos de su popularidad (sfgate.com, 2009).





Figura 29. Patrones de pijama masculina de 1910 (etsy.com, sf).



Figura 30. Patrones Simplicity de pijamas masculinas vintage, sin fecha, pero se puede suponer de 1940-1950 (etsy.com, 2020).

## CAPÍTULO 2

---

### SUCAPÍTULO 2.2

Es importante recalcar que la pijama no fue adoptado como prenda femenina sino hasta la década de 1920 coincidiendo con la liberación femenina; diseñadores como Chanel propusieron pijamas como prendas apropiadas para el uso femenino, para actividades como estar en casa y para realizar actividades deportivas o ir a la playa. La pijama femenina con el paso del tiempo se volvió no sólo una prenda utilitaria sino que su uso se convirtió en un símbolo de moda, y así mismo el pijama a través de los años, en especial el femenino ha ido evolucionando y ajustándose de acuerdo a las tendencias y moda de cada época, sus siluetas, anchos, materiales, detalles, etc. han ido variando.

En la década de 1960 se dio un resurgimiento de la pijama como prenda de moda gracias a diseñadores como Irene Galitzine y Emilio Pucci, lo que trajo consigo el uso del pantalón como una posible prenda femenina y posteriormente fue adoptada como prenda femenina de uso cotidiano. Desde ese momento, las pijamas han resurgido como prendas de moda e incluso para uso público en diversos momentos, el último que se puede recordar fue en el año 2016, donde el uso de la pijama como prenda de uso casual, fue una de las tendencias más importantes de la temporada primavera/verano, esto fue muy aprovechado por diversos diseñadores que hicieron propuestas de pijamas con siluetas clásicas en textiles opulentos y con estampados divertidos.



Figura 31. Traje femenino de descanso, con pantalón (pijama) 1913 ([www.spanglercumplings.blogspot.com](http://www.spanglercumplings.blogspot.com), 2020).



Figura 32. Pijama de playa femenina 1930 ([vintagedancer.com](http://vintagedancer.com), 2015).

Esta nueva concepción e imagen de la pijama como prenda de moda ha sido una tendencia muy aceptada por los usuarios, que incluso hasta la actualidad buscan siempre prendas nuevas y diferentes que sean cómodas y versátiles y que se ajusten a su estilo de vida, y podría decirse que la pijama se adapta a este criterio, se verá con el tiempo si hay un resurgimiento de la pijama como tendencia en la indumentaria casual. (Mahe, 2015. Rivière, 2014. Steele, 2005 & The pyjama from the Raj to LA, 2016).



Figura 34. Pijamas de seda 1965 (flickr.com, 2010).



Figura 33. Sophia Loren en la película: A Countess from Hong Kong, 1967 (anothermag.com, 2016).



Figura 34. Set de pijama Emilio Pucci, 1960's (1stdibs.com, sf).

## CAPÍTULO 2

---

### SUCAPÍTULO 2.2



Figura 35. Emilio Pucci Colección Pre-Otoño 2020 (vogue.com, 2020).



Figura 36. Gigi Hadid, en las calles de NYC 2017 (elle.com, 2019).

A partir de este antecedente histórico, se puede dar conceptos e información más resumida sobre las diferentes tipologías o “clases” de ropa de dormir que se utilizan hasta la actualidad, siendo el conjunto de pijama el más popular, sin embargo las tipologías consideradas ropa de dormir son las que se detallan a continuación:



Figura 37. Camisón masculino de lino blanco (loheinternacional.com, 2019).

## TIPOLOGÍAS DE ROPA DE DORMIR:

**El camisón o vestido de dormir:** El camisón o vestido de dormir, es considerado como la prenda de dormir original, fue utilizada desde la Edad Antigua en las culturas de Egipto, Grecia y Roma, se mantuvo prácticamente igual el siglo XIX cuando se reconoce al camisón ya como un segmento de prendas dirigido únicamente para dormir e inicialmente usado sólo por hombres y adoptado después por el sexo femenino; es a finales del siglo XIX y principios del siglo XX se pone en auge y es cuando comienza a fabricarse de manera masiva y a realizarse en distintos materiales como las novedosas fibras artificiales de esa época, como el raso o la seda artificial y se acorta el largo de la falda que hasta ese entonces se usaba hasta el tobillo, en este siglo la ropa de dormir cambia a un enfoque lujoso, perdiendo la austeridad con la que fue creada, permitiéndose detalles y adornos que inicialmente se consideraban innecesarios y poco funcionales y a la mitad de siglo XX se vuelven cada vez más accesibles y económicas (Mahe, 2015. Rivière, 2014).



Figura 38. Camisón de lino blanco femenino (curiosfera-historia.com, 2020).

En la *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, se relata que “a finales del siglo XX y principios del XXI, los camisones creados por compañías como Victoria Secret incluían un viejo estilo romántico hechas de algodón blanco, cómodas camisas de dormir tejidas extra-grandes y sexy “baby dolls” de satín, que reflejaban los muchos roles y estados de ánimo de las mujeres modernas” (Steele, 2005). En los años 80 el camisón se transforma también en una camiseta larga hecha en tejido de punto, con lo que se comprende que se amplía el diseño en esta área y se inicia la búsqueda de satisfacción de las diferentes necesidades de las usuarias, volviéndose las prendas de dormir cada vez más coloridas y diversas, además de mostrar cómo las prendas de dormir se encuentran influenciadas por las tendencias de cada época, en este caso el auge de la ropa deportiva.

Cabe explicar que en nuestro contexto el camisón o vestido de dormir, es más conocido como bata de dormir, sin embargo la terminología correcta para esta prenda y como se la estudia en la diversidad tipológica de prendas de vestir es camisón o vestido de dormir, ya que la bata propiamente es una prenda diseñada para cubrir la pijama al momento de salir de la cama.



Figura 39. Camisón como prenda masculina (curiosfera-historia.com, 2020).



Figura 40. Camisón victoriano (fashionbubbles.com, 2020).



Figura 41. Camisones años 80 (fashionbubbles.com, 2020).

---

## SUCAPÍTULO 2.2



Figura 42. Camisón femenino contemporáneo (pinterest.com, sf).



Figura 43. Camisón masculino contemporáneo (pinterest.com, sf).

Una variación que surge del camisón es el babydoll, prenda que aparece en los años 50's y tuvo su verdadera fama en los 60's, esta prenda tiene más que una función práctica, una función simbólica y en específico erótica; ya que ha sido diseñada para mostrar más de lo que oculta el cuerpo y con detalles como vuelos y encajes que están tradicionalmente asociados a la feminidad y a la seducción (Mahe, 2015, Rivière, 2014 & Steele, 2005). Esta prenda evoluciona a medida que cambia la lencería o ropa interior de la época y recoge elementos de cada una de ellas, a finales del siglo XIX, las mujeres iniciaron el uso de ropa interior sexy, acto que generó controversias de género en esa época, donde los conservadores veían estas prendas únicamente dirigidas para prostitutas, sin embargo la liberación femenina fue tomando fuerza y es con la llegada de la minifalda que en la década de 1960, cuando para dormir se empezaron a usar batas cortas con tiras regulables y copas rígidas para mantener el busto levantado, usando materiales como encaje y seda que evocaban al tacto y transparencias que permitían apreciar la sensualidad del cuerpo femenino, también fue el auge de los ligeros en esta época (Steele, 2005).

Existen varias siluetas que pueden usarse en los babydolls, ya sean cortes en “A” muy cortos o cortes ajustados al cuerpo y con un sistema de varillas evocando la época de los corsé, pueden incorporar copas rígidas o simplemente dejar una silueta natural; pero su común denominador siempre es la evocación de la sensualidad del cuerpo femenino y el erotismo, dejando de lado la parte de comodidad y en general las características más funcionales y prácticas de las prendas de dormir.

**Los pijamas:** El término pijama nace de la palabra “pae jama” o “pai jama” de origen indio, cuyo significado es ropa para las piernas o prenda para las piernas, estos consistían en pantalones anchos ajustados en el tobillo o desde la rodilla y con abundante tela en la zona de muslos y cadera, ajustándose nuevamente en la cintura con un cordón, estos eran usados en países como como la India, Irán, Pakistán y Bangladesh tanto por hombres como por mujeres, generalmente con una túnica en la parte superior del cuerpo; posteriormente el término pijama se ha usado para definir a la ropa de dormir compuesta por dos piezas generalmente pantalón y camisa; pudiendo estas variar en sus siluetas, dimensiones de largos y materiales. Una variación del pijama puede ser el jumpsuit que consiste en que la parte superior e inferior estén unidas en una sola prenda (Mahe, 2015. Rivière, 2014 & Steele, 2005).



Figura 43. Influencia oriental desde la que surge el pijama. Hombres musulmanes utilizando pijamas (varios estilos), Bombay, 1867 (ogimages.bl.uk. sf).



---

Las pijamas como prenda de dormir se originaron en Inglaterra en la década de 1880 y eran de uso netamente masculino, estaban fabricados usualmente en franela y en el transcurso del siglo XX se fue extendiendo su uso por el sexo femenino que inicialmente la usaban como traje para ir a la playa y en el año de 1920 el auge de la moda andrógina elevó la popularidad del uso de pijamas para las mujeres que se mantiene ya como una prenda unisex hasta la actualidad (Steele, 2005).

Cabe recalcar que en la actualidad las pijamas son las prendas de ropa de dormir más utilizadas por ambos sexos, y lo han sido estadísticamente desde los años 80, tanto así que en inglés como en español y en el medio, muchas veces se utiliza este término al hablar de toda la ropa de dormir, es tal su importancia.



Figura 45. Pijama femenina de los años 50's (pinterest.com, sf).



Figura 44. Pijama masculino (esquire.com, 2020).



Figura 46. Pijama femenina 1920's (fascinationstreetvintage.wordpress.com, 2015).

## CAPÍTULO 2

---

### SUCAPÍTULO 2.2



Figura 47. Pijama masculino contemporáneo (gruporya.com, 2018).



Figura 48. Pijama contemporáneo femenino: múltiples estilos (elespañol.com, 2019).

**La bata:** es una prenda que podría considerarse más como accesorio, su función principal es cubrir a la ropa de dormir, normalmente se ata a la cintura, y tiene la función de proteger la ropa que está debajo, proteger a la persona del frío, así como también hacer que la persona se vea más “presentable” para realizar sus actividades en frente de otros, ya que la ropa de dormir principalmente en el caso de las mujeres, da una excesiva sensación de vulnerabilidad y de estar expuesta, aun cuando se está en un ambiente de privacidad y confianza como puede ser el hogar. Nuevamente hoy en día esta prenda tiene siluetas variadas y se realiza en diversos materiales que pueden tener una función más decorativa o funcional (Mahe, 2015. Rivière, 2014 & Steele, 2005).



Figura 49. Bata masculina para estar en casa (lounge) (thewidowflannigan.tumblr.com, sf).



Figura 50. Bata femenina para estar en casa (lounge) (fascinationstreetvintage.wordpress.com, 2015).

Su origen data del siglo XIX como una prenda con la que se podía recibir a personas dentro de casa, su corte tradicional combina solapas de esmoquin, mangas largas con vueltas en la zona del puño, largo a media pantorrilla, cinturón anudado a la cintura y bolsillos rectangulares sobrepuestos, inicialmente se la fabricaba en materiales abrigados y poco a poco fue diversificándose hasta tener batas abrigadas y ligeras, pudiendo utilizarse textiles como la seda tanto para mujeres como para hombres; de esta prenda se deriva posteriormente el batín cuya diferencia es el largo que llega arriba de la rodilla a diferencia de la bata que llega a la pantorrilla. “La imagen del playboy se ha ligado también a esta prenda. El editor de la revista Playboy, Hugh Hefner, se ha hecho fotografiar tradicionalmente con ella” (Rivière, 2014).



Figura 51. Bata masculina (i.pinimg.com, sf).

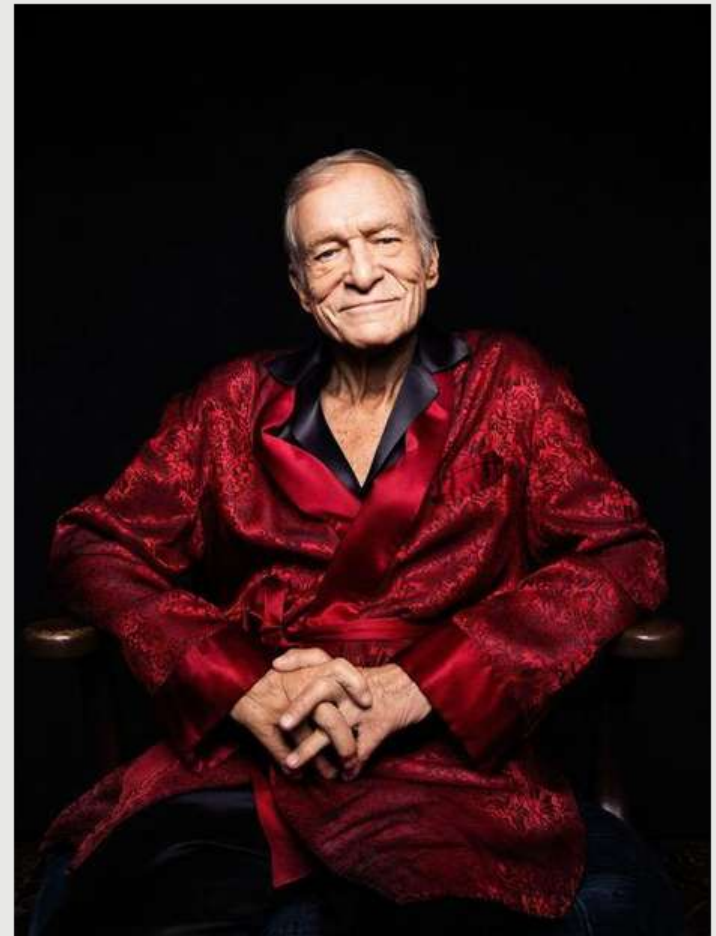


Figura 53. Hugh Hefner, Personaje icónico por su uso de bata (pinterest.com, sf).



Figura 52. Bata femenina años 70's (fashionbubbles.com, 2020).

### SUCAPÍTULO 2.2

Para concluir este análisis de la ropa de dormir, se ha encontrado que el mayor obstáculo es que la recopilación del antecedente histórico de este universo del vestir es limitado y se ve oscurecido por la naturaleza privada de estas prendas, lo cual ha limitado nuestro conocimiento histórico, así como también análisis e información contemporánea, debido a la carencia de interés sobre este por los académicos del diseño de moda y de indumentaria.

La ropa de dormir ha tenido fluctuaciones en su importancia a través de su historia como por ejemplo, lo que se sabe sobre la ropa de dormir es que previo al siglo XX, tuvo mínimos cambios en su apariencia, decoración y en el rol que tenía en la vida de las personas, con la excepción de momentos específicos y en el caso de las élites, como por ejemplo el famoso boudoir del siglo XVIII. que era considerado un espacio privado, de socialización femenina, en el que se utilizaba elaborada ropa de dormir para recibir amistades, tener conversaciones y comer, o para estar en privado. Este espacio con el tiempo se vio erotizado y fetichizado, que es la imagen que posteriormente en el siglo XXI y XX se tiene sobre él (Reynolds, 2005).

Sin embargo es gracias a esta idea erotizada del boudoir y de la ropa de dormir, que su uso y la visibilidad resurgió, por ello se observa la “ropa de boudoir” en el cine y fotografías de los años 20 y 40, es en esta época de donde más información se ha logrado recopilar y cuando más importancia se dio a la ropa de dormir, en la época moderna. También en el tema de moda, y tendencias, había mucha visibilidad de la ropa de dormir de las estrellas de cine por ejemplo, y estas se fabricaban y acompañaban, con zapatillas de tacón y turbantes, así como también materiales costosos y diseños elaborados.

Pero, posteriormente ¿qué sucedió con este auge de la ropa de dormir?, ¿por qué su importancia ha tenido un declive tan grande? Podría decirse que con la revolución industrial y el sistema capitalista; la necesidad de las personas de trabajar y estar fuera de casa la mayor parte de su tiempo, aun incluyendo las elites; ha causado que la ropa de dormir, que es exclusiva de la casa y el espacio privado, no tenga los usos, ni la importancia que en algún momento tuvo. Y específicamente en el caso de la ropa de dormir femenina, fue en los años 40 que el rol de la mujer fue por última vez exclusivamente de estar en casa. Posterior a esto, poco a poco y con variaciones dependiendo de los países y de las sociedades, que la independización de la mujer y su adaptación al rol de trabajar fuera del hogar, ha hecho que la indumentaria de trabajo, semi-formal y casual tome un rol principal en la vida de las mujeres, y que finalmente la ropa de dormir quede segregada a un uso y a una importancia mucho menor. Puede este ser el motivo muchas veces a este segmento de prendas a ser ignorado por los estudiosos de moda, indumentaria y tendencias, y que también hay esta idea en la mente de las personas comunes de que la ropa de dormir es secundaria, poco importante, o que no representa ni debe representar sus gustos, o personalidades.

Se considera que sería interesante ahondar en la ropa de dormir, porque aunque su uso y su importancia se ha visto minimizado en las últimas décadas, sigue siendo una parte diaria de la vida de la mayoría de personas, y en especial, ya que hoy en día existe un cambio de paradigma al uso de indumentaria cada vez más casual, y cómoda, así como también una preferencia de trabajar desde casa; motivos por los que podría darse que pronto la ropa de dormir tenga un resurgimiento en su importancia.

## 2.3. LA ROPA DE DORMIR Y LAS FUNCIONES DEL DISEÑO

Las características de las prendas de dormir pueden, como en el caso de todo objeto diseñado, ser analizadas desde las funciones del diseño. Por lo tanto todas las características que correspondan a la función práctica o de uso, tendrán que ver con las necesidades fisiológicas del usuario, que se analizan en este capítulo a profundidad, y el cómo la ropa de dormir promueve o facilita el descanso y puede influenciar en un reposo y recuperación óptimos. También las características que se hacen presentes en las necesidades de uso para otras situaciones, como previo a dormir, o en general como ropa de hogar para ejecutar tareas ligeras del la casa, como limpieza, ver televisión, lectura, etc., actividades que algunos usuarios pueden elegir realizarlas en ropa de dormir.

Los aspectos principales de la configuración de la prenda (función estético-formal), que afectan a las necesidades fisiológicas son los materiales que se puedan seleccionar y la silueta de la prenda.

Por otro lado, se pueden analizar otras características que corresponden a la función estético-formal y que así mismo intervienen a la configuración de la prenda, estas son los cortes, la cromática y las tecnologías que pudieran utilizarse, entre otros que se analizan a continuación y que influyen en las otras funciones.

Por último los aspectos de la función simbólica o comunicativa, serán todos aquellos que se hagan presentes al analizar las características de las funciones previas, e identificar las sensaciones, emociones y sentimientos que existen en torno a estas, así como otros aspectos como la situación de uso, y a que ideas se asocian a este espacio o a esta actividad por ejemplo, que finalmente pueden tener una repercusión en los sentidos y significados que se asocian a las prendas que se relacionan con estos.

Es decir que se pueden encontrar estos símbolos y significados que surgen de la configuración de la prenda y se apoyan sobre la función estético-formal, pero también otros símbolos y significados que están atados a ideas más allá de las características funcionales y de la configuración de la prenda, mas bien ideas que surgen de la relación con el entorno, el usuario y la prenda.

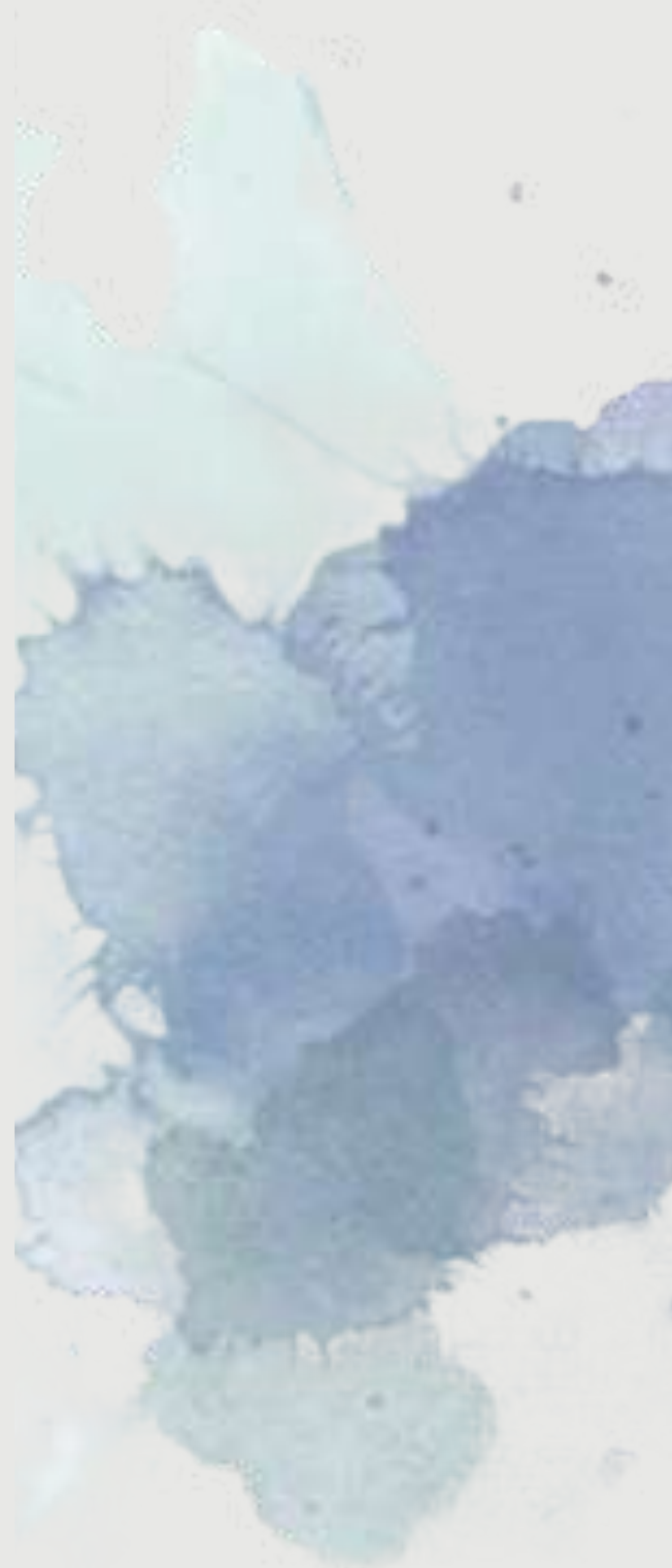
Como por ejemplo en la ropa de dormir, una de las características de la función practica que más relevancia tiene es el confort, este puede analizarse desde las características que la constituyen, pero al ser analizado desde la función simbólica, se puede encontrar que confort, o una prenda confortable para el usuario significa estar envuelto de una sensación de suavidad o asociado a la relajación y carencia de estrés y preocupaciones.

Dentro de la ropa de dormir los signos y significados, propios de este segmento o tipo de indumentaria podrían ser algunos asociados a la idea del espacio íntimo, la vulnerabilidad, entre otros; estos serán analizados así mismo, buscando comprender cómo suceden y qué significan en el contexto y para el usuario meta de este proyecto; para posteriormente usar esta información como base de la propuesta de diseño.

---

## 2.3.1. La ropa de dormir y la función práctica o de uso

Para analizar la ropa de dormir desde su función práctica o de uso, se debe primero conocer las necesidades fisiológicas existentes a la hora de dormir y cuáles son las condiciones óptimas para el descanso. En segundo lugar se puede analizar las características y condicionantes clave para la creación de prendas funcionales y prendas ergonómicas, que son los que toman en consideración la función práctica para el diseño de indumentaria. Y finalmente se analiza el confort, que es la necesidad clave que se busca satisfacer desde lo funcional en la ropa de dormir; todos estos análisis se realizan con el fin de establecer variables clave para la toma de decisiones de diseño con el objetivo principal de promover una relación adecuada entre la prenda y el usuario.



Dentro de la página web de la *Harvard Medical School Division of Sleep Medicine*, se habla de que los factores externos que afectan el sueño son varios, como por ejemplo la salud del individuo, donde se mencionan condiciones médicas o psicológicas que podrían afectar el sueño como son el dolor crónico, la ansiedad entre otras.

Otros factores que se mencionan son el uso de medicamentos, así como ciertas drogas y sustancias, entre otras, donde se menciona por ejemplo la cafeína y el alcohol, y cómo afectan estas a la calidad del sueño. Otro aspecto importante es el del ambiente donde se duerme, pudiendo existir en este factores que influyen sobre el sueño como en primera instancia la luz, que afecta de manera directa e indirecta el sueño al hacer que sea más difícil conciliar el sueño e indirectamente al afectar el reloj interno de la persona, y de esta manera interfiriendo en el horario en el que esta se empieza a sentirse somnoliento; un segundo factor es el sonido, que si es muy alto causa que la persona se despierte durante la noche intermitentemente; por último el tercer factor, y en realidad el único que se puede influenciar a través de la indumentaria es el de la temperatura. No existe una temperatura óptima general, sino que está varia de individuo a individuo y según la temperatura ambiente. Sin embargo las temperaturas extremas no son recomendables ya que causan disturbios en el sueño, la indumentaria juega un rol importante sobre este aspecto, ya sea en la elección de materiales, el desarrollo de textiles inteligentes, el patronaje, etc.

Para comprender que aspectos y factores se consideran para crear indumentaria desde la función práctica, se ha analizado el artículo llamado: Diseño e ingeniería de indumentaria funcional de la autora, Gupta, D, donde habla de que para lograr una prenda que sea funcional, esta debe cumplir requerimientos fisiológicos, biomecánicos, ergonómicos y psicológicos (2011).

Sobre **los requerimientos fisiológicos:** Estos están relacionados con la anatomía del cuerpo humano, es decir su forma, tamaño, masa, fuerza y las actividades metabólicas de este, y paralelamente a la necesidad del cuerpo de sentirse cómodo en un sistema de indumentaria. Esta comodidad se encuentra condicionada por la forma, tamaño, y sensaciones que la prenda puede causar gracias a su diseño. El factor más importante que afecta las necesidades fisiológicas, según el texto es el metabolismo del usuario, las propiedades termales de la prenda y las condiciones climáticas del ambiente (Gupta, 2011). Se hablara más sobre las propiedades térmicas de los textiles y las prendas cuando se hable sobre estas en respecto al confort o comodidad.

**Los requerimientos biomecánicos:** en el texto se los diferencia de los fisiológicos, ya que los requerimientos biomecánicos se refieren específicamente al cuerpo en movimiento; y al análisis de las características mecánicas, cinemáticas, dinámicas y conductivas de actividad humana. Esta es particularmente relevante cuando se habla de indumentaria funcional para actividades de con requerimientos específicos, como en el caso de ropa deportiva de alto rendimiento o indumentaria especializada para astronautas, policías, bomberos, entre otros. En estas actividades, el cuerpo puede estar condicionado por posturas o movimientos extremos, y ya que la indumentaria forma una cobertura sobre el cuerpo, existe una interacción mecánica entre estos en distintos lugares del cuerpo mientras este está en movimiento. La forma y el ajuste de la prenda pueden causar fricción y presión sobre el cuerpo, e inevitablemente lo harán, pero a través del diseño se tiene control sobre esta interacción.



Estas características pueden ser aprovechadas y utilizadas por ejemplo para motivos terapéuticos, de rehabilitación o para moldear al cuerpo a través de la compresión. Para aplicar esto al diseño se necesita un amplio conocimiento sobre el cuerpo humano, anatomía, y las propiedades mecánicas de este, así como sobre los beneficios y características propios del tipo de indumentaria que se diseña. En el caso de la ropa de dormir, podría existir una propuesta que utilice estas características donde sea óptimo comprimir, o ser un apoyo para el cuerpo a través de la prenda como es el caso de las medias o calcetines de compresión (Gupta, 2011).

Cuando se habla de la función práctica del diseño en general, y por supuesto en diseño de indumentaria, una de las primeras palabras que vienen a la mente es la palabra ergonomía o ergonómico, estas se pueden definir como la disciplina científica que está relacionada a la interacción del ser humano con los elementos del medio donde trabaja o se desenvuelve en una actividad, y como estos se pueden modificar, a través de las decisiones de diseño, para optimizar el rendimiento y el bienestar de la persona (Martins, 2009).

Dentro del texto de Gupta (2011), se habla de que las **consideraciones ergonómicas** dentro del diseño de prendas funcionales, principalmente buscan adecuar a las características mecánicas de la indumentaria, de tal forma que sean idénticas al rango de movimiento, libertad y fuerza del cuerpo humano y sus articulaciones. En el caso de indumentaria de trabajo; la seguridad y salud del individuo dependen de ello. Para la ropa de dormir es un tema mas relacionado al confort, sin embargo es muy importante tener en cuenta las consideraciones ergonómicas para diseñar una prenda con características de la función práctica.

El ajuste de la prenda es uno de los factores esenciales para crear una prenda ergonómica, ya que ropa demasiado floja puede impedir el movimiento o atascarse y atraparse en otras cosas, y así mismo la ropa demasiado apretada genera incomodidad; esta es una consideración muy útil para el diseño de ropa de dormir donde el promover la comodidad y la salud son indispensables para que la indumentaria cumpla la función de promover el descanso.

Los últimos requerimientos de los que habla Gupta (2011) en su artículo de pautas para el diseño de ropa funcional, son los **requerimientos psicológicos**. Se ha considerado óptimo hablar sobre estos como una característica de la función simbólica, y hablar más ampliamente sobre estos en el subcapítulo 2.4 La ropa de dormir y la función simbólica. Pero es muy importante y de mucho interés notar que esta autora, que habla desde un punto de vista de funcionalidad, menciona como un requerimiento en la indumentaria funcional a los aspectos psicológicos.

Este texto de Gupta (2011) es muy útil para pautar los requerimientos de la indumentaria funcional en general con todas las consideraciones de la función práctica o de uso, pero para la ropa de dormir, es importante recalcar que estas características difieren de la ropa de trabajo o deportiva de alto rendimiento, así que se ha considerado para completar esta información el artículo: Ciencia en el Confort de la Indumentaria (nombre traducido del ingles: *Science in Clothing Comfort*) de los autores Das & Alagirusamy (2010), donde se habla de los componentes y factores a considerarse para maximizar el confort del usuario a través de la indumentaria.

Se menciona que existen cuatro elementos básicos para la indumentaria confortable que son: los aspectos termo-fisiológicos, los sensoriales o táctiles, los fisiológicos y los de ajuste. Posteriormente en el texto se analizan los aspectos físicos, termo-fisiológicos, neuro-fisiológicos y psicológicos como los procesos involucrados dentro del confort humano.

---

En este se define al confort como “un estado de armonía entre los estados físicos, fisiológicos y psicológicos del ser humano y el ambiente en el que se encuentran” (Das & Alagirusamy, 2010, p.79) Por lo que se entiende que todos estos están involucrados y son un vínculo importante para que el cuerpo se sienta del todo confortable, es su correcta interrelación la que permite un diseño óptimo, y a continuación se habla de cómo cada uno se ven afectados por la indumentaria.

En cuanto a **los aspectos termo-fisiológicos**, estos son los que consideran la transmisión de calor y humedad a través de la prenda. Están directamente relacionados con el material textil del que está hecha la prenda, distintas fibras y tipos de tejidos van a tener distintas cualidades que afecten en este aspecto. Lo importante es que la prenda permita y ayude a mantener la temperatura corporal alrededor de 37°C, que es la óptima para un cuerpo en descanso. Ya que si la prenda no puede expeler el vapor y humedad de manera eficiente, esta va a dar una sensación de mojada y eventualmente de frío, que permitirá que se escape el calor del cuerpo, causando una pérdida de temperatura por ejemplo.

**Los aspectos sensoriales o táctiles** del confort, están conectados con los procesos neuro-fisiológicos. Estos son los que estudian el sistema sensorial de la piel humana, de cómo esta al ser la barrera entre el cuerpo y el ambiente exterior, cumple el rol de proteger el cuerpo, y también de permitirle captar a través de las terminaciones nerviosas, aspectos como temperatura, presión, humedad, etc.

Estas se dividen en dos tipos de estímulos: mecánicos y térmicos. Ya que la indumentaria se encuentra en contacto con la mayoría del cuerpo, esta causa sensaciones que la piel puede captar. Las sensaciones relacionadas con los estímulos mecánicos son cuatro; las sensaciones relacionadas con la actividad y el uso; la picazón, comezón o sarpullido; las sensaciones táctiles o de presión; y las de rugosidad o aspereza (Das & Alagirusamy, 2010).

Los estímulos térmicos, están muy relacionados al proceso termo-fisiológico, mencionado anteriormente, pero en este caso nos referimos a las sensaciones que se sienten a través de la piel y no sólo de los aspectos de termo regulación corporal. En este caso, se está más bien hablando de la transferencia de calor y humedad de la superficie de la piel. En la piel existen cuatro tipos de terminaciones nerviosas que son térmicamente sensibles o termo-receptores, estos se activan dentro de rangos específicos de temperatura que corresponden a sensaciones de frío, calor, frío-dolor y calor-dolor. El cuerpo tiene un rango limitado de sensaciones térmicas dentro de las cuales se siente cómodo, y estos rangos también varían dependiendo de la zona del cuerpo. Las partes del cuerpo que son más sensibles a estas sensaciones táctiles, mecánicas y térmicas, son el torso, las manos y el rostro (Das & Alagirusamy, 2010).

En cuanto a **las sensaciones táctiles** en lo relacionado al confort, estas se basan en las respuestas del cuerpo a los estímulos anteriormente especificados, mecánicos y térmicos. Durante el uso de la indumentaria, los tejidos están en contacto con la piel, y dan lugar a diversas sensaciones, las que dependen de los estímulos mecánicos se deben a las fuerzas de presión que la prenda puede ejercer y también a las de fricción. Dentro de las características táctiles de los textiles y por consiguiente de la prenda, se puede encontrar la flexibilidad, compresibilidad, textura de la superficie, expansibilidad, fricción, etc. Unas de las más importantes son las propiedades de la superficie y del peso de la tela; la suavidad es otra característica, difícil de definir, pero que tiene el mas grande impacto sobre la percepción del usuario hacia la prenda (Das & Alagirusamy, 2010).

A continuación se muestra un cuadro con las características táctiles de los textiles y los adjetivos que describen las sensaciones táctiles que estas pueden causar:

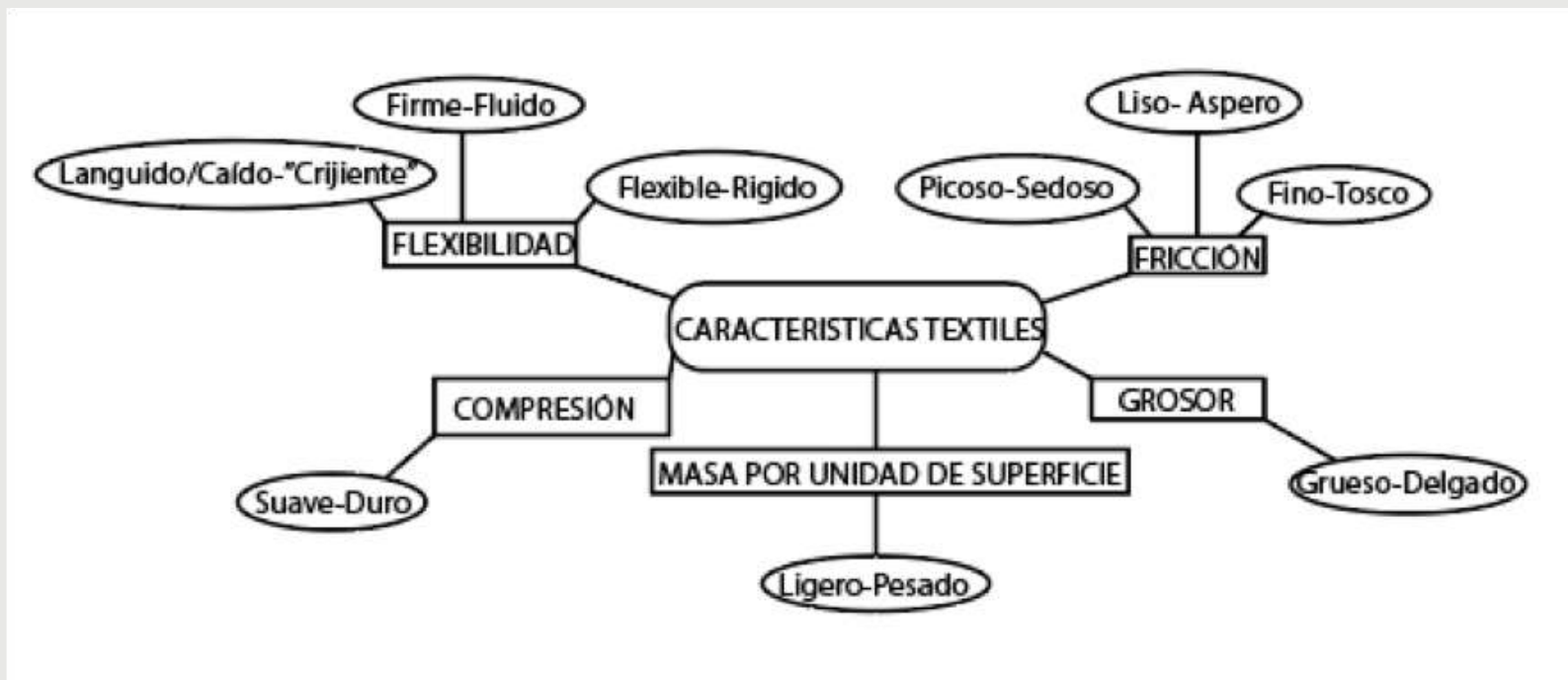


Figura 54. Características de los textiles y atributos táctiles (Das & Alagirusamy, 2010, p.59).

En este cuadro, se observan las características o propiedades textiles más importantes y se han seleccionado nueve adjetivos opuestos, ej: ligero-pesado, que corresponden a las sensaciones táctiles que estas características textiles pueden causar en el usuario.

En lo pertinente a **los procesos físicos y fisiológicos**, relacionados al confort; otra característica involucrada en estos es el ajuste de la prenda, principalmente en cómo las dimensiones del cuerpo y el patronaje de la prenda afectan en el confort. También el ajuste de la prenda está relacionado al proceso psicológico del confort, de este se hablara posteriormente. Acerca del ajuste, su importancia radica en que sin importar que tan óptimo sea el textil en lo que concierne a los aspecto térmicos de transmisión de calor y humedad, o a las características táctiles de esta; o así mismo sin importar los aspectos estéticos o de diseño relacionados con los procesos psicológicos del confort. Nada de esto importa si la prenda no tiene un ajuste apropiado al cuerpo (Das & Alagirusamy, 2010).

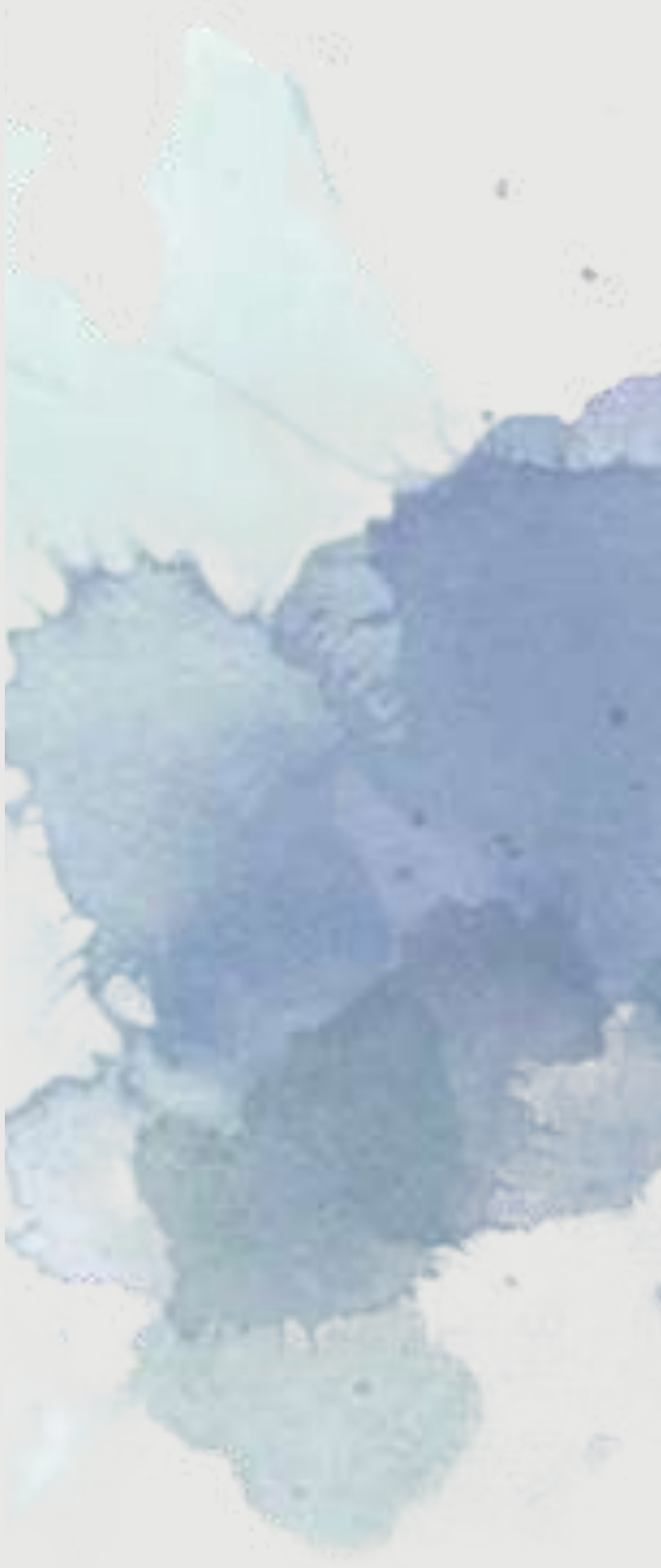
El confort relacionado al **ajuste** va a depender principalmente de **los factores de tallaje y de diseño de la prenda**, esto se logra a partir del patronaje. Lo que la prenda debe lograr es conformarse o adaptarse a las formas del cuerpo, tener un ajuste cercano y apropiado a este, es decir sin ser demasiado flojo o apretado, y deformarse en sincronización con los movimientos del cuerpo. También es importante destacar que las preferencias del usuario en cuando al ajuste de la prenda dependerán de sus propias necesidades y gustos en cuanto a lo funcional y estética. (Das & Alagirusamy, 2010).

Las sensaciones del confort relacionadas al ajuste de la prenda dependen de la masa del conjunto de las prendas, de la facilidad de movimiento del tejido sobre la piel, de la presión ejercida por la prenda sobre la superficie del cuerpo y de la ventilación que esta proporciona al cuerpo. Por lo cual las respuestas sensoriales relacionadas a este aspecto se dividen en sensaciones de presión general y sensaciones de presión localizada (Das & Alagirusamy, 2010).

La importancia del aspecto de ajuste en el confort, es que una prenda que tiene un mal ajuste puede afectar al sistema cardiovascular, causar irritaciones de la piel o resultar en una condición termal o de humedad molesta, finalmente causando incomodidad en el usuario (Das & Alagirusamy, 2010).

En última instancia, en este texto también se mencionan procesos psicológicos relacionados con el confort y aspectos involucrados en este. Nuevamente para mantener la coherencia de la lectura, esta información se amplía en el subcapítulo 2.4. que corresponde al análisis de la ropa de dormir en relación con la función simbólico-funcional. Lo interesante de estos procesos psicológicos, es como el cuerpo humano, y en específico el cerebro, reciben los estímulos antes mencionados: físicos, térmicos, de compresión, etc., y los compara con sus recuerdos de estos mismos estímulos en otras ocasiones; y gracias a esto logra llegar a una conclusión subjetiva de si la sensación que la prenda esta causando en su cuerpo en ese momento es confortable o no. Esto es algo que el cerebro esta realizando constantemente y sin que el usuario se de conscientemente cuenta.

En el contexto de la ropa de dormir, la función simbólica aporta comprensión del confort como un elemento que evoca tranquilidad y bienestar emocional, aunque esta característica se encuentra muy relacionada con la función practica de una prenda, se ve influenciada por aspectos que nuevamente van más allá de la prenda misma y están más relacionados al usuario y a la acción misma del uso; lo cual es analizable desde y ligado a la función simbólica que puede tener la prenda. Ya que el confort puede relacionarse no solo a la funcionalidad de la prenda en el momento del uso, sino que a aspectos psicológicos y emocionales, como puede ser el sentirse en un lugar seguro, en un espacio intimo, etc. Y eso gracias al uso de la prenda.



## 2.3.2. La ropa de dormir y la función estético-formal

Según las teorías de la Gestalt, **los elementos configuracionales** que afectan a un objeto, son: la forma, el material, la superficie y el color. Existen otros elementos, pero se consideran a los antes mencionados como los más esenciales e importantes, dentro de estas teorías (Löbach, 1981). Por lo cual se analiza a cada uno de estos desde estas teorías a continuación:

**La forma** es un elemento esencial de la configuración del objeto de diseño; como ya se ha mencionado, configuración se considera a la manera o disposición en la que el diseñador ha decidido organizar las características de la función estético-formal.

Puede hablarse de forma espacial, que es la forma tridimensional, “que está determinada por el curso de la superficie (cóncava-convexa)” (Löbach. 1981. p.160). Esta forma puede ser observada desde distintos ángulos y percibirse distintos aspectos del objeto. Se puede hablar también de la forma plana, que es la que está delimitada por su contorno, esta permanece siempre constante, aun cuando se varíe el punto de percepción u observación.

En el caso de la indumentaria, la forma de una prenda se refiere a la silueta, que puede tener, esta se ve influenciada también por los materiales, que determinan aspectos como caída, fluidez o rigidez, así como también su grosor, también por los cortes que puede tener la prenda, las distintas piezas que la conforman, dónde se encuentran las uniones y costuras, etc. Esta información sobre la silueta, se amplía para su comprensión más adelante, al analizar a la autora Sue Jenkyn Jones, que habla justamente desde un posicionamiento de diseño de moda e indumentaria.

La característica de **la materialidad** contempla a los materiales que van a comprender el objeto, en el caso de indumentaria son los textiles e insumos que se utilizan. Los factores determinantes para la elección del material son primeramente la idoneidad de este para determinadas prendas, y las características de uso de las que esta va a estar dotada, y un aspecto importante desde el punto de vista de la producción son los precios y el factor económico. En el caso de la ropa de dormir los textiles mas utilizados son: tejidos de punto en algodón, lana y sintéticos. Para pijamas más clásicas se encuentran tejidos planos de algodón tipo popelina o franela, y para prendas a usarse en clima frío se puede encontrar polar como uno de los más utilizados. Como ya se mencionó anteriormente, la selección de materiales tiene un efecto directo sobre la funcionalidad de la prenda y en especial afecta al confort, al estar ligado a la temperatura, y al aspecto fisiológico táctil de este (Löbach, 1981. Das & Alagirusamy, 2010).

**La superficie** se encuentra principalmente determinada por la elección de los materiales, pero también por las tecnologías que se puede aplicar a este, en el caso de la indumentaria, se hablaría por poner un ejemplo de los tinturados, que pueden ser: sublimado, serigrafía, impresión textil, teñido, etc.; también se puede hablar de bordados de diversos tipos o cortes manuales o a láser, que pueden tener un efecto de textura sobre la superficie.

Para Löbach, un producto puede asociarse a ideas como calor, frío, frescor, limpieza, o perfección y orden, según las características de la superficie de este, que pueden variar entre brillante, mate, pulido, rugoso, etc. (En este caso en particular se esta refiriendo a objetos y no a prendas, pero la idea es la misma). Así mismo se mencionó como dentro de las características de las funciones prácticas, que una textura táctil suave, cálida, etc., está asociada a los factores psicológicos del confort.

**El color**, es la última característica mencionada por Löbach, como elemento de configuración, su importancia se destaca principalmente gracias a la fuerza que tiene el color para “agradar a la psique del usuario” (Löbach, 1981, p. 161). Mas que agradar, se podría decir estimular o llamar la atención a primera vista, antes que todo el resto de características. Menciona también de que existen, dos principios del colorido que pueden ser aplicados:

El primero es el utilizar colores vivos e intensos, que llamen la atención y que sobresalgan en el entorno, o más bien dicho, sobre los productos de la competencia, Un ejemplo de ello se ve reflejado en los productos tecnológicos, que en un principio tenían colores monótonos como negro o blanco, mientras que en la década de los 2000 y 2010, se comenzaron a ofertar productos de colores vivos y llamativos, tratando de diferenciarse de la competencia, y también buscando llamar la atención de nuevos consumidores, como los jóvenes y adolescentes. En el texto se habla también del uso de colores vivos e intensos en maquinaria de construcción o en material de señalización, esto para llamar la atención inmediata de las personas, con el propósito de evitar accidentes (Löbach, 1981).

También existe un segundo principio que es el de emplear colores neutros o pasivos, como se los menciona en el texto, sobre estos, se dice que no todos los productos deben o necesitan destacar, ya que si todos lo hicieran el ambiente causaría fatiga y desagrado.

Lo importante para el diseñador más allá de usar uno u otro de los principios del colorido, es saber emplear los colores de manera apropiada, en especial y útil saber crear contrastes; para evitar la monotonía de la forma y llamar la atención hacia lo que se considere más importante. Así mismo diversos colores van a causar diversas asociaciones y sensaciones en el usuario como por ejemplo los colores oscuros, van a dar una sensación de pesadez, asociándolo con la tierra, mientras los colores pálidos y claros dan una sensación de ligereza y flotabilidad.

Todo esto debe tomarse en consideración, así como también todos los elementos de configuración de un diseño, que se emplean para cumplir con estos el objetivo de ajustarse a la función del objeto y también a su concepto e intención de ser; de lo contrario “el resultado es una solución cualquiera” (Löbach, 1981).

Para comprender la función estético-formal de mejor manera, y también de una manera que se acerque más al diseño de indumentaria, y no sólo al diseño en general; se ha investigado en el libro de Sue Jenkyn Jones, Diseño de Moda, que habla sobre los elementos y principios del diseño, donde se delimita de mejor manera, cuales son estos elementos que conforman la configuración de una prenda, así como los principios que pueden aplicarse a estos elementos, para crear con ellos infinitas combinaciones que además tienen una recepción distinta por parte de cada usuario o espectador, al emitir un mensaje visual distinto dependiendo de estas combinaciones (2005).

**Los elementos principales en el diseño de indumentaria** son: la silueta, la línea y la textura; y a estos se le pueden aplicar los principios de repetición, ritmo, graduación, radiación, contraste, armonía, equilibrio y proporción; para crear diferentes efectos.

En el libro se menciona la importancia de conocer estos elementos y principios, como diseñadores, ya que gracias a estos se puede analizar las propuestas desde este punto de vista, y hacer modificaciones o correcciones al diseño que hagan que el mensaje siempre sea claro e intencional en el diseño; así como también este conocimiento es una herramienta útil para analizar las propuestas ajenas, la fuerza de las ideas y mensajes detrás de estos, como también es útil para reconocer las tendencias y cambios que pueden existir en el mercado (Jones, 2005).

A continuación se analiza cada uno de **los elementos principales en el diseño de indumentaria:**

**La silueta** es el primer elemento a analizarse, como ya se mencionó anteriormente al hablar de la forma, en las teorías de la Gestalt. las prendas son formas tridimensionales, esto significa que las prendas pueden ser vistas desde distintas perspectivas, en sus 360°. “moviéndose, doblándose y revelando su volumen”(Jones. 2005. p. 76). La silueta se vuelve evidente aun a la distancia, antes de fijarse en los detalles, distintas siluetas van a ser óptimas para enviar distintos mensajes, por lo cual es importante mantener una variación mínima de siluetas en una colección, para que esta se sienta como tal y mantenga el mismo mensaje e impacto en cada conjunto u outfit que se presente (Jones, 2005).

Uno de los aspectos más importantes de la silueta es el volumen o la falta de este, además este se verá condicionado por aspectos como el material textil o el uso de almohadillas o diáfanos, varillas y pliegues a parte del patronaje.

Los volúmenes que se han visto a través de la historia, pueden asociarse a la forma femenina idealizada de cada época, pero también, y en especial en la actualidad, son visibles estos volúmenes dependiendo de un estilo de moda en general, o de las tendencias de cada temporada. Se utilizan los volúmenes para dotar a las prendas de cualidades de ligereza o pesadez, dependiendo de las características y formas propias de cada volumen (Jones, 2005).

Regresando a como la silueta, y los volúmenes hacen reconocible los ideales de cada época, también al analizar estos, se puede notar la evolución paralela respecto a los cambios sociales que se han dado a través de la historia, como los largos de las faldas, que cada vez se han ido alzando, conforme han cambiado los derechos y la libertad femenina; así como también el uso del pantalón por mujeres, que añadieron esta silueta al potencial de las siluetas femeninas (Jones, 2005).

Sobre **la línea**, que es el segundo elemento a analizar; lo más importante es que esta tiene la capacidad de conducir la mirada hacia donde el diseñador elija, tal vez para enfatizar cierto aspecto del cuerpo y esconder otro por ejemplo. En el texto se habla de que tiene “una respuesta tanto emocional como psicología” (Jones, 2005, p.77). Se afirma esto ya que una línea puede ser dura o suave, recta o curvada, ancha o angosta, dirigirse en una dirección o varias, y todo esto va a causar diversas reacciones en el observador; empleándose para lograr engañar la mirada y hacer que la prenda sea compleja e interesante, podría decirse que la línea evidencia la firma o la intención del diseñador.

En el texto se habla de que el uso más común de las líneas en el diseño se da a través de las líneas de costura, las líneas verticales tienden a dar la sensación de alargar el cuerpo, mientras que las horizontales hacen lo contrario; las líneas al bies por su lado al atravesar al cuerpo en diagonal dan una sensación de fluidez y movimiento al tejido y a la prenda.

Es importante para lograr un buen diseño, con un mensaje visible y claro, el aprender a equilibrar el uso de líneas conociendo el efecto que estas tienen sobre el diseño (Jones, 2005).



El tercer elemento es **la textura**. En el libro se habla de que este elemento tiene primordialmente que ver con el material o el tejido, cómo este material se comporta e interactúa con la silueta y la línea, son aspectos esenciales a considerar al momento de diseñar, y muchas veces es idóneo seleccionar el material antes de hacer la propuesta, ya que este puede modificar totalmente los resultados en cuando a la silueta y líneas. Así mismo en el texto se habla de la importancia del material en cuanto a cómo este interactúa con las variables de clima o estación, los precios previstos y los colores. Se debe considerar que muchas modificaciones pueden hacerse, como por ejemplo al tinturar la tela para que se ajuste a un color específico; pero las propiedades de la tela y la textura se mantendrán permanentes (Jones, 2005).

Es importante en la textura también considerar la importancia de la experiencia táctil y sensorial para la propuesta de diseño. Se consideran por ejemplo texturas rugosas y textiles más anchos para propuesta de ropa de frío, así como la ropa de exterior, o sastrería necesita por su lado, de textiles con cualidades de firmeza, que tengan un tejido apretado que mantenga la forma para cuellos y bolsillos; y por último se podría decir que los vestidos de noche se caracterizan por sus textiles fluidos, delicados y seductores, que fluyen y se mantienen bien plisados y fruncidos.

Así que no sólo es que el tejido se asocia a la función que mejor cumple, sino también a las características de la ocasión o actividad para la que son seleccionados, entonces se asocian a telas gruesas o rugosas, con clima frío y ropa de exterior, mientras que los tejidos fluidos, y delicados se asocian a la feminidad, seducción y decadencia de un vestido de fiesta por ejemplo.

En cuanto al uso de texturas en diseño, se habla de la importancia en el contraste de texturas, en especial al proponer conjuntos de varias prendas como un terno con blusa, en la que los contrastes en las texturas de los diferentes textiles enfatizan las diferencias entre estas, haciéndolas destacar.

Es muy importante tener conocimiento sobre los diferentes materiales textiles y las características que estos puedan brindar en general a la prenda, como pueden mezclarse, y como describir las texturas de estos, y los posibles conceptos que pueden ayudar estas a transmitir (Jones, 2005).

Al hablar de **los principios del diseño**, su importancia radica en que “son una parte importante del equipaje estético y son los medios con los que los diseñadores pueden ajustar de forma ingeniosa el enfoque y el efecto de los diseños” (Jones. 2005. p.80) Con esto se puede inferir a que los principios formales del diseño son evidentes y diferenciables en distintos estilos, y tendencias, característicos de diferentes épocas de la moda, así como también representativos de diversas corrientes estéticas que se evidencian en cada época. Los elementos pueden así mismo mezclarse y combinarse de un sin número de maneras, no sólo para tener un resultado nuevo, fresco e interesante, sino también para comunicar y representar las diversas ideas y conceptos que se decidan detrás de la colección o de las prendas mismas. Por lo tanto es indispensable comprender como funcionan los principios del diseño, como utilizarlos y como reconocer y analizarlos en las propuestas propias y ajenas (Jones, 2005).

**El principio de la repetición** se refiere al uso reiterado de elementos, detalles o adornos en una prenda, esta repetición puede ser regular o irregular. Un ejemplo simple de repetición son los botones, regularmente espaciados, que muchas veces pasan desapercibidos a menos que se haga algo inusual como utilizarlos para una repetición irregular. La repetición también puede ser parte de la estructura de la prenda, a través de pliegues o tablones por ejemplo, o puede ser una característica del tejido a través de texturas, estampados, líneas o adornos en este.

Cabe recalcar como aspecto importante que el cuerpo humano es simétrico, por lo cual la repetición es inevitable en el efecto espejo que hay entre un lado con otro, dividiendo el cuerpo por la mitad verticalmente por ejemplo. Pero si por ejemplo se decide crear prendas asimétricas, sin una manga o con faldas de distintos largos, esto justamente provoca una sensación de discordancia que llama la atención, mientras que la repetición y la simetría suele causar el efecto contrario, de unificar el diseño (Jones, 2005).

Sobre **el ritmo**, en el texto se compara a este principio con su uso y resultado poderoso en la música, este esté asociado a la organización de la repetición y puede proceder de características repetidas de manera regular tanto como adornos, pliegues y volumetrías, o estampados y líneas; su aplicación pretende guiar la forma en la que se efectúan las repeticiones de forma tal que exista una coherencia visible y evidente para el usuario (Jones, 2005).

**El principio de graduación** se encuentra también ligado a la repetición, pero se refiere a como el grado de esta repetición puede aumentar o disminuir. Por ejemplo en un estampado, que sea más tupido en los dobladillos de la prenda y disminuya mientras va acercándose al centro, o un pliegue que comience más ancho en el centro y vaya disminuyendo en ancho hacia los costados. La graduación puede utilizarse para llamar la atención del observador hacia cierta característica o disfrazar ciertas características del cuerpo (Jones, 2005).

**La radiación** es la que se refiere al empleo de líneas de diseño que tienen un punto de partida central y se dispersan de este hacia afuera en forma de abanico; esto puede verse en siluetas como una falda plisada en forma de “rayos de sol” como se menciona en el texto o en las líneas o texturas a través de adornos (Jones, 2005).

**El contraste** es uno de los principios más utilizados y más útiles, ya que hace que ciertos aspectos de la prenda sean el punto de enfoque principal y que otros se escondan y sean más sutiles. Esto evita que la prenda se vea monótona, y permite también enmarcar o llamar atención a los aspectos donde se encuentra el contraste. Pueden haber contrastes de colores, o como se ha mencionado anteriormente también contrastes de texturas, que van a hacer que las características de cada uno y sus diferencias sean más notorias y visibles. En el texto se da el ejemplo de un terno de tweed y una blusa de seda. Otros ejemplos pueden ser contrastes con accesorios, como bolsos, cinturones o zapatos. Los contrastes pueden variar de extremos a sutiles, y son igual de validos dependiendo del uso que se busque en su aplicación (Jones, 2005).

**La armonía** es otro principio, no necesariamente contrario al anterior de contraste, pero que busca mucho más la similitud que la diferencia. Esto quiere decir el incorporar colores que no desentonen, textiles suaves y las formas redondeadas; estas se verán mucho más armoniosas que los cortes bruscos. Se menciona en el texto a la moda italiana como un estilo famoso por el uso de la armonía. Y una de las ventajas de este principio es que hace que la ropa sea fácil de combinar y emparejar con otra, haciéndola fácil de vender (Jones, 2005).

**El equilibrio**, este principio se explica desde la tendencia visual y cerebral hacia la simetría y el orden; el cuerpo es simétrico, como se explicaba en el principio de repetición, si se señala el centro y se crea una línea vertical, el lado derecho se verá reflejado en el izquierdo. Por lo que el equilibrio vertical busca que lo que se ve a un lado sea reflejado al otro, como solapas que hacen juego o bolsillos a la misma altura y con las mismas dimensiones. El equilibrio entre la parte superior e inferior del cuerpo lo que busca es que el outfit no se vea sobrecargado en ninguna de las dos partes, con anchos, vuelos o detalles, que generen que se vea demasiado peso en una de ellas (Jones, 2005).

Para crear diseños asimétricos, el equilibrio debe lograrse de otra manera, aplicando detalles más sutiles y pequeños en otras partes para equilibrar. Otro aspecto importante que se resalta en el texto es el hecho de que el diseño va a ser observado desde distintas perspectivas, no solo delantero y posterior, por lo que todos los ángulos necesitan aplicar el principio de equilibrio; y de no hacerlo, el diseño va a comunicar justamente un mensaje o concepto que acoja a esta falta de orden; como por ejemplo se da en el diseño japonés o belga posmoderno (Jones, 2005).

**La proporción**, es el último principio a analizarse, y según el texto de Jenkyn, esta se refiere al modo de relacionar visualmente todos los aspectos individuales que forman el conjunto, esto se realiza mentalmente y se “mide” o tiene la característica de poder cuantificarse. Lo que se busca a través de la proporción es crear ilusiones sobre la forma corporal al cambiar los tamaños o proporciones de las características del diseño o al transformar costuras y detalles para lograrlo. Estos cambios pueden ser sutiles o no, dependiendo del efecto que se busque lograr.

Estos han sido los elementos y principios del diseño de indumentaria, lo importante a reflexionar en torno a estos es, la herramienta que nos brinda el conocimiento de ellos, para permitir tener una propuesta primeramente más amplia, que se diferencie de la propuesta de otros, y en segundo lugar más coherente al concepto de lo que se esté proponiendo; ya se puede seleccionar los elementos y sus principios a aplicar de una manera más intencional.

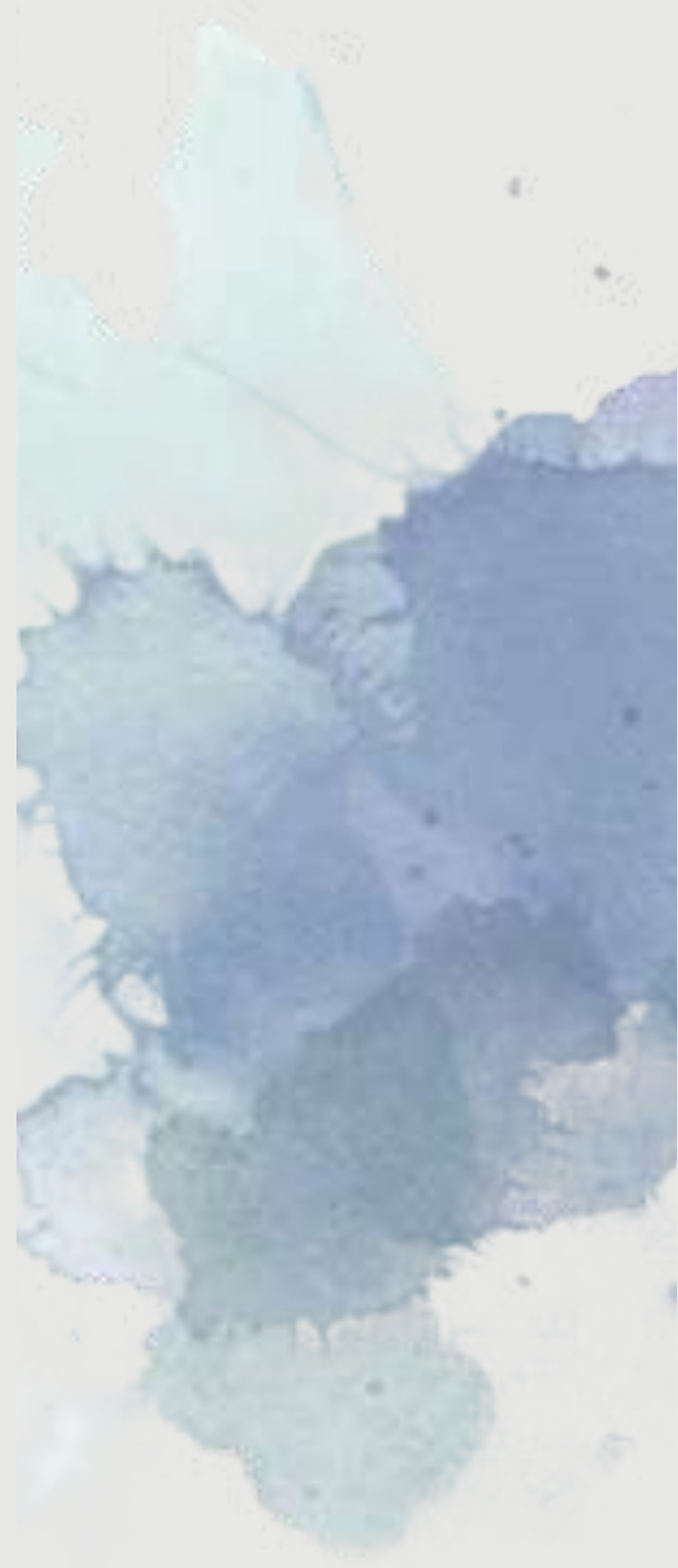
---

El último texto que se ha analizado para comprender la función estético-formal y sus características dentro de la ropa de dormir, pero que también tiene aspectos que corresponden a la función práctica o de uso y a la función simbólica, es el artículo de los autores: Osmud Rahman, Jiang Yan y Wing-sun Liu, llamado “*Evaluative criteria for sleepwear: a study of privately consumed product in the People’s Republic of China*” que puede traducirse al español como: Criterios de evaluación para la ropa de dormir: un estudio de productos de consumo privado en la República Popular de China.

Este es uno de los pocos estudios que se han realizado en torno a la ropa de dormir; y es un estudio cuantitativo de marketing que busca conocer los aspectos que se consideran para comprar ropa de dormir. Lo importante para nuestra investigación no es la metodología de esta investigación, ni los resultados de esta; sino más bien las características que se toman en consideración para hacer su análisis. Estas características o factores se dividen en intrínsecos, a la ropa de dormir y extrínsecos, a la misma (Rahman, Yan & Liu, 2009).

**Los factores intrínsecos** que se consideran son: los materiales, la calidad, el confort y el estilo; mientras que **los extrínsecos** se refieren a la marca, país de origen y al precio de la prenda.

Los que más interesan para este proyecto y como diseñadores son en especial los intrínsecos.



**Los materiales**, se refieren a los textiles e insumos que se utilizan en la prenda. La importancia de los materiales radica en que son uno de los aspectos principales para juzgar la calidad de un producto, así como también el aspecto sensorial está involucrado en la evaluación del posible confort, mientras que el aspecto visual de este, será juzgado desde cuanto llama la atención del comprador. Por lo cual se menciona que la apariencia y grosor son los aspectos más considerados al analizar la calidad y los aspectos de textura los más considerados dentro del placer táctil (Rahman, Yan & Liu, 2009).

La característica de confort habla de los aspectos fisiológicos y psicológicos involucrados, características mencionadas previamente en la función práctica al hablar de confort, como los efectos térmicos de la prenda, características sensoriales y la movilidad que esta permita (Rahman, Yan & Liu, 2009)

La importancia del **factor de calidad** se encuentra especialmente asociada al confort y durabilidad en prendas de uso privado, donde se consideran a estas por encima de los aspectos de marca, de estilos o tendencias al momento de seleccionar cual comprar y cual se prefiere usar. Sobre este factor de calidad, en el texto se señala que la calidad es un término complejo de definir y que podría decirse que existe una calidad objetiva, basada en la prenda, en su rendimiento, durabilidad y las características existentes dentro de esta; y existe una calidad subjetiva, que considera aspectos más sutiles, propios de la prospección del usuario, por ejemplo para ciertas personas puede ser mucho más importante el grosor del textil para medir la calidad, mientras que para otros es la suavidad de este lo que puede ser más indicativo. La calidad es un aspecto que está asociado a los factores de precio y marca; como es en el caso de todos los otros factores, ya que están correlacionados (Rahman, Yan & Liu, 2009).

**El factor de estilo** se refiere a la forma de la silueta y estructura de la prenda o a los detalles de diseño que dictan la apariencia. Esta es una característica de la función estética y simbólica, ya que está condicionada por la configuración o apariencia de la prenda, y como esta puede tener un amplio impacto en la aceptación y compra de la misma, por su valor simbólico; en el texto se lo llama “consumo simbólico”. Así mismo se menciona que este valor simbólico dictado por la apariencia es muy propio de la indumentaria de uso público, donde puede tener una significación social (Rahman, Yan & Liu, 2009). Pero como se ha ido analizando en el proyecto actual, y es lo que se busca comprobar, esto no es necesariamente verdadero; la ropa de uso privado también necesita tener una apariencia que remita a ciertas cualidades simbólicas que el usuario busca y prefiere, talvez no son las mismas que busca en su indumentaria de uso público, pero la configuración y apariencia de la prenda no deja de ser importante y de igual manera lleva consigo un valor simbólico intrínseco que debe ser pensado y cuidado por el diseñador.

**Los factores extrínsecos de marca, país de origen y precio,** son menos importantes para nuestra investigación, justamente porque son extrínsecas a la prenda y por ende no pertenecen directamente a las funciones del diseño; sin embargo cabe recalcar que las tres son importantes en cuanto a su asociación con los factores de calidad y confort, ya que las personas tienden a preferir y sentirse más cómodas comprando algo que conocen, como es el caso de las marcas; y si es que otros factores no están disponibles, como en el caso de las compras por internet, muy populares en el contexto en Cuenca, tanto la marca como el precio son los mejores indicadores de calidad. Ambos están asociados con la función simbólica, en cuanto las marcas tienen este potencial, aunque nuevamente esto se da mucho más en productos de uso público (Rahman, Yan & Liu, 2009).

Lo que se puede concluir de este texto, es que los factores de material, confort y calidad corresponden a la función práctica o de uso, mientras que el estilo, que habla de siluetas, configuración, y también de moda y tendencias son características de las funciones estética y simbólica. Los tres factores extrínsecos de país de origen, marca y precio, se asocian de alguna manera a los anteriores, pero no son parte de las funciones prácticas ni estéticas. Y sin embargo tanto los factores intrínsecos, como los extrínsecos pueden ser analizados desde la función simbólica del diseño.

---

## 2.4. LA ROPA DE DORMIR Y LA FUNCIÓN SIMBÓLICA

Debido a la importancia de la función simbólica para este proyecto. Se ha optado por separar a la función simbólica en un subcapítulo propio. Como ya se ha analizado anteriormente en el texto de Löbach y Bürdek, la función simbólica es la que busca las asociaciones mentales, de significados ajenos a las características prácticas y de configuración del objeto de diseño. Es decir, la función simbólica del objeto de diseño, en este caso de las prendas de ropa de dormir, se basa en los signos y símbolos que se asocian a esta, en qué puede llegar a significar y a representar la ropa de dormir para los usuarios.

Según la autora Gupta (2011) existe requerimientos psicológicos, para la creación de prendas funcionales, este es el mismo artículo que se ha analizado en el subcapítulo 2.3. La ropa de dormir y las funciones del diseño, en el análisis de la función práctica. Es de mucho interés el hecho que la autora hable de requerimientos psicológicos para la realización de indumentaria que sea funcional, esto muestra una clara correlación entre la función práctica y la simbólica, pudiendo analizar los aspectos de la primera desde un punto de vista de la segunda.

Lo que la autora dice sobre estos requerimientos es que los aspectos psicológicos son los que están relacionados con como las personas “sienten, piensan, actúan e interactúan bajo un determinado conjunto de circunstancias” (Gupta, 2011, p. 329). La importancia de esto en relación al diseño de indumentaria es que existe un vínculo muy estrecho entre la persona y la ropa que usa, y existen sentimientos muy fuertes asociados a la apariencia, que se ven influenciados por la indumentaria. Es claro que en el caso de la indumentaria de uso público, este valor de importancia tiene mucho que ver con identificarse con los demás y sentirse parte de la sociedad, así también la búsqueda de diferenciación, de orgullo, estatus, prestigio, etc. Aspectos de los que se ha hablado en el capítulo 1, en el subcapítulo sobre la función simbólica. Y justamente estos requerimientos psicológicos podrían ser asociados a la función simbólica, identificando su importancia en lo que las prendas comunican (Gupta, 2011).

Aunque las prendas sean perfectamente funcionales y cómodas si no “se ven” o no se perciben como adecuadas, o si no transmiten una imagen que el usuario considera adecuada, serán rechazadas por este. Por lo cual en este texto que habla de creación de indumentaria funcional, se dicta que si esta no toma en consideración los aspectos de preferencias del usuario, no puede realmente ser considerada perfectamente funcional. Esta debe estar en sintonía con los antecedentes culturales y sociales del usuario, con su ubicación geográfica, edad, sexo, actividades y perfil profesional. Justamente la autora habla de que para conocer todos estos aspectos sobre el usuario se necesitan aplicar métodos cualitativos de investigación, como encuestas, para conocer preferencias así también las características demográficas de estos (Gupta, 2011).

Dentro del subcapítulo 2.3. La ropa de dormir y las funciones del diseño, en el análisis de la función práctica, se habla también de los procesos psicológicos relacionados con el confort, analizados en el texto de los autores Das & Alagirusamy, Se amplía mas sobre estos a continuación.

En el texto se menciona que el confort psicológico se refiere a las sensaciones y los sentires del usuario al utilizar la prenda bajo diferentes circunstancias. Por lo cual aquí se ven involucrados los factores físicos, los psico-fisiológicos del usuario, analizados en el subcapítulo 2.3. en el apartado sobre la función práctica en relación a la ropa de dormir, así como por último los filtros psicológicos del cerebro. El Confort del usuario va a depender de la interacción y sincronización de estos tres factores (Das & Alagirusamy, 2010).

A continuación se exhibe un cuadro que muestra los procesos físicos que otorgan diferentes señales o estímulos dependiendo de las percepciones sensoriales antes mencionadas, como por ejemplo la sensación de calor/ frío, presión, humedad etc. Estos estímulos generarán impulsos neuro-fisiológicos, de los cuales así mismo ya se habló anteriormente, lo importante es que estos impulsos neuro-fisiológicos serán enviados al cerebro y este tomará medidas correctivas en cuanto a aspectos corporales como el grado de sudor, el flujo de sangre, o la producción de calor, escalofríos, etc. Todo esto intentando mantener un ambiente óptimo para el confort.

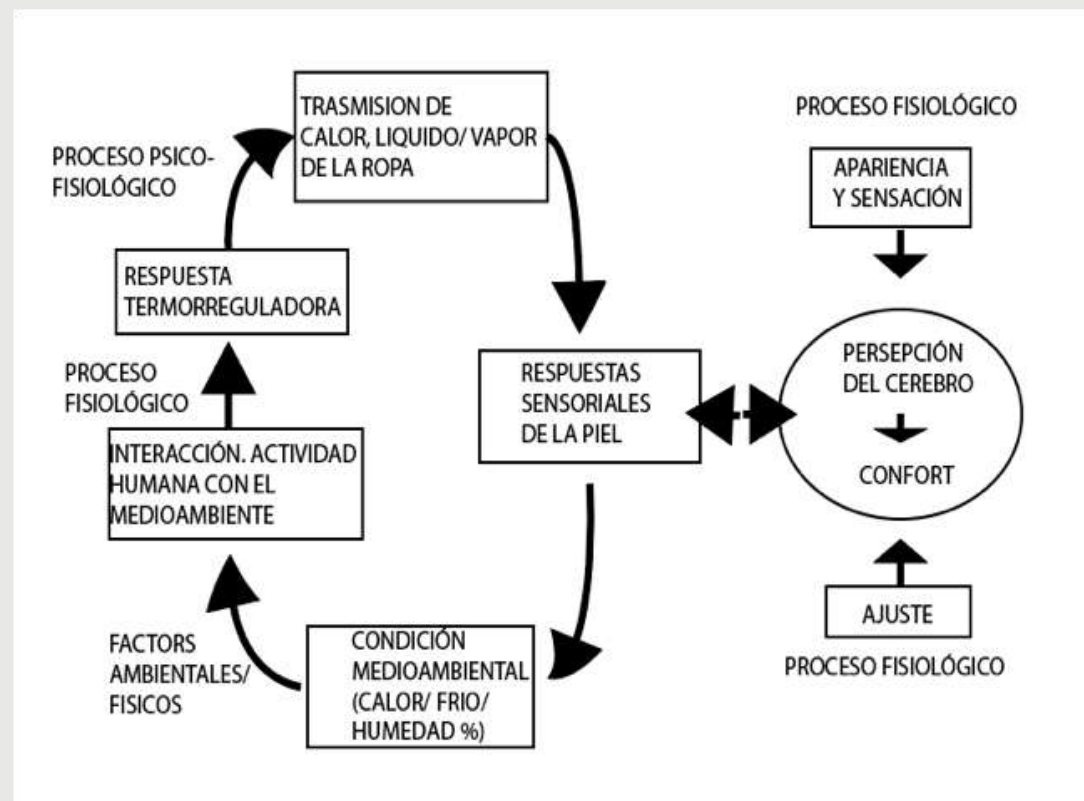


Figura 55. Factores importantes físicos y fisiológicos que controlan el Confort de la indumentaria (Das & Alagirusamy, 2010, p.14).



---

Por otro lado estos impulsos sensoriales son procesados por el cerebro humano para llegar a una percepción subjetiva de cada sensación, buscando medirla y compararla con experiencias pasadas, esta medición o evaluación se ve influenciada por factores físicos, medioambientales, sociales y culturales entre otros. El Confort es el resultado de la percepción psicológica del usuario relacionado con la prenda o prendas.

Como conclusión para este apartado sobre la ropa de dormir y la función simbólica. Se puede decir que a partir del análisis realizado previamente sobre la función simbólica, en general, en la indumentaria y en específico en el caso de la ropa de dormir; que existe un vínculo muy fuerte entre las tres funciones, y en especial en el caso de la ropa de dormir, existen muchos aspectos de las características de la función práctica que son importantes para analizarse desde el significado simbólico que estas pueden tener para las usuarias es decir analizar estas características prácticas, esenciales en la ropa de dormir, desde la función simbólica.

Y así mismo, como ya se mencionó anteriormente, la función estético-formal es la base tanto para la función práctica como para la función simbólica, por lo cual para la investigación de campo que se realiza a continuación, se ha optado por analizar los aspectos de las tres funciones anteriores, para llegar a la función simbólica. Buscando asociar a las características de las funciones práctica y estético-formal con emociones, sentimientos y significados más allá de la funcionalidad y la morfología que la prenda pueda tener, y al mismo tiempo buscar aspectos que pueden ser propios de la función simbólica en la ropa de dormir.

DISEÑO: UNA COLECCIÓN DE ROPA DE DORMIR



# 03

CAPÍTULO 3.  
*Investigación de  
campo*

# CAPÍTULO 3.

## 3.1. Metodología para la investigación de campo

Página  
101

- 3.1.1. El público meta: mujeres de 25-35 años de la ciudad de Cuenca* 103
- 3.1.2. Descripción del proceso de recolección de datos* 107

## 3.2. Proceso creativo a través de las constelaciones de sentido

Página  
116

- 3.2.1. Categoría: La ropa de dormir* 118
- 3.2.2. Categoría: El confort y la comodidad* 126
- 3.2.3. Categoría: La identidad y la personalidad* 131
- 3.2.4. Categoría: La indumentaria de uso público* 141
- 3.2.5. Categoría: La Indumentaria de uso privado* 147

# 3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

---

Para la investigación de campo, se ha optado por un enfoque cualitativo para el levantamiento de la información, para lo que se ha considerado utilizar como herramientas a las entrevistas semi-estructuradas y grupos focales, a realizarse a las usuarias meta de la investigación. A continuación se explica en detalle el proceso realizado para la segmentación de mercado y elección del público meta, así como también, como se ha realizado el proceso de recolección de datos.

Lo que se ha buscado obtener de esta investigación de campo, son los datos relacionados con la función simbólica de la ropa de dormir para un público meta específico; Y esto con el propósito de que esta información y el análisis de esta, sirva de inspiración directa para la propuesta de diseño de ropa de dormir que es uno de los objetivos principales de este proyecto.

# 3.1.

## 3.1. Metodología para la investigación de campo

Como se ha recalcado en el capítulo 1. En especial en él en el subcapítulo: 1.4. La configuración simbólico-funcional, la segmentación de mercado es sumamente importante y de suma importancia para esta investigación, ya que sin esta, no se podría llegar a la profundidad de conocimiento sobre los signos, símbolos y significados que pueden existir en torno a la ropa de dormir para las usuarias específicas que se seleccionen, así como sus necesidades y preferencias particulares, que son datos cruciales para realizar la propuesta de diseño posteriormente. Sabiendo que esta información puede variar significativamente según el público y el contexto (de un segmento a otro).

Así mismo, en el subcapítulo: 1.4. se ha hablado de la importancia de considerar al factor estilo de vida, por encima de otros más convencionales como los datos demográficos, para la segmentación de mercado; y dentro de esto se menciona a los datos AIO (*Activities, Interests, and Opinions*) Actividades, Intereses y Opiniones (Burdek, 2002).

Para seleccionar el público meta también se ha tomado en cuenta los criterios de segmentación que se encuentran dentro del libro: “Marketing de la moda” de Caballero y Carrasco (2006), donde se habla de criterios de segmentación generales y específicos (al sector de la moda e indumentaria). Hablando de los criterios generales se menciona que estos se relacionan a atributos del usuario, y aquí se incluye las variables demográficas como edad, y sexo; las socioeconómicas como el poder adquisitivo (ingresos), la ocupación y el nivel educativo; y por último dentro de estos criterios también se menciona al estilo de vida y la personalidad, siendo estos, más subjetivos y difíciles de medir; por lo que aquí se optará por retomar la teoría previamente mencionada del análisis de actividades, intereses y opiniones, que se ha encontrado en el texto de Burdek, y que así mismo se menciona en el texto de Caballero y Carrasco.

En cuanto a los criterios de segmentación específicos, se menciona que en la moda son muy importantes aspectos como los patrones de consumo y la personalidad, para realizar la segmentación de mercado. Dentro de estos criterios se encuentran la fidelidad o falta de esta hacia una marca; los procesos de compra, el momento y tipo de compra, etc.

Se analizarán cada uno de los criterios de segmentación tanto generales como específicos, y se aplicarán los que se consideren necesarios para realizar la selección del público meta de este proyecto. Para lo cual se tiene como base los cuadros a continuación, extraídos del texto de Caballero y Carrasco (2006) donde se detallan cada uno de los criterios de segmentación.

Criterios generales de segmentación de mercados:	
Criterio:	Categorías posibles:
Sexo	Hombre, Mujer, Otro.
Edad (años)	<2, 2-5, 6-10, 11-15, 16-25, 26-35, 36-45, 46-55, 56-65, etc..
Estado civil	Soltero, con pareja, divorciado, viudo.
Ocupación	a, b, c1,c2,d,e. Trabajo manual, no manual.
Ingresos anuales	0-10.000 €, 10.001-30.000 €, 30.001-60.000 €, >60.001 €.
Nivel educativo	Estudios primarios, medios, universitarios, postgrado.
Talla	En general: pequeña (S), mediana (M), grande (L), extra grande (XL). En mujer y en España: 24, 26, 38, 40, 42, 44, 46.
Ciclo familiar	Joven soltero, pareja joven sin hijos, pareja joven con hijos, pareja mayor con hijos en casa, pareja mayor sin hijos en casa, etc.
Lugar de residencia	Por países, ciudades o barrios.
Modalidad de residencia	Área rural, área urbana.
Vecindario	Centro, áreas residenciales.
Clima	Lluvioso, soleado, extremo.
Tribus urbanas	Góticos, hip-hop, pijos, étnicos, chic-bohemians, retro, etc.
Perfil de consumo	Metrosexuales, bobos, etc.
Estilo de vida	Basado en intereses, actividades y aficiones.

Figura 56. Criterios generales de segmentación de mercados (Caballero & Carrasco, 2006).

Criterios de segmentación específicos en moda :	
Criterio:	Categorías posibles:
Fidelidad	De fiel a la marca hasta tendencia a la variedad de marca.
Proceso de compra	De compra razonada a compra por impulso.
Lugar de compra	De lugares fijos a comparación entre tiendas.
Momento de compra	En temporada o en rebajas.
Tipo de compra	Compra por cambio de colección a compra por reposición.
Intensidad de uso	De grandes usuarios a no usuarios.
Gasto	De gastadores compulsivos a compradores ahorradores.
Situaciones de uso	Ropa de trabajo, ropa informal, ropa de noche, ropa formal, ropa para bodas y eventos.
Sensibilidad al precio	De máxima sensibilidad al precio a mínima sensibilidad
Beneficios buscados	Comodidad, fácil cuidado, materiales ecológicos y naturales, durabilidad, diseño, originalidad, realzar la figura, provocar.
Percepciones	Moda como forma de vida a moda como engaño y frivolidad.

Figura 57. Criterios de segmentación específicos en moda (Caballero & Carrasco, 2006).

---

### 3.1.1. El público meta: mujeres de 25-35 años de la ciudad de Cuenca:

Para la delimitación del usuario meta de este proyecto, se han optado por las variables demográficas de edad, sexo y lugar de residencia. Por las que se ha seleccionado a la usuaria de género femenino, según la edad, entre 25 y 35 años, y la locación demográfica, la ciudad de Cuenca.

El contexto se ha seleccionado, ya que es la locación en la que se realiza el proyecto, así como también es un contexto que se conoce, y esto brinda facilidades a la investigación de campo. Se ha seleccionado solo la zona urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador.



Se ha seleccionado al género femenino, para analizar en el contexto de Cuenca, Ecuador; ya que se considera el óptimo y en el que más información potencial existe. Esto se ha decidido al haber realizado una observación preliminar de la oferta de ropa de dormir en la localidad para la denuncia de este proyecto, como también al hablar con dueños de boutiques de venta de indumentaria, con los dueños de almacenes textiles locales, y por último al observar el número de diseñadores locales que ofrecen propuesta de ropa femenina, en comparación con los que ofertan indumentaria masculina (denuncia del proyecto, encontrada en Anexos 6). Se llegó a la conclusión que el género femenino es probablemente el más interesado y consume más en cuanto a lo que es indumentaria y moda en la ciudad y así mismo en el caso de ropa de dormir. Este hecho se está utilizando a favor en el caso de esta investigación, sin embargo, se considera que existe mucho potencial y que se debería realizar otros proyectos de diseño de moda que consideren el género masculino y en diversos sectores de la indumentaria, incluyendo la ropa de dormir.

En cuanto a la edad del grupo meta que es: entre 25-35 años de edad, esta se ha decidido porque es usualmente la idónea para permitir a las usuarias estar en una posición de independencia económica, en comparación con gente más joven, así como coincide usualmente con menos responsabilidades financieras y en otros espacios de su vida, que le permitan la oportunidad de consumir moda en caso de tener esta inclinación.

También aquí existe el factor de que este es usualmente el momento más “sociable” en la vida de las personas, en el que más actividades extra curriculares tiene, con su pareja, amistades, de trabajo, etc. Por lo cual se ha decidido a esta como el público meta idóneo para este proyecto de investigación y de propuesta de producto.

Así mismo se considera que en otros segmentos de edades existe mucho potencial, y que es notorio un menor interés en crear propuesta de diseño, y que son grupos que se está desaprovechando; pero considerando la cantidad de información que se busca y requiere para este proyecto, y el hecho de que no se ha encontrado proyectos que similares, o que traten este tema de esta manera y para este contexto, se ha considerado aprovechar a este grupo, donde existe más información, más interés sobre el tema y más apertura a la colaboración en la investigación de campo.

En cuanto a las variables socioeconómicas, que pueden incluir la ocupación, los ingresos, y el nivel educativo, como se observan en la figura 56. Estas se han optado por dejarse abiertas, y no segmentar más al grupo meta en estos aspectos, sino que más bien se apunta a buscar en este en general los datos pertinentes de la función simbólica en la ropa de dormir, reconociendo las diferencias que pueden existir debido al estilo de vida y nivel socioeconómico, pero más bien tomando los aspectos que coinciden, a pesar de las diferencias, y profundizando en estos; que son los datos los que posteriormente se utilizarán para la conceptualización de la propuesta.



---

Otros criterios que se dejarán abiertos y que se mencionan en Caballero y Carrasco (2006) son la talla, el ciclo familiar, y el vecindario; estas por ser menos relevantes. Mientras que el clima se ha considerado el del contexto, que es un clima templado. Y sin embargo se busca saber qué sucede con la indumentaria de las usuarias cuando cambian de contexto, o se movilizan a otro clima. Las tribus urbanas se han decidido no considerar para la segmentación, ya que se desea ver si en el caso específico de la ropa de dormir existen variaciones que tengan que ver con este criterio, y ya que la ropa de dormir es indumentaria de uso privado, se puede anticipar que esta variable no es tan relevante como en otros segmentos de indumentaria, como la casual o formal.

Así mismo en cuanto a los hábitos de consumo se ha decidido dejar estos relativamente abiertos, ya que no se está segmentando por poder adquisitivo ni por ciclo familiar; así mismo se considera que debido al contexto, que es una ciudad mediana de un país tercer mundista, y debido a la naturaleza privada de la ropa de dormir, esto no nos dice mucho sobre el consumidor; sin embargo el dato demográfico de la edad y género femenino, delimita en cierta manera a los hábitos de consumo, haciendo a la consumidora, una mujer contemporánea y globalizada; esto influye también en el estilo de vida, donde esta tiene valores que así mismo son contemporáneos, como puede ser su preocupación por la moda ética, el consumo sustentable, la tecnología y también con un enfoque en su propia salud y bienestar (Caballero y Carrasco, 2006).

En cuanto a los criterios de segmentación específicos al sector moda, en el texto de Caballero y Carrasco, se menciona que no es necesario considerar todos los mencionados, pero que mientras más variables se consideren más específico y concreto es el segmento (2006). Sin embargo por la naturaleza de este proyecto y los objetivos a cumplir, muchas variables deben dejarse abiertas. Por lo cual para la segmentación de la usuaria meta, se han considerado como criterios específicos los de la intensidad de uso, que nos prendas de uso diario o básicas, por lo cual se busca grandes usuarias o usuarias que utilicen ropa de dormir de manera constante, también los beneficios que buscan a través de estas prendas, por su naturaleza son prendas funcionales, que requieren el ser confortables; sin embargo otros aspectos como si la usuaria busca innovación, diseño o características más específicas para su ropa de dormir es algo que se desea más bien descubrir a través de la investigación de campo; cuáles son los valores que se consideran importantes y que aportan al significado de este tipo de indumentaria.

Las variables de fidelidad y lugar de compra no se consideran relevantes, mientras que las de proceso de compra, momento de compra, tipo de compra, el gasto y la sensibilidad al precio, se dejan abiertas y se busca descubrir cuál es la preferencia de la mayoría de usuarias, así como también el porqué de esta preferencia (Caballero y Carrasco, 2006).

La situación de uso es la variable específica más relevante, ya que la ropa de dormir no corresponde a ninguna de las mencionadas en el cuadro expuesto en el texto, que solo considera a los sectores de indumentaria de uso público, mencionándose simplemente la ropa informal para estar en casa como la más cercana a la ropa de dormir. Y finalmente en cuanto a las percepciones y motivaciones para el consumo de moda así mismo se ha dejado abierta (Caballero y Carrasco, 2006).

**SUCAPÍTULO 3.1**

Ya que las motivaciones y percepciones en cuanto a la ropa de uso privado y en específico la ropa de dormir, son exactamente lo que se desea encontrar y que se desconoce hasta el momento (Caballero y Carrasco, 2006). Considerando que lo que se busca son los significados asociados a la experiencia de usar ropa de dormir, por lo cual no se considera posible segmentar de acuerdo a esta variable en este momento, sino que más bien al analizar la información recolectada se podrán reconocer las diferencias entre usuarias que puedan existir en cuanto a poder adquisitivo, a estilo de vida más específicamente y en cuanto a hábitos de consumo y percepciones en torno a la moda; y lo que se desea sobre todo reconocer es si estas diferencias en estos criterios coinciden con diferencias en cuando a los sentidos y significados que puede tener la ropa de dormir, o si no cambian a estos sentidos. Lo cual significaría que es relevante considerar a la función simbólica de un segmento de indumentaria, es decir los signos, símbolos, sentidos y significados que estos objetos (prendas) pueden tener para un grupo, como una manera de segmentar.

Como conclusión a este apartado, la segmentación de mercado que se ha realizado para este proyecto difiere de segmentaciones más convencionales, en las que se toma en cuenta la mayoría de las variables de segmentación antes mencionadas; en el caso de este proyecto la motivación principal para la segmentación y el objetivo principal a cumplir en la propuesta de diseño es el tomar en cuenta los datos que corresponden a la función simbólica del diseño, por lo cual se ha dejado aparte datos como el nivel socioeconómico, el nivel de educación, la fidelidad a una marca, entre otros que en un proyecto con una segmentación de mercado más convencional se toman en cuenta directamente y son muy relevantes. Para este proyecto, se ha dejado de lado la segmentación según estos factores, ya que lo que se desea tomar en cuenta son los sentidos y significados en torno a la ropa de dormir, que tienen en común todas las usuarias: mujeres de 25-35 años de la ciudad de Cuenca, e igualmente es muy relevante en el caso de encontrar significados divergentes el buscar la explicación a estos, si se debe a diferencias demográficas, de estilo de vida, etc.

Y finalmente, un detalle importante que acotar, es que se ha tomado la decisión de buscar datos cualitativos para esta investigación de campo, debido a que lo contrario podía ser limitante para esta, en la que se busca llegar a los significados y las reacciones emotivas que tienen las usuarias en torno a su ropa de dormir.

Para lo cual se ha realizado entrevistas semi-estructuradas y grupos focales; y se debe a esto el hecho que no se ha extraído una muestra del universo, ni se busca obtener información numérica ni porcentual. La información a continuación es un análisis y resumen de la información obtenida en la investigación de campo; que está transcrita en su totalidad en los anexos 1-5 que se encuentran al final de documento.

## 3.1.2. Descripción del proceso de recolección de datos:

### **Recolección de datos a través de sondeo piloto:**

Para las entrevistas a usuarias, se realizaron a mujeres pertenecientes al grupo meta, como también se realizaron entrevistas a personas fuera de este, como personas más adultas, más jóvenes y de otras ciudades; Estas entrevistas piloto a personas fuera del grupo de usuarias meta, se ha realizado de manera preliminar con el objetivo de probar las preguntas planteadas, refinar el método de entrevistar y finalmente se realizaron para tener información para contrastar, y poder reconocer qué aspectos o características son propios del grupo meta y su contexto y cuales pueden ser generales de la ropa de dormir o generales a las mujeres del contexto.

Lo primero que se realizó en la investigación de campo, son las entrevistas piloto a cuatro personas fuera del grupo meta y un grupo de tres personas. Las entrevistadas consistieron en una mujer mayor al grupo meta (48 años), dos de menor edad (20 y 21 años), y de distintos niveles socioeconómicos, una mujer que cumple con la edad (25 años), pero es de fuera de la ciudad y un grupo de tres personas entre 19 y 21 años.

---

Toda esta información encontrada ha sido oportuna, gracias a la ayuda que proporcionó en perfeccionar el método de entrevistar, reconocer información relevante que ha coincidido en todas, así como también notorios contrastes, que hacen que sea evidente que según el contexto, en este caso la Ciudad de Cuenca ubicada en la sierra ecuatoriana, su cultura, sus tradiciones y su clima es una gran influencia, esto es notorio al analizar las entrevistas de Anabel, que es una persona que ha vivido en Cuenca, pero que es originalmente del Puyo y actualmente reside allí, y que nos habla primordialmente del cambio climático; esto puede compararse por otro lado con la entrevista semiestructurada a Ana Gabriela, que pertenece a las entrevistas semiestructuradas, y no a las entrevistas piloto, ya que ella es de Cuenca, pero tiene familia en la Costa, específicamente Manabí, y ella misma reconoce las diferencias culturales, entre Sierra y Costa, y como estas influyen lo que ella en particular considera apropiado, bonito y lo que busca y desea de su ropa de dormir en contraste con otras usuarias de Cuenca que fueron entrevistadas y las de los grupos focales.

Finalmente, gracias a las entrevistas piloto se notó desde un principio que existen contrastes generacionales, se observan diferencias en preferencias tanto en lo funcional: como por ejemplo que la gente más joven prefiere indumentaria más holgada, ya que no siente la necesidad de que esta le “favorezca” de la misma manera; estéticos: así mismo la gente joven tiende a utilizar prendas alternativas a las convencionales como ropa de dormir, como son calentadores, ropa reciclada; y tiene menos interés en que esta esté nueva, sin huecos o manchas (Anexos 2.1. Entrevista piloto grupal) y en lo simbólico: la gente joven está mucho más abierta a la idea de utilizar ropa de dormir en público, no al 100 % y solo bajo ciertas circunstancias, como estar en grupo por ejemplo, pero existe menos el sentimiento de inapropiado o vergonzoso.

Todo esto se ha observado entre las personas entrevistadas de 48 años y las de 20 y 21 años. Posteriormente, en la investigación de las usuarias dentro del grupo meta, se observaron diferencias en preferencias, gustos y prioridades entre las personas de menor edad (25 años), en especial si estas estaban aun solteras, en comparación con las que tienen pareja, están casadas y en especial con las que tienen hijos, que en este caso coincide que son las de mayor edad (32 y 35 años), esto se explora más a profundidad posteriormente cuando se hable de los aspectos de personalidad e identidad en la ropa de dormir.

Las preguntas base tanto para las entrevistas piloto como para las posteriores entrevistas semi-estructuradas fueron las mismas, estas se utilizaron con el propósito de guiar la conversación, pero se modificaron de acuerdo a la entrevistada y la información que esta proporcione, las entrevistas piloto fueron clave para refinar el método de entrevista así como para reconocer aspectos clave a enfatizar. Se tiene las preguntas para las entrevistas a continuación:

**Preguntas base para entrevistas piloto y semi-estructuradas:**

1. ¿Usted usa ropa de dormir?
2. ¿Cuáles prendas son sus preferidas?
3. ¿Para qué momentos decide usar esta ropa de dormir?
4. ¿En qué lugares o situaciones usa ropa de dormir?
5. ¿Por qué razones podría considerar que la ropa de dormir no es para usar en público o afuera?
6. ¿Por qué considera que la ropa de dormir no es para ser vista por toda la gente?
7. ¿Qué características puede tener la ropa de dormir que no tiene la vestimenta cotidiana?
8. ¿Tiene recuerdos de alguna ropa de dormir en particular? ¿Por qué la recuerda?
9. ¿Recuerda cómo era su ropa de dormir de la niñez? ¿En qué ha cambiado en la adultez?
10. ¿Cree usted que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencia?
11. ¿Con qué relaciona a la ropa de dormir?, ¿Con qué momentos y con cuáles ideas?
12. ¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

\*Preguntas base para entrevistas semi-estructuradas, Anexo 1.

**Recolección de datos a través de entrevistas semi-estructuradas:**

Posterior a las entrevistas piloto, se realizaron entrevistas semiestructuradas a seis mujeres pertenecientes al grupo de usuarias meta (anexo 3). Estas se realizaron de la manera mas heterogénea posible, buscando una diversidad de edades, y de niveles socioeconómicos, para obtener información que no este sesgada.

Las preguntas para estas entrevistas, buscaron conocer los pensamientos, opiniones y emociones de las usuarias en cuanto a su ropa de dormir. Se ha encontrado información en torno a los aspectos funcionales como la comodidad, haciendo hincapié en los puntos de vista de la teoría previamente investigada, que habla de los factores del ambiente, de la ropa y del cuerpo mismo que afectan en este aspecto.

Sobre las características de la función estética, que afectan tanto en lo funcional como en lo simbólico, se ha buscado conocer acerca de las emociones y pensamientos en torno a las características de silueta, material, color, etc. Y cómo estas giran en torno a los estilos propuestos en ropa de dormir del contexto y de la propuesta local y global; y también cómo estos se ajustan a las preferencias de las usuarias.

Todos estos aspectos buscan ser comprendidos desde la función simbólica, es decir, qué significados estas características tanto practicas, como estéticas pueden llegar a significar aspectos cómo: comodidad, seguridad y serenidad o paz para las usuarias, entre varios otros.

Otros aspectos, que se han analizado en las entrevistas, son características de la función simbólica, que surgen gracias a la naturaleza misma de la ropa de dormir, por ejemplo: el uso privado o la indumentaria de uso privado, contrastando esta con el uso público o la indumentaria para este uso. Cuáles son las diferencias entre estos dos tipos de indumentaria, y dónde podrían tal vez converger, etc. Y los aspectos más importantes que surgen del uso privado, que son la intimidad y la privacidad; cómo el usuario entiende estos términos, cuales son sus condicionantes y que tiene que ver la indumentaria con esto.

El último aspecto que se ha considerado, para buscar la raíz de las preferencias en torno a las características de las funciones prácticas y estético-formales es el aspecto de la personalidad e identidad, en este se busca conocer aspectos como preferencias, valores y estilos de vida, y como estos influyen la selección de la indumentaria; y cómo pueden por ejemplo, ser sus opiniones en cuanto a su feminidad, a su edad, su rol en el hogar, si tiene pareja, hijos, etc.

Al tratarse de entrevistas semiestructuradas, la lista de preguntas original se utilizó como detonante para que surjan otras preguntas y temas de interés, por lo que se puede observar, en los anexos, que cada entrevista es diferente dependiendo de en que temas quiso enfatizar la entrevistada. Por último, se realizaron las entrevistas con el fin de comprender mejor qué características son las primordiales a analizarse, cuáles coinciden o llaman la atención de manera significativa; así como también para estructurar las preguntas y actividades que se realizaron en los grupos focales posteriores a estas.

---

De igual manera estas entrevistas, se intentó hacérselas a mujeres de diversas edades, estados civiles, y niveles socioeconómicos. En este grupo se incluyen las mujeres del segundo grupo focal realizado, a mujeres de nivel socioeconómico medio-bajo, que fue fallido, ya que solo asistieron dos personas. Y que no se logró realizar nuevamente, debido a la crisis mundial del Covid-19.

Sin embargo, se entrevistó a las dos participantes y luego se realizaron más entrevistas a este grupo socioeconómico para completar la información.

El primer grupo focal realizado que fue a mujeres de un nivel socioeconómico medio-alto, fue exitoso. Asistieron 8 participantes entre 25-30 años, por lo que así mismo se realizaron entrevistas posteriormente a mujeres de 30-35 para completar la información que pudo haberse perdido debido a esto.

Los grupos focales se realizaron de la siguiente manera: Primero, se dió una corta explicación del proyecto y el tema que se está realizando, la información que se busca obtener y se explicó el proceso de las actividades que se realizarían en el grupo focal.

posterior a la introducción se procedió a realizar la primera actividad, que consistía en crear grupos de 2-3 personas, y que en estos en equipo se converse sobre las palabras clave que se encontraron en las entrevistas, que en los párrafos siguientes se explicaran como: las categorías a analizarse para dar sentido. Y justamente lo que se realizaron fueron “constelaciones de sentido” otro término que se explicara a profundidad en párrafos siguientes ya que fue una herramienta para la conceptualización, pero que básicamente consiste en sacar ideas y palabras de una palabra central, en este caso de cada una de las categorías que se seleccionaron para el análisis, para así llegar a explicar que significan cada una de estas categorías para las usuarias.

A continuación los ejemplos de los resultados obtenidos por parte del grupo 1 en el grupo focal, así como la hoja de instrucciones guía que se entrego para la realización de la actividad grupal.

# RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE GRUPOS FOCALES:

FECHA: 07/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 15:00H

PALABRA CLAVE: CONFORT/COMODIDAD

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Características de tus prendas favoritas.
2. Tu ropa de dormir ideal.
3. características de la ropa de dormir que no te gusta.

PALABRA CLAVE: IDENTIDAD/PERSONALIDAD

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Que diferencias tiene tu ropa de dormir con tu ropa de diario?
2. Sientes que refleja algo sobre ti?, tu personalidad?, o estilo?. Como lo hace?
3. En comparacion con la ropa de dormir masculina, que características tiene la de mujer y te hace sentir identificada? Si?, no?, porque?

PALABRA CLAVE: INTIMIDAD/ USO PRIVADO

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Que significa para ti lo intimo o privado?
2. Que lugares, cosas o personas asocias a este espacio intimo?
3. Características o particularidades de la ropa de uso privado. Ej. Ropa de dormir.

PALABRA CLAVE: IUSO PUBLICO

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Usarias ropa de dormir en publico? Donde?, Bajo que circunstancias?, Con quien?
2. Que te haria el estar en ropa de dormir en un lugar/ situacion/ privado o con personas que no consideras de confianza?

Figura 58. Guía para actividad 2. grupo focal 07-03-2020 (Elaboración propia).

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1.

- pasteles  
- planos / patrones neutros.

- material de la tela  
- costuras  
- forro  
- textura.

↑

COLORES CALIDAD

CONFORT/ COMODIDAD

SILUETAS

- onesies (+ -)  
- 2 piezas  
- vestidos  
- intermedio  
- flojo/apretado.

MATERIALES

- licras cómodas  
- calentador  
- algodón  
- tela caliente.  
- seda. (+ -)  
- tela polar (+ -)  
- Ropa cómoda/caliente.  
- Juego  
- ELASTICOS ≠  
- Apretado ≠  
- Telas no aptas

Figura 59. Constelación de las palabras: confort/comodidad, realizado por el grupo 1. en el grupo focal 07-03-2020 (Grupo 1. 2020).



FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

- Personalidad: no es modo  
interior.
- De acuerdo a tu etapa.
- Comodidad sobre imagen.

PREFERENCIAS

## IDENTIDAD/ PERSONALIDAD

ESTILOS

- No la misma importancia  
pero si debe gustarme.
- Como te hace sentir  
(edad, estilo).
- incluso algo feo  
si es comodo  
vale.

ROPA DE MUJER

- Colores.
- Atraer
- Limites.

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

- Honorio/actividad.
- Emergencia.
- Modelo.
- Amigas / familia cercano.
- Moda → mujer
- Grado comodidad.

APROPIADO

## USO PUBLICO

INAPROPIADO

- Depende de la sociedad.
- Para dentro casa / familiares.
- tela.
- respeto a los demás.

Figura 60. Constelación de las palabras: identidad/personalidad, realizado por el grupo 1. en el grupo focal 07-03-2020 (Grupo 1. 2020).

Figura 61. Constelación de las palabras (indumentaria de) uso publico, realizado por el grupo 1. en el grupo focal 07-03-2020 (Grupo 1. 2020).

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

## PRIVACIDAD/ INTIMIDAD

- Mío. / no le incumbe al resto.
- Casa, cuarto, familia, amigos cercanos.
- Vulnerabilidad. / desatendida.
- Felicidad / tranquilidad / felicidad.
- Momento específico de consuelo / consuelo.
- Respeto hacia los demás, presentación.
- Mascarellas → día a día.

Figura 62. Constelación de las palabras: privacidad/ intimidad realizado por el grupo1.  
en el grupo focal 07-03-2020 (Grupo 1. 2020).

**SUCAPÍTULO 3.1**

La actividad final que se realizó en el grupo focal, fue la de unir a todo el grupo para conversar sobre la primera actividad. Qué datos llamaron su atención, en qué estuvieron de acuerdo como grupo y en qué no; y en general escuchar sus opiniones sobre las características seleccionadas a ser analizadas y su relevancia para ellas como grupo.

En cuanto a los grupos focales, y en específico al uno que fue exitoso; estos se realizaron, con el propósito de observar si se encontraba información nueva, o distinta a la de las entrevistas gracias a la interacción entre las usuarias; con la moderadora tomando un papel mucho más pasivo, solo en el guiar la conversación y dejar que surja la información que ellas consideraron pertinente compartir. Y es justamente este el valor del grupo focal como herramienta para un levantamiento de información de índole cualitativo, que en la interacción social entre las personas que forman parte de este, sus opiniones, su manera de expresarse y hasta de actuar se torna de acuerdo con la situación social del grupo; distinto a una conversación con solo una persona, como en el caso de las entrevistas semiestructuradas, todo esto fue muy revelador y proporciono información muy relevante.

Los resultados e interpretaciones de las entrevistas semiestructuradas, piloto, generales y para completar información, así como del grupo focal, se organizaron en cuadros, que se han llamado constelaciones de sentido, por su forma y su propósito. Las constelaciones que pertenecen a cada entrevista y a cada equipo formado en el grupo focal, se encuentran en los anexos (Anexo 4.2). Mientras que las constelaciones de sentido que resuman toda la información obtenida de la investigación de campo, y sus análisis e interpretaciones se verán incluidas como parte del capítulo 4, dentro de la conceptualización de la propuesta de diseño; ya que son las herramientas principales a utilizarse dentro de esta.

## 3.2. INTERPRETACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO: CATEGORÍAS Y CONSTELACIONES DE SENTIDO

El término **constelaciones de sentido**, surgió de una conversación con la cotutora de este proyecto, la diseñadora Silvana Amoroso, en la que esta al compartir sobre sus procesos de análisis e interpretación de la información sugirió el uso de esta herramienta y la nombró de esta manera.

La constelación de sentido se puede definir como una herramienta de organización de los significados, y se ha pensado en ella como una constelación, ya que se da una especie de ramificación, un conjunto de significados que configuran o ayudan a configurar el sentido de la palabra en el centro de esta. Se ha decidido para comprender mejor este termino, definir un concepto similar, ya que aunque se han encontrado otros autores que hablan del termino constelaciones de sentido, no se ha encontrado una definición simple y apropiada de las mismas, por parte de estos. Por lo cual para explicar de mejor manera el porqué se han seleccionado las constelaciones de sentido para organizar, resumir e interpretar la información de todo lo encontrado previamente; se definirá la semiosis; término introducido por Charles Sanders Peirce, en su teoría de la semiótica; donde se define al proceso de semiosis como el que permite conocer el significado de un signo. Y a través de este significado, darle sentido, o interpretar este signo en una situación en específico.

El proceso de dar sentido a algo, o de la construcción del sentido es justamente esto, se requiere el signo, el objeto que lo representa y un interpretante que lo interprete. El rol que juegan las constelaciones de sentido, ha sido el encontrar las características dentro de cada una de las funciones del diseño, en la ropa de dormir, que son de interés para la usuaria meta, y justamente darles sentido, o encontrar el significado o signo que estas pueden llegar a tener.

Una categoría nace de la necesidad de separar distintos aspectos de un fenómeno para poder comprenderlo de mejor manera. En este caso lo que se está analizando es la ropa de dormir; y se han encontrado cuatro variables al analizarla que “nacen” de esta, siendo la quinta categoría analizada la ropa de dormir como tal. No solo ha sido gracias a la investigación de campo, en la que estas son las categorías que se han encontrado de manera natural al organizar y categorizar la información obtenida, sino también tiene una lógica desde la investigación teórica que se ha realizado de la ropa de dormir desde las funciones del diseño. A continuación se tiene un análisis de la categoría: Ropa de dormir, donde se observa de dónde y porque motivo es esta la categoría “madre” de las demás. Como también sirve de introducción a la interpretación de las demás categorías que se analizan posterior a esta.

Cabe recalcar que esta categorización que se ha realizado, ha sido parte de proceso de análisis e interpretación de la investigación de campo, basándose, como se ha mencionado, también en la investigación teórica; pero que esta categorización de la ropa de dormir, y las categorías se han seleccionado, has sido decididas desde el criterio de esta autora, sin ser esta una teorización por parte de otro autor.

---

### 3.2.1.

## Categoría: La ropa de dormir:

Para recordar un poco sobre esta, de la que se ha hablado extensamente, en el subcapítulo 2.2. La ropa de dormir, un análisis. Esta corresponde a un segmento de la indumentaria, sobre el que se tiene limitada información, y definiciones no del todo formales. Pero se la puede definir cómo el conjunto de prendas que se utilizan para dormir, o a la hora de dormir, y en diversas situaciones según lo que el usuario considere. Aquí se pueden incluir prendas como el camisón de dormir, el pijama, y la bata, entre otras; como pueden también ser prendas recicladas de uso diario o ropa deportiva como calentadores. Estas pueden tener diferentes siluetas y cortes así como también estar hechas de diversas bases textiles. Sin embargo están condicionadas por su uso, a tener ciertas características, ya que su propósito principal es el de ser usado para dormir y por ende promover el buen descanso del cuerpo.

En el levantamiento de la información, se pudo obtener el resultado de que todas las usuarias utilizan algún tipo de ropa de dormir, esta puede ser variada; entre conjuntos comprados, ropa reciclada, calentadores, etc. Esto se considera que se debe a dos aspectos, el uno es práctico, y es el clima; ya que la ciudad de Cuenca, Ecuador, se encuentra en la Sierra ecuatoriana, y tiene una temperatura promedio que varía entre 7 °C a 17 °C de las cuales, las noches son, como es normal más frías que las mañanas. Múltiples de las usuarias incluso relacionan al clima con su propio comportamiento ante la condición climática especificada, describiéndose a sí mismas como “friolentas”.



El segundo aspecto que se considera que influye en el uso común de ropa de dormir para las usuarias analizadas, es simbólico, ya que el uso de la ropa de dormir como algo cotidiano para las usuarias, frente a otras practicas como dormir desnudas o en ropa interior como lo hacen en muchas otras culturas, como las europeas o asiáticas, en las que esto es común a pesar de los diversos climas en diferentes épocas del año; puede deberse a que en el contexto las personas guardan muchas prácticas más tradicionales en cuanto a su indumentaria. Podría por ejemplo al hacer una comparación entre la Costa y la Sierra ecuatoriana, las costumbres en cuanto a la indumentaria en general, en la Sierra son mucho mas conservadoras, ropa menos apretada, menos escotes, y colores y estampados mucho mas sobrios. Por lo cual puede considerarse que para la ropa de dormir, se considera mas apropiado dormir vestida, de hecho muchas usuarias, así mismo mencionaron el hecho de que les agrada la idea de tener ropa apropiada para cada situación. Como en el caso de la entrevista a Maria Isabel donde menciona: “A mí me gusta tener mi ropa, por ejemplo los sostenes deportivos, son solo para hacer deporte, de allí hay la ropa de salir, y así, entonces la ropa de dormir...”(Anexo 1). Así mismo en varias de las entrevistas se habla sobre lo apropiado que es tener ropa específica para dormir, y que esta condiciona, la actividad de descanso y el confort que se siente al ponerse esta indumentaria. Por lo cual también se habla de que, ya que es propicia para estas actividades, no lo es para otras, como trabajar, hacer deporte, o ser vista en público.

Sobre el aspecto cultural, también vale recalcar que las mujeres al hablar sobre diferencias entre ropa femenina y masculina, mencionaron el hecho de que consideran mas común que los varones no usen ropa de dormir, que duerman en ropa interior, un uso mas común de calentadores por sobre prendas compradas para ropa de dormir específicamente, y en otros casos se menciona el hecho de que duermen con pantalón y el torso desnudo. De lo que se puede decir que existe un estereotipo de genero que se hace presente en el uso de ropa de dormir en el medio. Lo que da como resultado que las mujeres sientan que deben y que se normalice mucho mas en ellas el uso de ropa de dormir, que en usuarios del genero masculino.

Sin embargo las usuarias no hablan de sentirse obligadas a utilizar ropa de dormir, y más bien sienten que es un aspecto de su rutina que aprecian, tanto las que compran indumentaria específicamente para dormir, que hablan de satisfacción en cuanto a sentirse atractivas y femeninas, como las que utilizan indumentaria reciclada, deportiva, etc. Mencionan que el utilizar ropa de dormir aporta a su experiencia de confort, al protegerlas del frio y hacerles sentir que están en un tiempo y espacio de comodidad, de estar en casa, en su lugar privado y listas para realizar actividades de descanso y finalmente de dormir.

Algo que se considera interesante, aunque no del todo sorprendente, ya que ha sido la tendencia global desde hace ya algunas décadas, es la preferencia de las usuarias, por el pijama como su selección para ropa de dormir. El pijama es específicamente dos piezas, pantalón y top. Se menciona dentro de la investigación, que el motivo de esto es que los camisones o vestidos son incómodos o poco prácticos, ya que se suben y mueven durante la noche. Pero a parte de un tema práctico, como ya se ha dicho, esta preferencia por el pijama, es decir ropa de dormir de dos piezas, puede deberse a un tema de tener más visibilidad y preferencia a nivel mundial en general, y desde un punto de vista histórico, la prominencia de el pijama sobre otras tipologías sucedió por el hecho de ser consideradas más prácticas y cómodas, que sus predecesoras, y hasta la actualidad de lo que se ha podido analizar tanto de la oferta local como internacional, son la tipología más ofertada de ropa de dormir.

De esto podría decirse, que puede o no ser una tendencia mundial, pero de acuerdo con la información que se recolectó en esta investigación, en el contexto hay una preferencia absoluta por las prendas de dos piezas. Se consideran las más cómodas, las más apropiadas, y las más agradables a la vista. Mientras que cuando se mencionan prendas como camisones o vestidos, la única razón que encontraron las usuarias para considerar estas es en el caso de babydolls, con el propósito de seducción a su pareja, más no como una prenda para uso constante, cómodo y práctico para dormir.

Otro aspecto puntual, de interés fue la diversidad de prendas que las usuarias consideran que se pueden utilizar como ropa para dormir; la mayoría menciona prendas específicas, compradas para ser ropa de dormir, pero muchas veces complementadas por prendas recicladas como capuchas (hoodies), o cardigans u otras prendas para sumarse a esta protección contra el frío. También algunas mencionan el reciclaje de prendas como ropa deportiva, pantalones y camisetas, o ropa casual así mismo que sea apropiada; mayormente que tenga las características de ser holgadas y de un material suave y transpirable. Una de las usuarias entrevistadas manifiesta: “Muchas veces yo creo que no es necesario que sea un pijama, si no tú le das ese valor a esa prenda. Yo creo que aquí, desde el lado en el que yo he estudiado la semiótica... ahora viéndolo desde ese punto, considero qué es el valor que esa prenda tiene en ti. No es que la prenda te da el valor a ti.” (Anexos 2). Es importante recalcar que esta respuesta proviene de una diseñadora y en ese sentido esta familiarizada con la rama, por lo que esta apreciación brinda otras perspectivas. Recalca que un “pijama” (ropa de dormir), puede ser cualquier prenda que el usuario elija, porque tiene las características que a este le hacen sentir cómodo. Y profundiza aun más en decir qué es la persona la que decide qué esta es la prenda apropiada para ser su ropa de dormir, y no lo contrario. Esto coincide justamente con la definición del diccionario Merriam Webster que se utiliza al principio del capítulo, y que no menciona ningunas tipologías de prendas en específico; sino que más bien menciona que esta puede ser cualquier prenda que se decida utilizar para este propósito de dormir o a la hora de dormir, este es un pensamiento interesante, y que hace pensar que aparte de las características configuracionales de una prenda, es muchas veces el acto de utilizar la prenda lo que le da su sentido.

Desde el conocimiento histórico del segmento de ropa de dormir, se puede decir, que este comenzó siendo la ropa interior que se utilizaba debajo de la ropa de diario, el pijama, es una importación del oriente y las batas y otros accesorios se han ido incorporando debido a las necesidades climáticas así como también culturales, para cubrir de mejor manera al cuerpo en situaciones semi-públicas y hacerlo más “apropiado” o “decente” para ser visto por otros. Y poco a poco estas prendas, con sus tipologías, materiales, y otros aspectos reconocibles se han vuelto la norma, y lo la gente considera y reconoce como ropa de dormir. Pero podría decirse que esto en cierta manera limita, y que las condicionantes en la ropa de dormir no son necesariamente estas, desde el punto de vista funcional, sino que talvez son más condicionantes sociales y del contexto, que van a depender mucho de si el público se rige o no a estas, lo que se ha visto es que existen diferencias generacionales en lo que se decide utilizar como ropa de dormir.



La ropa de dormir, sí tiene ciertas condicionantes debido al uso que cumple, y lo que se requiere para que este se realice de manera óptima, se está hablando del descanso y del sueño. Por lo cual, que sea confortable es una de las mayores condicionantes. Este confort, como se ha analizado en el subcapítulo 2.3. La ropa de dormir y las funciones del diseño, desde algunos autores, tiene diversas características y condicionantes propias, muchas que corresponden a características de la función práctica del diseño de la prenda, y otras que a través de la función estético-formal, son parte de la función simbólica.

Cómo puede ser el sentirse bien con la apariencia propia, y cómo la indumentaria confortable pone al usuario en un estado de ánimo y mental de sentir comodidad. Por lo cual se ha considerado al confort como una característica fundamental para entender a la ropa de dormir, y será analizada como categoría a continuación.

Las otras de estas características que se han encontrado, que se desprenden de la ropa de dormir, ya que son fundamentales para comprender y darle sentido a esta, son, a parte del confort que ya se ha mencionado, La identidad y personalidad, y cómo se ve esta afectada desde el punto de vista de la edad, el contexto tanto social, como más privado de la crianza y la familia y los roles femeninos que se tienen, por ejemplo. Y como puede esta identidad/ personalidad ser una influencia en las preferencias y elecciones al vestir.

Otra categoría esencial, es la de la indumentaria de uso privado, algo que la ropa de dormir es. Y aquí los conceptos de lo privado e íntimo, y qué rol juega la indumentaria en estos espacios. Dentro de esta se busca conocer por qué se elige la ropa que se elige, y por qué se comparte o decide no compartir y con quién, así como los sentimientos o emociones que se asocian a este espacio, qué buscan las personas en este espacio, y cómo la ropa de dormir aparece aquí.

En contraste a la categoría anterior, se ha analizado la indumentaria de uso público. Cómo se puede analizar a la ropa de dormir desde este espacio, qué rol puede esta cumplir aquí, y en especial qué se considera desde el punto de vista de las usuarias, y de su conocimiento sobre el contexto, y los estereotipos en este, sobre la ropa de dormir en público, y en comparación con otros tipos de indumentaria que pueden tener características similares. Aquí sobresalen diferencias generacionales, y de crianza; por lo que es interesante ver los sub-códigos que existen, ver las opiniones personales de las usuarias, y como muchas veces se ajustan a los macro-códigos del contexto en el que viven aunque estos discordasen con sus ideas propias, o como algunas, en específico de acuerdo a su edad y personalidad, pueden decidir rechazarlos.

De todo este proceso interpretativo realizado de la ropa de dormir, se han podido identificar las cuatro categorías de análisis que son el confort/ la comodidad, la identidad/ la personalidad, la indumentaria de uso público y la privacidad/ intimidad, a continuación la constelación de sentido que se ha realizado de la ropa de dormir, en la que se observa como "nacieron" de estas las categorías de análisis.

# CONSTELACIÓN DE SENTIDO: *Ropa de dormir:*

En este gráfico, se puede observar la constelación de sentido de la categoría ropa de dormir, que resume el análisis de la información previamente expuesta de la investigación de campo realizada. Esta incluye, las cuatro categorías que "nacen" de la ropa de dormir y que será posteriormente analizadas.



Figura 63. Constelación de sentido de la ropa de dormir (Elaboración propia).



Figura 64. Constelación de sentido de la ropa de dormir acercamiento (Elaboración propia).



Figura 65. Constelación de sentido de la ropa de dormir acercamiento (Elaboración propia).

De esta constelación de sentido, los aspectos importantes a notar son, primordialmente la realización de que la ropa de dormir, no son necesariamente unas tipologías de prendas estrictas y específicas, sino que puede incluir, tanto según las usuarias como desde la definición teórica de ropa de dormir, a cualquier prenda, que cumpla con las características indispensables que llevan a que la prenda sea confortable tanto desde un punto de vista físico como emocional.

El confort es una palabra que aparece anexada a diversas palabras en la constelación; demostrando así que este depende de, e interactúa con diversas características, como son la siluetas que pueden tener las prendas, así como también preferencias de las usuarias, que se deben a diversos motivos, como por ejemplo el clima y el contexto, como también sus ideas en cuanto al lugar y momento apropiados y óptimos para utilizar ropa de dormir, y el estado mental que a esta le hace sentir confort; este estado mental depende asimismo del lugar, momento y de las prendas que se están utilizando.

Se mencionan dentro de esta constelación, así mismo el uso privado, que es una característica propia de la ropa de dormir, y la dependencia que tiene este justamente en el confort nuevamente, y como se ve influenciado por el contexto, esta se ha puesto en contraste con el uso público, que se ve influenciado por las mismas características. No se ha especificado más dentro de esta constelación, ya que ambas son categorías en sí mismas, pero es necesario incluirlas aquí, ya que la ropa de dormir es indumentaria de uso privado, y esta es una de sus características y condicionantes esenciales al igual que el confort.

El contexto es sin duda, un elemento determinante en la interpretación y el sentido que se le otorga a la ropa de dormir, aparte que el contexto tiene su importancia en cómo influencia y guía el punto de vista de la interpretación. Pero no es específico a la ropa de dormir, ni a la indumentaria en sí, sino que justamente es el lente desde el que se puede analizar e interpretar cualquier fenómeno cultural. En el caso de esta constelación de sentido, se observa como el contexto ha sido importante en el análisis del uso común de ropa de dormir, las preferencias de las usuarias, sus ideas mismas de confort, de apropiado e inapropiado y por ende del uso público y privado de la ropa de dormir.

Del análisis e interpretación que se ha hecho de la ropa de dormir, como conclusión, se han llegado a algunos posibles significados en torno a esta; como por ejemplo, el que la ropa de dormir puede ser cualquier prenda, sus materiales, siluetas, colores, etc., pueden variar, pero tienen como condicionantes el ser cómodos como característica primordial. Se ha llegado a esta primera conclusión al ver la cantidad de usuarias que utilizan prendas no convencionales como ropa de dormir, y así mismo ver que las usuarias de menor edad lo hacen con aún más frecuencia; por lo que se puede determinar que la ropa de dormir esta evolucionando, como lo ha estado haciendo a través del tiempo, desde camiones de lino a pijamas de polar, y pronto se podrá ver que tipologías nuevas o características específicas se van adoptando y normalizando como ropa de dormir.

Otras características que se consideran es que la ropa de dormir tienen también que ajustarse a las preferencias y expectativas de las usuarias, detalles que están directamente atadas al contexto, así como también a las características propias de estas prendas por su uso, las situaciones y actividades para las que se las usa, su propósito en específico, y esto así mismo condiciona el dónde y cómo se usa, todo esto, se ve influenciado nuevamente por el contexto, y los estereotipos y las ideas en torno a la ropa de dormir que tienen no solo las usuarias sino la sociedad que las rodea.

Aparte de los significados que se han encontrado de la categoría, ropa de dormir como tal, se observa como de esta “nacem” las cuatro otras que se han seleccionado para analizar, estas son:

La misma **ropa de dormir**, que ya ha sido analizada e interpretada, y como ya se ha dicho, de la cual se desprenden las demás categorías.

**La categoría de comfort** es la característica central de la función práctica en la ropa de dormir y uno de los requerimientos centrales para este segmento de la indumentaria. Y que como se puede observar en el análisis de la ropa de dormir, esta categoría es importante no solo en cuanto a los aspectos prácticos, sino que tiene un significado en lo estético y configuracional en la ropa de dormir, así como también una dimensión en lo emocional, psicológico y finalmente simbólico.

Siguiente se ha analizado **la categoría de identidad/personalidad**; vale recalcar que esta se ve limitada solo a lo que es pertinente a la ropa de dormir y como las preferencias y gustos se definen a través de la construcción de la identidad y personalidad gracias diversos factores, como el contexto, el género, la edad, etc. Mas no se puede ir más allá de esto, por ser un aspecto complejo y extenso y que ir más allá no es apropiado para este proyecto.

Otra es **la privacidad e intimidad o la indumentaria de uso privado**, característica de la función simbólica que es así mismo céntrica a la ropa de dormir como segmento, por la naturaleza del espacio privado en el que se utilizan estas prendas.

Y por último se ha decidido contrastar la categoría anterior con **la indumentaria de uso público**; como pudiera haber aquí la ropa de dormir, donde están sus límites y cómo se diferencia esta de la indumentaria de uso público.

En el cuadro a continuación se observan las cinco categorías, con una jerarquía de que cuatro parten de la ropa de dormir, estas cuatro no se encuentran en un orden particular por jerarquía, y son igual de importantes entre sí.



Figura 66. Constelación que muestra las cinco categorías de análisis para la investigación de campo (Elaboración propia).

Cabe recalcar que de todas las categorías, la información ha sido analizada realizando una triangulación, desde el conocimiento que se obtuvo en la investigación bibliográfica, sobre la ropa de dormir y las funciones del diseño; a esta se suma, la información encontrada que proviene de las usuarias meta, obtenida a través del levantamiento de la investigación de campo; y por último, la interprete, que es la autora de este proyecto. Ya que la interpretación a la final se realiza desde su punto de vista, que está nutrido por sus conocimientos y opiniones. Por lo cual es importante recalcar que la interpretación y la construcción de sentido a través de esta, no es algo inamovible, sino algo flexible, aun para macrocódigos que en general son compartidos por muchos intérpretes, ya que los significados y el sentido que estos construyen están en constante movimiento, y construcción, al igual que la cultura y el contexto donde estos se dan, están en constante movimiento y construcción.

Por otro lado, el recalcar que la interpretación y construcción del significado de cada categoría se ha realizado desde esta triangulación, da un sustento teórico al proceso creativo y posterior propuesta de diseño, que se realizara a partir de estas construcciones de sentido de cada categoría. Por lo cual a continuación se prosigue con las interpretaciones de cada categoría. Las constelaciones de sentido que en cierta manera “resumen” esta interpretación, se encuentran en el capítulo 4, ya que su propósito principal es ser utilizadas como herramientas dentro del proceso de conceptualización de la colección de diseño, que es lo que se realiza en ese capítulo.



---

### 3.2.2. Categoría: El confort y la comodidad:

Es una de las categorías que nace de la ropa de dormir. Nuevamente sobre esta se ha hablado de manera extensa en el sub capítulo 2.3 al hablar de la ropa de dormir y la función práctica del diseño. Donde se mencionan en especial a dos autores que hablan sobre las cualidades necesarias para que una prenda sea funcional, en este caso: Gupta (2011), así como también se ha analizado un segundo artículo que habla específicamente del confort en la indumentaria de los autores: Das & Alagirusamy (2010). Es en este último mencionado se define al confort como: el estado de armonía entre los estados físicos, fisiológicos y psicológicos del ser humano y el ambiente en el que este se encuentra (Das & Alagirusamy, 2010, p.79). Esto es de interés, primeramente porque se menciona a las tres funciones del diseño, trabajando en conjunto para crear prendas confortables, pero también se mencionan dos otros factores, que son el usuario mismo, y el ambiente en el que se encuentra.

No todas las prendas van a ser percibidas de la misma manera, y en especial en lo que pertenece al confort desde lo psicológico, existe un aspecto de subjetividad.

De la misma manera, la misma prenda no va a ser confortable, ni física ni psicológicamente de igual manera en diversos climas o en diversas situaciones. Por lo cual existe este interés en conocer no solo ciertos aspectos subjetivos del público meta, sino que características del contexto para la creación de prendas óptimamente cómodas y funcionales.

En el texto de Gupta (2011), se mencionan como requerimiento, a los aspectos fisiológicos, biomecánicos, ergonómicos y psicológicos, para la creación de prendas funcionales. Lo que quiere decir que se considera, el cuerpo, el movimiento de este dentro de la actividad a realizarse, el ajuste y patronaje de la prenda y por último habla de un requerimiento psicológico para la ropa funcional, en este existe un enfoque en el rol que cumple la indumentaria como representación de la persona, y como la apariencia de esta puede tener una influencia sobre la aceptación de la persona por su grupo social, su autoestima, el sentirse identificado, etc. Esta información puede parecer más aplicable a la indumentaria de uso público, como ropa casual, formal, deportiva, etc. Pero en el caso de ropa de uso privado como la lencería y la ropa de dormir, aunque no exista ese aspecto social de la misma manera que en la ropa pública, si existen situaciones en las que la ropa de dormir debe cumplir la función de verse de cierta manera para hacer que el usuario se sienta cómodo en el espacio y situación que está viviendo como por ejemplo en situaciones semi-públicas como pijamadas con amistades, viajes y con su misma pareja o familia. Así que es importante recalcar, y en el texto lo dice muy claro, que por más cómoda o funcional que sea una prenda si "se ve" de una manera incorrecta, no va a ser percibida como aceptable y será rechazada (Gupta, 2011, P.329).

En el segundo texto analizado, llamado: "La Ciencia del Confort en la Indumentaria", Se mencionan cuatro elementos básicos para la indumentaria confortable que son: los aspectos termo-fisiológicos, los sensoriales o táctiles, los fisiológicos y los de ajuste. Posteriormente en el texto se mencionan los aspectos físicos, termo-fisiológicos, neuro-fisiológicos y psicológicos como los procesos involucrados dentro del confort humano. Dentro de los elementos se mencionan e incluyen los procesos, por lo cual son estos los que se analizan a continuación.

Dentro de los aspectos termo-fisiológicos, se menciona la capacidad de transmisión de calor y humedad a través de la prenda, y que lo importante es que esta promueva el mantener la temperatura corporal alrededor de 37°C, ya que esta es la óptima para sentir comodidad. Este aspecto está directamente relacionado con el material del que está hecho la prenda, las fibras y el tipo de tejido.

En cuanto a los aspectos sensoriales o táctiles, en estos se habla de como la piel es una barrera entre el cuerpo y el ambiente exterior, y esta cumple la función de captar sensaciones como temperatura, presión, humedad, etc. Existen dos tipos de estímulos que la piel puede captar, estos son mecánicos, y los térmicos, que están relacionados con los aspectos termo-fisiológicos (Das & Alagirusamy, 2010). Ya que las prendas están en constante contacto con la piel, están constantemente causando estímulos sobre esta, que están relacionados con el confort o a la falta de este. Aquí se mencionan a las características táctiles que un textil puede tener como el de suavidad, ligereza, grosor, ser liso, ser flexible, etc. La comodidad que estos aspectos puedan proporcionar va a depender de preferencias subjetivas al usuario así como también la temperatura del medio y para qué tipo de prendas se están seleccionando tal o cual característica.

En lo relacionado con el ajuste, se habla de los factores de tallaje y de diseño de la prenda, que la prenda debe adaptarse de manera correcta a las formas del cuerpo, tener un ajuste apropiado y permitir el movimiento. Esto nuevamente depende de las preferencias del usuario, como un aspecto subjetivo, y la actividad para la que se ha diseñado la prenda. Si esta tiene un mal ajuste puede causar problemas en el sistema cardiovascular, irritaciones en la piel debido a fricción o hasta humedad molesta.

En este texto esta sensación involucra los factores físicos, antes mencionados, los psico-fisiológicos del usuario, y los filtros psicológicos del cerebro. Existe una interacción y sincronización de estos tres factores, de la cual el confort psicológico depende.

Se habla también de que los impulsos sensoriales se procesan a través del cerebro, y que se llega a una percepción subjetiva de esta, que procede a ser medida y comparada con experiencias pasadas. Y esta comparación también depende de factores físicos, medioambientales, sociales y culturales entre otros. Sé concluye que el confort depende de la percepción psicológica del usuario relacionado con la prenda o prendas.

Lo curioso aquí es que se habla de la recepción de impulsos sensoriales, lo psicológico viene de como sucede esta comparación entre estas sensaciones con sensaciones pasadas, y es así como la persona, de manera subjetiva, decide si la sensación recibida es una de confort o de lo contrario. Por lo cual existe este uso de memoria y de que una sensación placentera simbolice confort para esta usuaria de manera permanente, por lo cual cada vez que recibe esta sensación la recuerda, y reconoce con este significado.

En cuanto a la interpretación de la categoría del confort, si se analiza lo que dice la teoría, y las usuarias en cuanto al aspecto termo-fisiológico, el aspecto clima es el más importante; al vivir en la ciudad de Cuenca, Ecuador. La mayoría de usuarias, salvo dos, mencionan la palabra friolentas, que prefieren materiales de grosor medio para sus prendas, prendas de dos piezas que sean pantalón largo, y mangas largas, así como también más capas y accesorios de materiales más gruesos para cubrirse más en caso de que sea necesario. Prendas como batas, chompas y medias.

Las usuarias que dijeron preferir prendas más livianas, o dormir en vestido o bata fueron: Ana Gabriela, que tiene familia de la costa, por lo cual, tiene una influencia contextual, a preferir una diversidad mayor de prendas, menciono que el lugar donde vive es caliente y que ella pone mucho énfasis, aun en solitario, en una necesidad de verse atractiva y sentirse atractiva, y que siente que las prendas cortas le sirven más, en cuanto a todos estos aspectos.

La segunda en mencionar que prefiere prendas cortas fue Diana, que menciona así mismo el aspecto de verse y sentirse atractiva, en este caso para el beneficio de su pareja así como también el propio, como motivo por su preferencia por prendas cortas, que muestren de mejor manera su figura. Aunque menciona que esta preferencia no es exclusiva, y que en diversas ocasiones utiliza prendas mas cálidas.

En cuanto al aspecto sensorial-táctil, las dos cualidades de la prenda que más influyen en esta son principalmente los materiales, donde se menciona que se busca sensaciones de suavidad, y que no sea picosa. Ambas significan para las usuarias que la prenda es de calidad, algo que también tuvo mucho énfasis, en todo el trabajo de campo al hablar sobre el confort. Calidad para ellas también significa textiles que no sean demasiado delgados, tanto en su peso, como en la apariencia del textil, que no se vea transparente. Buscan que resista tanto el color como la textura, cualidades del material, a varios lavados; así como también que las costuras no se rompan o abran. Notoriamente se habló sobre el aspecto de calidad, con mucha autoridad, de experiencias específicas negativas con prendas y marcas, tanto locales, como internacionales.



En su mayoría, las usuarias mencionan que la frecuencia de compra de ropa de dormir es menor que la de ropa de uso público, por motivo de cambio de tendencias, el uso privado, etc. Pero tienen la expectativa justamente de que la ropa de dormir cumpla la función de calidad, que no les “falle” en los aspectos ni termo-fisiológicos ni de ajuste, y que el confort necesariamente necesita ser constante en la prenda y no ir decayendo progresivamente de manera rápida, para considerarse verdaderamente confortable a una prenda.

El siguiente aspecto que puede afectar a lo sensorial-táctil es la silueta, ya que esta afecta la presión y fricción que puede causar la prenda sobre la piel. Todas las usuarias mencionan a los elásticos “fuertes” como algo negativo, que inevitablemente deja marcas en su piel, y no les permite ni las más mínimas fluctuaciones de peso o cambios corporales, tanto comunes, como podría ser comer algo pesado o estar menstruando, hasta cambios más permanentes como subir de peso o un embarazo. Por lo que mencionan como una opción positiva al uso de cordones en la cintura, que puedan ser apretados a su gusto.

Otro aspecto que se menciona es que una holgura intermedia es la óptima en las prendas, para que estas no causen picazón ni fricción, pero al mismo tiempo sean ergonómicas. Así mismo sobre este aspecto se menciona un aspecto antropométrico, que las mujeres del Ecuador, y por consiguiente de la ciudad de Cuenca, tienen en promedio una estatura pequeña en comparación con otras, de países vecinos como Uruguay, Brasil y Surinam, y una diferencia aún más marcada en comparación con mujeres de países anglosajones o europeos, donde el promedio es mayor aun. (Diario El Tiempo. 2016) Por lo que dicen que su ropa de diario es ajustada, para no sentirse enterradas por su ropa, pero para su ropa de dormir, en cuanto a la comodidad, esta necesita ser más holgada, para liberarse por lo contrario de la sensación de estar restringidas por sus prendas; en cuanto a lo ergonómico se habla a continuación.

En cuanto al aspecto físico-fisiológico, este se refiere al ajuste, donde justamente se menciona la holgura intermedia que es la óptima y más deseable en las prendas, ya que una holgura mayor causaría que las usuarias se enreden en sus prendas durante la noche. Se ha mencionado por su parte específicamente que no les gusta las bastas anchas, típicas de la ropa de dormir tradicional, así como tampoco ningún tipo de escote ni cuello en “V”, que tiende a moverse y deformarse durante la noche.

En cuanto a este aspecto, un patronaje sencillo y ergonómico se ha considerado más importante para permitir el movimiento completo. Y un enfoque en que los detalles como botones, cierres, etc.; sean utilizados de manera estratégica y mínima para no causar incomodidad.

Un detalle muy deseado son bolsillos en las prendas, algo no tradicionalmente agregado a la ropa de dormir. Que se considera como un deseo de que la prenda sea más versátil, y útil. Los bolsillos no ergonómicos, o la falta de bolsillos en prendas femeninas han sido un tema de debate por algún tiempo, en la ropa casual de mujer, por lo cual es muy interesante que se deseen estos en las prendas de uso privado por igual.

En cuanto al aspecto psicológico del confort, se han analizado aspectos como cromática, siluetas, el aspecto sensorial o táctil en lo que pertenece a lo psicológico, y el aspecto emocional.

En cuanto a la cromática o los colores, la mayor parte de las usuarias mencionan una preferencia por colores “de descanso”, que promuevan la relajación y el sueño; dentro de los cuales se consideran los pasteles, y los colores neutros, tanto cálidos como fríos. Muy pocas usuarias, en específico, la usuaria mayor al grupo meta, dentro de las entrevistas piloto, y Silvia, una de las usuarias del grupo meta, que está en el espectro de más adulta, casada y con hijos, estas mencionan preferir colores estereotípicamente masculinos como azul marino, negro, o lacre. Porque los consideran más “bonitos”, mas acorde con sus preferencias al vestir en general y más favorecedores a sus siluetas. Así también hubo un grupo pequeño de usuarias que mencionan colores “vivos” o “divertidos” como amarillo, fucsia y estampados llamativos como su preferencia. Sin embargo todas mostraron un interés por colores más estereotípicos del loungewear o de la ropa deportiva como son los neutros fríos y escala de grises.

En cuanto a la silueta dentro del aspecto psicológico, se habla del sentirse atractiva; aunque la ropa de dormir sea estereotípicamente holgada, aun cuando se utiliza en una situación semi-pública, esta debe considerar el aspecto de que las mujeres quieren prendas que favorezcan a su figura, tanto en público como en privado, aun para ellas en solitario, y aún más si están en una etapa de vida de tener una pareja, estar recién casadas, o casadas y con hijos. Estas aunque no sean de uso público, como toda la indumentaria, están atadas a aspectos del autoestima de la persona.

También otro aspecto psicológico de la silueta, es que esta necesita ajustarse a las fluctuaciones naturales del cuerpo; como se habló anteriormente de menstruación, comer algo pesado, fluctuar de peso o embarazo, la ropa de dormir debe ser versátil, porque de lo contrario causa no solo incomodidad física, sino también inseguridad y un sentimiento de fastidio y resentimiento en cuanto a lo emocional.

En lo sensorial-táctil del aspecto psicológico, como se menciona en la teoría, esta se refiere al recuerdo de una sensación de confort, que cuando se recepta nuevamente, el cerebro reconoce y recuerda como confort. Por lo cual, las sensaciones que se asocian psicológicamente con confort son el de prendas que protegen, contra el ambiente, el frío en específico; prendas cálidas y acogedoras, que envuelven en confort.

Un aspecto que se ha añadido aparte de la teoría en cuanto al confort, y que se considera dentro del aspecto psicológico es una afirmación interesante que hicieron las usuarias en el grupo focal del nivel socioeconómico medio-alto así como también en algunas entrevistas como la de Silvia o Maria Isabel; y esta es que las usuarias consideran que la ropa “bonita”, no puede ser verdaderamente o al 100% cómoda, y que la ropa más cómoda, usualmente es la más “viejita”, usada y normalmente sin poner énfasis en que combine, por lo cual no es “bonita”. Llama mucho la atención, ya que así mismo las usuarias lo dijeron con mucha autoridad y hablando desde la experiencia. Que por ejemplo ropa de dormir de seda, o sexy es “bella” pero incomoda, y que por eso descartan su uso y/o compra, así como varias dicen tener una o dos pijamas favoritas, que han tenido durante años, y que consideran no atractivas. Tanto así, que en el grupo focal, la usuaria Cristina menciona haber dejado su ropa de dormir favorita en la casa de sus padres cuando contrajo matrimonio, para no usarla en frente de su pareja, pero sí en la situación de dormir en casa de sus padres.

---

### 3.2.3. Categoría: La identidad y la personalidad:

Según la Real Academia Española (23.a ed.) la definición de identidad es: el “Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Estas personas o colectividades tienen conciencia de “ser ellos mismos y distintos a los demás”, es decir se identifican como tal. También la define como “el hecho de ser alguien o algo, el mismo que se supone o se busca.” De todo esto se puede concluir que la identidad, corresponde a rasgos o características que diferencian a un individuo o a una comunidad de los demás, los hace propios a una cultura y a un contexto en particular, esto se refiere mucho a la identidad colectiva o cultural, en la última cita se habla más bien de la búsqueda de ser alguien, esto resuena mucho, ya que es algo más complejo y personal, y que muchas veces puede salirse o ser opuesto a la identidad que se tiene como contexto; la identidad personal es algo que está en continua construcción, y en lo que el individuo está en constante búsqueda, de conocerse, de entenderse, de saber quien es y que quiere.

El grupo de características que puede corresponder a la identidad de la persona incluye aspectos como: la identidad de género; dónde implican aspectos como el rol de género, el sentimiento de feminidad, su comportamiento apariencia, etc. Esto es algo muy complejo, que no necesariamente coincide con su genitalidad, y tanto los roles de género como el concepto de feminidad están en crisis y sus significados en constante construcción.

Otros aspectos de la identidad pueden estar ligados a aspectos como la etnia, la religión, la actividad laboral, las habilidades, y la personalidad (Raffino, 2020).



Y se considera que dentro de la identidad cultural o de grupo se incluye todo lo que está relacionado con las creencias, tradiciones, símbolos, comportamientos, valores y orgullos, etc. que se comparten y permiten que exista ese sentimiento de pertenencia. Como ya se ha dicho, esta identidad grupal puede estar en oposición con la identidad personal que la persona decide tener, esta oposición puede ser completa o parcial, en cuál caso las prioridades, y preferencias de la persona se ajustarán a esta oposición, en todos los sentidos, desde su estilo de vida e interacciones con su comunidad, hasta sus hábitos de consumo (Raffino, 2020).

La personalidad por su parte, también es un conjunto de rasgos, que caracterizan a un individuo, incluyen su forma de pensar, actuar y sentir; el estudio de la personalidad es un ámbito del cual se encarga la psicología.

Estos rasgos del individuo, son relativamente estables y consistentes en el tiempo, e incluyen también otros elementos como las cogniciones, motivaciones y estados afectivos.

Es importante recalcar que la personalidad no solo incluye la conducta manifiesta, es decir lo que los demás pueden ver; sino también incluye la experiencia privada del individuo, sus pensamientos, deseos, recuerdos y necesidades, etc (Ruiz Mitjana, S.F).

Según Bermúdez (1996) citado en el artículo de Ruiz Mitjana, la definición de personalidad es una “organización relativamente estable de características estructurales y funcionales, innatas y adquiridas bajo las especiales condiciones de su desarrollo, que conforman el equipo peculiar y definitorio de conducta con que cada individuo afronta las distintas situaciones”. De esto se puede entender, que la personalidad es una construcción de características, innatas y adquiridas, que se han visto moldeadas por el entorno en el que la persona se ha desarrollado; y que definen como las personas se comportan, o su conducta en distintas situaciones. Así como también influye en su forma de pensar, de sentir, de interactuar con otros, de vivir, de emocionarse, etc (Ruiz Mitjana, S.F).

Así como en el caso de la identidad, la personalidad se ve inmersa en la forma en la que la persona ve la vida y cómo decide vivir; y por ende tiene una colección con sus preferencias y hábitos de consumo.

Para la interpretación de la categoría de la identidad/ La personalidad, como ya se ha visto, la teoría dice que estos fenómenos engloban un sin número de rasgos y características de la persona, desde quien es, con quienes se identifica, así como es un constructo de aspectos innatos y aprendidos, que han sido moldeados por el contexto en el que esta se ha desarrollado. En cuanto a lo que pertenece a la indumentaria, al consumo de indumentaria y específicamente a la ropa de dormir, se analizaran los aspectos del contexto ciudad de Cuenca, y como esta ha influenciado en las necesidades, preferencias e ideas en torno a la ropa de dormir de las usuarias, así mismo se analizara el contexto internacional, ya que en el mundo globalizado de hoy, y para este público joven, que está tan inmerso en esta globalización, este contexto es parte muy importante de sus ideas en torno a la indumentaria y su consumo. Por último se analizará las preferencias mismas, que pueden deberse a aspectos de su identidad personal, diferente a la identidad colectiva, o a la personalidad, que así mismo es más propio y personal de las usuarias.

Dentro del contexto local de las usuarias, que es la ciudad de Cuenca, se considera aspectos como la familia y la crianza como la primera influencia sobre los pensamientos y opiniones que tienen las usuarias en torno a que situaciones, dentro de que horarios, etc., es óptimo y apropiado utilizar ropa de dormir.

En la niñez, son los padres los que deciden que prendas utilizan sus hijos para cada situación y esto a la larga moldea sus preferencias, muchas usuarias hablan de que nunca utilizarían ropa de dormir en una situación pública, una usuaria, Gaby del grupo focal 1, llegando hasta a expresar que ni en la más grande de las emergencias podría hacerlo; todo porque el ejemplo que ha recibido de su madre es que esto es inaceptable. Contando que durante su niñez y adolescencia, su madre estaba vestida con ropa de diario para el momento que ella se despertaba, y la enviaba así al colegio.

Otras expresaron que hoy que pueden seleccionar su ropa utilizan prendas opuestas a las que les eran impuestas cuando niños, como por ejemplo Paula, que habla de que en su niñez utilizaba y disfrutaba de utilizar un “mono” o enterizo con pies; pero hoy en día considera que esta opción es incómoda, ya que tienes que sacarte toda la prenda para ir al baño, así como también tienes menos control sobre la temperatura corporal en caso que te acalores, etc.; por lo cual ella prefiere utilizar varias capas semi-livianas, Aparte, habla de que considera que esta opción es poco higiénica, algo que se da cuenta ahora, pero que no tenía importancia cuando era niña.

En el contexto de la crianza y la familia, al hablar con Catalina, y luego con su hija Ana Maria, en las entrevistas piloto, es muy notorio que existen diferencias generacionales, tanto en las preferencias de tipologías de prendas, colores, siluetas, etc.; como en lo que se considera apropiado e inapropiado como situación para utilizar ropa de dormir en público o semi-público.

En cuanto a la sociedad como tal, dentro del contexto, se considera que esta es bastante conservadora y rígida en su manera de ver la ropa de dormir, según la experiencia de las usuarias así como también en la experiencia de la intérprete/autora que es parte del grupo meta, se reitera este hecho, por ejemplo la de Paula, pero así mismo se mencionó por otras así como también en el grupo focal 1. Que en la ciudad de Cuenca, ellas se sentirían mucho más incómodas, avergonzadas y sencillamente juzgadas por, tanto conocidos como extraños, al utilizar ropa de dormir en situaciones que no son exclusivamente la privacidad del hogar. Mientras que muchas que han vivido en otros lugares, sea por estudios o por determinados periodos de tiempo; como Paula, Analiz, Gaby, etc., Usuarias del grupo focal 1., Han mencionado el hecho de que en estos otros contextos ellas no solo han utilizado ropa de dormir en espacios públicos, sino que si ellas propiamente no lo han hecho, que han visto un notorio contraste en estos contextos en respecto al uso libre de ropa de dormir para situaciones casuales en público, cosa que es muy opuesta a lo que sucede en el contexto Cuenca.

Se mencionan aquí también que existen diferencias generacionales, ya que al hablar en las entrevistas piloto con usuarias más jóvenes al grupo meta, estas mencionan una mayor apertura, ideas menos tradicionales para su propio uso de ropa de dormir en situaciones fuera de la privacidad, así como también menos ideas negativas en torno de ver a otros utilizando ropa de dormir en situaciones fuera de la privacidad. Diferente a las usuarias del grupo meta, que aunque no sean tan tradicionales en sus ideas, y aunque se observó cierta diferencia de opiniones, entre unas que fervientemente creen que es incorrecto, negativo y hasta irrespetuoso hacia otros que se use ropa de dormir en público, y en el otro extremo usuarias del grupo meta que solo opinan que es extraño.

Pero las usuarias más jóvenes que el grupo meta, es decir las de las entrevistas piloto, opinan que no les extrañara, que no tuvieran juicios como asumir que esa persona es descuidada, vaga o desarreglada, sino solo que por algún motivo se encuentra en ropa de dormir, y surgió la necesidad de salir fuera de su privacidad. Sin embargo hasta las usuarias jóvenes reconocen que esto es lo que se opina sobre la ropa de dormir en situaciones públicas.

Las usuarias meta opinan que aunque no se sentirían juzgadas por amistades, por mujeres y en especial por gente de su misma edad; se habló de la probabilidad de ser juzgadas por gente más adulta, y así mismo que probablemente reciban juicio negativo por personas del género masculino de diversas edades.

En cuanto a la feminidad, y las ideas acerca de esta dentro del contexto; así mismo existe una visión tradicional de la feminidad y del rol de género. Coincide con esta idea tradicional acerca del consumo de indumentaria, que las usuarias manifiestan que existe mayor interés en el consumo de ropa de dormir por parte de usuarias del género femenino, mientras que el género masculino tienden a tener menor interés por comprar, renovar o utilizar tipologías específicamente diseñadas como ropa de dormir. Esto en cierta manera acentúa más la selección del público meta como algo positivo, donde se encontrara más información y opiniones en torno a la ropa de dormir.

En cuanto a diferencias entre la ropa femenina y masculina de dormir, se opina que ellos tienen menos variedad de tipologías, estilos más simples y aún más tradicionales, en lo que es concerniente a la propuesta local, y con colores estereotípicamente masculinos. Algunas usuarias, Catalina, de las entrevistas piloto, Cristina del grupo focal 1., y Silvia de una entrevista semi-estructurada, mencionan una preferencia por ciertos rasgos de la ropa de dormir masculina, como su simplicidad, sobriedad y en especial estos colores no estereotípicamente femeninos. Consideran en especial que los colores oscuros como azul marino, negro o lacre son más favorecedores a la figura, envejecen de mejor manera, y sencillamente se ajustan más a sus preferencias de vestir en general, mencionando que en su vida diaria ellas seleccionan colores oscuros, siluetas simples y en general estilos sobrios de vestir y que esta es su preferencia.

### CAPÍTULO 3

Las ideas de feminidad, tanto para las usuarias investigadas, como en general en el contexto, se ha interpretado gracias a la investigación de campo y lo que se concluye es que, lo que se considera apropiado para el contexto, es que la idea de feminidad, el rol de género y las preferencias y necesidades en cuanto a la indumentaria tanto de uso público y en especial en la de uso privado, van cambiando de acuerdo a la etapa de vida. Por ejemplo una persona más joven que el grupo meta, prefiere no complicarse, ni toma mucha atención a las prendas que usa como ropa de dormir, utiliza mucho prendas con un estilo infantil, en cuanto a estampados, siluetas y estilos en general, con una mezcla de ropa reciclada, toda está en variados estados de uso o vejez; no sienten la necesidad de adherirse a estereotipos tradicionales de feminidad, en el caso de su ropa de dormir.

Las usuarias del espectro más joven del grupo meta, y en específico las que están solteras y no tienen pareja, se adhieren de manera parcial a los estereotipos de feminidad y roles de género; utilizan las mismas prendas que las más jóvenes, pero sienten la necesidad de tener ropa de dormir “bonita” y “apropiada” para ciertas situaciones y circunstancias en las que esta vaya a ser vista por otras personas; como situaciones semi-públicas de las que se hablara más en la categoría de uso público, o situaciones privadas con personas que consideran de confianza, pero que debido a la edad que tienen, sienten la necesidad de mostrar una faceta más “adulta” y “arreglada” aun en su ropa de dormir.

Para las usuarias del grupo meta que tienen pareja y en especial las que están recién casadas; como se ha mencionado, consideran algo importante el mantener un “estándar”, y utilizar la ropa más “bonita” que puedan conseguir para su ropa de dormir, sienten que esto es una manera de mostrar aprecio a su pareja y al mismo tiempo es un tema de autoestima, el sentirse atractivas y deseables, algunas como Analiz dicen haber hecho un mayor esfuerzo al principio, pero que con el tiempo y en especial ahora que se encuentra en otra etapa, de embarazo, que prioriza su comodidad por sobre verse atractiva para su pareja, considera que esto ha sucedido con un aumento de confianza entre ella y su pareja, pero ya que su opinión es distinta a la de otras usuarias, con situaciones similares, se considera que en su caso es más algo de su personalidad y opinión personal.

Para las usuarias que tienen una familia y que han estado casadas algún tiempo, estas priorizan su comodidad, pero al mismo tiempo si existe esta idea de verse y sentirse atractivas para sus parejas y para sí mismas, esto se observó, en diferentes niveles en las entrevistas de Silvia y de Diana, donde el nivel socioeconómico es diferente, las preferencias de cada una son diferentes, Silvia prefiriendo prendas sobrias y no estereotípicamente femeninas, mientras que Diana prefiere prendas estereotípicamente femeninas y estereotípicamente “sexys” o con el propósito de reducción; y es de las pocas usuarias en decir que busca prendas cortas que muestren su figura y que quisiera más prendas de seda o satín. Ambas son madres de familia sin embargo y ambas mencionan que consideran a la ropa de dormir como algo muy importante para mostrar aprecio a su pareja, que sienten que aunque no mal intencionado si existe un juicio por parte de estos, después de años de convivencia, si es que ellas no hacen un esfuerzo por verse atractivas en la privacidad. Así mismo mencionan que sienten como necesarias prendas prácticas y que les hagan sentir atractivas y presentables, en el sentido de no estar expuestas, hasta ante sus hijos; y así mismo prendas versátiles que sirvan para situaciones semi-públicas.

---

### SUCAPÍTULO 3.2

De esto se puede concluir que las mujeres más jóvenes al grupo meta y las más jóvenes que está dentro del grupo meta, no se adhieren a estereotipos tradicionales de feminidad en cuanto a su ropa de dormir, y son más flexibles en cuanto a utilizar prendas recicladas y prendas que estén más viejas, mientras que las personas con pareja y recién casadas, hacen un esfuerzo especial, por su pareja hasta cierto punto y también para ellas sentirse atractivas, deseables y fomentar su autoestima. Y en el caso de las mujeres más adultas, con hijos y relaciones de pareja estables, buscan prendas apropiadas, se adhieren a los estereotipos en cuanto a la ropa de dormir de la sociedad, pero sus prendas son más sobrias, prácticas y cumplen más el rol de ser atractivas, pero simples, con excepciones como el caso de Diana, que también se puede atribuir a su personalidad y preferencias personales, ya que en la misma entrevista menciona haber preferido prendas “muy femeninas” desde su juventud y antes de su matrimonio.

En cuanto a la opinión de las usuarias sobre la oferta local de ropa de dormir del medio local; Todas sin excepción mencionan estar inconformes, con la variedad, con la propuesta excesivamente tradicional, que considera mucho los estereotipos de género, y que se sienten discordantes con las ideas de feminidad más globales y contemporáneas; que los estilos propuestos son anticuados y en el tema de calidad, consideran que la propuesta es pobre en este aspecto, y que este aspecto es uno que ellas consideran necesario y de suma importancia en la ropa de dormir, como se ha ampliado más en la categoría de confort.

Esto ha dado como resultado que las usuarias consuman ropa de dormir solo cuando consideren absolutamente necesario, para reemplazar prendas que ya no está en el mejor estado, esto desde su punto de vista subjetivo y que varía de usuaria a usuaria, y en especial consideran óptimo comprar ropa de dormir cuando viajan o cuando tienen alguien que viaje y que pueda traerles una ropa de dormir que consideran “mejor”.

Cuando han tenido por varios motivos, como un viaje o una emergencia, que comprar propuesta local, sienten que se está conformando con algo que no les place al 100%, o buscan propuesta importada, de la cual hay poca variedad, en limitadas tallas y en precios que ellas consideran exorbitantes, esto es algo que mencionaron todas, de ambos niveles socioeconómicos.

Se puede en cierta manera concluir, que ya que la ropa de dormir no son prendas que se reemplazan constantemente, el precio no es tanto un factor de división entre las clases socioeconómicas, y en cuanto a gustos, algo que si se pudo notar es que el nivel socioeconómico medio-bajo prefiere prendas más estereotípicamente femeninas, como se nota en las entrevistas de Josselyn, Diana y Ana Gabriela; en el caso de Rubí, ella se ajusta más a otro estilo de vida, y tiene opiniones y hábitos discordantes con la mayoría de las demás usuarias, así que así mismo no se considera al nivel socioeconómico como un factor que hace que las preferencias ni en cuanto a precios, ni en cuanto a gustos sea significativos en la ropa de dormir; y así mismo las ideas, opiniones y sentimientos en torno a la ropa de dormir, mayormente coinciden. Lo que más es notorio es las variaciones en ideas y preferencias debido a cambios generacionales y etapa de vida. Sin embargo en esencia, las ideas clave siguen siendo bastante similares.



En cuanto al contexto internacional y como este puede afectar en las ideas y preferencias de las usuarias locales, podría decirse que sucede algo similar a lo que se observa en otros segmentos de la indumentaria, como casual o formal; que primordialmente en cuanto a estilos y tendencias, estas vienen de afuera y se copian en el medio, por lo cual se considera, como más “a la moda”, y “mejor” a la propuesta y en específico a ciertas marcas con cierto nivel de prestigio y reconocimiento de países como EEUU, Colombia o países Europeos. Es importante destacar que en el medio, y en especial en el grupo meta que se ha analizado, no se consume ropa de dormir de lujo, sino que se consideran a marcas de precios medios, y fast fashion. Sin embargo al hacer una comparación de esta, con la propuesta del contexto local, se considera que la propuesta internacional es menos tradicional, es decir menos estereotípicamente femenina; que existe mucha variedad en cuanto a innovación en materiales, y un rango mayor de variedad en cuanto a estampados y colores, que son la mejor forma de innovar en ropa de dormir, ya que las formas por diversos motivos, se mantienen prácticamente no cambiantes.

Sin embargo, otro aspecto que se considera de innovación en la propuesta internacional, y que está ausente en la propuesta del contexto local, es el utilizar rasgos que se asocian a, o que son simbólicas de la ropa casual, y deportiva, para lograr lo que se conoce como loungewear; cuya traducción es: ropa de descanso o para recostarse. Sobre esta, así mismo hablaron algunas usuarias, en especial Paula, Analiz, Gaby y Maria Isabel del grupo focal 1. Como también habló sobre ello, Silvia de las entrevistas semi-estructuradas. Aunque es un término que ya tiene algunos años de ser utilizado tanto en el medio y en especial internacionalmente; no es reconocido por todos en el contexto Cuenca; y más bien las usuarias mencionadas anteriormente, lo reconocen por estar involucradas en el medio de la moda o del diseño, o haber vivido en el extranjero, en especial en países de habla anglo-sajona, al ser este un término en inglés.

Al hablar de este, en específico dos usuarias lo definieron muy bien, estas son Paula, que es asesora de imagen y productora de moda, y Silvia, que es psicología clínica, con un PHD que realizó en Bélgica; ambas dicen que lo importante del loungewear es que está compuesto por prendas básicas que la mayoría de personas ya tienen en sus closets, como camisetas, vividis, pantalones joggers, shorts, pantalones de yoga y sudaderas, entre otras prendas; y estas pueden ser combinadas y mezcladas entre sí de manera fácil, haciendo a estas prendas versátiles, y comoditas, pero que pueden mezclarse también con otras piezas de ropa casual, como jeans, casacas, etc.; haciéndolas aptas para utilizar en público sin problema. Y estas en especial el ejemplo de los joggers y pantalones de yoga, tienen una muy grande influencia de la ropa deportiva.

Muchas de las usuarias mencionan las prendas básicas y al loungewear como su opción preferida para ropa de dormir, por el aspecto de las diversas capas, adaptables al clima y la ocasión, así como también esa inspiración casual y deportiva, que la hace más versátil y fácil de utilizar en diversas situaciones, y esto es algo que si no necesariamente se oferta como ropa de dormir necesariamente, en el contexto internacional, pero se considera muy normal, utilizar esta “ropa de casa” o para estar en casa, para salir a realizar actividades casuales, y que puede utilizarse para descansar y hasta dormir. Este hecho, y este cambio a ropa cada vez más casual, cómoda y versátil para el diario, es algo que no se ha visto aun a gran escala en el contexto Cuenca, mientras que en el exterior sí, esto puede deberse a la gran cantidad de personas que trabajan desde casa en otros lugares, y que tienen la opción de no tener que vestirse ni arreglarse como para ser vistos en público y en el ambiente formal del trabajo. Esto es algo que así mismo por el tema globalización, poco a poco comienza a verse en Latinoamérica y Ecuador, y a ser aceptado y hasta apetecido para la gente joven (Köstler, 2019).

En fin como conclusión a la influencia internacional en cuanto a las ideas que giran en torno a la ropa de dormir para las usuarias del grupo meta, es que esta es mejor, más bonita y que existe en esta más propuesta, y más variedad.

Por último, se han analizado y llegado a conclusiones en cuanto a las preferencias de las usuarias en cuanto a diversas características de su ropa de dormir, y cómo éstas coinciden dentro del grupo meta, y están atadas al contexto, al estilo de vida y a la etapa de vida que está viviendo o traicionando a vivir las mujeres que conforman este grupo.

Se han considerado en primer lugar los colores, habiendo dos preferencias predominantes, los colores pasteles, estereotípicamente femeninos, y aunque si utilizados en la ropa de dormir, se prefieren otros tonos, para que esta sea menos convencional y tradicional. Por otro lado existe una preferencia grande por colores neutros, salidos, como beige, cabe, etc.; así como escala de grises.

Un grupo pequeño del grupo como por ejemplo Silvia de las entrevistas semi-estructuradas, Cristina del grupo focal 1. y Catalina de las entrevistas piloto, dicen preferir los colores oscuros como negro, azul marino, lacre, etc.; más estereotípicamente masculinos, pero son una minoría. Así como también solo una persona, Daniela del grupo focal 1. dice preferir colores fuertes, como rojo o naranja.

Se ha hablado mucho del tema colores de descanso, colores que promuevan el descanso y colores apropiados para la actividad de descansar y dormir. Y se llega a la realización de que las mujeres del público meta, aunque buscan colores más variados y en el caso de los neutros, diferentes a los propuestos en el medio; en el caso de la gama de colores, si existe una preferencia por los que son estereotípicamente de ropa de dormir; por motivos de que estos dan la sensación de promover un mejor descanso, y ajustarse más al espacio de relajación que se intenta crear para dormir, y hasta para estar en casa o en privado.

Dónde se puede realizar una propuesta menos tradicional y más innovadora es en las texturas, en especial las visuales. Donde para este público meta en especial no son atractivos los estampados ni infantiles, como animales, frases, ni figuras infantiles, así como tampoco los son las tradicionales en especial consideradas como repetitivas y pasadas de moda, como son flores pequeñas, o diseños pequeños en colores pasteles en general. Lo que se busca es algo que podría considerarse minimalista, no muy llamativo, por el mismo motivo de promover el descanso, pero algo sutil y más en “tendencia” como lo llaman las usuarias. En cuanto a las texturas táctiles, que se refieren en específico al textil, lo que se busca en especial es algo que de una sensación de suavidad, y no se prefieren los tejidos muy pesados como polar o afelpados, de lo que se ve mucho en el medio, ya que se asocia con mala calidad, un diseño tradicional de ropa de dormir infantil, poco versátil y con fibras sintéticas que terminan causando sudor y acaloramiento.

En cuanto a las preferencias por ciertas tipologías, como ya se habló en la categoría anterior, del confort, las usuarias tienen una preferencia por el pijama, es decir ropa de dormir de dos piezas y preferiblemente pantalón largo y top de manga larga. Esto es así mismo algo que se mantiene y en lo que existe una preferencia por lo tradicional; por motivos de practicado y confort. Sin embargo si se tiene una preferencia por prendas más ajustadas, en específico en los tobillos, con ciertas características de estilo de la ropa deportiva, así como menos cortes, en la parte central de la prenda superior, que causa la necesidad de botones o cierres, que se consideran incómodos, así como que requieren más tiempo para vestirse y desvestirse, según se menciona por varias usuarias en el grupo focal 1.

Unido a estas preferencias esta los detalles deseados, como ya se mencionó, detalles asociados a la ropa deportiva o casual, como bolsillos, que se consideran prácticas y útiles, y que muy rara vez se ven en la propuesta de ropa de dormir en general y mucho menos en la del medio, así como también en cuanto a cierres y botones, que ya se han mencionado, se consideran detalles incómodos e innecesarios, por la mayoría de usuarias, con la excepción de 2 o 3 en toda la investigación de campo.

Sobre los estilos y tendencias que se prefieren, básicamente se puede resumir lo antes dicho; en que se desea ver una propuesta más versátil, con ciertos rasgos de la ropa de dormir tradicional como prendas de dos piezas y colores que promuevan la paz y el descanso, pero que se desea una propuesta más “moderna”, con más propuesta “de diseño, de tendencias, y de moda”, considerando más la propuesta internacional en ropa deportiva, loungewear y como esta puede traducirse a la ropa de dormir, en conjunto con las preferencias y particularidades propias del medio, tanto de esta categoría como de las demás.

Algo que se ha considerado importante mencionar en la categoría de personalidad/ identidad, son aspectos importantes de las preferencias de las usuarias en cuanto a su higiene y lo que ellas consideran auto-cuidado. Primeramente se menciona que uno de los motivos practicas por los cuales no se considera apta la ropa de dormir, para usar en público es el motivo de que sería poco higiénico utilizar la misma ropa en el exterior y luego en la privacidad del cuarto y en específico la cama, y dentro de las cobijas; algo que tiene mucho sentido, pero que realmente no es particular a la ropa de dormir, por ser ropa de dormir, con las características que esta tiene, requiere o tradicionalmente se asocian a esta; ya que podría utilizarse esta en público, y luego un conjunto limpio para el momento de dormir, por lo cual se reconoce que el verdadero motivo que limita el uso de ropa de dormir en situaciones públicas, son otras, muchas de lo que se cree correcto o apropiado, así como motivos prácticos, que se mencionaran más a profundidad en la categoría de uso público de la indumentaria. Se considera que otra preferencia y más que eso necesidad, es el lavado constante de la ropa de dormir, para promover un descanso cómodo, y por auto-cuidado o cuidado personal como lo mencionan las usuarias, algo que es rutina, y que sientes que necesitas realizar para ti misma, y no por los demás, aun en la privacidad, como el baño diario o cuidado dental, que se mencionan como ejemplos en la entrevista semi-estructurada con Paula.

Por último otro aspecto importante que destacar, es que las mujeres del grupo meta analizado prefieren prendas prácticas, minimalistas y versátiles, pero consideran que estas necesidades cambian cuando la ropa de dormir necesita cumplir el propósito de ser vista por un grupo más amplio, como en una situación semi-pública, concepto que así mismo se ampliará más a continuación; en este caso, sienten la necesidad de tener prendas para dormir, que cumplan más una función de ser atractivas, en tendencia, y más adornadas; aun comprometiendo en la comodidad si es necesario. Se menciona este aspecto en las entrevistas semi-estructuradas de Maria Isabel y Paula, así como también en el grupo focal 1. Donde se menciona que prefirieran estar incómodas, y no tener un descanso óptimo, pero utilizar algo que les hace sentir atractivas y que promueve su autoestima, en el caso de encontrarse en una situación semi-publica en la que se requiere ropa de dormir, como en vacaciones, pijamadas, emergencias, etc.

En este caso se observa lo fuerte que puede ser el aspecto social y simbólico aun en la ropa de dormir, cuando no se trata de una situación en la que se está en privado o exclusivamente con personas con las que se tiene un muy alto nivel de confianza; y que hoy en día la ropa de dormir si traspasa estas barreras y se encuentra en estas situaciones, para las cuales, los requerimientos necesarios en esta indumentaria varían de una manera sutil, pero significativa de la ropa de dormir que se escoge en privado. Se podría decir que en este caso lo idóneo sería que una única propuesta cumpla con las características y funciones requeridas para ambas situaciones, así como todas las situaciones que se pueden encontrar entre estas, y que esto así mismo resolvería las diferencias en necesidades y requerimientos que puede haber entre las distintas edades que hay en el grupo meta y las diversas etapas de la vida en las que las usuarias pueden encontrarse, aparte de ser aptas y más versátiles para las diversas situaciones mencionadas, entre la privacidad absoluta de estar en solitario, hasta las situaciones semi-públicas que se han mencionado, y que podrían, para muchas si no es que todas las usuarias, ser consideradas para aún más situaciones públicas, aunque específicas por su naturaleza de ser al extremo casuales. Como podrían ser por ejemplo recibir amistades en casa, salir a hacer compras o encargos o para utilizar el fin de semana, entre otras.

Analizando lo dicho por las usuarias, y su visión del contexto, esto tal vez no sea una realidad posible en este momento en el tiempo, o para las que tienen maneras de pensar más conservadoras, pero al ver que esto es lo que sucede cada vez más internacionalmente, donde cada vez ha habido un cambio de paradigma hacia utilizar ropa más casual y más cómoda en público sin estigmas negativos sobre esto, y al analizar también ciertas ideas manifestadas por algunas usuarias en la investigación de campo, podría considerarse que ese cambio de paradigma se está dando y se dará con más fuerza también en el contexto de la ciudad de Cuenca.



### 3.2.4. Categoría: La indumentaria de uso público:

En cuanto a la indumentaria de uso público, previamente en el capítulo 1. Al hablar de la función simbólica, los autores Löbach y Bürdek, menciona que la indumentaria en el ámbito social es una herramienta para comunicar, aspectos como el nivel socioeconómico al que se pertenece o al que se aspira pertenecer; así como también valores como estatus y prestigio que se busca que la indumentaria represente; esto en especial según Löbach, que menciona que aunque existen distintos aspectos simbólicos que los objetos de diseño pueden comunicar, su motivo principal y rol es este de buscar la diferenciación social; así mismo como se menciona en el mismo capítulo; esta opinión se considera aunque real, también relativamente obsoleta en el mundo contemporáneo, ya que existen muchos diversos e importantes motivos para crear objetos de diseño con una configuración simbólico-funcional y así mismo como consumidores, existen muchas otras motivaciones para consumir estos objetos, que no son la búsqueda de estatus y prestigio.

En la última década en especial ha habido un cambio de paradigma en el ámbito de la moda y del diseño, Cuando posteriormente, el consumo de lujo, era exclusivo, se tenía una fuerte aspiración al perfeccionismo y a la exclusividad, con estereotipos de belleza y perfección occidentales; hoy en día esto se rechaza a favor de un consumo consiente, con valores sociales y ecológicos, existe un gran movimiento hacia la inclusión en todos los sentidos, y hacia la aceptación y hasta celebración de las diferencias en las personas.

La indumentaria de uso público con valores simbólico se ha diversificado mucho para acoger a estos diversos públicos; y como menciona Bürdeck, esto se basa en crear objetos basándose en el estilo de vida de las personas y no solo en segmentarlos según características demográficas; Sino según sus AIO: (Activities, Interests and Opinions) Actividades, Intereses y Opiniones; como ya se analizo previamente en el subcapítulo 1.4 La configuración desde la función simbólica.

Lo que aquí es innegable es que la indumentaria utilizada en el ámbito público tiene el propósito de comunicar algo a los demás, y que esta comunicación o él está atado al contexto y a la cultura dónde se presenta. Sobre este tema, en él artículo: El Cuerpo Vestido en la Sociedad Occidental de i Barcons. Este dice que: “El cuerpo vestido es un lenguaje a través del cual podemos leer diversas características de la sociedad que lo viste; es un espejo del momento histórico, político y social y por tanto se inscribe en el marco simbólico de una sociedad.” (2018, p1) Por lo cual puede decirse que la comunicación a través de la indumentaria está atada al contexto y al momento en el que se presenta, y tanto esta como sus significados están en constante reinención. La manera en la que los usuarios de diferentes momentos han seleccionado expresar su deseo por pertenecer al grupo, por diferenciarse de este, por demostrar sus valores, gustos, opiniones, etc., lo han hecho desde los códigos de lectura de su sociedad en específico (I Barcons, 2018).

Como ya se ha hablado, la indumentaria en el ámbito público se utiliza para comunicar diversos aspectos sobre la persona, entre estos esta su rol en la sociedad, su edad, profesión, género, etc.; pero también cabe recalcar que esta puede utilizarse para comunicar aspectos más individuales y subjetivos de la persona que los porta, como se ha hablado de opiniones, gustos y valores, esto se puede lograr muchas veces yendo en contra de los códigos aceptados dentro de la sociedad, a manera de rebelión y denuncia, como se ha visto muchas veces en las tribus urbanas y la llamada antimoda.

Se desea hacer un énfasis muy grande entre la relación que existe entre el individuo y su indumentaria, sin importar que esta sea para situaciones públicas, o privadas. En el mismo texto de I Barcons, se menciona que la indumentaria al estar en contacto directo con la piel, y al mismo tiempo al estar expuesto al exterior, se vuelve un mediador, o una frontera entre el cuerpo desnudo y la mirada exterior de los demás, por el cual es un punto de encuentro entre la intimidad y el ámbito público (2018).

Su importancia es tal que condiciona la relación de las personas con su indumentaria comienza desde el nacimiento, desde cuando tus padres eligen lo que vistes hasta el momento en el que el niño decide imponer sus propias desiciones para vestirse, se convierte en un medio para la persona de apropiarse de su propio cuerpo y afirmar quien es (I Barcons, 2018).

En el texto se dice que:

“El vestido condiciona la vivencia subjetiva del cuerpo. No se habita el mismo cuerpo en pijama que en esmoquin, en traje chaqueta o en bikini, en minifalda o con vestido largo pues se establece una estrecha dialéctica entre las percepciones subjetivas del cuerpo y la indumentaria que se utiliza. El vestido no solo recubre el cuerpo, sino que lo modela en sus movimientos, en el espacio que ocupa, en la interacción con los otros. La forma de experimentar subjetivamente el cuerpo se modifica según el vestido que cubra el cuerpo” (I Barcons, 2018, p1).

En esta cita, lo importante a notar es que se habla de una experiencia subjetiva, lo que quiere decir que la experiencia varía de prenda a prenda, como dice, la sensación del cuerpo, está condicionada por esto, pero también varía de persona a persona. Existen algunos que sienten suprema confianza, autoestima y fuerza al estar vestidos de gala, mientras que para otros esta experiencia puede ser negativa, incomoda, o tediosa. En fin lo que continúa siendo cierto para todos es esta importancia que tiene la vestimenta para las personas en cada situación; Ya que es una condición de las personas el pasar casi exclusivamente vestidas, por lo cual existe esta relación tan profunda e importante con lo que a la final se vuelve una armadura ante el mundo, una segunda piel, y parte misma del cuerpo y de la idea del ser de cada uno.

Dentro del análisis e interpretación de la investigación de campo, en la categoría de indumentaria de uso público para el público meta de esta investigación, el uso público de la ropa de dormir es inapropiado para ciertas situaciones, y apropiado para determinadas otras. Se ha considerado lo que las usuarias determinan como el pensamiento del contexto, sus opiniones un poco más subjetivas y personales que pueden o no diferir de las del contexto, Así como las situaciones específicas donde la ropa de dormir es absolutamente inaceptable, donde su uso es excusable y donde su uso es necesario y promovido. También se habla de motivaciones como higiene y las personas en ciertos espacios y situaciones que así mismo limitan el uso de la ropa de dormir.

Primeramente se hablará sobre el contexto; dentro de este se reconoce que existe una ideología considerablemente conservadora y tradicionalista en cuanto al uso de la ropa de dormir para situaciones que no se consideren las específicamente necesarias. Cuenca al ser una ciudad de tamaño medio, en un País de América Latina, tiene notorias y obvias diferencias en pensamiento con contextos más cosmopolitas, de cultura anglosajona o europea por ejemplo. Por lo cual la ropa de dormir en este contexto se considera no apta para ser vista en público; que debería ser utilizada por el menor tiempo posible, y que en realidad no es idónea ni para descansar ni estar en casa, ya que tiene una connotación de no ser apta para realizar otras actividades que no sean las de dormir, y ya que la ropa de dormir tradicional tiene las características específicas de ser amplia y delgada, como ya se ha hablado anteriormente, muchas veces deja el cuerpo vulnerable, lo que las hace poco óptimas para cualquier actividad que no sea la de dormir exclusivamente.

Así mismo dentro del contexto existen las connotaciones negativas de que el uso de ropa de dormir en público demuestra que la persona esta sucia, ya que no se ha bañado ni arreglado desde la noche anterior, que es desarreglada, que no tiene preocupación por su apariencia, así como también la connotación de ser desocupada, y esto en específico cuando la persona sigue utilizando ropa de dormir al medio día. Sería un poco más aceptable que el uso de la ropa de dormir sea o temprano en la mañana o temprano en la noche, pero completamente inaceptable en horas de trabajo.

La última connotación y la más grave para las usuarias es la de ser vaga. Ya que en cierta manera esta engloba las anteriores, pero las pone en una luz muy negativa, ya que no se trata de ser desarreglada por una preferencia personal o de estar desocupada por ese determinado día o momento, si no es el hecho de ser alguien vago, no una condición de simplemente estar sucio en ese momento.

El punto de vista y las prácticas de las usuarias en cuanto al uso público de la ropa de dormir es diferente al del contexto en general, al ser ellas personas jóvenes, son mucho más flexibles y tienen menos prejuicios, así como también tiende a ser menos importante para ellas el estar pendiente de las demás personas o de juzgarlas fuertemente, sean estas extrañas o conocidas. Comparten la idea de que la ropa de dormir es para la privacidad del hogar, pero no la idea de que su uso está limitado al dormir o al dormitorio. Coinciden en la idea de que ver a alguien en la calle con ropa de dormir en horarios de trabajo es algo que sorprende y que tiene la connotación negativa de ser alguien desocupado y que en el tema de higiene da la sensación desagradable de que esa persona probablemente está sucia, por utilizar las mismas prendas durante un periodo largo de tiempo.

En específico las situaciones que son consideradas las más inapropiadas, vergonzosas e inaceptables, son las que están relacionadas con las personas del ámbito laboral de la usuaria, ya que se considera que esto da una impresión negativa y poco profesional, y que sobre todo es en la que más vergüenza sentirían, cosa que no sucede si las personas fueran extraños. En el tema del uso público en general se considera que la ropa de dormir por sus características es inmodesta, deja el cuerpo descubierto y vulnerable, y aparte lo hace de una manera desfavorecedora, a diferencia de ropa ceñida o trajes de baño, que son ropa de uso público que no da esta sensación. Por último se menciona que se considera irrespetuoso hacia los demás el utilizar ropa de dormir en público, esto es algo muy importante, ya que como sociedad, y las usuarias incluidas, la ropa de dormir en público tiene una connotación tan negativa que se considera como que las personas que lo observen van a sentirse ofendidos, disgustados, enojados, etc.

Todo esto a pesar de que las usuarias han mencionado no sorprenderse negativamente por ver a alguien más en ropa de dormir, y de que en otros contextos saben que es algo muy común. Lo que demuestra es que las usuarias en este caso, aunque no tengan las opiniones tan fuertes al respecto que pueden tener usuarias mayores o el contexto como conjunto, igual conocen y se acatan a las reglas de este.



Por otro lado, la ropa de dormir es aceptable, apropiada y hasta promovida en público, o más bien dicho en semi-público, para otras situaciones específicas y con personas particulares.

En cuanto a las situaciones, esta es aceptable y excusada, pero no promovida como positiva, en el caso de emergencias, como podrían ser en el caso de enfermedad, salir a la farmacia u hospital, así como también en la emergencia de tener que salir a buscar a alguien o recogerlo; muchas mencionan el caso de sus mascotas por ejemplo, como algo no planificado, La usuaria del grupo focal Gabriela, menciona que ella tuviera que vestirse aun para una emergencia, ya que de lo contrario se sentiría aún más estresada e incomoda.

Otras situaciones, en las que por lo contrario la ropa de dormir sería aceptada y en algunas promovida, son las situaciones semi-públicas como pijamas, en las que se planifica estar como grupo en un lugar privado, pero mostrando la ropa de dormir. Así mismo para vacaciones, sean estas de trabajo, con amistades, pareja o familia, usualmente existen situaciones y momentos en los que se considera normal utilizar y ser visto en ropa de dormir, tanto por estas personas de confianza como por algunos extraños.

Existe una tercera situación, pero no todas las usuarias coinciden en este, y es en el caso de actividades rápidas como realizar compras o pasear a la mascota; algunas dicen que si lo hacen o lo harían, otras, como la antes mencionada ni lo considerarían, y para la mayoría, lo harían, pero al encontrarse en otro contexto que no sea la ciudad de cuenca, donde esta práctica sea más aceptada, o donde el estar rodeadas de extraños, haga que no sientan vergüenza, ni le den importancia. Nuevamente esto demuestra, las diferencias entre la opinión de las usuarias y el contexto, pero la importancia que tiene su imagen cuando se encuentran sumergidas en este, y que aunque no estén de acuerdo con las ideas de este, se acatan a sus reglas.

La última situación que se considera aceptable es una emergencia planificada, como una operación, tener un hijo, etc.

Algo crucial de estas situaciones semi-públicas en las que es aceptable en ciertas y apropiado en otras utilizar ropa de dormir, es que se procura, en el caso de las emergencias, y se planifica con anterioridad, para las demás, la ropa de dormir que se va a utilizar, y esta tiende a ser la que la usuaria considere más atractiva, más nueva y más favorecedora. Así también muchas veces en estas situaciones se mantiene el uso de la ropa interior, en especial el brasiere o sostén, por motivos de pudor y no estar sobreexpuesta.

En cuanto a esto existen dos tipos de situaciones semi-públicas, en las que el uso de las prendas varían según el nivel de confianza que se tiene con las personas que van a estar compartiendo de esta. Sí el grado de confianza es grande, como en el caso de familia, pareja y amistades cercanas, las prendas pueden ser mucho más variadas, y no del todo “bonitas” o “decentes”. Pero si se trata de una situación semi-publica en la que el grado de confianza con las personas que se encuentran presentes es menor, existe la misma cantidad de cuidado que se tiene con las prendas de uso casual y diario. Muchas veces hasta planificando él tener una ropa de dormir nueva, y atractiva para esta situación y con el propósito de que esta sea vista y admirada.

### CAPÍTULO 3

---

#### SUCAPÍTULO 3.2

En este caso es muy interesante como la situación y el grado de confianza pueden hacer que las prendas seleccionadas y la motivación detrás de esta sea tan diferente, pero continúa siendo ropa de dormir.

Otro aspecto que se ha tomado en cuenta es que tanto en el contexto Cuenca, como en el internacional, cada vez existe un movimiento hacia vestir más y más casualmente en público, y es por esto que las opiniones de las usuarias difieren con el contexto en general, y muy ciertamente difieren de las opiniones de las usuarias de las entrevistas piloto, que son menores a la edad del grupo meta, por lo cual podría considerarse que la práctica de utilizar ropa de dormir en más situaciones públicas, se irá normalizando, y esto es lo que se observa en el ámbito internacional, tanto desde la investigación, como desde la experiencia de las usuarias de la investigación de campo, como desde la experiencia de la autora misma; por lo cual es interesante considerar que tipo de prendas serán aceptadas o rechazadas para esta práctica, y si es las prendas mismas las que en el caso del contexto limitan esta práctica más globalizada, aparte de los aspectos de creencias y valores culturales del contexto Cuenca.

---

### 3.2.5. Categoría: La Indumentaria de uso privado:

Dentro de la categoría de la indumentaria de uso privado, se pone énfasis en el análisis de las palabras privacidad e intimidad. Previamente en el texto, cuando se habla de la función simbólica del diseño, se habla de los significados que se construyen a través de los objetos de diseño, como puede ser la indumentaria, se ha hablado de cómo estos se utilizan como medio de comunicación entre las personas de un contexto; cómo sirve un propósito de dar pertenencia a un grupo u a otro, y al mismo tiempo se utiliza como medio de diferenciación, sirve para comunicar y mostrar a otros el estilo de vida del portador, su personalidad y los valores culturales y sociales que lo identifican. Pero si se está hablando de un espacio privado e íntimo, se necesita hablar de qué rol juega la indumentaria en este.

Para comprender mejor el rol de la indumentaria, es apropiado en primer lugar definir qué implica este espacio o este ámbito de privacidad e intimidad.

Aunque pueden confundirse, considerarse sinónimos, y es cierto que son muy cercanos, la privacidad y la intimidad se definen como términos diferentes.

Dentro del artículo: Sobre el concepto de privacidad: la relación entre privacidad e intimidad. Se habla de que el término privacidad es un anglicismo, que hoy en día es comúnmente utilizado en el español, y que esta es la raíz de la confusión entre estas dos palabras. Dentro del texto se cita al autor Carlos Castilla del Pino, el cual hace una distinción entre los tipos de actuaciones que puede tener una persona, y se distinguen lo público, lo privado y lo íntimo, como tres ámbitos diferentes.



Lo público, es naturalmente lo que se realiza en público y para el público, es decir que es accesible a cualquiera. Mientras que la distinción entre lo privado y lo íntimo es más difícil de reconocer. Lo privado, según este autor, se refiere a un acto que puede o no ser observado dependiendo de si la persona tiene o no el cuidado apropiado en mantener sus acciones ocultas, a través del espacio, por ejemplo una puerta cerrada, o hablar en silencio, etc.; por lo cual: “lo que convierte algo en privado son las disposiciones que adopta el agente para excluir la observación de los demás” (Toscano, 2017, p.541).

La diferencia clave entre esto y lo íntimo es que los actos íntimos se asocian mucho más con lo interno o interior, con los pensamientos, fantasías y sentimientos que no son visibles ni evidentes exteriormente, sino solo en la capacidad en la que la propia persona decida compartirlas o callarlas, y aún allí, desde afuera no se puede saber si lo que se está compartiendo es lo certero, sino solo se puede inferir desde afuera lo que el otro siente o piensa; también aquí entra otro tema muy importante dentro de la intimidad entre dos personas que es la confianza y el respeto (Toscano, 2017. Rodríguez, s.f)

Dentro del artículo de Rodríguez se hace la siguiente diferenciación: “Para el ser humano la privacidad es defendida en el ámbito de lo judicial, pero la intimidad es un concepto más psicológico, más imbricado en aspectos profundos, de la identidad personal.” Por lo cual se puede entender que la privacidad sucede más en un espacio, mientras que la intimidad requiere una conexión más mental, más profunda; la cual puede ser personal o en soledad y que es parte de la identidad personal del individuo, o también ciertos ámbitos de la intimidad pueden ser compartidos por ejemplo con una pareja, familiares, o amigos íntimos.

Al analizar las entrevistas y grupos focales, los aspectos que destacan dentro de esta categoría son el hecho que se habla del espacio como delimitante del ámbito público, privado e íntimo; las personas que pueden o no estar alrededor y así mismo del estado mental. Todo esto concuerda directamente con la teoría en previamente analizada en cuanto a que delimita lo público, lo privado y lo íntimo.

A cerca del espacio, se menciona el hogar, la habitación propia, el baño, la cama, etc. Como espacios privados.

También se mencionan objetos asociados a este espacio: como son la ropa interior, y las toallas de baño; esto es algo interesante, porque al igual que la ropa de dormir, estos son objetos, que se asocian a este ámbito, y que llegan a tener un significado asociado a este debido a su propósito de uso y los momentos en los que se da este uso.

Posterior a la delimitación de espacio, existen grados de privacidad dependiendo de las personas que rodean a la persona. Cabe recalcar que se está hablando de esta en su hogar y en ropa de dormir. La mayoría se siente cómoda incluyendo en este espacio a amistades de confianza y parejas; existieron dentro del grupo focal dos excepciones que fueron Gaby y Marisa; Ambas mencionando, como ya se recalcó en la categoría de indumentaria de uso público, que nunca consideran que es óptimo, ni que se sienten del todo cómodas en ropa de dormir; por motivos de crianza, de pudor y de autoestima, mencionando que no es su costumbre, que es un estado de vulnerabilidad extrema, y por último que sienten que no es respetuoso hacia las personas ajenas que tengan que verlas en ropa de dormir. Siendo verdaderamente la única excepción, su familia; que los vínculos de confianza requeridos para dejar del todo esa preocupación por la imagen exterior, se crean solo con los años de convivencia. Y que muchas veces aun con una amistad o una pareja, va a existir esa preocupación que hace que se vea comprometida la comodidad poniendo énfasis en la apariencia. Para esto se dieron ejemplos de un viaje con una amiga de confianza, y que se escogería la opción de ropa de dormir más “bonita” aunque esta no fuese la mas cómoda. Lo que se concluye de esto es que muy difícilmente se llega a un estado de completa privacidad con individuos con los que la persona no convive, y que es la norma entre las usuarias metas, tener aun algunas reservaciones sobre su apariencia cuando se encuentran en una situación de ropa de dormir aun con personas que consideran dentro de su grupo de confianza como amigas cercanas y su pareja, y aun en su lugar de privacidad y confort como es su propio hogar. Algunas usuarias como Ana Gabriela de las entrevistas del grupo focal 2. Qué fue fallido, mencionan el hecho de sentir la necesidad de verse bien para su familia, por respeto. De esto se concluye que a la intimidad no se puede llegar virtualmente con ninguna persona; y que es mas bien como dice la teoría, algo tan personal y propio que en su totalidad no puede compartirse.

Por lo cual la intimidad es más un estado mental, de vulnerabilidad completa, de reflexión y conexión con tu cuerpo. Las usuarias mencionan que es algo que solo te incumbe a ti, donde no tienes que dar explicaciones o ponerte una máscara para los demás (Anexo 4. Grupo focal 1. Actividad 1. Grupo 1).

Mientras que otras usuarias mencionan aquí el rol de la indumentaria, y como esta es importante, ya que está en contacto con tu cuerpo, moldeándose o luchando en contra de este y en general aportando o reduciendo a esta experiencia de reflexividad y estar cómodo en el estado vulnerable en el que se encuentran.

Otro aspecto importante de la intimidad, del que se habló es la intimidad sexual con una pareja, y es este estado el que se puede considerar el más vulnerable físicamente en el que se puede encontrar una persona y compartiendo con otra. Aquí el rol de la indumentaria, que más que ropa de dormir puede llamarse lencería, es el de seducción, y deliberadamente crear la situación a través de esta o de establecer un estado de ánimo positivo para la seducción. Como mencionan las usuarias del grupo focal 1. Daniela y Cristina, la ropa de dormir apropiada incita a tener relaciones, mencionan aspectos de configuración de las prendas como: encaje y colores rojos, así como las palabras descriptivas de provocativo y no-vulgar. Todo esto es relativamente subjetivo, lo importante son los detalles del vínculo tan cercano e importante para estas mujeres recién casadas y jóvenes entre su relación íntima con su pareja y la indumentaria que promueve esta intimidad, que no es necesariamente esencial para esta seducción, pero más bien un aporte positivo, que está justamente ligado a significados específicos. Y el hecho que ellas consideren este detalle algo tan importante como para incluirlo en su definición de intimidad y privacidad.



# CAPÍTULO 4

*Diseño: Una colección  
de ropa de dormir*

# CAPÍTULO 4

## CAPÍTULO 4

### RESULTADOS

**4.1. LA ROPA DE DORMIR "INSPIRADA" EN EL ANÁLISIS DE LA ROPA DE DORMIR**

**153**

**4.2. EL PROCESO INVESTIGATIVO PARA LLEGAR A**

**LA CONSTELACIÓN DE SENTIDO**

**154**

**4.3. PROCESO CREATIVO A TRAVÉS DE LAS CONSTELACIONES DE SENTIDO**

**155**

- 4.3.1. Constelación de sentido: El confort y la comodidad 156
- 4.3.2. Constelación de sentido: La identidad y la personalidad 160
- 4.3.3. Constelación de sentido: La indumentaria de uso público 165
- 4.3.4. Constelación de sentido: La privacidad y la intimidad 170

**4.4. EL COLLAGE COMO HERRAMIENTA CREATIVA**

**175**

- 4.4.1. Collage: El confort y la comodidad 176
- 4.4.2. Collage: La identidad y la personalidad 179
- 4.4.3. Collage: La indumentaria de uso público 182
- 4.4.4. Collage: La privacidad y la intimidad 185

**4.5. TRADUCCIÓN DE LOS SIGNIFICADOS A CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO DE INDUMENTARIA**

**188**

- 4.5.1. Moodboard de la colección 188
- 4.5.2. Concepto de la colección 189
- 4.5.3. Diagrama de constantes y variables 194

**4.6. ILUSTRACIONES DE LA COLECCIÓN**

**195**

# 4. DISEÑO: UNA COLECCIÓN DE ROPA DE DORMIR.

---

Para este cuarto capítulo, se propone presentar y analizar paso a paso el proceso creativo que se ha aplicado para la conceptualización de una colección de ropa de dormir, con un enfoque en la función simbólica del diseño y aplicando el principio de configuración simbólico-funcional. Para lo cual se ha utilizado como herramientas, toda la información antes recopilada y analizada, que se resume en las constelaciones de sentido de cada una de las categorías que se interpretaron en el subcapítulo 3.3. Interpretación de la investigación de campo: categorías y constelaciones de sentido.

Para hacer del proceso, uno mas sensible, ya que lo que se ha venido llevando a cabo hasta el momento ha sido bastante teórico e intelectual, se propone utilizar como segunda herramienta para la conceptualización de esta colección, al collage y moodboard conceptual; para a través de estos, abrir paso a un proceso de metaforización y sensibilizarse sobre lo analizado. Los collages y moodboard, estarán basados o buscaran representar a palabras clave seleccionadas de las constelaciones de sentido de cada categoría; y a través de esto también se busca crear un concepto claro, basado en las dos herramientas seleccionadas, para la colección.

Se realizará también la selección de características que representaran los significados y sentidos que se han construido sobre la ropa de dormir, tanto en las constelaciones, como las metaforizaciones de las palabras clave a travez de los collages y moodboards conceptuales realizados, todo esto para ser representado por características de la indumentaria y en fin, ser visible en las prendas de la colección. Y de esta manera logrando el objetivo propuesto de proponer una colección de ropa de dormir, con enfoque en su función simbólica a través de la aplicación del principio de configuración simbólico-funcional.



## 4.1. LA ROPA DE DORMIR “INSPIRADA” EN EL ANÁLISIS DE LA ROPA DE DORMIR

Se ha considerado de suma importancia recalcar que la inspiración para esta colección, son los sentidos que provoca la ropa de dormir, que se han logrado darse a conocer a través de las constelaciones de sentido, que como ya se ha recalcado son una triangulación de la información analizada en la investigación bibliográfica, la investigación de campo y la interpretación de esta información desde el conocimiento y punto de vista de la autora del proyecto. De las constelaciones, se ha decidido seleccionar palabras clave de cada categoría, que en cierta manera resumen o representan a cada una de estas. Para ser utilizadas para un proceso de sensibilización y metaforización.

Lo importante a recordar es que se ha decidido tomar a la ropa de dormir y el sentido que se le ha dado como inspiración para la propuesta de este proyecto. Esto también ha sido un reto creativo muy interesante y gratificante, del cual se ven los resultados a en los siguientes subcapítulos.

# 4.2.

## 4.2. El proceso investigativo para llegar a la constelación de sentido:

A continuación se puede observar un gráfico, en el que se muestra el proceso paso a paso, que ha llevado a cabo para la construcción de las constelaciones de sentido; que son la primera y principal herramienta del proceso creativo de este proyecto.

Esta explicación del proceso que se ha llevado a cabo paso a paso, lo que pretende es demostrar que el proceso creativo que se ha realizado y aplicado en este proyecto tiene un sustento teórico contundente, que se observa desde la problemática del proyecto y como se ha decidido dar una solución o una hipótesis a esta. Y posterior a esto, los pasos que se han seguido desde ese momento en adelante. Todo este sustento bibliográfico, de investigación de campo, interpretación de la información, etc., ha abonado a las constelaciones de sentido, que son las herramientas principales utilizadas en la conceptualización de la colección propuesta, por lo cual se puede decir que todo lo anteriormente realizado ha sido parte o es visible en la conceptualización de la propuesta de diseño que se muestra posteriormente.

### Proceso creativo a través de la constelación de sentido:

#1

#### Problemática e hipótesis:

- Las propuestas de ropa de dormir del medio, escasamente consideran las funciones del diseño que no sean la práctica o de uso.
- La información teórica en cuanto al segmento ropa de dormir es limitada.
- ¿Cuales serían los resultados de una propuesta utilizando el principio de configuración simbólico-funcional?

#2

#### Investigación bibliográfica:

- Análisis de las funciones del diseño.
- Análisis del principio de configuración simbólico-funcional.
- Análisis de la ropa de dormir.
- Las características de las funciones de diseño en la ropa de dormir.

#3

#### Investigación de campo:

- Contexto: Cuenca-Ecuador.
- Mujeres de 25-35 años.
- Entrevistas semi-estructuradas.
- Grupos focales.

#4

#### Constelación de sentido:

- Organización de la información recolectada en categorías.
- Análisis de dicha información.
- Interpretación de esta información.
- CONSTRUCCIÓN DEL SENTIDO: a través de las Constelaciones de Sentido de cada categoría.
- La herramienta lleva este nombre, debido a su forma.

Figura 67. Pasos para la creación de las constelaciones de sentido (Elaboración propia).

## 4.3. PROCESO CREATIVO A TRAVÉS DE LAS CONSTELACIONES DE SENTIDO

A continuación se tiene las constelaciones de sentido de cada una de las categorías previamente propuestas, que “nacen” del análisis de la ropa de dormir. Estas constelaciones como ya se ha dicho, son un resumen de la investigación tanto teórica, como de campo, y la interpretación de esta. Para la conceptualización de la colección, se ha decidido tomar palabras clave dentro de la constelación de sentido y utilizar estas como inspiración directa para el collage o moodboard conceptual que se creará de cada categoría, buscando realizar una metaforización de las palabras clave a través de la imagen, y de esta manera representar la categoría y la constelación de sentido a través de esto collages.

# 4.3.1. CONSTELACIÓN DE SENTIDO: *El confort y la comodidad*

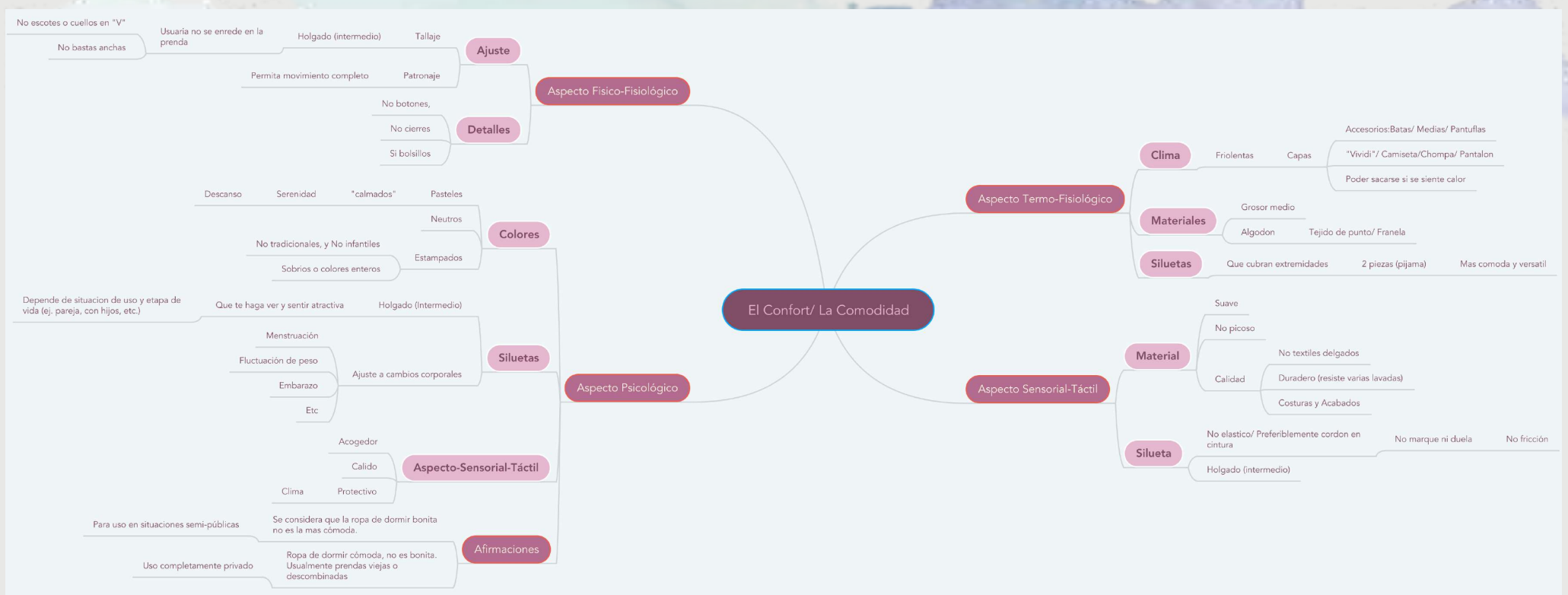


Figura 68. Constelación de sentido del confort y la comodidad (Elaboración propia).



Figura 69. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).

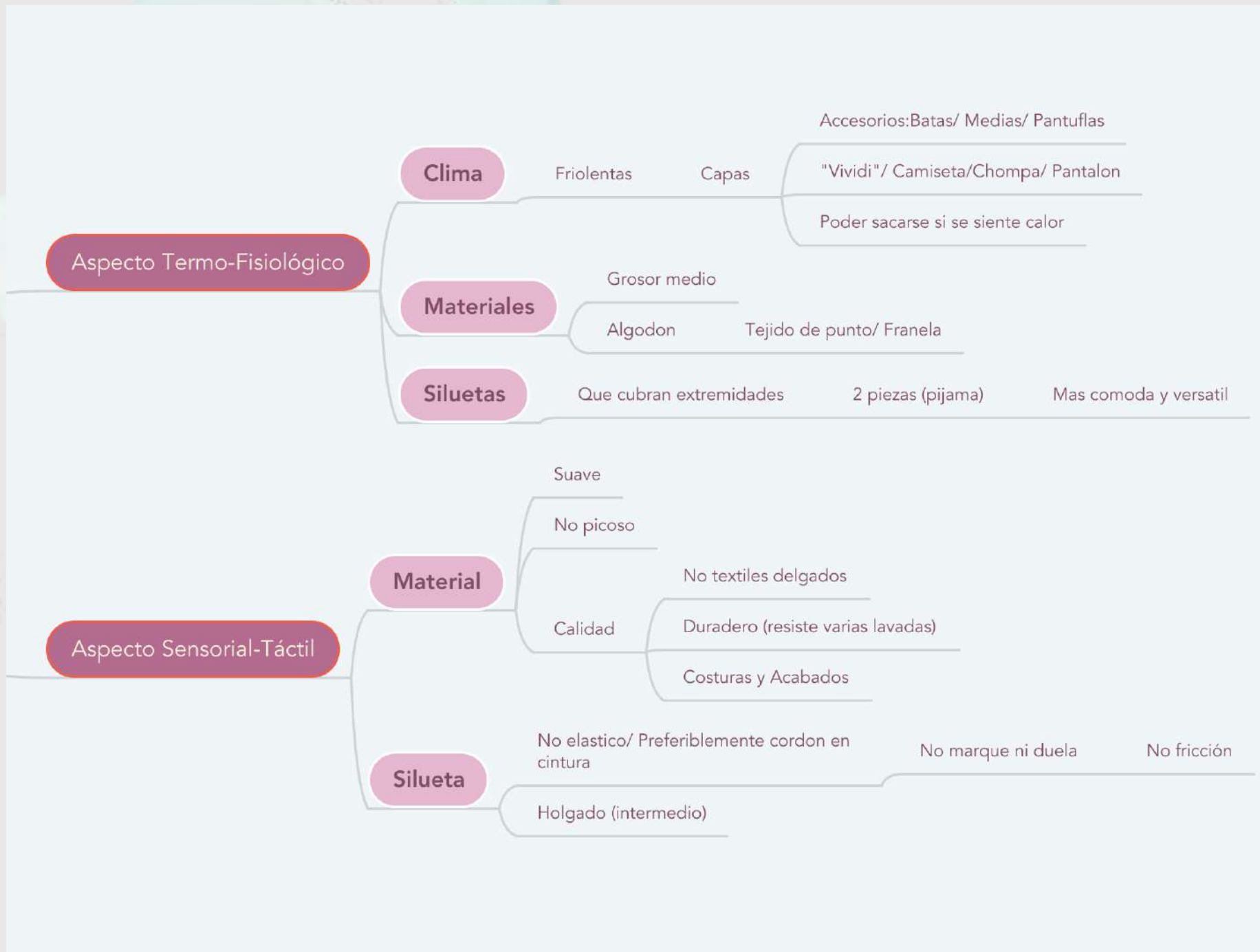


Figura 70. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).



Figura 71. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).

Para esta categoría, se ha seleccionado las palabras: **Cálido y Acogedor**, que son palabras que se encuentran en la constelación de sentido en el aspecto psicológico, cuando se habla de los recuerdos táctiles y sensoriales asociados al confort, que las usuarias han reconocido como los más importantes. También cabe recalcar que la frase “Warm and Cozy” que es la traducción exacta en inglés, y es una descripción común para indumentaria, como ropa de dormir, o también situaciones, que son de sublime comodidad y confort.

La palabra “Warm”, Cálido, según el diccionario de la Universidad de Cambridge, puede referirse a: Una temperatura cómodamente alta, en el ambiente, o gracias a prendas o accesorios que cubran el cuerpo. Se refiere a una temperatura cómoda, no excesivamente caliente.

También puede referirse a demostrar entusiasmo o ser expresivo en este, o también puede referirse a una persona afectuosa, amigable o bondadosa (amable), así como también preocupado o que le gusta cuidar de los demás.

Puede referirse a los colores en tonos “cálidos” como el rojo, amarillo, u anaranjado.

Por último puede referirse a estar cerca de la respuesta correcta, como en los juegos de niños donde se dice caliente o frío, para ver qué tan lejos se está de lo correcto.

Frases con la palabra “Warm” que son de interés:

“warm fuzzy”: sentimentalmente emotivo o “acaramelado”

“warm up to”: acoplarse o encalideser a una persona o situación.

Por lo cual puede definirse a la palabra cálido, como un momento en el que tanto en el cuerpo como en la mente, se sienten rodeados de comodidad, de estar animados y felices, de sentir afecto por las prendas, las personas o la situación que están alrededor. La palabra cálido, y calidez muchas veces se asocia a ser bienvenido, abrazado, a sentir cariño y felicidad. Así como también se asocia al clima como estar en un lugar cálido y soleado, donde los colores que se observan usualmente son en tonos de rojos, amarillos y anaranjados, por lo cual estos colores dan la sensación de calidez al observarlos.

La palabra acogedor, así mismo gracias al diccionario de la Universidad de Cambridge,

Puede definirse como: Una sensación de confort, calidez y relajación. Muchas veces asociado a un lugar. (ej. El hogar, El cuarto, La cama). Como también una relación acogedora, o “cozy”, se refiere a una relación íntima y relajada (cómoda). Por último, en inglés, la palabra “cozy” o “cozies”, se refiere a una cubierta insulante, para cubrir la comida, o aun objeto decorativo.

Así que se puede definir a la palabra acogedor como la sensación que nos da un lugar, una situación, una persona o hasta una prenda, de estar cuidado y protegido, de cualquier cosa o sensación que de estrés o haga sentir descontento o incomodo.

Por lo cual entre estas dos palabras, cálido y acogedor, se obtiene un significado perfecto para lo que es el confort y la comodidad, en general y a través de la indumentaria. Se trata de un estado de ser, tanto físicos como emocional, en el que la persona se siente acogida por sentimientos de relajación y paz, donde todo el ambiente promueve la sensación de estar rodeado de lo preciso y correcto, abrazado y en cierta manera descargado de los problemas y molestias de la vida cotidiana. Donde la persona se siente bienvenida, y en casa, insulada del exterior. Es una Situación de idónea comodidad.

## 4.3.2. CONSTELACIÓN DE SENTIDO: *La identidad y la personalidad*

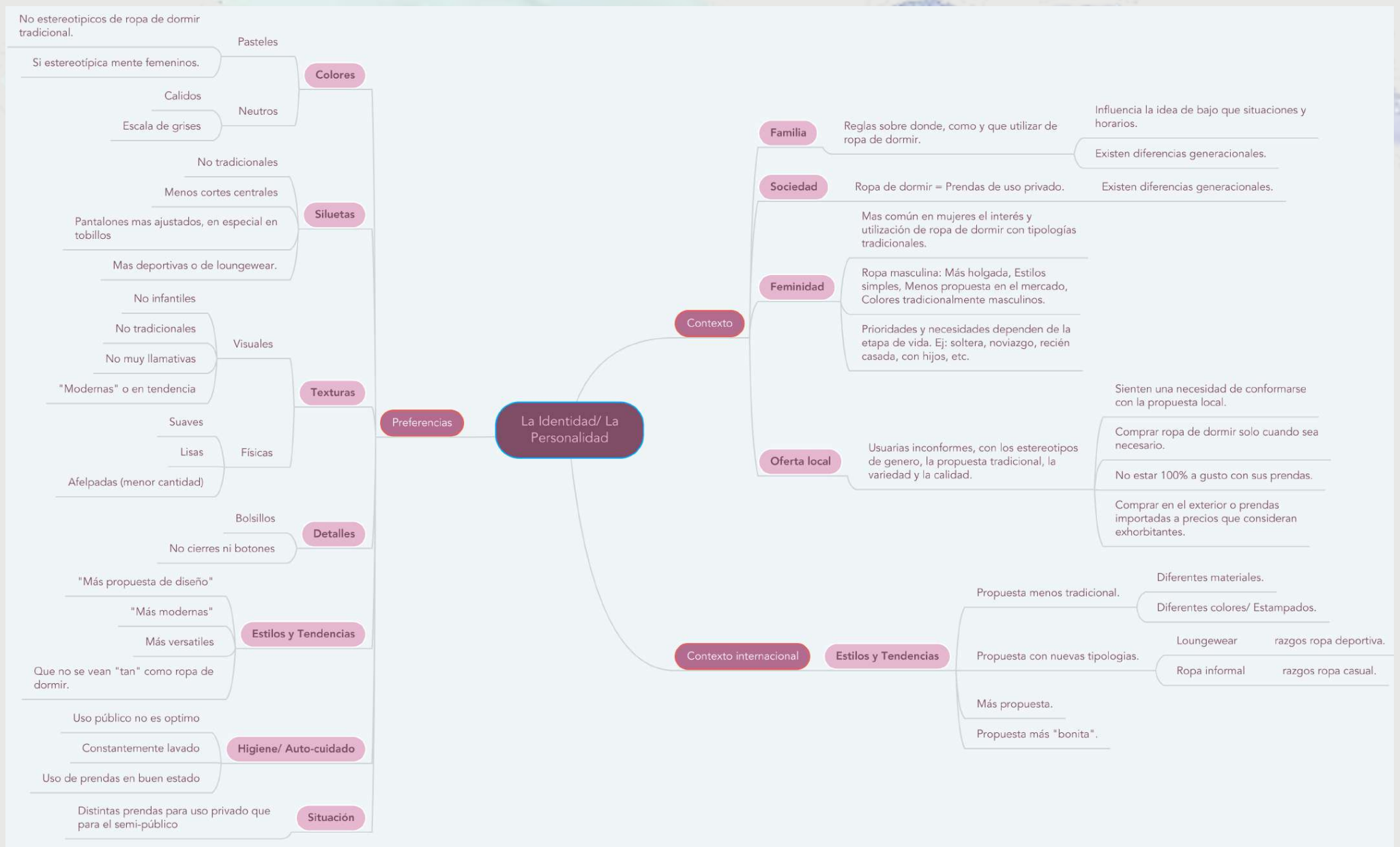


Figura 72. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad (Elaboración propia).



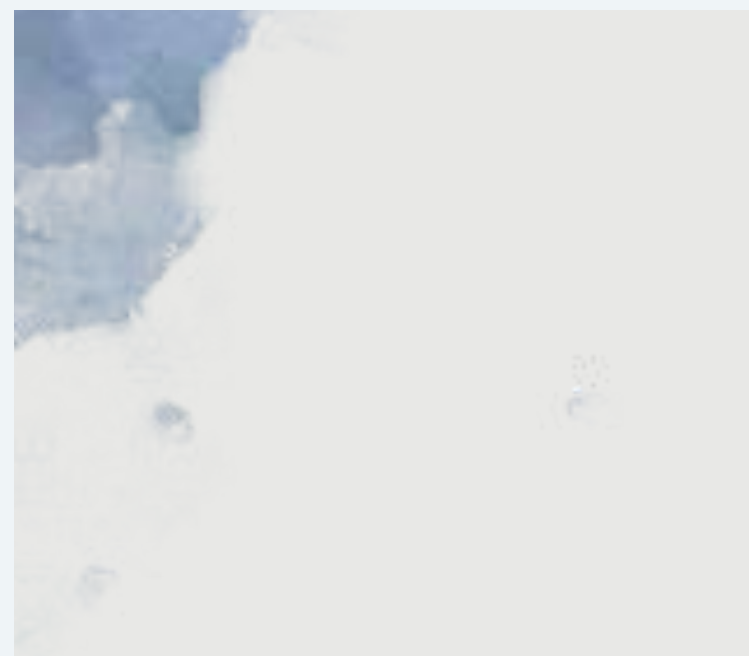
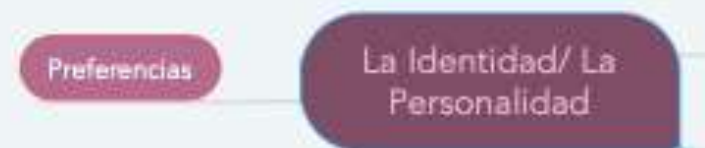


Figura 73. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad acercamiento (Elaboración propia).



Figura 74. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad acercamiento (Elaboración propia).

---

Las palabras clave, seleccionadas para la categoría de La identidad/ La personalidad, se han seleccionado ya que explican a la perfección lo que significa la identidad y la personalidad en cuanto a como afectan las creencias, valores, preferencias y hábitos de consumo, al uso y consumo de ropa de dormir para las usuarias analizadas en este proyecto. Estas dos palabras salen de la frase: **consumidoras contemporáneas en un contexto tradicional**; y son justamente la comparación o contraste de tener una identidad compartida o social, con muchos rasgos tradicionales y preferencias mas convencionales o conservadoras de vestir, contrapuesto con el hecho de ser una mujer joven en un mundo globalizado, y que ciertos rasgos personales de ellas, rechazan muchos de las creencias tradicionales sobre feminidad, el rol de la mujer y lo que se considera apropiado o no en muchas instancias, pero notoriamente en el vestir. Por lo cual se puede decir que comparten muchas preferencias y hábitos de consumo más globales, y en general diferentes a las otras generaciones o públicos que se ven en el contexto, como pueden ser personas más jóvenes o mas adultas.

Lo tradicional se puede definir como: Lo que es de acorde o sigue las costumbre o manera de actuar que han continuado sin cambios por un largo tiempo en un grupo de personas o sociedad.

También puede ser el mantener y regirse a las creencias que han sido establecidas durante un largo tiempo (Traditional. Cambridge Dictionary. S.F).

Lo tradicional entonces se entiende como la manera establecida de pensar, sentir y actuar, que se ha ido pasando por varias generaciones y que se mantiene, puede ser esto por motivos culturales, como la religión, puede deberse al contexto en cuanto a varios aspectos como el lenguaje, la migración, lo socioeconómico y hasta el clima, entre otros aspectos. Como pueden ser observados en el Contexto de la Ciudad de Cuenca, donde muchos de estos condicionan a un pensamiento tradicional en varios aspectos, y que es notorio y visible en la indumentaria de las personas, en especial las mas adultas que se aferran aun mas a estas formas tradicionales de vestir.

Mientras que por lo contrario, lo contemporáneo, hace referencia a lo actual, a lo que esta sucediendo en este momento, que se vuelve visible así mismo en manifestaciones culturales como puede ser la música, el arte, la literatura y la moda (refiriéndose a la indumentaria).

También contemporáneo se define como a personas, cosas o hechos que suceden en el mismo periodo de tiempo. Refiriéndose a que son contemporáneos unos con otros.

Lo contemporáneo se refiere lo que pertenece al presente, a lo nuevo, en boga o a la moda (Contemporary. Cambridge Dictionary. S.F).

Por lo cual, una consumidora contemporánea, que nuestra usuaria meta lo es, tiene como rasgo identitario y de personalidad un anhelo por estar en el presente, por estar actualizada de lo que esta sucediendo en diversos ámbitos, alrededor de todo el mundo. Y en cuanto a la indumentaria, muchas veces se la llama moda, y se la asocia con lo nuevo y novedoso, porque es algo cotidiano, y presente en la vida de todos, que muy fácilmente se acopla a diversos contextos y culturas, a diferencia de ciertos movimientos ideológicos que tardan un mayor tiempo en difundirse y globalizarse.

Por lo tanto, lo que se concluye sobre lo **tradicional v.s. lo contemporáneo**, es que existe una lucha entre mantener las tradiciones que se consideran importantes, en cuanto a creencias, y valores, o lo que se considera apropiado y correcto; cuando muchas veces lo que se consume y lo que se prefiere, va en contra de esto. Por lo cual se necesita algo que sea flexible, que se ajuste, tanto a lo que se ve y se aprecia de la propuesta globalizado. Pero manteniendo los aspectos tradicionales que se consideran no-negociables, como es el hecho de que la ropa de dormir, o lo que se ve como ropa de dormir no es aceptable en público, que se prefieren prendas simple, cómodas y con una idea nueva sobre la feminidad, que justamente están evolucionando hacia una idea mas amplia y variada, donde se necesita una propuesta mas variada, y arriesgada que la propuesta tradicional de ropa de dormir que se oferta en el medio, y que deja a las usuarias insatisfechas y con la que no se identifican.

# 4.3.3. CONSTELACIÓN DE SENTIDO: *La indumentaria de uso público*

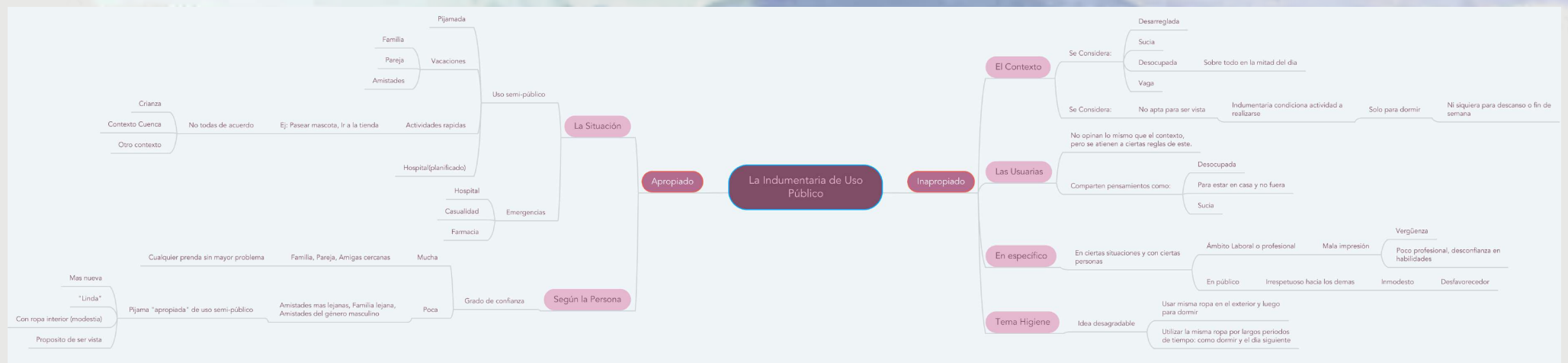


Figura 75. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria (Elaboración propia).



Figura 76. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

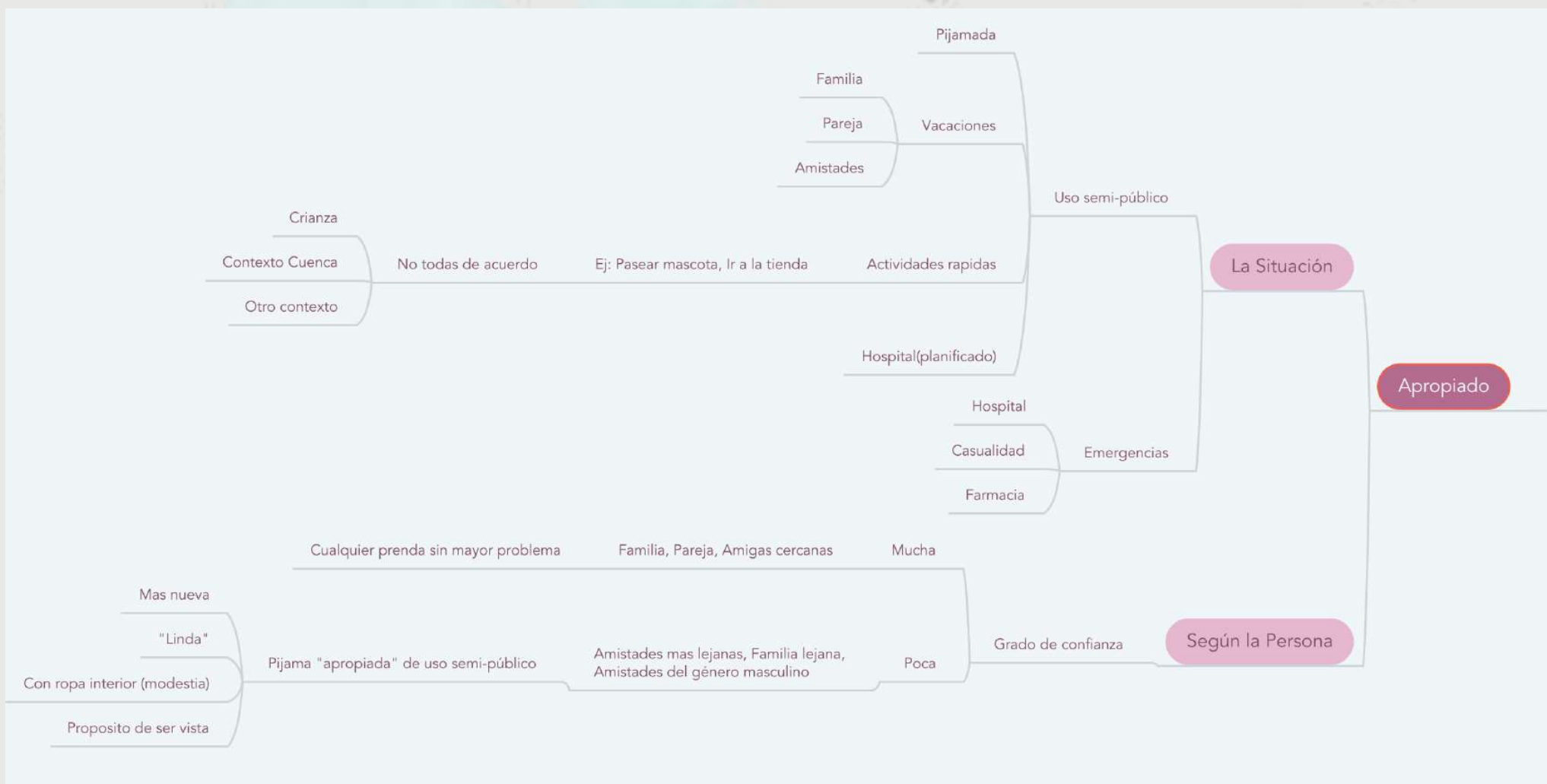


Figura 77. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).



Figura 78. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Para la **categoría de indumentaria de uso público**, se han seleccionado las palabras Semi-público v.s. Privado, ya que al hablar de ropa de dormir, según el contexto y el público meta, se llegó a la realización de que este, en cuanto se conoce y se considera, no es apto para el uso libremente público, al haber muchas connotaciones negativas alrededor del uso inapropiado de la ropa de dormir, es decir el uso de esta en público.

La ropa de dormir, por su situación de uso, se asocia a la vulnerabilidad, a estar expuesto y lógicamente a lo privado e íntimo, que se ha analizado en una categoría aparte. Pero tiene lugares y espacios donde esta es apta aunque no se esté del todo en privacidad. Por lo cual se encuentra nuevamente un contraste, entre la ropa de dormir en un espacio semi-público y la ropa de dormir en el espacio privado.

Se ha decidido sin embargo analizar la palabra público. Según la RAE (23.a ed.), esta significa: Lo que es de conocimiento común. Que está visible a todos. Ej: públicamente. Puede ser propiedad del Estado u otra Administración. Ej: un espacio. Si se trata de una cosa, es la que es accesible a todos, de destino público. Puede referirse a un conjunto de personas o colectividad.

Entonces cuando se habla de indumentaria de uso público, esta se refiere a las prendas que se usan a vista de todos, ya que este es un espacio común, al que todos tienen acceso y derecho a acceder. Por lo cual esta indumentaria no solo se ve regida por las creencias, valores y preferencias personales, sino las conjuntas de ese contexto y grupo social.

Por lo contrario la palabra privado, se define según la RAE (23.a ed.) como: lo que se realiza a vista de pocos, dentro de la familia y en el hogar, sin formalidad ni ceremonia. Algo que es personal y específico a cada persona. Que pertenece a particulares, a un grupo o a una persona particular. Y la palabra privacidad, así mismo en el diccionario de la RAE (23.a ed.), significa: “Ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromisión.”

Por lo cual la privacidad se refiere mayormente a un espacio, donde se puede realizar las actividades que se desee, teniendo la capacidad de limitar la cantidad e intensidad de interacción social que se tiene. Así como también el flujo de información que llega al conocimiento de otros a través de estas interacciones. Todo esto de acuerdo a lo que la persona o personas que ocupan este espacio privado consideren necesario dependiendo de la situación y momento concretamente (Valera, 2020).

Otras definiciones interesantes que se ha encontrado, por ejemplo sobre lo semi-público, son las de Valera, que en el manual: Elementos Básicos de la Psicología Ambiental; no solo define el espacio semi-público, sino también el término de espacio semi-privado.

Al hablar de la privacidad aplicada al espacio, dice que existen algunos que pueden calificarse como semi-privados o semi-públicos, debido a que tienen cierta manera de regular la privacidad, pero muchas veces los mecanismos no son lo suficientemente amplios o efectivos para realmente considerarse un espacio privado. Se da como ejemplo una carpa de acampar, que es un espacio privado, pero muy permeable hacia la interacción con los vecinos, por lo cual no se puede comparar a la privacidad del hogar. Este sería un espacio semi-privado. Mientras que un ejemplo de un espacio semi-público puede ser un parque o jardín compartido en un vecindario o edificio, que es exclusivo para los que viven allí, pero un área común entre muchas personas. Otro ejemplo puede ser las aulas y el campus universitario (2020).



Existen un sin número de espacios más, que se encuentran en este rango de espacio público a privado, con diversas cualidades. Todo depende de cómo las personas que lo utilizan, construyen su significado espacial, que determina el tipo de interacción social que se da en este determinado espacio (Valera, 2020).

De acuerdo a todas estas definiciones, se puede aplicar los conceptos de espacio semi-público y semi-privado, no al espacio como tal, sino a la situación y a las personas involucradas. De lo que se analizó a través de la investigación de campo; existen situaciones donde el uso de la ropa de dormir es causado por una situación no deseada, como una emergencia. Por lo cual se podría llamar a esta una situación de uso semi-privada. Donde la ropa de dormir seleccionada, no tiene el propósito de ser compartida ni vista, pero sin embargo lo es. Otra situación semi-privada, puede ser cuando se está con amigos y familia con quienes se tiene un grado de confianza alto, por lo cual se los incluye en la privacidad, pero no se tiene del todo una relación íntima con estos. Por otro lado las situaciones semi-públicas, son aquellas en las el uso de ropa de dormir es planificado, como puede por ejemplo ser unas vacaciones, una pijamada, o una salida al hospital pero planificada. Donde en cierta manera existe el deseo de ser visto y admirado, y se planifica esto con anterioridad, poniendo atención a los detalles que se consideran importantes en cuanto a la vestimenta que es para ser vista.

Por lo cual dentro del uso público de la indumentaria, se puede decir que este, para las usuarias meta, considerando lo que se considera apropiado y no para el contexto y para estas; no existe verdaderamente un uso público, sino solamente semi-público, que es en el que se busca ser vista, y en el que la ropa de dormir asume muchas características de la indumentaria de uso público, como el deseo de ser parte del grupo y al mismo tiempo de ser admirado y estar aparte, gracias a las prendas que se portan. Y por otro lado el semi-privado, donde la persona se encuentra forzosamente en una situación que no se considera apropiada para usar ropa de dormir, esta da a la persona un sentimiento negativo, de estar haciendo algo incorrecto, de estar dando una impresión negativa de sí mismo y de estar expuesto y vulnerable. Pero también existen personas que se considerarían de un rango de confianza que los hace aptos para considerarse parte de espacios semi-privados, porque el espacio puede ser privado, pero la relación es menos cercana que la que permitiría una privacidad absoluta o intimidad. Sin embargo existe suficiente confianza como para que haya un menor afán o interés en utilizar prendas que sean consideradas las precisas para ser vistas y admiradas como son las amigas de mucha confianza, familiares extendidos de confianza y en algunos casos, dependiendo de la relación, puede ser la pareja.

Como conclusión dentro de las situaciones que se consideran públicas para la ropa de dormir, existen estas dos situaciones, que difieren por el espacio, la actividad y las personas involucradas; y dentro de estas dos las prendas que se busca portar también son distintas. En la una se busca utilizar una armadura, una piel que proteja en cierta forma al individuo en una situación pública, a pesar de ser esta, ropa de dormir, que tiene una connotación de dejar vulnerable al individuo; mientras que en la otra está bien y es inevitable esta vulnerabilidad, tener menos cuidado en cuanto a la apariencia física, porque el grado de confianza disminuye el temor a ser juzgado, hasta que se llega a la total confianza o intimidad, de la que se habla en la categoría siguiente.

## 4.3.4. CONSTELACIÓN DE SENTIDO: *La privacidad y la intimidad*

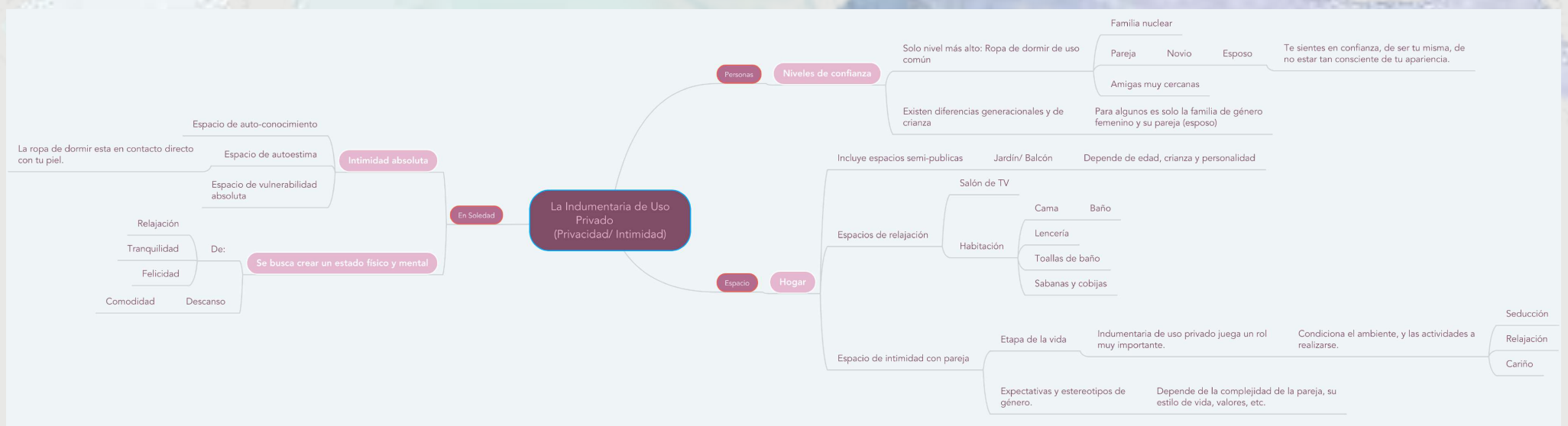


Figura 79. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria (Elaboración propia).



Figura 80. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

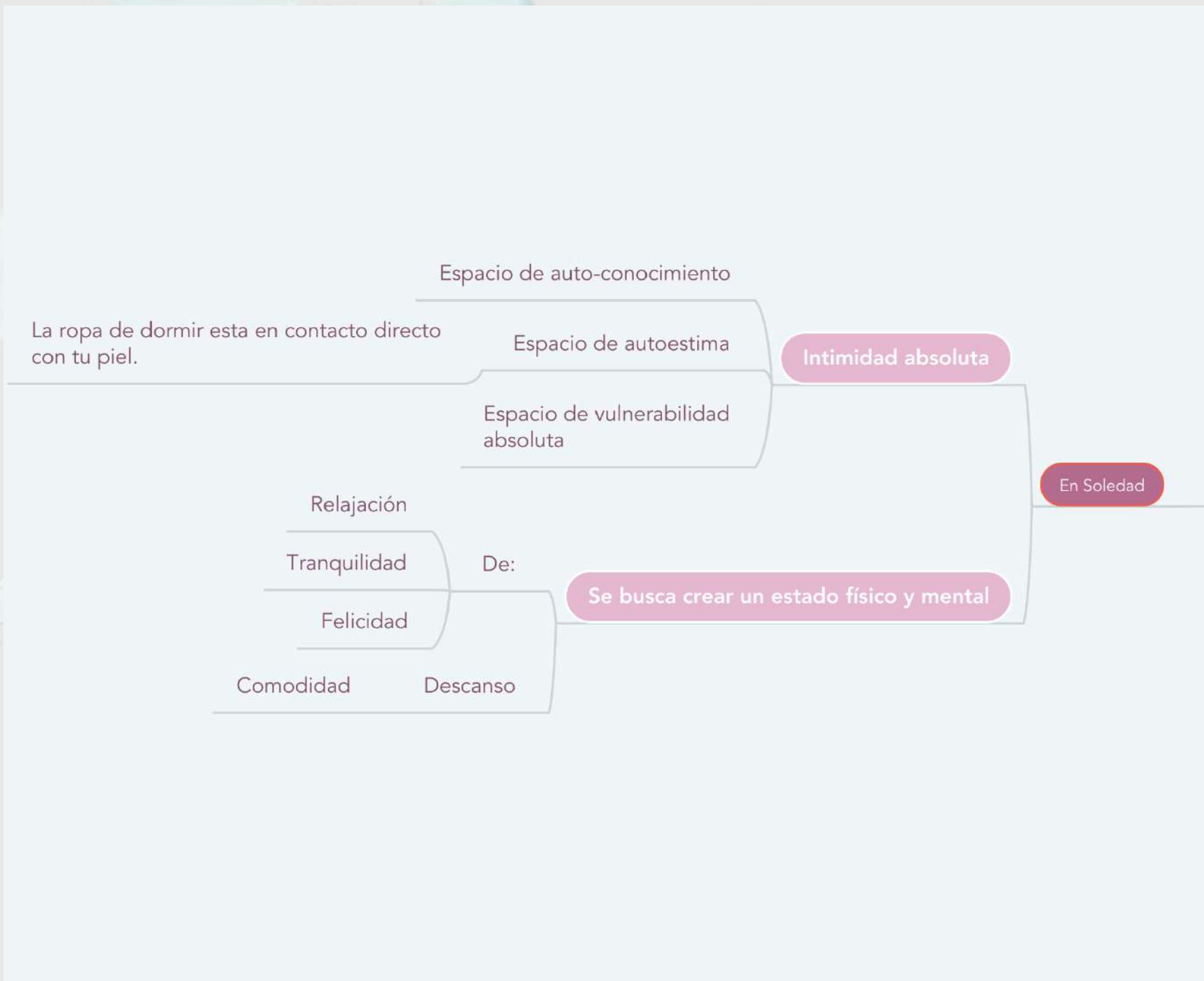


Figura 81. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

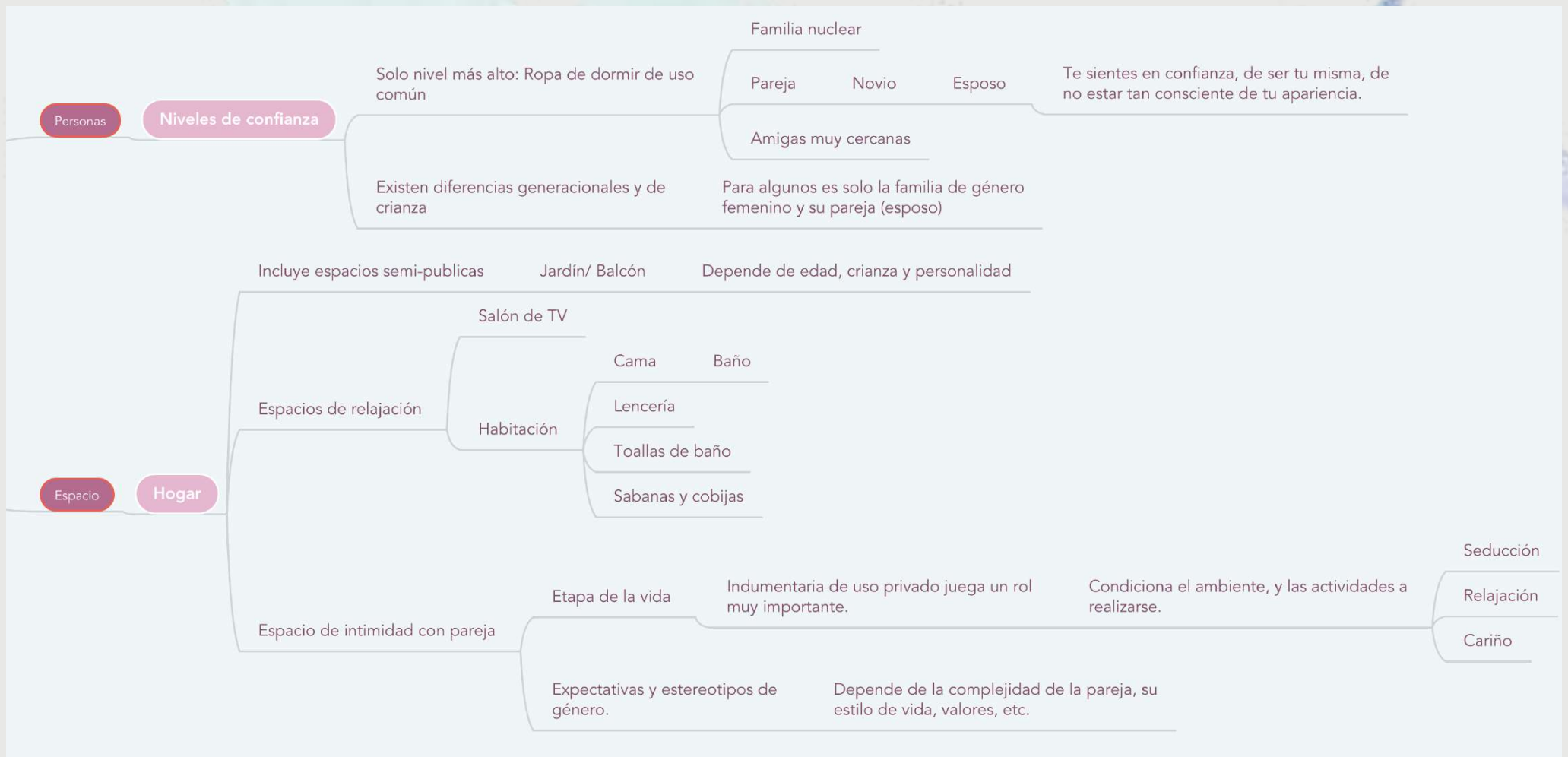


Figura 82. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Para la categoría de **privacidad/ intimidad**, las palabras que se han seleccionado son niveles de confianza, o tan solo la palabra niveles. Ya que se considera que estas resumen de la mejor manera la información analizada en la constelación de sentidos de esta categoría, que habla tanto del ámbito privado como del ámbito íntimo.

Como ya se ha explicado más a detalle en el subcapítulo 2.5. Al analizar la categoría de lo privado/ íntimo; la intimidad y la privacidad no son sinónimos, aunque están muy ligados. Por ejemplo en el texto de Toscano (2017) llamado: “Sobre el concepto de privacidad: la relación entre privacidad e intimidad” el autor menciona que lo que diferencia a lo privado y a lo íntimo, de lo público es que estos transcurren en un espacio u ámbito que tiene acceso restringido o que es exclusivo a un grupo delimitado de personas. Lo que diferencia entonces a los ámbitos privado e íntimo son que el primero se refiere a un espacio físico, que puede o no mantener las acciones del sujeto ocultas dependiendo de las acciones que este tome para que así sea, por ejemplo realizar actividades privadas en su casa, con la puerta cerrada. Lo íntimo por su parte se refiere principalmente a lo que sucede en lo más interno de la persona, sus sentimientos y pensamientos y su esencia en sí. Lo cual hace que la intimidad pueda mantenerse solo para el individuo de manera mucho más fácil, ya que esta no es evidente en el exterior, sino solo según lo que la persona decida compartir, y aun así, nunca se puede saber con certeza, si lo que alguien comparte son genuina e inalteradamente sus pensamientos o ideas más profundos e íntimos, ya que es solo el individuo el que está en control de esto. (Castilla del Pino, citado en Toscano, 2017)

¿Qué sucede entonces con la intimidad compartida entre personas? ¿Cómo funciona esta?, y si ¿se puede lograr tener una intimidad absoluta con alguien más, como la que se tiene con uno mismo?. Nuevamente en el texto de Toscano, se cita a la autora Julie C. Innes (1992), y lo que ella dice sobre la intimidad es que esta es “el núcleo de la privacidad”(Innes, citada en Toscano, 2017, p. 545). Y es esto lo que nos ha hecho pensar en la palabra niveles. Si la intimidad es el núcleo, es la privacidad total y esencial, alrededor de esta existen otros niveles delimitados por ciertos aspectos como son, retomándose de la categoría anterior, las condicionantes de la actividad, el espacio y las personas que estén alrededor del individuo.

Así mismo la autora Innes (citada en Toscano, 2017) menciona que las condicionantes del ámbito íntimo son que esta se entiende en función de que su valor procede de “las emociones de amor, afecto y cuidado (love, liking or care)” (p.546). Ella ata de manera más estrecha a la privacidad y la intimidad, mencionando que la privacidad da a la persona la capacidad de tomar control de sus decisiones íntimas, que pueden incluir las decisiones sobre el acceso íntimo (tanto físico como mental, o del cuerpo y de los pensamientos), así como del compartir información íntima con otros, y por último de los actos íntimos. Aquí se menciona justamente como se comparte intimidad con otros, y las condicionantes para que esta intimidad exista que son, que cualquier acto o cualquier relación que tenga las condicionantes previamente mencionadas.

Se menciona que: “la privacidad sólo puede entenderse en función de la intimidad, siendo inseparable de esta, puesto que consiste en tener control sobre aquellos aspectos de nuestras vidas en los que están en juego el afecto, el amor o el cuidado” (Innes, citada en Toscano, 2017, p. 546).

Sin embargo existen actos privados en los que no están en juego las emociones, o el afecto; es decir en las que no existe una relación íntima; como podría por ejemplo ser una reunión de negocios, o el ejemplo muy claro que se da en el texto de una cita médica, en la que el doctor cierra la puerta para comenzar la consulta (Toscano, 2017). Todos estos actos se encuentran en un nivel diferente, más lejos de la privacidad atada a la intimidad. Por último tenemos el ámbito público, que ocupa otro nivel que el íntimo y privado y que tiene otros requerimientos y condicionantes. En torno a la indumentaria en este nivel está la indumentaria de uso público, que como ya se ha mencionado, es la que está seleccionada intencionalmente para servir de armadura, está hecha para mostrar.

Como ya se ha mencionado, cada nivel tiene como condicionantes, a las personas que tienen o no acceso a cada una, a las actividades que se esté realizando, y el espacio que se habite. Vale la pena definir la palabra Nivel, que según la RAE (23.a ed.), significa: "medida de una cantidad con referencia a una escala determinada" o también "categoría, rango". Estas no se consideran tan claras para explicar los niveles que se están presentando por lo cual se considera la palabra referencia como la clave para explicar o definir estos, definiendo a la palabra referencia como: "relación, dependencia o semejanza de algo respecto de otra cosa" o como la "base o apoyo de una comparación, de una medición o de una relación de otro tipo". y también como un "modelo, ángulo de referencia" (Rae, 23.a ed.) Esta definición sirve más para explicar que los niveles son una comparación de distintos ámbitos de confianza en relación con el ámbito de intimidad absoluta.

Como conclusión a esta categoría y a sus palabras claves: los niveles de confianza se puede concluir que los niveles que existen son: la intimidad absoluta, que es el nivel central, núcleo y el más profundo; donde se encuentra el individuo solo, sus emociones y pensamientos y cuestionamientos más puros y genuinos. Segundo a este encontramos la intimidad con otras personas, que es un ámbito de la privacidad donde existe una relación de amor, afecto y cuidado, como se ha mencionado anteriormente; es aquí donde se encuentran las relaciones de familia nuclear y las de pareja. Seguidas a estas están las relaciones privadas con un nivel menor de intimidad y de confianza. Y últimas dentro del rango de lo privado están las relaciones de privacidad pero sin intimidad. Fuera de la privacidad está el nivel de lo público, que como se ha explicado es el ámbito donde todo es accesible a cualquier otra persona.

La ropa de dormir como se ha analizado desde la investigación de campo, existe mucho más en el ámbito de lo privado. Cuando se encuentra en el semi-público o semi-privado, esta actúa de una manera diferente. Si se habla de los niveles de confianza dentro de lo privado, aquí expuestos la ropa de dormir funciona de manera similar a los pensamientos y a las emociones, se comparte mucho más y de manera mucho más cómoda dependiendo del nivel de confianza que se tenga con los que están alrededor. Y en el espacio de la intimidad tanto solitaria como compartida, la indumentaria pierde mucho ese rol de servir para ser vista por otros, y pasa mucho más a un rol de ser acompañar a esta intimidad, a promover esta intimidad y a ser parte de la experiencia y la relación de intimidad, como es el caso de la indumentaria de uso íntimo, como ropa interior, ropa de baño(toallas), etc. que es creada con el propósito de promover la intimidad, física por ejemplo, como es el caso del lingerie, y se asocia tanto a las actividades de la intimidad que se vuelven parte de esta y quedan atadas absolutamente a esta; como podría ser el caso de un pijama viejo, con el que se hayan vivido muchas experiencias positivas de intimidad con la familia por ejemplo, la que se utiliza para vacaciones u ocasiones especiales en privado.

# 4.4.

## 4.4 El collage y moodboard conceptual como herramienta creativa

Se ha optado por utilizar el collage como la segunda herramienta para este proceso de conceptualización, este surge de las constelaciones de sentido de cada categoría. Se han realizado en medio digital, y se analizarán a continuación. En este subcapítulo, se busca mostrar como los collages han servido para hacer del proceso de diseño uno más sensible, utilizando la metáfora, para traducir los sentidos de las constelaciones de cada categoría a una imagen, que posteriormente será utilizada para crear el concepto y seleccionar las características tanto constantes como variables, para las prendas de la propuesta.



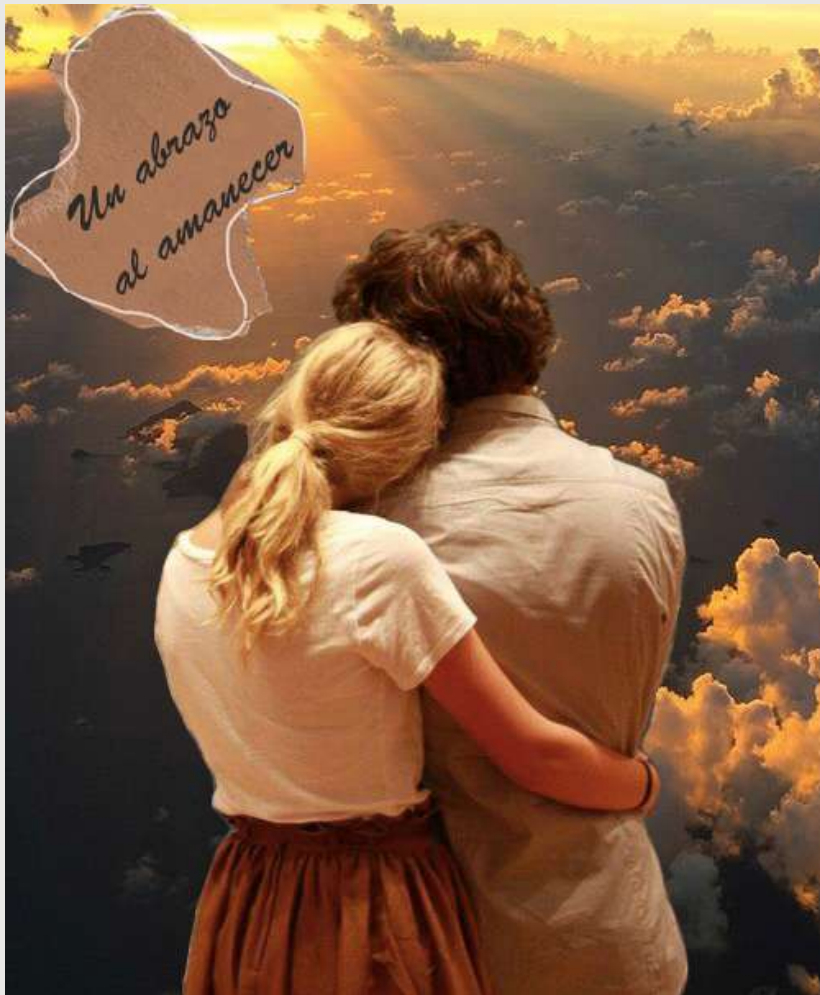
## 4.4.1. Collage: El confort y la comodidad

Para la elaboración del collage de la categoría confort/comodidad, con las palabras clave cálido y acogedor; Se decidió comenzar pensando en el abrazo como un espacio para descargar el estrés y los problemas y en general un espacio de sostén y soporte, reconfortante, donde uno esta rodeado y envuelto en suavidad, recubierto y protegido. Se comenzó de manera más literal pensando en un abrazo de pareja, con una vista hacia el atardecer; y poco a poco esta idea evoluciono al “abrazo de oso” que se tiene al final. Que se busca que sea una metáfora para esta comodidad y confort absoluto. Donde la persona se siente totalmente feliz, emocional y físicamente; completamente protegida en un espacio suave y cálido de abrigo. Y donde se encuentra la paz al final del día y el espacio idóneo para relajarse y descansar. Aparte del abrazo, las manos en la parte inferior buscan representar ese sostén, y ese ser acogido, elevando de la sombra gris que se encuentra en la parte inferior. Por último se observa una paleta de colores cálidos desde amarillo claro a café oscuro, con rojos y naranjas incluidos. Todo esto para dar la sensación a quien lo observa de algo feliz, de algo lleno de luz, de algo cálido y acogedor.

Este collage se traducirá a la propuesta de diseño en la selección de siluetas holgadas, envolventes y curvas, con cruces frontales y amarres o elásticos suaves en la cintura por ejemplo. Así mismo influirá a manera de variable en la paleta de colores, buscando incluir tonos cálidos hacia neutros.



## COLLAGE: EL CONFORT Y LA COMODIDAD:



Figuras 83. Collage previo al collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).



Figuras 84. Collage previo al collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).

*Palabras clave: Cálido y acogedor*



Figura 85. Collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).

---

## 4.4.2. Collage: La identidad y la personalidad

En el collage para la categoría identidad/ personalidad, con palabras clave: tensión generacional, se comenzó pensando en las palabras clave que se seleccionaron en la constelación de sentido de esta categoría, que son las de contemporáneo vs. tradicional o consumidoras contemporáneas en un contexto tradicional; y lo que destaca por encima de todo es justamente esa dualidad que existe en nuestra usuaria meta, que es ambas, tradicional y contemporánea, pasado y presente, por lo cual esto se ha buscado representar a través de los rostros mirando en distintas direcciones, al pasado, al futuro y al presente. Esto nos trae a la palabra japonesa Ukiyo y su definición que es la de: en el ahora, en el momento y también la de comprensión que el mundo es transitorio y fugaz por lo cual es necesario mirar al presente. Por último se da una definición muy interesante que es la de “mundo flotante”. Esta idea de estar el pasado, presente y futuro, todas las caras de una persona flotando en un espacio fue algo muy cautivador, por lo cual se ha buscado capturar la idea del mundo flotante en este collage, al presentar las siluetas de la mujer flotando en el fondo del mar.

De este collage para traducirlo a características de la propuesta de diseño, se ha decidido tener un enfoque en la idea de crear para una mujer que siente y vive inmersa en esta tensión generacional; en este, ser una consumidora contemporánea y globalizada, que busca prendas que se ajusten a lo que observa en el mundo, pero que siente aún muy profundamente la necesidad de ajustarse a aspectos tradicionales del vestir. Para lo cual se propone realizar una propuesta que busque ser versátil e innovadora en aspectos no esperados como: en las siluetas y texturas (tanto visuales como táctiles) de las prendas, mientras que los materiales y cortes se mantienen más hacia los tradicionales.

Así mismo la paleta de colores de este collage se considera idóneo para ser tomado de inspiración para la paleta final de la propuesta de indumentaria. Estos tonos que van del beige al blanco y del celeste al gris y negro. Remiten así mismo a esta sensación de estar flotando en el agua, envuelto y flotando, sensaciones muy agradables que asociar a una propuesta de ropa de dormir, y así mismo muy de acorde con las preferencias de las usuarias encontradas en la investigación de campo.

## COLLAGE: LA IDENTIDAD Y LA PERSONALIDAD

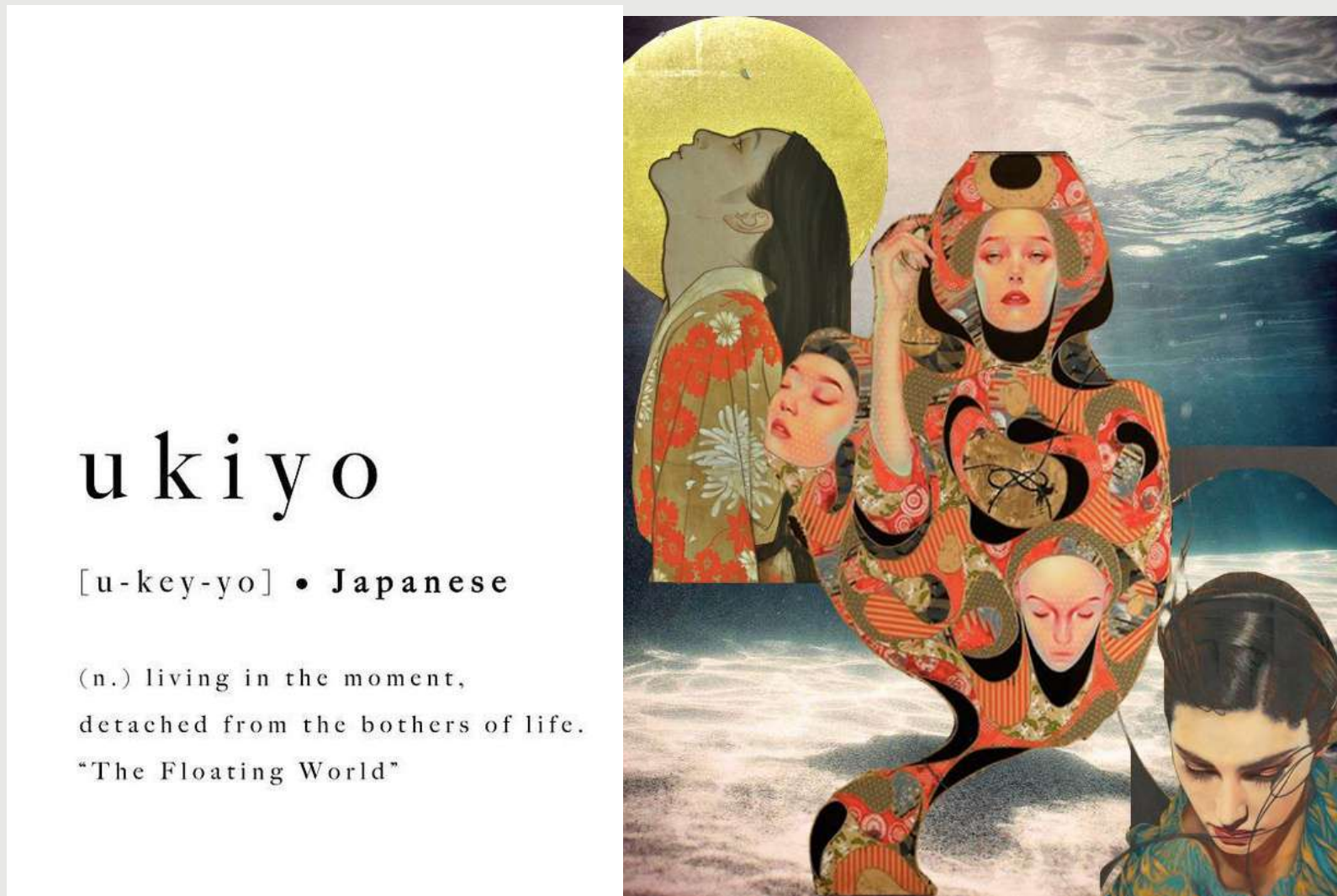


Figura 86. Collage previo al collage final: Tensión generacional  
(Elaboración propia).

*Palabras clave: Tensión Generacional*

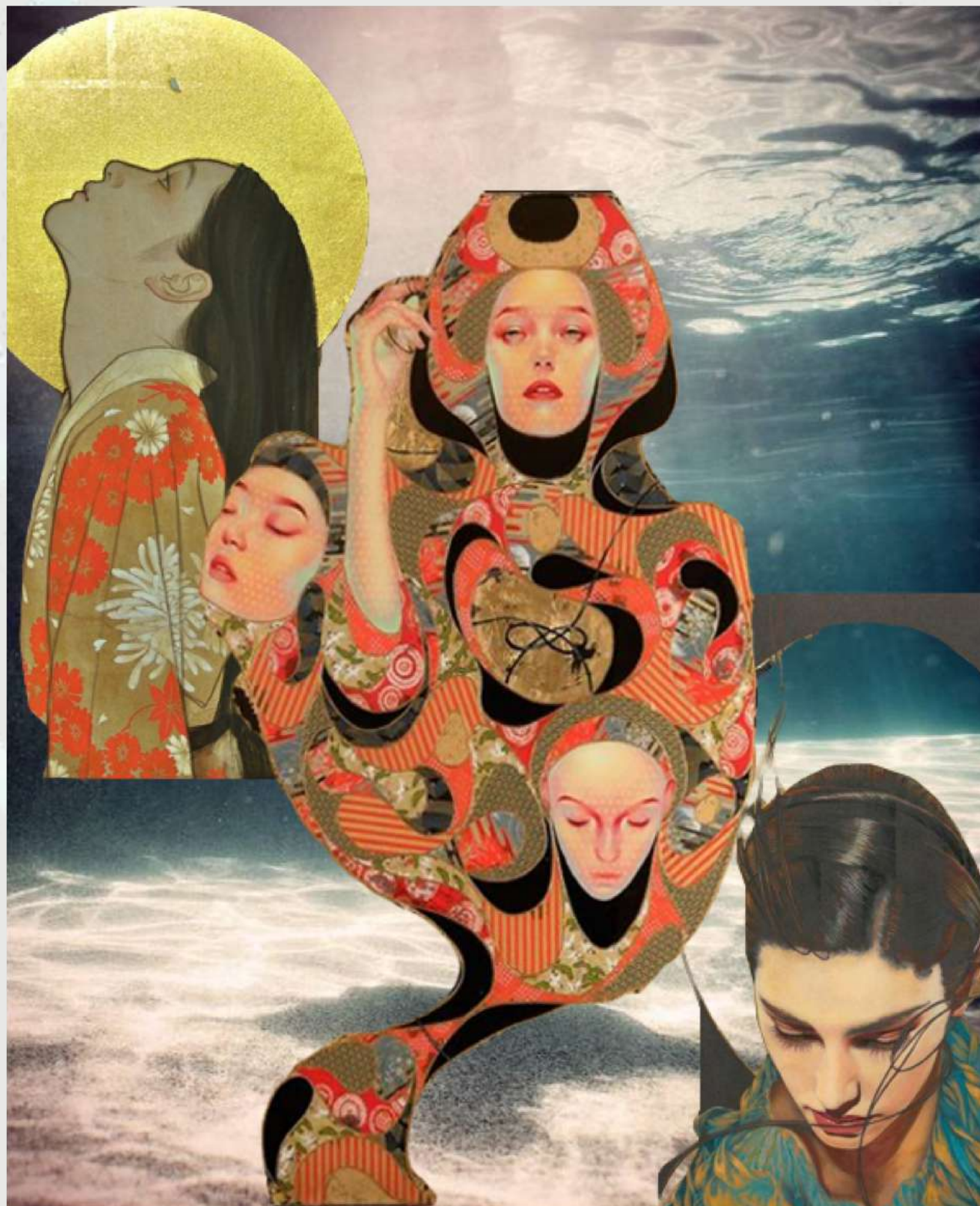


Figura 87. Collages final: Tensión generacional  
(Elaboración propia).

---

### 4.4.3. Collage: La indumentaria de uso público

Para la elaboración del collage para la categoría del uso público de la indumentaria, con las palabras claves semi-público y semi privado, como se dijo en el análisis de la constelación de sentido de esta categoría, el uso público de la ropa de dormir, en el contexto Cuenca y para la usuaria meta de este proyecto, verdaderamente no existe; por lo cual solo se puede hablar verdaderamente de lo semi-público y semi-privado. Términos que ya se analizaron así mismo en el apartado de la constelación. Se han determinado que estos dos términos, lo semi-público y semi-privado se refieren a dos situaciones posibles en las que la indumentaria es vista, de manera indeseada por un accidente u emergencia, y de manera deseada y planificada como en el caso de una pijamada, de vacaciones, etc. Por lo cual en este collage se ha buscado representar ambas situaciones, lo semi-público al poner figuras desnudas en un espacio lleno de luces brillantes, para demostrar esa intencionalidad en ser vista utilizando ropa de dormir en los espacios, para las situaciones y con las personas que se consideren apropiadas. Y al mismo tiempo esta situación es muy limitada y por la naturaleza de la ropa de dormir y su asociación al dormir y a la vulnerabilidad de este acto, siempre va a existir cierta incomodidad en estar tan vulnerable, siempre la persona va a buscar ocultar ciertos aspectos, como la silueta de su cuerpo debajo de la ropa. Esto se ha representado con la tela encima del cuerpo, que deja ver la figura detrás, pero no del todo, es una transparencia que difumina la realidad del cuerpo desnudo y vulnerable, lo vela. Y es esto lo que se ha intentado representar a través de este collage, lo entreabierto, semi oculto, semi-público y semi-privado.

De este collage se ha traducido algunos aspectos a características para la propuesta de indumentaria, como son la cromática, en tonos cálidos de rojos, rosas y naranjas, ya que así mismo este collage remite en cierta manera a aspectos de sensualidad, que pueden asociarse a la ropa de dormir que está hecha para o que se considera apropiada para mostrar en situaciones semi-públicas; así como también el aspecto primordial de este collage que es lo velado, y las transparencias; se ha decidido utilizar como característica variable algunas bases textiles delgadas y transparentes, que permitan así mismo la creación de diferentes capas que pueden utilizarse o no dependiendo de si la situación es pública, privada, semi-pública y todas las que pueda encontrarse entre estas, aparte de obviamente la preferencia de la usuaria según su confort y para crear estas siluetas que remiten a estar envuelto y arropado que son más bien características de los collages uno y cuatro, el de estar envuelto y el de las diversas capas.

## COLLAGE: LA INDUMENTARIA DE USO PÚBLICO

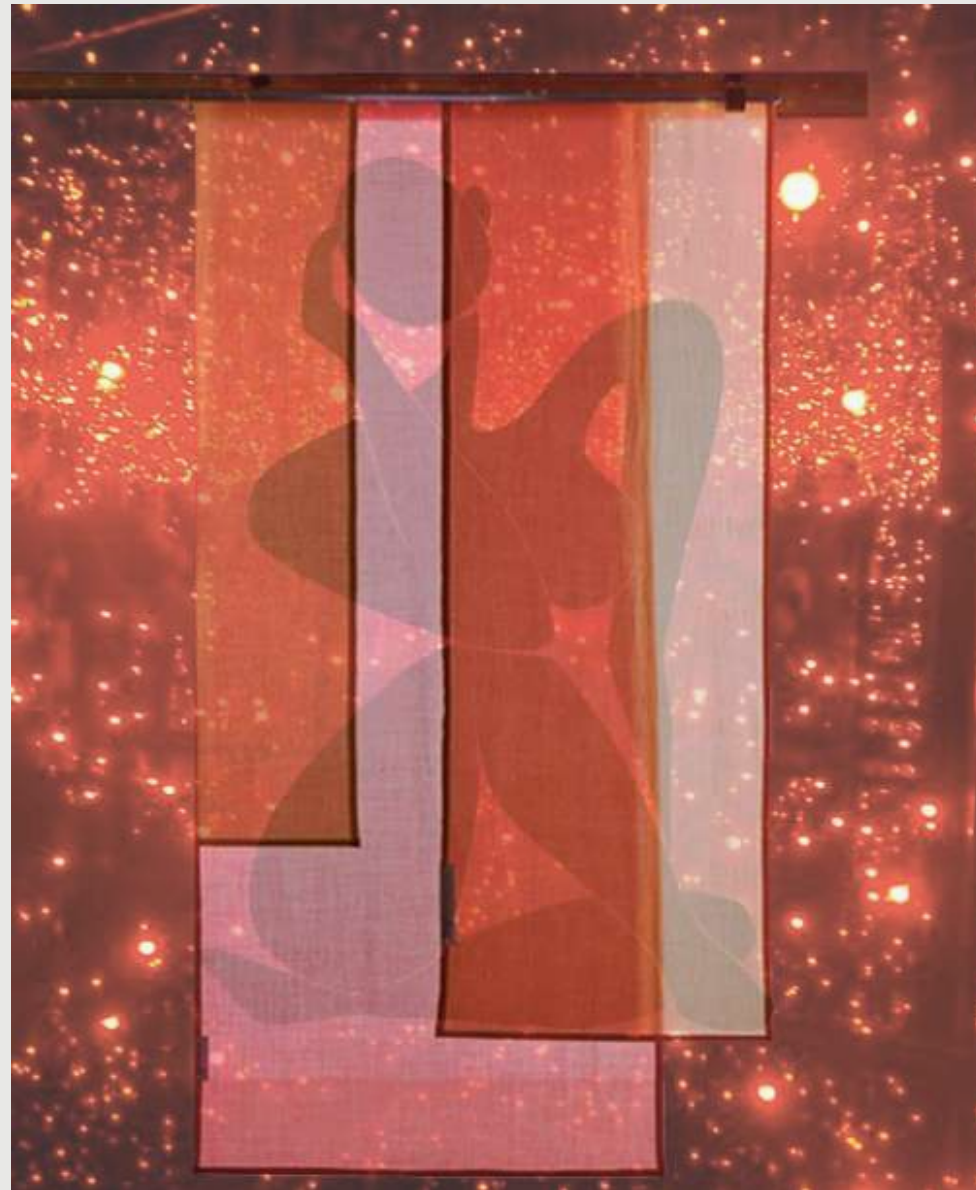


Figura 88. Collage previo al collage final: Semi-público  
(Elaboración propia).

*Palabras clave: Semi-Público y Semi-Privado*



Figura 89. Collage final: Semi-público (Elaboración propia).



---

## 4.4.4. Collage: La privacidad y la intimidad

Para el último collage realizado, de la categoría de la privacidad/ la intimidad, cuyas palabras clave seleccionadas son las de los niveles de confianza; este se realizó enfocándose primeramente en la diferencia entre privacidad e intimidad, que como se ha definido previamente no son sinónimos; y que la privacidad tiene niveles de acuerdo a que acciones se toma para excluir a personas fuera de la confianza, mientras que la intimidad es lo más profundo, y asociado a quien la persona es, a su identidad.

Por lo cual se ha representado a la persona en su intimidad total envuelta como si fuera en un capullo, en posición fetal. Es aquí donde la persona disfruta de un espacio de autoconocimiento y auto contemplación sin ser interrumpido, esta es la vulnerabilidad total que talvez existe solo dentro de la mente y no en un espacio físico. Los siguientes niveles que son los que se comparten en la privacidad, pero con más personas que sean de confianza siguen a este centro y se van apartando según vaya disminuyendo esta confianza y por ende la privacidad, hasta llegar a los niveles de lo que puede ser público; este aspecto se ve representado por el hecho de compartir con “el mundo entero”. Por otro lado lo privado y lo íntimo están asociados a lo secreto y también a lo profundo, por lo cual se puso estos dos mundos (tierras) flotando en el universo, donde se encuentra lo desconocido, y lo incomprensible, que puede asociarse a la intimidad del otro que nos es prácticamente inaccesible; ya que se puede llegar a cierta intimidad entre personas, la física por ejemplo, pero difícilmente a una intimidad total que significaría el conocimiento absoluto del otro; si el autoconocimiento resulta complejo muchas veces.

De este collage los aspectos que se traducen para la propuesta de diseño son esta idea de niveles de confianza representados por capas de diversos grosores o pesos, y que pueden aumentar o disminuir de acuerdo a lo que la usuaria sienta y desee, y así mismo la cromática con tonos de verde y azul de claros a oscuros. Y por último de esta también se desean tomar las texturas para estampar, tanto las del espacio como las del planeta tierra, similares a manchas como acuareladas, así como las de los demás collages, que remiten a fluidez, movimiento, estar flotando, estar envuelto y estar semi-cubierto.

## COLLAGE: LA PRIVACIDAD Y LA INTIMIDAD



Figura 90. Collage previo al collage final: Los niveles de confianza  
(Elaboración propia).

*Palabras clave: Los niveles de confianza*



Figura 91. Collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).

# 4.5.

## 4.5 Traducción de los significados a características del diseño de indumentaria:

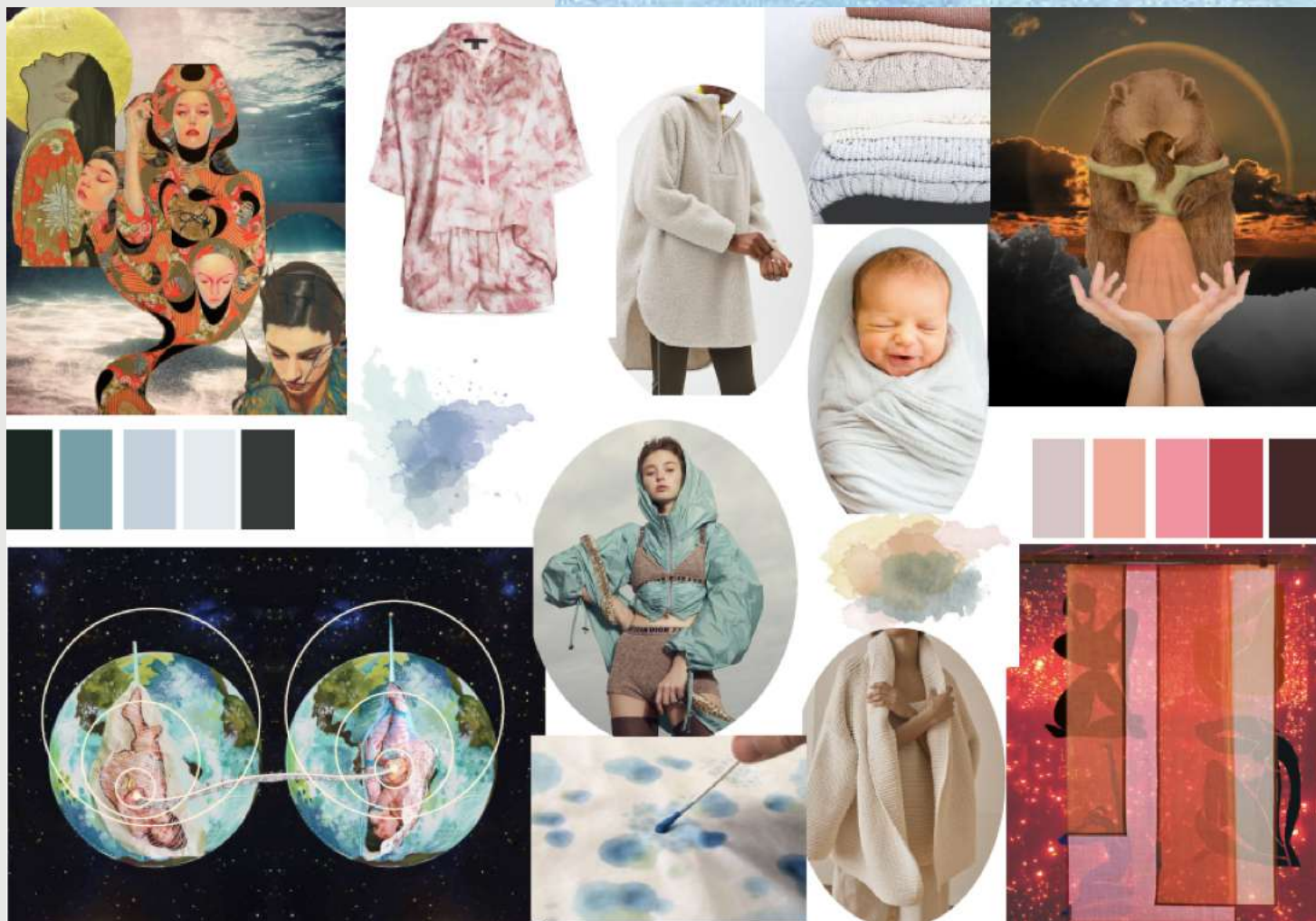


Figura 92. Collage de la propuesta de diseño (Elaboración propia).

### 4.5.1. Moodboard de la colección

---

## 4.5.2. Concepto de la colección:

Como concepto para esta colección propuesta de ropa de dormir se ha decidido tomar de inspiración las contraposiciones que se han detectado en la investigación de campo, que se analizan en las constelaciones de sentido y que se utilizaron como inspiración para los collages y moodboard previos. Estas contraposiciones detectadas son entre lo público y lo privado, y entre lo contemporáneo y lo tradicional. Se considera que esta contraposición y esta lucha es la que describe idóneamente a nuestra usuaria meta, una mujer de 25-35 años de edad, perteneciente al contexto de la ciudad de Cuenca.

Luego de analizar a la usuaria y sacar conclusiones sobre todos los condicionantes que esta tiene sobre su ropa de dormir, desde todas las funciones del diseño, se considera que todos estos aspectos de configuración, de tendencias, y de preferencias están atados a estas contraposiciones antes mencionadas, estar a la moda, pero no salirse de lo que es considerado apropiado según el medio; Ser joven y globalizada pero al mismo tiempo estar muy atada a la crianza y las convenciones sociales. Y así mismo que existan limitaciones sobre el uso de la indumentaria en público o privado de acuerdo a la identidad que se ha desarrollado debido al medio en el que se vive.

Todo lo anterior se ha decidido abordar desde el punto de vista que son todas estas dualidades las que conforman a la usuaria, ella es este todo que conjuga a estas características contrarias. Por lo cual se ha tomado como palabra clave para el concepto de la propuesta, la idea del collage número dos, del mundo flotante. Del vivir en el ahora y de ser esta unión del pasado y del futuro. Y que para poder aplicar en las prendas esa conjugación de estas dualidades lo que se debe realizar es una propuesta versátil, que se ajuste tanto a lo tradicional como a lo contemporáneo, y que sea apropiado y deseable y cumpla con las necesidades requeridas tanto para el ámbito semi-público como para el íntimo.

## Variables:



Figura 93. Collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).

Collage 1:

SILUETAS: Holgadas, Oversize.

CORTES Y FORMAS: Envoltentes, redondeadas, cruces delanteros.

CROMÁTICA: Tonos cálidos.

MATERIALES E INSUMOS: Textiles pesados/ gruesos, Tejidos de punto artesanales.

TEXTURAS: Afelpadas, suaves (en la parte interior que está en contacto directo con la piel).

TENDENCIAS/ ESTILOS: Silueta oversize.



Figura 94. Collages final: Tensión generacional (Elaboración propia).

Collage Collage 2:

CORTES Y FORMAS: Frunces (que representen las olas y el agua), inspiración asiática en mangas, y cuellos.

CROMÁTICA: Colores fríos, azul-verde-gris.

MATERIALES E INSUMOS: Tejidos planos de baja densidad, fluidos, satinados.

TEXTURAS: Estampado acuarelado (inspirado en el agua).

TENDENCIAS/ ESTILOS: Estampado acuarelado, inspiración asiática.

TECNOLOGÍAS: Sublimación textil, Pintura manual (tejidos de fibras naturales o con un alto porcentaje).

# Variables:



Figura 95. Collage final: Semi-público (Elaboración propia).

Collage 3:

SILUETAS: Insinuantes y que marcan la cintura.

CORTES Y FORMAS: Redondeadas (silueta femenina), largos asimétricos (idea de mostrar y ocultar a la vez), cortes en costados o costados abiertos (inspirados en la cortina del collage que da estas formas cuadradas), Cuellos de diversos altos y cuellos tortuga.

CROMÁTICA: Colores cálidos, lacre-rosa-beige.

MATERIALES E INSUMOS: Tejidos de punto livianos y transparentes, Tejidos planos livianos y transparentes.

TENDENCIAS/ ESTILOS: Capas múltiples (idea de mostrar y ocultar)

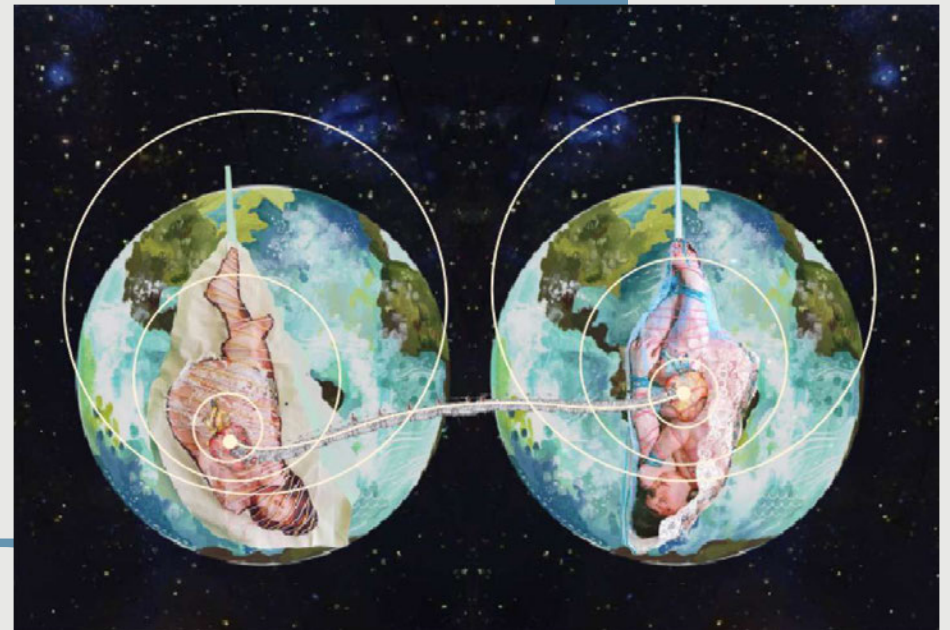


Figura 96. Collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).

Collage 4:

SILUETAS: Holgadas.

CORTES Y FORMAS: Redondeadas y envolventes.

CROMÁTICA: Colores fríos.

MATERIALES E INSUMOS: Tejidos de punto de diferentes grosores y pesos.

TEXTURAS: Estampado acuarelado (que se observa en el universo y en el planeta tierra).

TENDENCIAS/ ESTILOS: Múltiples capas.

Así que se proponen diversas **tipologías de prendas** superiores, como chalets y chompas, que son envolventes y protectoras, para representar el abrazo y el abrigo, representados en el collage uno; así como también estos representan los niveles de intimidad, ya que estos pueden abrirse o quitarse. También se proponen prendas de mangas cortas, sin mangas etc. como capas interiores. En cuanto a prendas inferiores así mismo se proponen pantalones de diversos largos, shorts, y muy pocas propuestas de vestidos, basándose para estas directamente en la investigación de campo y en los deseos y gustos de las usuarias para su ropa de dormir.

Dentro de los **cortes y formas** se observan cruces delanteros para representar lo envolvente (collage 1). Mangas kimono, mangas globo, y mangas holgadas para representar la dualidad entre lo tradicional y lo contemporáneo (collage 2), así como también tomando inspiración del collage dos que tiene una sutil inspiración japonesa.

Se proponen cuellos altos, de tortuga y cuellos más escotados para representar lo velado (collage 3), y a la misma vez los niveles de confianza (collage 4), a manera de armadura, y la segunda, a manera de mostrar más del cuerpo representando esta idea de lo semi-oculto; y en última instancia dentro de cortes y sobre todo como detalle constructivo, se propone que las prendas opten por tener bolsillos, siendo este aspecto directamente extraído de la investigación de campo como una característica clave que mencionaron las usuarias meta.

En cuanto a **la cromática**, se han seleccionado una escala del azul-verdoso hasta el gris, que se observa en los collages dos y cuatro. Donde se observa el fondo del mar, con el agua fluyendo, y también la tierra flotando en el espacio. También se ha escogido una gama de colores cálidos, desde el lacre tendiendo a púrpura, el rosa y hasta el beige, que se observa en los collages uno y tres. Donde se observa un amanecer en las nubes y un sin número de luces en un fondo rojo, cabe recalcar que los collages se realizaron en estas tonalidades teniendo en cuenta las constelaciones de sentido y la investigación de campo, por lo cual concuerdan con la información mencionada tanto en las constelaciones del confort, de la identidad/ personalidad, de la indumentaria de uso público y de la privacidad/ intimidad en cuanto se ha hablado aquí sobre la cromática.

Se ha optado por estas dos cromáticas, ambas variables, con el afán de proponer algo para las diversas preferencias de las usuarias, desde las que buscan algo más estereotípicamente femenino y sensual, inspirado en el collage de la indumentaria de uso público, y hasta las que buscan lo opuesto, siempre optando por una paleta tenue, pastel y neutra en gran parte, por el segmento de indumentaria que se está trabajando.



Como **texturas táctiles** se tienen la afelpada en materiales como el tejido de punto artesanal, y tejido de punto industrial, proponiendo: el polar, y en general textiles más gruesos y pesados que nuevamente van a representar el estar envuelto, lo cálido y las capas y niveles. Opuesto a estas, se tiene la textura lisa, sedosa, y fluida, en materiales como el chalis de viscosa, el satín de poliéster y el tejido de punto industrial liviano y transparente, que tienen buena caída y fluidez y que buscan ser representativos de lo semi-velado, semi-público, así como de la fluidez del agua y del mundo flotante.

Como **textura visual**, se propone un estampado acuarelado muy representativo de todos los collages, donde se observan mezclas de colores a manera de manchas de agua. Esto se ajusta también a la tendencia/estilo de prendas con estampados tie-dye, marmoleados o acuarelados, aunque es importante decir que esta característica se ha tomado en especial de los collages dos y tres.

Dentro de **las tendencias** que se proponen también están las prendas oversize y genderless o unisex. El uso de diversas prendas a manera de capas; el tinturado a mano, que permite ofrecer prendas únicas gracias al textil; y por último una inspiración que sale directamente de las constelaciones de sentido que es características de los segmentos loungewear y casualwear.

Para lograr todo esto se proponen como **tecnologías** la sublimación y el tinturado manual, a manera de tinturar textiles completos, el tie-dye y la pintura manual.

## 4.5.3. Diagrama de constantes y variables:



Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto manual		x	Confort y comodidad
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
Tejido plano (solo delgados):			
Chalis		x	Identidad y personalidad
Charmús		x	Identidad y personalidad
<b>Siluetas:</b>			
Globo/ holgadas	x		Confort y comodidad
Insinuantes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envoltentes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cruce delantero		x	Confort y comodidad
Ajustado en muñecas y tobillos		x	Investigación de campo
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Cuello escotado		x	Uso público de la indumentaria
Manga kimono		x	Identidad y personalidad
Asimetrías		x	Uso público de la indumentaria
Cortes en costados		x	Uso público de la indumentaria
Cruces amarrados		x	Tendencia loungewear
Bolsillos	x		Investigación de campo
Frunces o pliegues en cintura		x	Identidad y personalidad

Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Cromática</b>			
Gama de azul-verde a gris (fríos):			
		x	Identidad y personalidad- Privacidad e intimidad
Gama de lacre-rosa a beige (cálidos):			
		x	Confort y comodidad- Indumentaria de uso público
<b>Texturas:</b>			
Táctil:			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Lisa/sedosa		x	Identidad y personalidad
Visual:			
Estampado acuarelado			
		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Oversize	x		Confort y comodidad
Diversas capas	x		Uso público de la indumentaria- Privacidad e intimidad
Estampado acuarelado		x	Identidad y personalidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
Mezcla de texturas/ bases textiles		x	Tendencia loungewear
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros
Pintura manual		x	Textiles con fibras naturales
Tinturado textil		x	Textiles con fibras naturales

Figura 97. Tabla de constantes y variables a considerarse para la elaboración de la propuesta de diseño (Elaboración propia).

# 4.6.

## 4.6 Ilustraciones de la colección:

Una vez que se definieron los criterios bajo los cuales se crea la propuesta, se realizaron 20 bocetos que son la colección final completa, de los cuales se seleccionaran diez para la realización de fichaje técnico.

Cada una de las propuestas a continuación han sido creadas basándose en la investigación previa que se ha realizado, en especial la investigación de campo y las categorías y constelación de sentido que nacen del análisis de la información de esta. Como se ha podido observar, este ha sido el fundamento para el proceso creativo y finalmente para la propuesta de esta colección.

A continuación se observan algunos de los bocetos preliminares que se realizaron previo a los bocetos finales.

A continuación se observan algunos de los bocetos preliminares que se realizaron previo a los bocetos finales.



Figura 98. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).



Figura 99. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).

En estos bocetos preliminares, comienza a ser evidentes algunos de los rasgos que se desean tener en la colección, algunas prendas en específico como son las batas, los chales y ponchos, pantalones joggers, y propuestas con diversas prendas a medida de capas. Sin embargo hasta este momento la propuesta no está del todo innovadora, que es un esencial y no tiene los rasgos claramente definidos, ni las tonalidades que se desean. Por lo cual se realizaron nuevos bocetos con una diferente técnica de pintura (el rotulador en vez de las acuarelas) y se agregaron texturas, como por ejemplo las del tejido de punto y los estampados, de manera digital.

## LA COLECCIÓN FINAL:



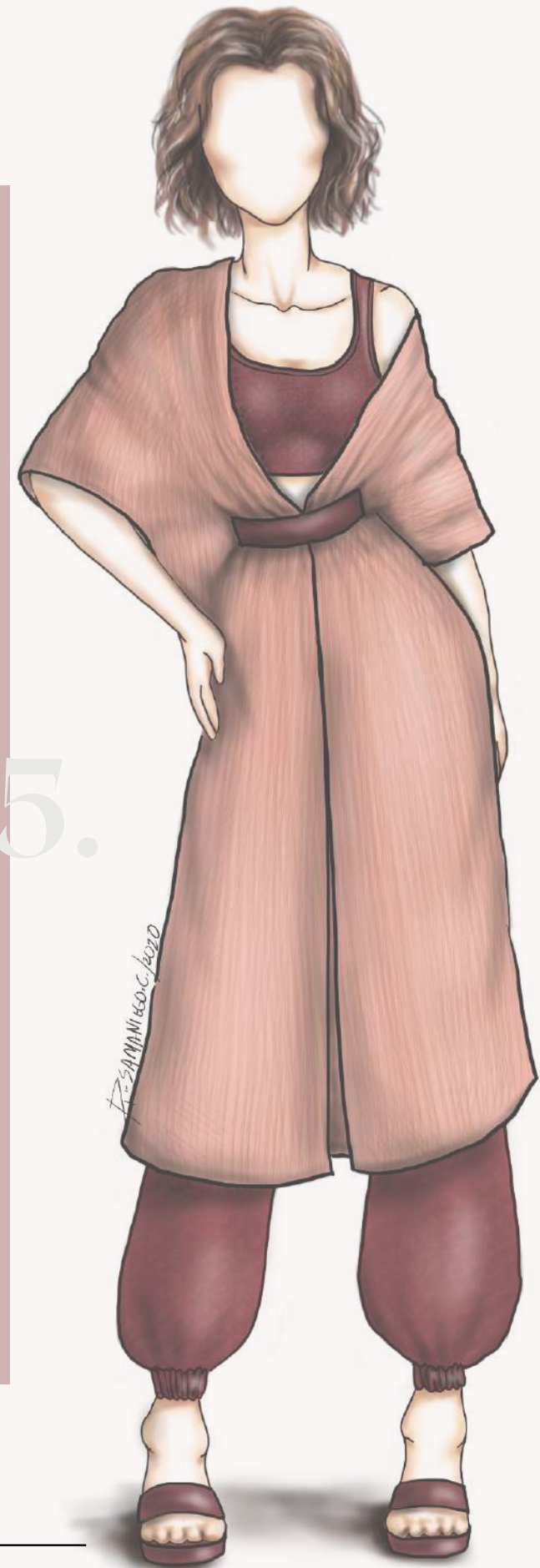
Figura 100. Bocetos finales de la colección (Elaboración propia).

*”mundo flotante”*

En los bocetos previos, se puede observar que el agregar las texturas de manera digital, permite imaginar de mejor manera como se vería la prenda si estuviese realizada físicamente. Se ha logrado una propuesta con la innovación deseada, con las siluetas, y la cromática deseada, y cada uno de los outfits, ajustándose a todos los criterios previamente analizados para la colección.

Se puede ver también que algunos de los outfits de los bocetos preliminares si se incluyeron aquí, y algunos con leves y moderadas modificaciones.

Se ha tomado también la decisión de ir de un maniquí de siete cabezas, más realista, a uno más estilizado, de nueve cabezas y medio a diez cabezas, esto con el propósito de que la colección en papel tenga estas proporciones más exageradas, que son visualmente atractivas y así mismo porque a pesar de ser una colección de ropa de dormir, se ha deseado que los bocetos remitan a esa sensación de “alta moda”, a la que se asocian los bocetos estilizados.

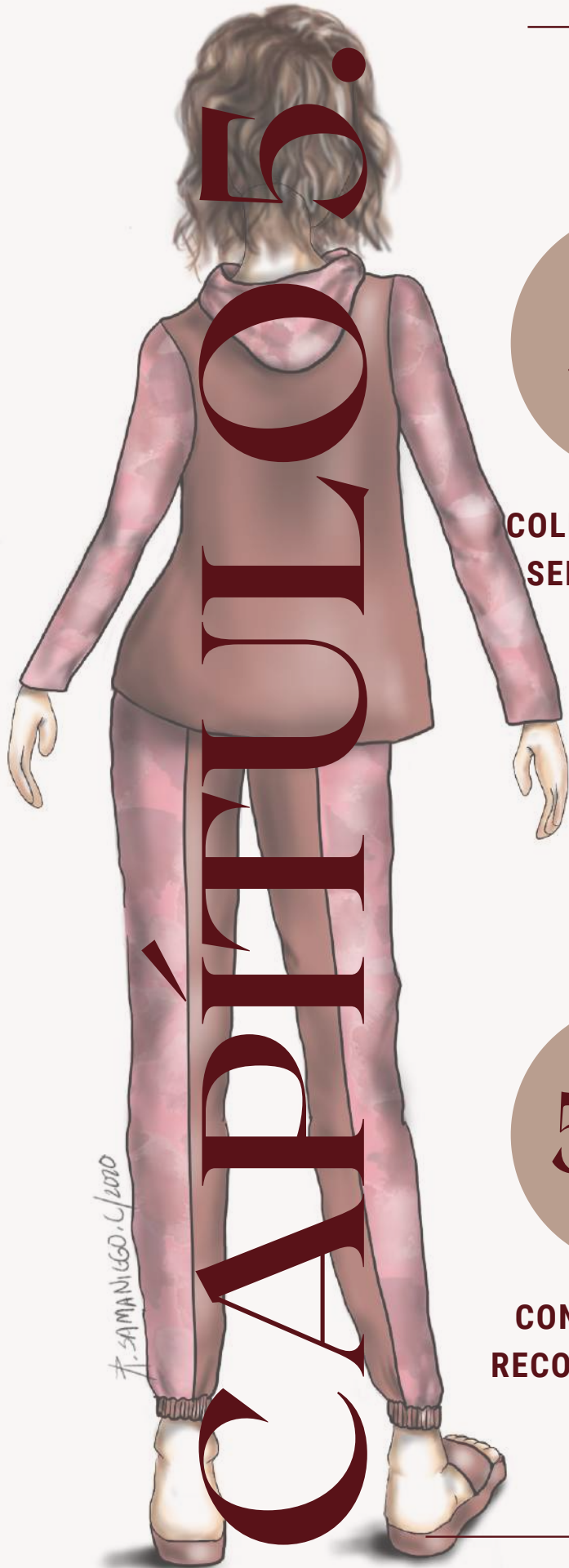


# CAPÍTULO 5.

## *Resultados*

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 5



5.

COLECCIÓN FINAL SELECCIONADA

202

5.2.

MEMORIA TÉCNICAS DE PROTOTIPOS SELECCIONADOS

206

5.1.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

256





# 5. RESULTADOS

## 5. RESULTADOS

---

# 5.1.

## 5.1. Colección final seleccionada

Lo que se observa a continuación sigue siendo la propuesta de la colección completa, pero se han reorganizado las propuestas para evidenciar las tipologías de prendas que se tiene, así como las siluetas, cortes, materiales, etc.



Figura 101. Bocetos finales de la colección: batas, sacos, chalecos, etc. largos (Elaboración propia).



Figura 102. Bocetos finales de la colección: batas, sacos, chalecos, etc. cortos (Elaboración propia).

En estos primeros dos ejemplos, se busca sobre todo evidenciar la variedad de prendas superiores. Entre las que se encuentran batas, sacos, ponchos, chalecos, etc., de diversos largos, así como también de diversas bases textiles que varían entre pesos medianos a más pesados, entre los que se encuentra tejido de punto industrial, jersey, polar, etc y tejido de punto artesanal como en el caso del primer ejemplo de la figura 83. y la prenda interior del boceto tres, de la figura 82. Esto está acorde con lo propuesto en el cuadro de constantes y variables, en el que se estipula tener prendas de diversos largos, de diversos pesos y sobre todo el uso de capas varias que puedan utilizarse una encima de otra según la necesidad y preferencia.

En este ejemplo se busca evidenciar la variedad de formas y largos de las prendas inferiores, en específico los pantalones. Se tiene opciones en el estilo yoga pants, de un tejido de punto de algodón con un porcentaje bajo de spandex, muy suave, liviano y no constrictivo.

Así mismo se observan diferentes modelos de pantalones joggers, que son por los que más interés mostraron las usuarias en la investigación de campo. Se proponen siluetas holgadas, con elásticos suaves en cintura y tobillos, y cordón en la cintura. Por otro lado, se observan siluetas de pantalón con bastas medias y anchas, y lagos de pantalón como hasta media canilla, o tipo capri. Para los joggers y pantalones de bastas anchas, se proponen tejidos de punto industrial de grosor medio, para mantener la estructura levemente y para que la prenda sea más versátil, al no ser delgada, ni transparente, como mencionaron las usuarias en la investigación de campo, que son algunos pantalones de ropa de dormir convencionales y que es una característica negativa de estos. Así mismo un tejido un poco más grueso va a tener una vida útil potencialmente más larga al ser este más resistente, algo que también se considera necesario en la ropa de dormir, luego de la investigación realizada.



Figura 103. Bocetos finales de la colección: pantalones varios (Elaboración propia).



Figura 104. Bocetos finales de la colección: batas estilo kimono (Elaboración propia).

En la figura 104. Se observan las propuestas que se han realizado de batas con una inspiración japonesa, con mangas relativamente anchas en la primera y mangas kimono anchas en la segunda propuesta. Estas son así mismo de dos largos distintos, para gustos y preferencias variadas. Estos se proponen en textiles satinados, para la primera propuesta y en un tejido de punto industrial para la segunda.



Figura 105. Bocetos finales de la colección: pantalones cortos (Elaboración propia).

En la figura 105. Se han reunido las propuestas de prendas para climas cálidos, si la usuaria tiene esta preferencia tiene esta opción para uso en la ciudad de Cuenca, y también tiene esta opción para viajes a la costa y a la playa o a cualquier tipo de clima más cálido. Aquí así mismo se observan diversas capas como chompas livianas encima de camisetas con y sin mangas y brasieres.

Por último en la figura 87. Se han resumido las dos propuestas de vestidos que se han realizado. Se observa que así mismo estos tienen dos largos distintos y nuevamente están realizadas en textiles satinados y en tejido de punto, un jersey delgado. Las capas superiores son chompas de tejido de punto, la primera es una propuesta de tejido artesanal y la segunda es un tejido industrial.



Figura 106. Bocetos finales de la colección: vestidos.  
(Elaboración propia).

La colección consiste de esta propuesta de veinte outfits, que se considera que cumplen con todas las características propuestas previamente de materiales, siluetas, cromática, texturas, cortes, estilos y tendencias y de tecnologías y considerando que estas características cumplen con la justificación pertinente de estar basada en toda la información previamente recolectada.

Aunque esta sea la colección final, se han seleccionado diez de los veinte outfits para realizar el fichaje técnico, que es lo que se verá a continuación.

## 5.2. MEMORIA TÉCNICAS DE PROTOTIPOS SELECCIONADOS

Los bocetos que han sido seleccionados para la realización de las fichas técnicas han sido seleccionados con el propósito de mostrar la mayor variedad de tipologías, siluetas, materiales, cortes, etc. Por lo que se han seleccionado siete propuestas de conjuntos con pantalones, estos con siluetas variadas, y prendas superiores que varían entre ponchos, chalecos y chompas varias; se seleccionaron dos outfits con pantalones cortos o shorts, el uno un biker short hasta la rodilla y el otro un short más corto; y finalmente se seleccionó un outfit que consiste en vestido y chompa. A continuación se mostrarán los bocetos nuevamente con sus respectivas fichas técnicas de todas las prendas que constituyen el conjunto completo y un análisis conciso de las características de cada propuesta, evidenciando que coinciden con lo establecido en el concepto y en el cuadro de constantes y variables.

---

# Propuesta 1:



Figura 107. Bocetos finales:  
propuesta 1 de ropa de dormir, diseñada desde  
la función simbólica (Elaboración propia).

La propuesta uno consiste en un conjunto de dos prendas, una hoodie, con capucha y mangas largas como prenda superior y un pantalón jogger ligeramente ajustado o insinuante como prenda inferior, la propuesta de dos prendas se ha realizado basándose en la investigación tanto bibliográfica como de campo que muestra una marcada preferencia por la ropa de dormir que consiste en dos prendas: pantalón y camisa, y así mismo se ha buscado ajustarse a la tendencia loungewear, nuevamente se nota una preferencia tanto de la investigación de campo como de la investigación bibliográfica y así mismo se ha considerado una manera de innovar en la propuesta de ropa de dormir, y de hacerla más versátil, ambos aspectos claves en el concepto de la colección.

Como materiales, para ambas prendas se ha seleccionado el tejido de punto industrial: monaco, un polialgodón de peso medio que corresponde directamente con la característica de confort y comodidad.

La silueta es insinuante, con un corte en el centro del pecho, y un escote en v, así como un corte en el centro de las piernas; También se observa una asimetría entre el delantero y posterior de la prenda superior. Todas estas características corresponden a las que se han extraído de la categoría del uso público de la indumentaria, buscando representar lo velado o semi-oculto, a través de la silueta, el escote y las asimetrías; mientras que los cortes en el centro de la prenda superior y en piernas se ha extraído directamente del collage donde se observan unas cortinas rectas que cortan verticalmente la imagen.

En la cromática se ha optado por un estampado en los tonos cálidos (lacre-rosa a beige), y un tono rosa para la parte de color entero; éstas también extraídas del collage del uso público de la indumentaria, de donde se ha extraído la cromática más sensual y estereotípicamente femenina, de la dualidad que se propone, ya que el concepto de la colección propone contraposiciones y dualidades en diversos aspectos, que en conjunto representan a la usuaria meta.

Se tiene como texturas, la visual del estampado, que corresponde a todos los collages en general, pero en especial a los del uso público de la indumentaria y al de la identidad y personalidad; así como también es una tendencia actual del diseño, donde se observan estampados acquarelados, y tie-dye. Y como textura táctil, se tiene una ligeramente afelpada del tejido de punto, en especial en el interior del textil y en el interior de la prenda.

Dentro de los estilos y tendencias se observa la tendencia loungewear/casualwear, que se ha mencionado que se extrae de la investigación y así mismo como características de tendencias se tiene el estampado acquarelado.

Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
<b>Siluetas:</b>			
Insinuantes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas:</b>			
Ajustado en muñecas y tobillos		x	Investigación de campo
Cuello escotado		x	Uso público de la indumentaria
Asimetrías		x	Uso público de la indumentaria
Cruces amarrados		x	Tendencia loungewear
Bolsillos	x		Investigación de campo
<b>Cromática</b>			
Gama de lacre-rosa a beige (cálidos): 		x	Confort y comodidad- Indumentaria de uso público
<b>Texturas:</b>			
Táctil:			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Visual:			
Estampado acquarelado 		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Estampado acquarelado		x	Identidad y personalidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros

Figura 108. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #1 (Elaboración propia).



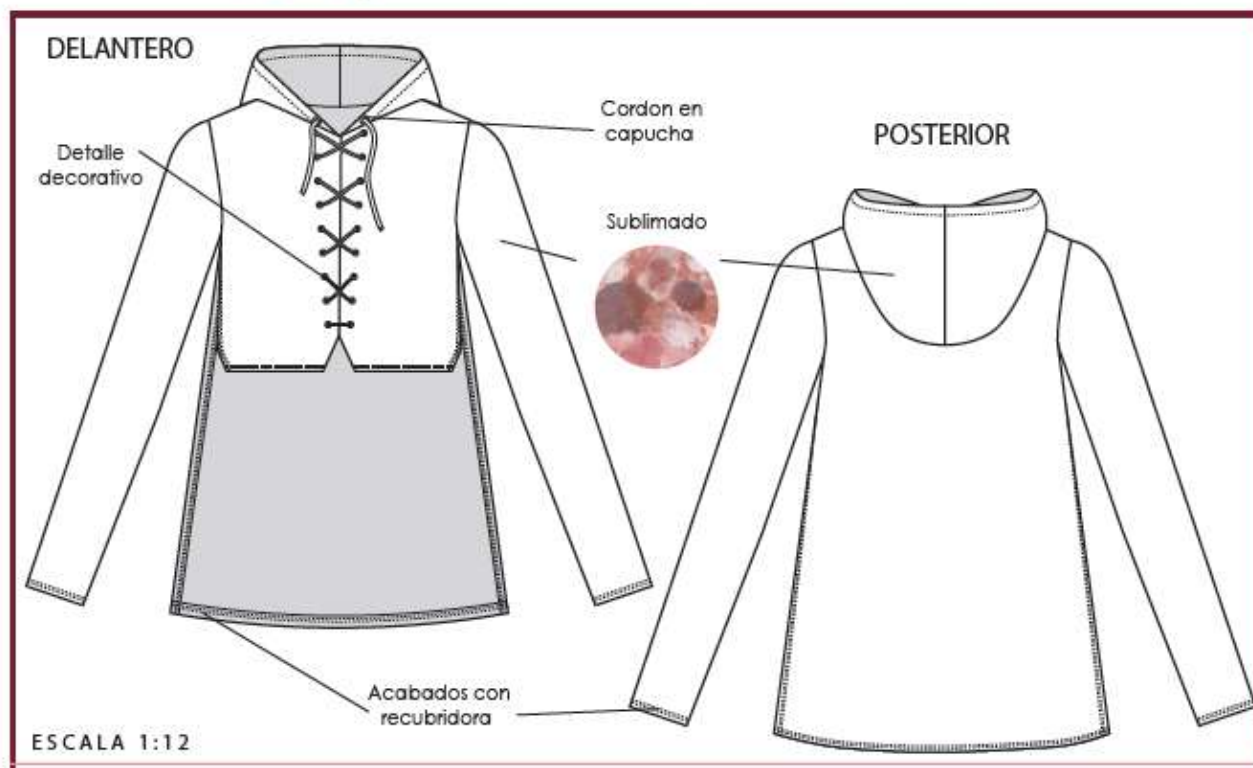
# FICHA TÉCNICA

## 1/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	001
UNVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Hoodie

### MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DETALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Hoodie en tela calentador, unión de costados hasta cintura, posterior más largo, detalle decorativo con cordon entrecruzado en el centro del pecho.
TELAS	Tejido de punto - Monaco: 84% poliester -16% algodón
INSUMOS	Cordón 2m - 20 ojallillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil - Pintura manual.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 109. Ficha técnica de prenda superior (hoodie) de la propuesta 1 (Samaniego y La Bouef, 2020)

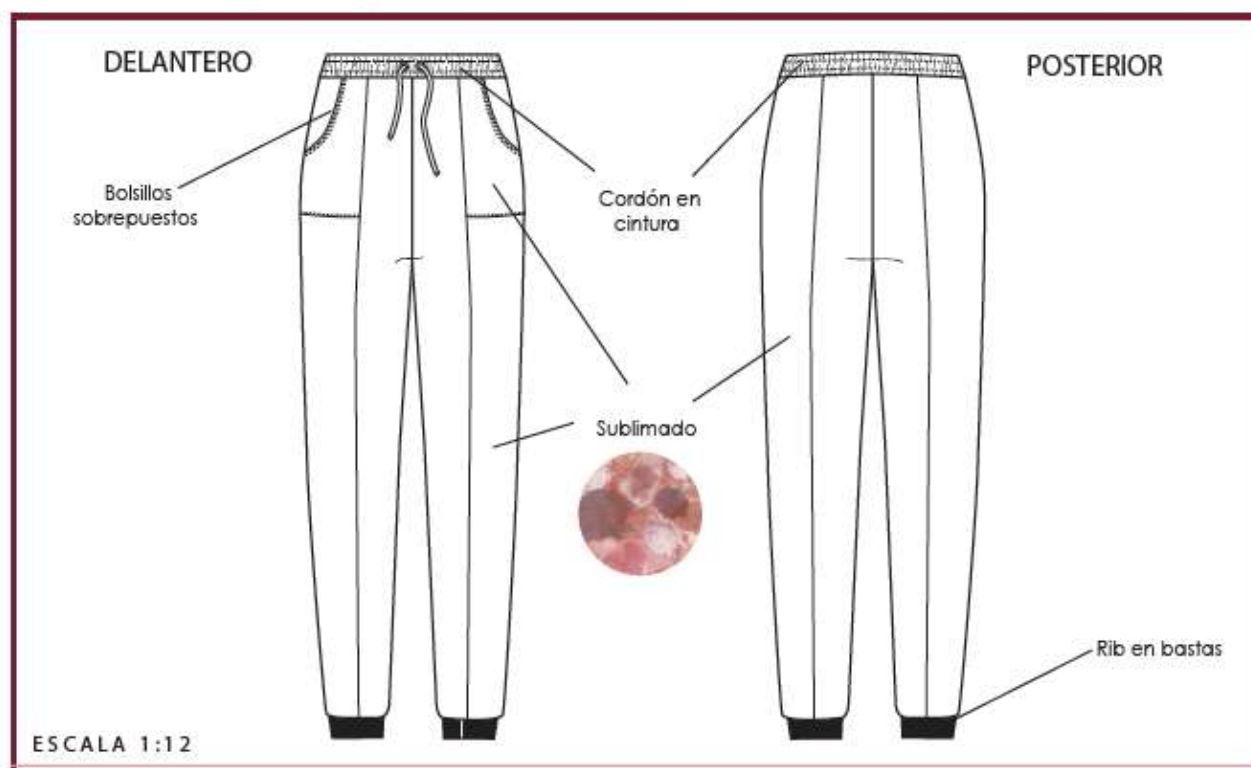
# FICHA TÉCNICA

## 2/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	002
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Jogger

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Pantalón jogger, con rib en bastas, cordón en cintura, bolsillos sublimados sobrepuestos y corte vertical en el centro de la pierna con contraste en textiles.
TELAS	Tejido de punto - Monaco: 84% poliéster -16% algodón
INSUMOS	Cordón 1m - 2 ojaillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil - Pintura manual.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 110. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 1 (Samaniego y La Bouef, 2020)

---

## Propuesta 2:



Figura 111. Bocetos finales: propuesta 2 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

La propuesta dos, consiste en tres prendas, un poncho largo hasta la rodilla, un bralette y un pantalón jogger amplio.

El poncho consiste en una sola pieza, ajustada por una cinta del mismo material en la cintura, que hace de esta prenda amplia y redondeada, una que se insinúa en la cintura, característica que viene del collage de indumentaria de uso público; mientras que las características de silueta oversize, y formas envolventes y redondeadas vienen del collage de confort y comodidad.

Los pantalones jogger son de una silueta más ancha que los de la propuesta anterior remitiendo a este confort y comodidad; y sin embargo se ajustan en tobillos y cintura que es una característica importante que se ha sacado de la investigación de campo, y considerada indispensable por un grupo significativo de las usuarias y que pertenece al confort y a la comodidad.

Y el bralette tiene una forma tradicional para esta prenda, con un escote profundo y redondo remitiendo nuevamente a la indumentaria de uso público y a lo velado o semi-oculto en esta.

Como materiales se tiene un tejido de punto industrial jersey de peso medio, tanto para el pantalón como para el poncho, este material es una característica extraída del collage de confort y comodidad, también es un polialgodón, idóneo para la realización de sublimado textil, tecnología que se ha considerado óptima para no solo aplicar a las propuestas con estampados, sino que también para obtener las tonalidades exactas de colores enteros.

Y para el bralette se propone un tejido rib, que brinda más estructura y soporte, sin embargo es más delgado, siendo esta una característica del collage privacidad/intimidad, en el que se proponen distintos pesos de materiales a manera de representar estos niveles, así mismo se pueden observar que en conjunto las prendas se ajustan a la tendencia de layering o de múltiples capas, que así mismo remite a este collage de privacidad/ intimidad y a los niveles representados en este.

En cuanto a la cromática se tiene nuevamente las tonalidades de lacre y rosa, esta vez sin texturas visuales de estampados, extraídos de los collages del confort y la comodidad y en especial del de indumentaria de uso público .

Y como tendencias se observan prendas oversize, las capas múltiples y la tendencia de loungewear y casualwear. Como ya se ha mencionado, esta ultima que se ha extraído de la investigación de campo directamente.


Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
<b>Siluetas:</b>			
Globo/ holgadas	x		Confort y comodidad
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envolventes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cruce delantero		x	Confort y comodidad
Ajustado en muñecas y tobillos		x	Investigación de campo
Cuello escotado		x	Uso público de la indumentaria
Cortes en costados		x	Uso público de la indumentaria
Bolsillos	x		Investigación de campo
<b>Cromática</b>			
Gama de lacre-rosa a beige (cálidos):			
		x	Confort y comodidad- Indumentaria de uso público
<b>Texturas:</b>			
Táctil:			
Afelpada	x		Confort y comodidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Oversize	x		Confort y comodidad
Diversas capas	x		Uso público de la indumentaria- Privacidad e intimidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros

Figura 112. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #2 (Elaboración propia).

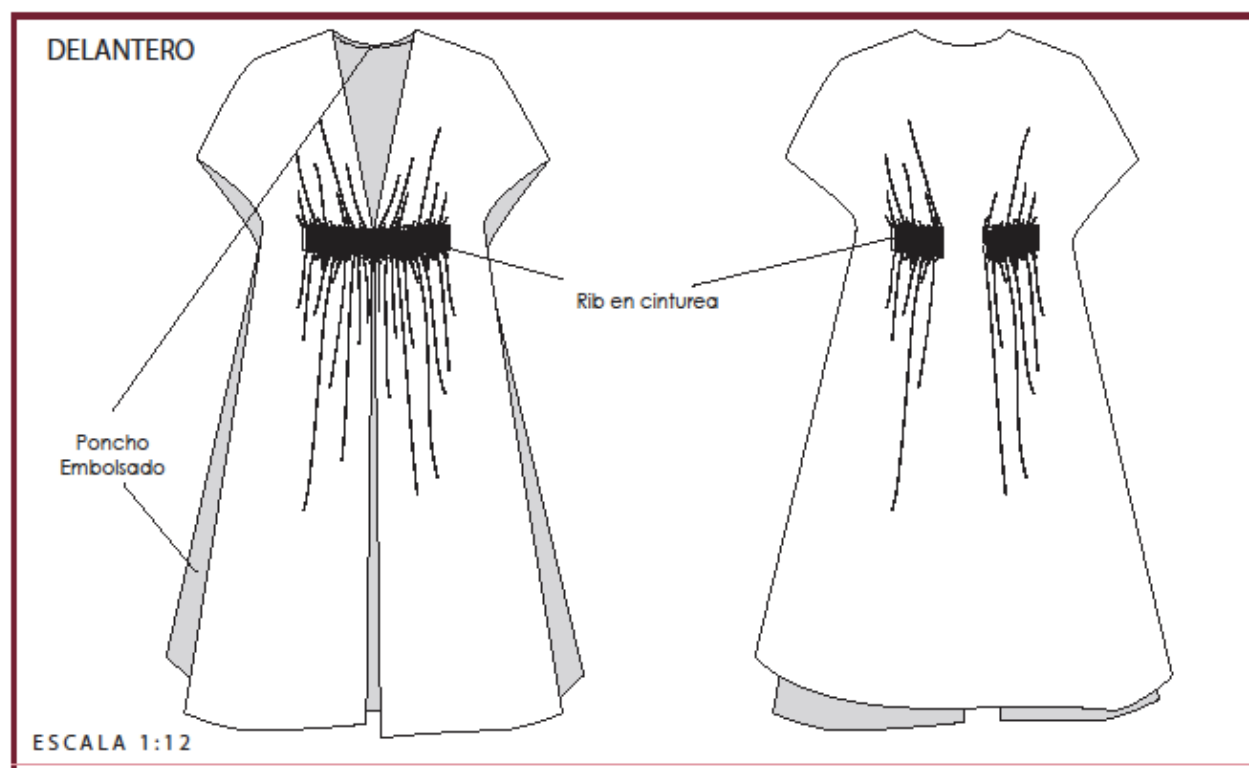
# FICHA TÉCNICA

## 3/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	003
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Poncho

### MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DE TALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Poncho largo a la rodilla, abierto en costados, doble tela y embolsado, con rib en todo el contorno de cintura .
TELAS	Tejido de punto - Jersey: Danesa , 35%algodón - 65% poliester
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 113. Ficha técnica de prenda superior (poncho) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020)

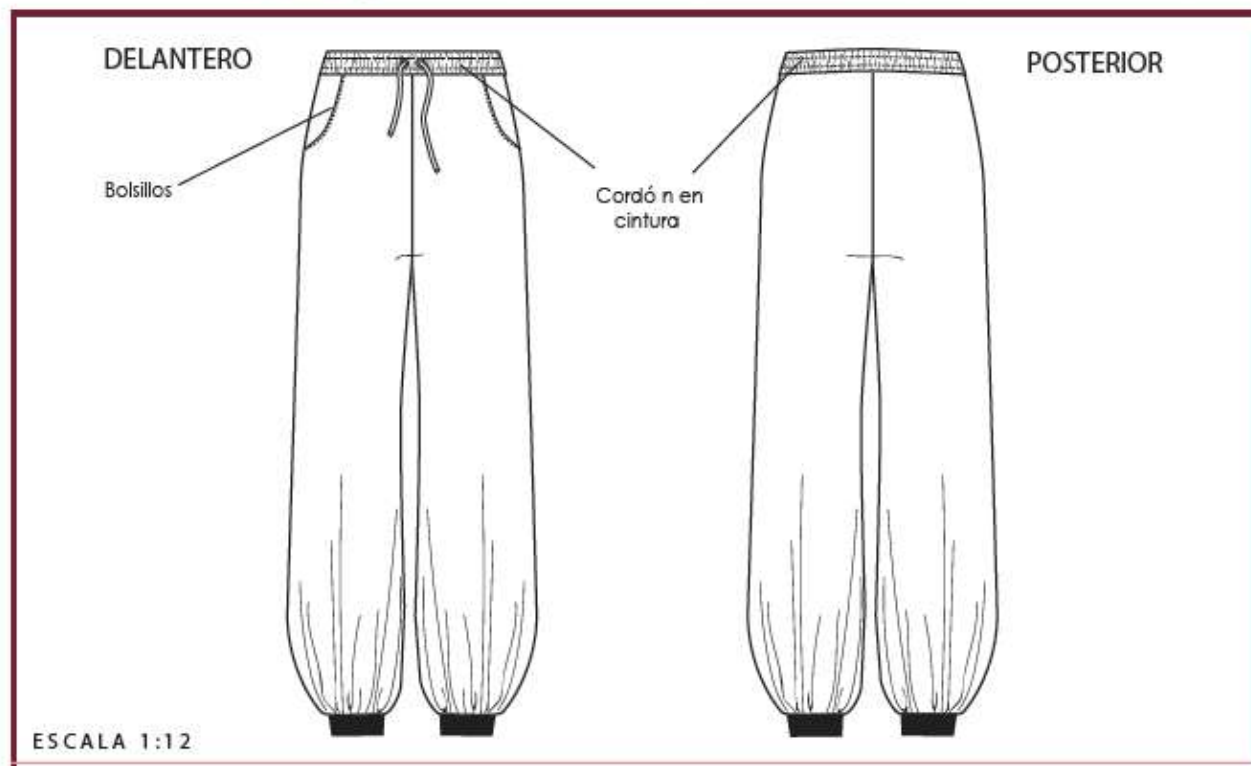
# FICHA TÉCNICA

## 4/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	004
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Jogger

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Pantalón Jogger de cintura alta, efecto globo y rin en tobillos, cordón y rib en cintura y bolsillos vistos laterales.
TELAS	Tejido de punto - Jersey: Danesa , 35%algodón - 65% poliester
INSUMOS	Cordón 1m - 2 ojallillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 114. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020)

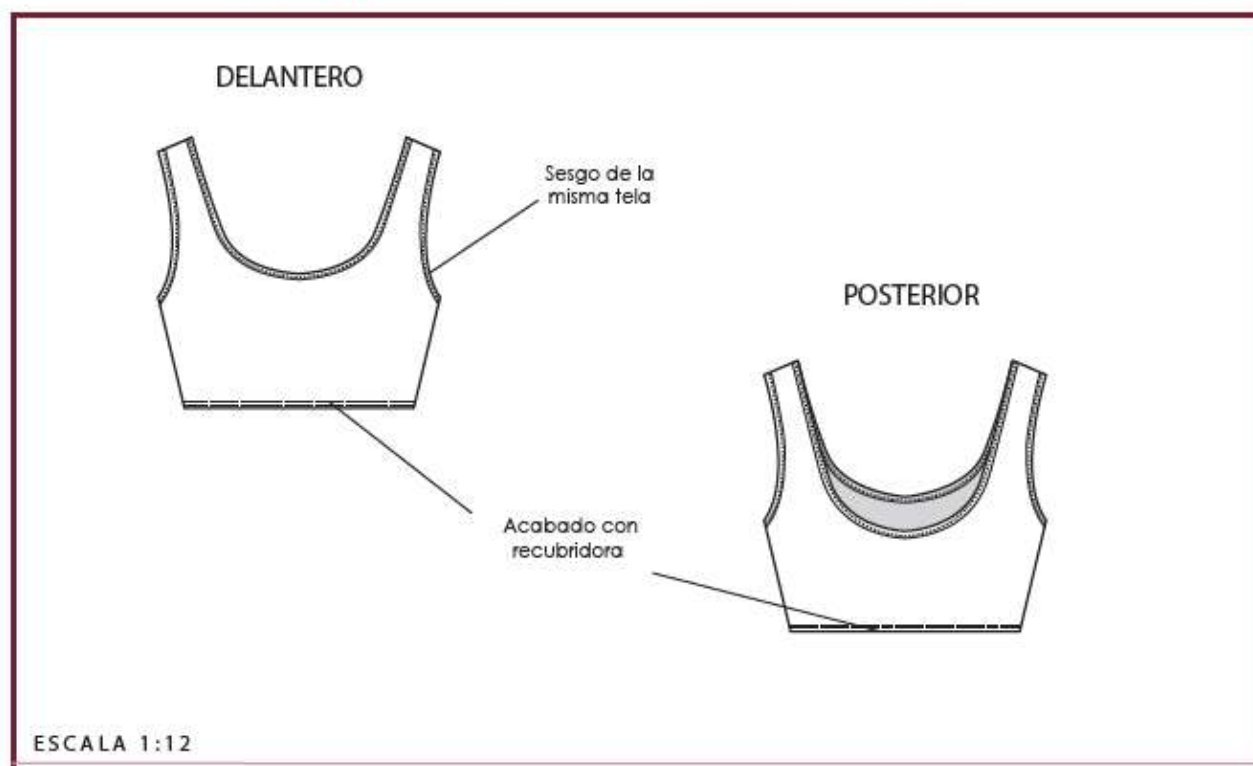
# FICHA TÉCNICA

## 5/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	005
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Bralette

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Brasier corto pegado al cuerpo.
TELAS	Tejido de punto -Rib, Titanica: 49% poliéster - 49% algodón - 2% spandex
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 115. Ficha técnica de prenda superior (bralette) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020)

---

## Propuesta 3:



Figura 116. Bocetos finales: propuesta 3 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).



El conjunto tres consiste de dos prendas, una chompa de mangas largas y cuello alto tortuga, y un pantalón recto.

Como bases textiles, para este outfit se han propuesto, para la prenda superior: la tela danesa, que es un tejido de punto, jersey de peso medio con un extenso uso de rib tanto en puños como para el cuello de tortuga, representativos del collage confort y comodidad; y para el pantalón, se propone un tejido de punto rib, que es liviano y con spandex, está representando al collage de privacidad e intimidad, por el uso de textiles de distintos grosores.

En cuanto a las siluetas esta es insinuante, pero redondeada y envolvente, buscando remitir tanto al collage de indumentaria de uso público como al de confort y comodidad.

Se observan cortes a los costados en la prenda superior (indumentaria de uso público), y un cordón en el delantero a la altura de la cintura, que ayuda a brindar una forma redondeada a la prenda, al igual que las mangas que tienen una forma redonda y medianamente abultada. Los frunces en la cintura, tanto para esta propuesta como para las siguientes, se ha decidido como característica representativa de la fluidez y del agua en el collage de identidad y personalidad.

El pantalón es recto, con bastas anchas, y bolsillos superpuestos; características de la indumentaria de uso público, donde en el collage se observan estas líneas rectas verticales, que así mismo se buscan representar con la textura visual de rib vertical del pantalón; Mientras la característica de los bolsillos se ha extraído directamente de la investigación de campo.

La cromática para esta propuesta es la gama de lacre-rosa a beige, con el estampado acuarelado en la prenda superior, extraídos de la indumentaria de uso público y del confort y comodidad (gama de colores) y de la identidad y personalidad y de la indumentaria de uso público (estampado).

Se propone una textura táctil afelpada en el tejido de punto de la prenda superior (danesa) que remite al confort y la comodidad; y una textura lisa con líneas verticales debido al rib para la prenda inferior, que se ha extraído de las líneas verticales del collage indumentario de uso público. Se propone también textura visual del estampado, como se ha dicho, extraída de todos los collages, pero en especial del dos y tres.

Como tendencias se observa ligeramente la oversize, que remite al confort y la comodidad, el estampado acuarelado, como se ha dicho, que viene de todos los collages, la tendencia loungewear/ casualwear, que se ha extraído de la investigación directamente, y dentro de esta tendencia, y específico a este outfit, se ha agregado la tendencia de la mezcla de materiales y texturas que se observa en la chompa debido al estampado, y color entero y a las bases textiles utilizadas que así mismo contrastan; esta es una tendencia dentro de la tendencia loungewear/ casualwear que se ha optado por introducir.


Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
<b>Siluetas:</b>			
Insinuantes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envolventes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Cortes en costados		x	Uso público de la indumentaria
Bolsillos	x		Investigación de campo
Frunces o pliegues en cintura		x	Identidad y personalidad
<b>Cromática</b>			
Gama de lacre-rosa a beige (cálidos):		x	Confort y comodidad- Indumentaria de uso público
			
<b>Texturas:</b>			
<b>Táctil:</b>			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Lisa/sedosa		x	Identidad y personalidad
<b>Visual:</b>			
Estampado acuarelado			
		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Estampado acuarelado		x	Identidad y personalidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
Mezcla de texturas/ bases textiles		x	Tendencia loungewear
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros

Figura 117. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #3 (Elaboración propia).

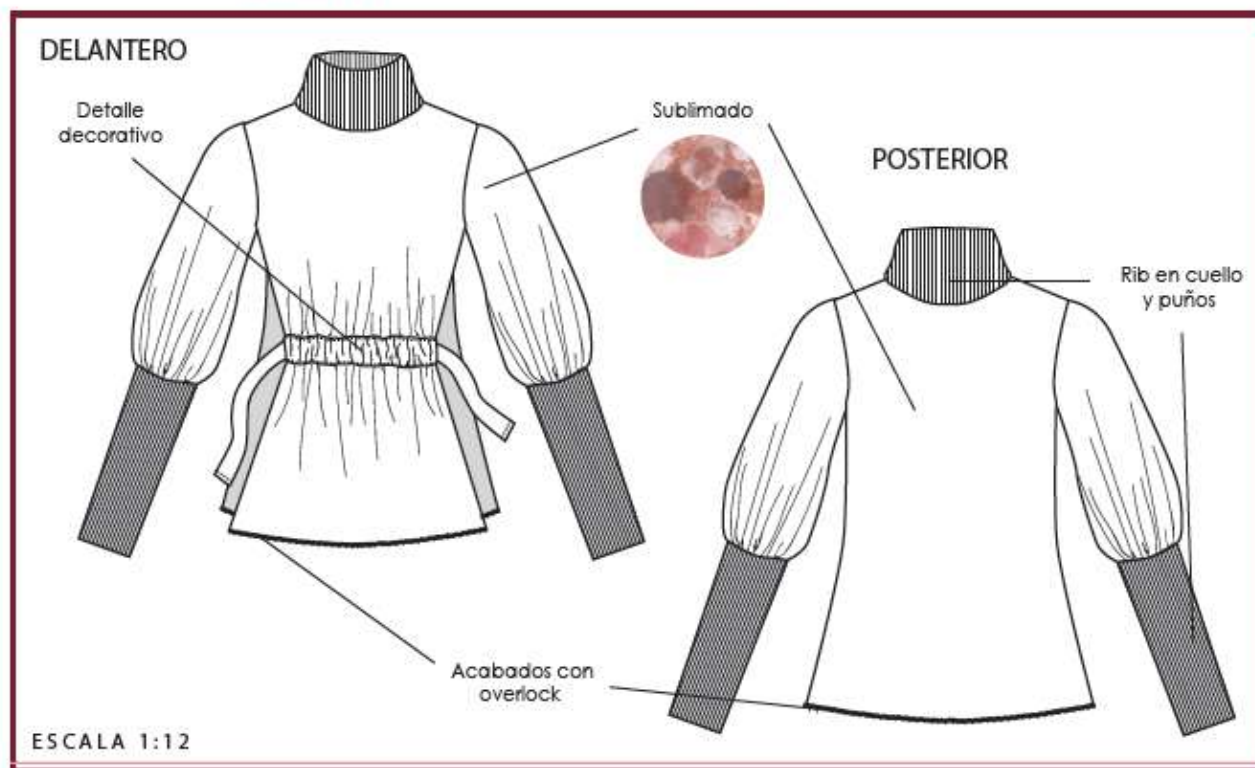
# FICHA TÉCNICA

6/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	006
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Chompa

## MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DETALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm



## DESCRIPCIÓN

PRENDA	Compa asimétrica, unión de costados solo hasta la cintura, en delantero lleva un detalle encarrujado en cintura alta, rib en cuello y muñecas, filos acabados con overlock.
TELAS	Tejido de punto - Danesa: 35% algodón -65% poliéster
INSUMOS	Cordón ancho 0,75cm.
TECNOLOGÍA	Sublimación textil- Pintura manual

## CROMÁTICA (CMYK)



Figura 118. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 3 (Samaniego y La Bouef, 2020)

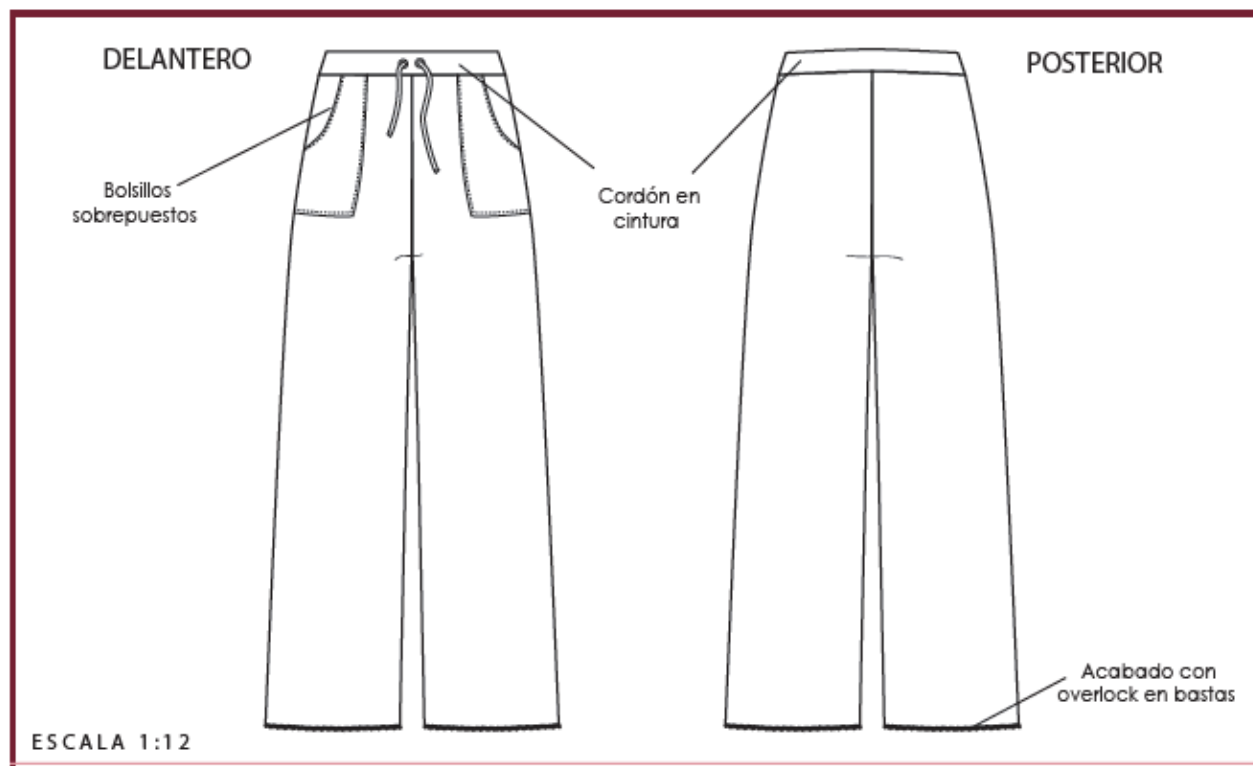
# FICHA TÉCNICA

## 7/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	007
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Pantalón recto

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Pantalón basta ancha, con cordón en cintura alta, bolsillos sobrepuestos y acabado en overlock en bastas.
TELAS	Tejido de punto - Titanica: 49% poliéster - 49% algodón - 2% spandex
INSUMOS	Cordón 1m - 2 ojajillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

	C: 35% M:85% Y:61% K:52%
--	-----------------------------

Figura 119. Ficha técnica de prenda inferior (pantalón recto) de la propuesta 3 (Samaniego y La Bouef, 2020)

---

## Propuesta 4:



Figura 120. Bocetos finales: propuesta 4 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

La propuesta número cuatro consiste en tres prendas, un buso inferior manga larga y cuello de tortuga, una chompa superior manga corta, con bolsillos y un pantalón estilo jogger ajustado.

Como materiales, para el buso se ha seleccionado un jersey delgado con spandex, como lo que se considera “tela camiseta”, con rib en puños y cuello, que remite a la indumentaria de uso privado al representar las capas o niveles.

Para la chompa superior se proponen dos bases textiles, polar en el centro del cuerpo y un tejido de punto semi-grueso y alto en poliéster para los costados, ambas extraídas del collage de confort y comodidad, por su grosor así como por sus características táctiles.

Y finalmente el pantalón se realizará en el mismo material semi-grueso de la chompa, que es un tejido de punto.

Como siluetas estas son sutilmente holgadas y las formas son envolventes y redondeadas, con cortes verticales y mezclas de texturas en la prenda superior, la primera característica que remite a las líneas verticales del collage de indumentaria de uso público y la segunda que es parte de la tendencia loungewear que se extrae de la investigación.

Se observan así mismo bolsillos tanto en la chompa como en el pantalón, características muy deseadas según la investigación de campo; y las mangas en la chompa son al estilo kimono con la sisa bastante baja, prácticamente en la cintura, esta característica en cambio se ha extraído del collage de la identidad y personalidad, donde se observa una inspiración ligeramente asiática que se ha traducido a este estilo de mangas, que así mismo son holgadas y redondeadas.

En la forma también existe una asimetría entre el delantero y posterior en la chompa, siendo el primero más largo, característica que representa al collage de la indumentaria de uso público, al existir esta dualidad entre un delantero más expuesto y un posterior más cubierto u oculto.

Esta propuesta presenta como cromática la gama de lacre- rosa a beige, que se extrae de los collages de cálido y acogedor como también del de indumentaria de uso público. Y como texturas se obtiene la afelpada principalmente de la tela polar, que se encuentra en el centro de la prenda superior, pero también de los tejidos de punto en general, y en especial en la parte interior de la prenda.

Como tecnologías se propone la sublimación textil para lograr los tonos exactos de los colores enteros que se desean. Y en tendencias y estilos se observan presentes el oversize (confort y comodidad), las capas(privacidad e intimidad), el loungewear/ casualwear (investigación de campo) y nuevamente dentro de esta tendencia, existe una mezcla de materiales en la chompa.

Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
<b>Siluetas:</b>			
Globo/ holgadas	x		Confort y comodidad
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envolventes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Ajustado en muñecas y tobillos		x	Investigación de campo
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Manga kimono		x	Identidad y personalidad
Asimetrías		x	Uso público de la indumentaria
Bolsillos	x		Investigación de campo
<b>Cromática:</b>			
Gama de lacre-rosa a beige (cálidos):		x	Confort y comodidad- Indumentaria de uso público
			
<b>Texturas:</b>			
<b>Táctil:</b>			
Afelpada	x		Confort y comodidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Oversize	x		Confort y comodidad
Diversas capas	x		Uso público de la indumentaria- Privacidad e intimidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
Mezcla de texturas/ bases textiles		x	Tendencia loungewear
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros

Figura 121. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #4 (Elaboración propia).

# FICHA TÉCNICA

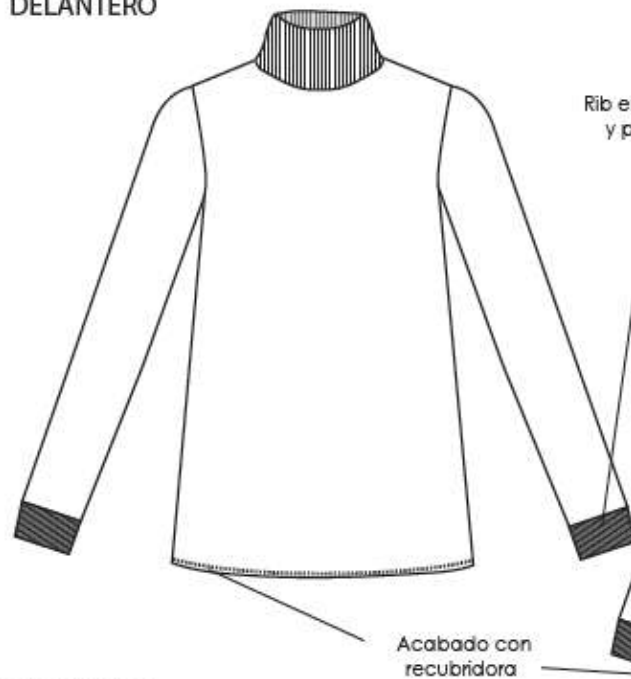
## 8/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	008
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Buso

### MEDIDAS

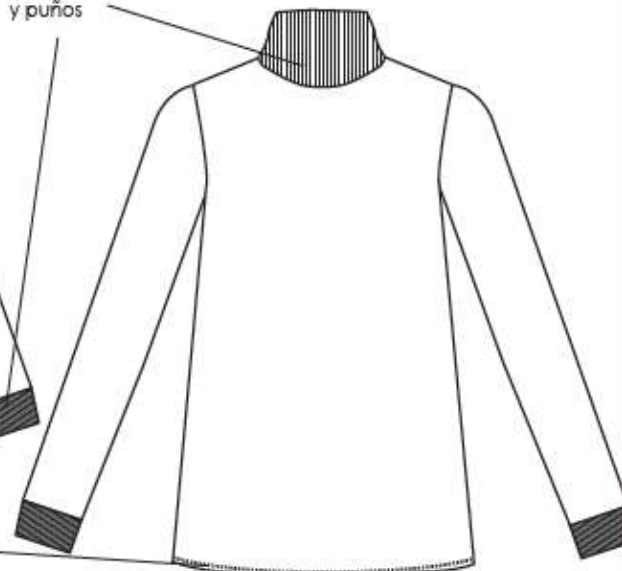
CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DETALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm

### DELANTERO



### POSTERIOR

Rib en cuello y puños



ESCALA 1:12

### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Buso cuello de tortuga, tela camiseta semi delgada, con rib en cuello y muñecas.
TELAS	Tejido de punto -Keira: 33% algodón -61% poliéster - 6% spandex.
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



C: 19% M:62%  
Y:63% K:7%

Figura 122. Ficha técnica de prenda superior (buso) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020)

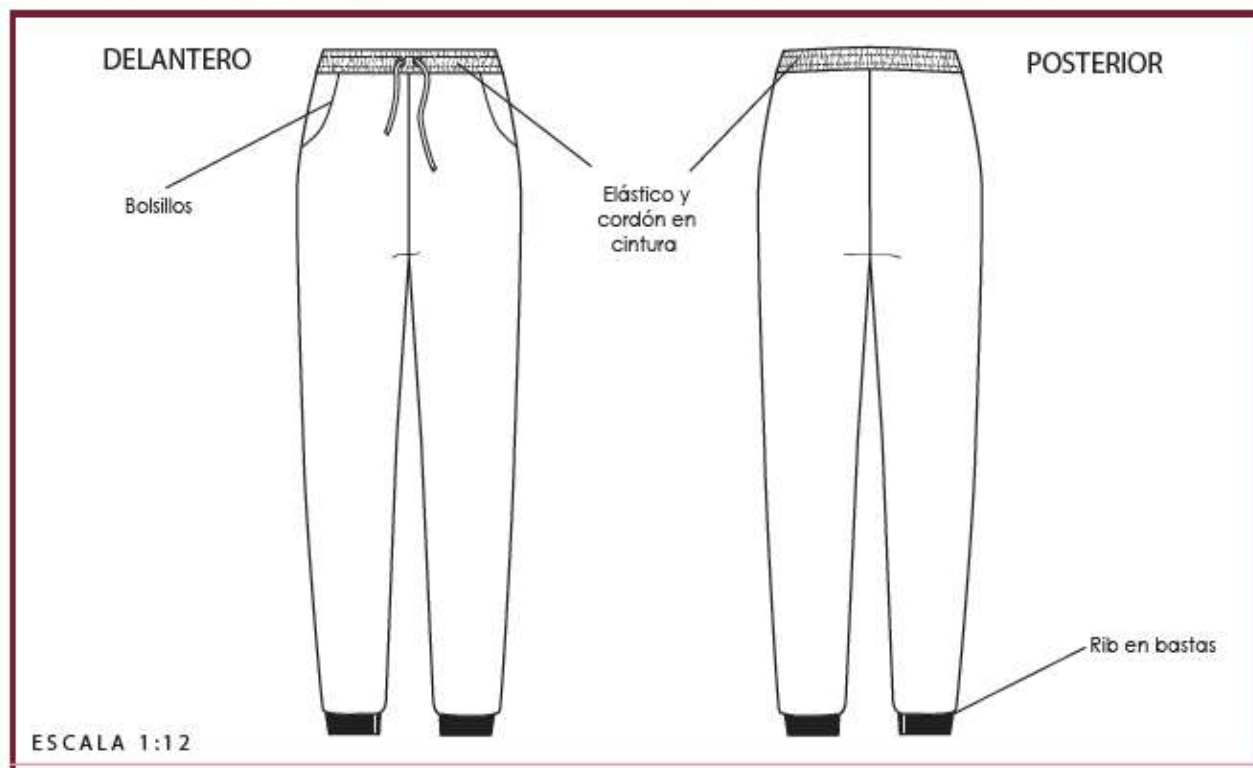
# FICHA TÉCNICA

9/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	009
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Jogger

## MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



## DESCRIPCIÓN

PRENDA	Pantalón jogger con elástico y cordón en cintura, bastas con rib y bolsillos en delantero.
TELAS	Tejido de punto - Monaco: 84% poliéster -16% algodón
INSUMOS	Cordón 1m - 2 ojaillos - elástica 0,75cm
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

## CROMÁTICA (CMYK)



Figura 123. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020)

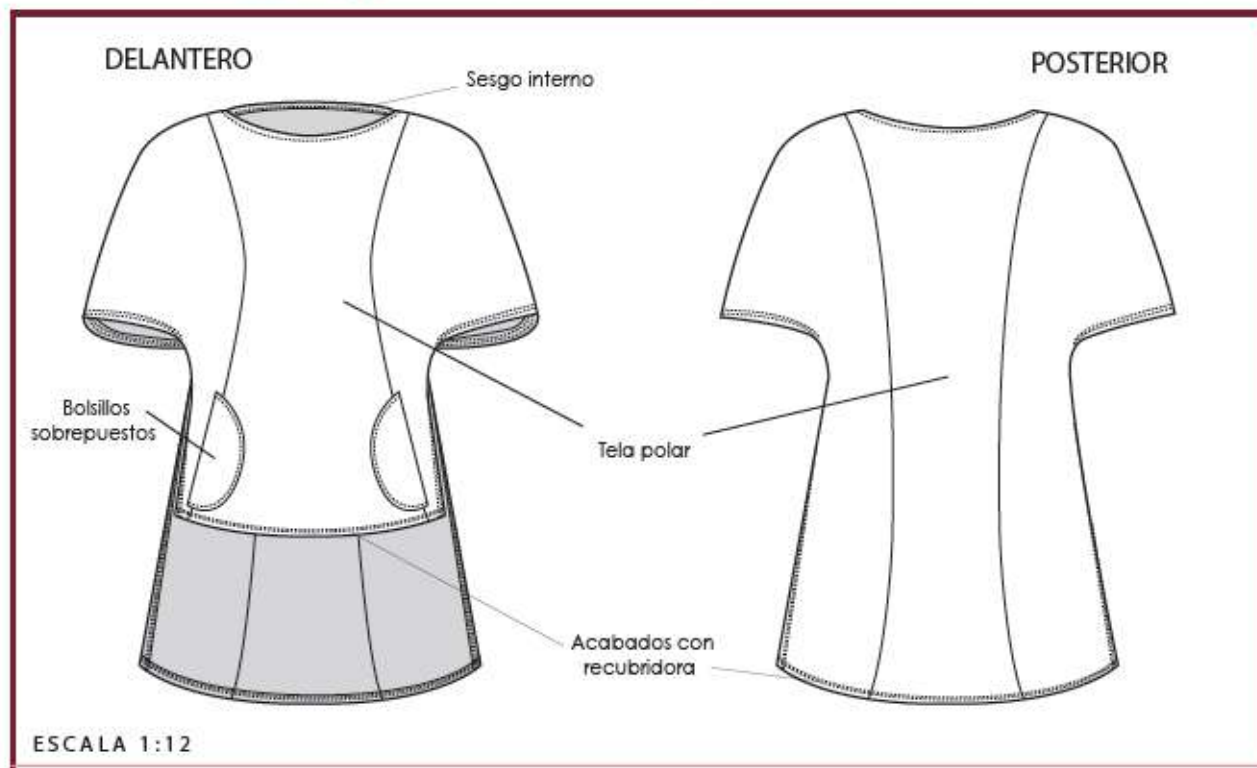
# FICHA TÉCNICA

## 10/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	010
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Chompa

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Chompa unida en costados hasta la cintura, con el posterior más largo, combinación de dos telas, bolsillos redondos sobrepuestos en delantero.
TELAS	Tejido de punto - Monaco:84% poliéster-16% algodón - Polar: 100% poliéster.
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 124. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020).



---

## Propuesta 5:



Figura 125. Bocetos finales: propuesta 5 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

La propuesta cinco consiste de tres prendas, una chompa superior con mangas largas, un vividí y un pantalón jogger.

En cuanto a los materiales, se propone un tejido de punto alto en algodón para la chompa y pantalón, ajustándose esto a la preferencia tanto de las usuarias, como a la teoría que pone énfasis en los materiales con fibras naturales para promover el confort; este tiene un grosor medio tendiendo hacia liviano. Y para el vividí se propone un jersey muy delgado y ligeramente transparente; este por su lado remitiendo al collage de privacidad e intimidad donde se busca remitir a los niveles de privacidad.

Las siluetas son holgadas y sobre todo redondeadas, en las prendas superiores e insinuantes en la prenda inferior remitiendo tanto al confort y la comodidad como a la indumentaria de uso público a través de estas elecciones de siluetas.

Se observa un cruce delantero en la chompa, que remite al estar rodeado del collage de confort y comodidad, así como también se observan mangas voluminosas, con rib en las muñecas, casi hasta el codo, exagerando aún más esta forma, así mismo remitiendo al estar rodeado y envuelto en el confort y la comodidad, y el ajuste en muñecas y tobillos que viene de la investigación de campo.

Se observa una asimetría entre el delantero y posterior de la prenda, siendo el delantero muy corto, o crop top, como se llama esta tendencia, esta característica remite al collage de indumentaria de uso público por su característica de mostrar y ocultar a la vez. Así mismo en la prenda superior, chompa, se ha agregado un detalle de cruces con un cordón y ojales en el posterior, tendencia dentro del loungewear, pero que se ha agregado por representar lo envuelto, así mismo del confort y la comodidad, y dar esa sensación de cruces y cierres sin agregar insumos que sean grandes o puedan potencialmente ser molestos.

Mientras que la prenda inferior se diferencia de las propuestas anteriores de joggers en que esta tiene un rib muy ancho tanto en cintura como en tobillos y una forma insinuante y más ajustada, que remite aún más al collage de indumentaria de uso público, buscando ser aún más ajustado y mostrar el cuerpo.

La cromática para esta es la gama de lacre- rosa a beige, en colores enteros. Las texturas son lisas, gracias a las formas de las prendas que dan esa sensación de fluidez, así como gracias a los materiales que no son afelpados, y en especial al del vividí que es alto en poliéster, delgado, delicado y transparente, y que nos remite al collage de privacidad e intimidad, y esto también a través del uso de las múltiples capas que presenta este outfit. Las tendencias en este outfit son en especial la de loungewear/ casualwear, la oversize en específico en prendas superiores y la de capas múltiples o layering.

Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
<b>Siluetas:</b>			
Holgadas	x		Confort y comodidad
Insinuantes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envolventes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cruce delantero		x	Confort y comodidad
Ajustado en muñecas y tobillos		x	Investigación de campo
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Cuello escotado		x	Uso público de la indumentaria
Asimetrías		x	Uso público de la indumentaria
Cortes en costados		x	Uso público de la indumentaria
Cruces amarrados		x	Tendencia loungewear
Bolsillos	x		Investigación de campo
<b>Cromática</b>			
Gama de lacre-rosa a beige (cálidos):			
		x	Confort y comodidad- Indumentaria de uso público
<b>Texturas:</b>			
<b>Táctil:</b>			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Lisa/sedosa		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Diversas capas	x		Uso público de la indumentaria- Privacidad e intimidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
Mezcla de texturas/ bases textiles		x	Tendencia loungewear
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros
Tinturado textil		x	Textiles con fibras naturales

Figura 126. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #5 (Elaboración propia).

# FICHA TÉCNICA

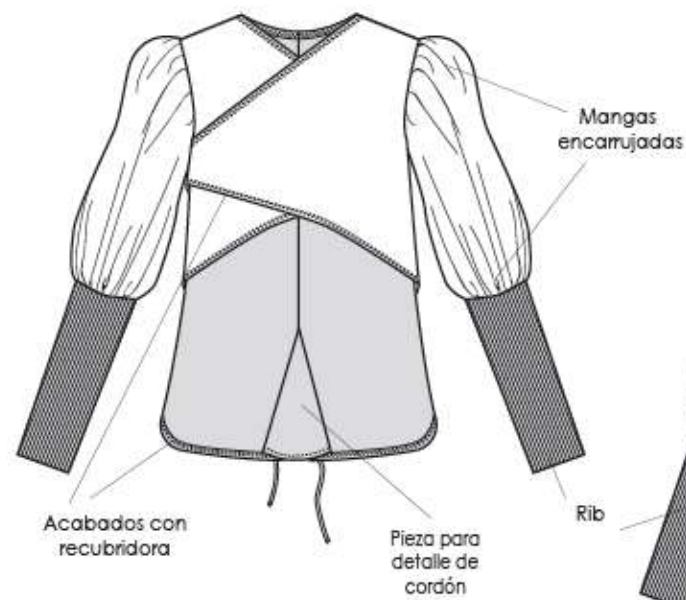
## 11/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	011
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Chompa

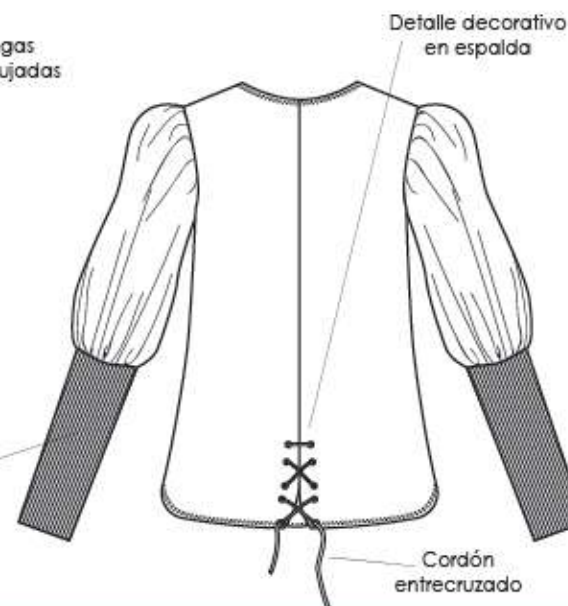
### MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DETALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm

### DELANTERO



### POSTERIOR



ESCALA 1:12

### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Chompa con cruce delantero entre dos piezas de hombro a cintura, mangas globo con presas en hombro y ajustadas de codo a muñeca, posterior más largo con bato redondo y detalle de cordón.
TELAS	Tejido de punto - Jersey Spring Maxin: 50% algodón - 50% poliéster
INSUMOS	Codón 1m - 10 ojajillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

C: 28% M: 63% Y: 56% K: 22%

Figura 127. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020)

# FICHA TÉCNICA

## 12/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	012
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Vividí

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Vividí de forma tradicional, tejido de punto delgado y transparente cuello redondo semi-escotado y acabado de filos con overlock.
TELAS	Tejido de punto - Tela camiseta Candelilla: 91% poliéster - 9% spandex
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 128. Ficha técnica de prenda superior (vividí) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020)

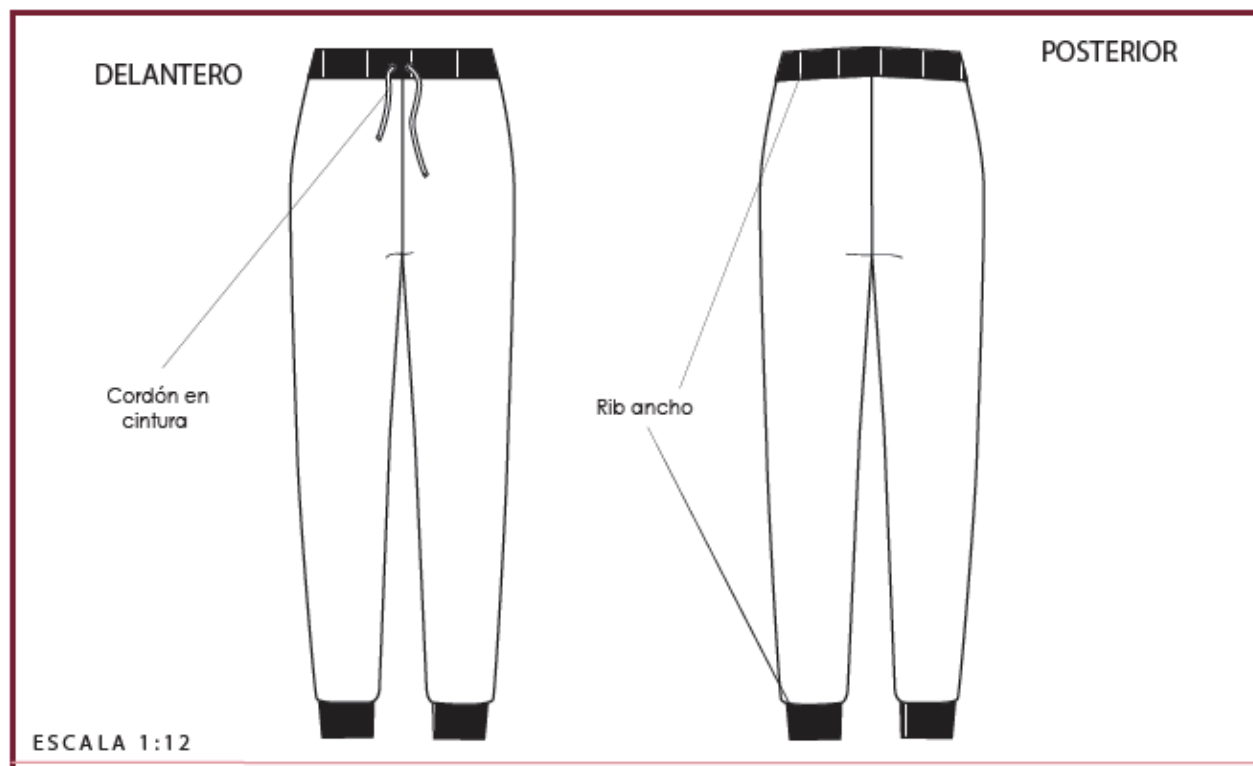
# FICHA TÉCNICA

## 13/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	013
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Jogger

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Pantalón jogger con cordón y rib en cintura, además rib ancho en tobillos para mayor ajuste.
TELAS	Tejido de punto - Jersey Spring Maxin: 50% algodón, 50% poliéster
INSUMOS	Cordón 1m - 2 ojajillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 129. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020)

---

## Propuesta 6:



Figura 130. Bocetos finales: propuesta 6 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

---

Este outfit número seis tiene tres prendas, una chompa de manga larga y cuello tortuga, un poncho largo, sin mangas y un pantalón tipo licra.

Se pueden observar siluetas holgadas y redondeadas, extraídas del collage confort y comodidad; y en contraposición a esto la prenda inferior que es insinuante y que remite al collage de indumentaria de uso público.

Como bases textiles, para la chompa inferior, se ha optado por realizarla manualmente con un hilo de lana de oveja al 70%, y el resto poliéster, que son los que más comúnmente se consiguen en el mercado, y que son altos en fibra natural, remitentes del collage de confort y comodidad, y así mismo basándose en la investigación que propone el uso de fibras naturales para promover el confort y la comodidad, y en el caso de la lana el realizar prendas que mantienen el calor corporal. Esta será tinturada de manera manual ya que su composición imposibilita el sublimado, siendo esta una de las tecnologías aplicadas en esta propuesta, en conjunto con la sublimación para las otras bases textiles.

En poncho se propone en tejido de punto industrial semi-grueso (confort y comodidad); y por último la licra se propone en el mismo rib del pantalón de la propuesta tres, que con su ligero contenido de spandex se presta idóneamente para realizar una licra o yoga pant y que remite al collage de indumentaria de uso público al mostrar ligeramente más la forma del cuerpo.

En cuanto a las formas y cortes: en la chompa se observan mangas caídas y el corpiño y el cuello son una sola pieza unida, siendo esta muy cerrada y remitiendo a la indumentaria de uso público así y contrapuesto a esto, a la privacidad e intimidad al buscar este ser más cubierto y ocultar. En el poncho se observan cortes verticales en delantero y posterior, que se acentúan aun más por sublimados de distintos colores, creando un efecto de bloques de colores, y mezclas de texturas, identificativos de la tendencia loungewear/ casualwear. Esta prenda también tiene bolsillos (investigación de campo) y cordón en la cintura que crea pliegues solo en el bloque central de la prenda, característica del collage identidad/ personalidad gracias a que da la sensación de fluidez y agua en movimiento, así como también hacen que esta sea ligeramente más pegada al cuerpo y resaltan la cintura; el poncho también tiene aperturas en los costados hasta la sisa estas dos últimas características se han extraído del collage de indumentaria de uso público.

La cromática presentada en esta propuesta es la de lacre-rosa a beige, con él estampando acuarelado en el poncho, que como ya se ha mencionado son características extraídas de los collages de confort y comodidad e indumentaria de uso público (cromática) y de los collages en general y en específico del de personalidad e identidad (el estampado) gracias a que es visualmente muy evidente en este.

Se perciben las texturas táctiles de las bases textiles, en especial el rib del pantalón, estas son lisas y dan la sensación de verticalidad (indumentaria de uso público).

Y finalmente las tendencias son las prendas oversize, las capas múltiples, el estampado acuarelado y el loungewear/ casualwear, en especial en este caso el yoga pant, muy reconocible de esta tendencia, y dentro del loungewear/ casualwear también se observa la tendencia del color block o la mezcla de texturas, en este caso son texturas visuales, entre el estampado y un color entero, en el poncho.

Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto manual		x	Confort y comodidad
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
<b>Siluetas:</b>			
Globo/ holgadas	x		Confort y comodidad
Insinuantes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envolventes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cruce delantero		x	Confort y comodidad
Ajustado en muñecas y tobillos		x	Investigación de campo
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Cortes en costados		x	Uso público de la indumentaria
Bolsillos	x		Investigación de campo
Frunces o pliegues en cintura		x	Identidad y personalidad
			<b>Cromática</b>
			Gama de lacre-rosa a beige (cálidos):
			
			x
			Confort y comodidad- Indumentaria de uso público
			<b>Texturas:</b>
			Táctil:
			Afelpada
			x
			Confort y comodidad
			Lisa/sedosa
			x
			Identidad y personalidad
			Visual:
			Estampado acuarelado
			
			x
			Identidad y personalidad
			<b>Estilos/ tendencias:</b>
			Oversize
			x
			Confort y comodidad
			Diversas capas
			x
			Uso público de la indumentaria- Privacidad e intimidad
			Estampado acuarelado
			x
			Identidad y personalidad
			Loungewear/ casualwear
			x
			Tendencias- Investigación de campo
			Mezcla de texturas/ bases textiles
			x
			Tendencia loungewear
			<b>Tecnologías:</b>
			Sublimación textil
			x
			Estampado y colores enteros
			Tinturado textil
			x
			Textiles con fibras naturales

Figura 131. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #6 (Elaboración propia).



# FICHA TÉCNICA

## 14/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	014
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Chompa

### MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DETALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm

### DELANTERO



### POSTERIOR



Tejido artesanal

ESCALA 1:12

### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Buso cuello de tortuga en tejido de punto artesanal de hombro caído.
TELAS	Tejido de punto artesanal - hilo: 70% lana de oveja - 30% poliéster
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Tinturado textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



C: 28% M: 63%  
Y: 56% K: 22%

Figura 132. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020)

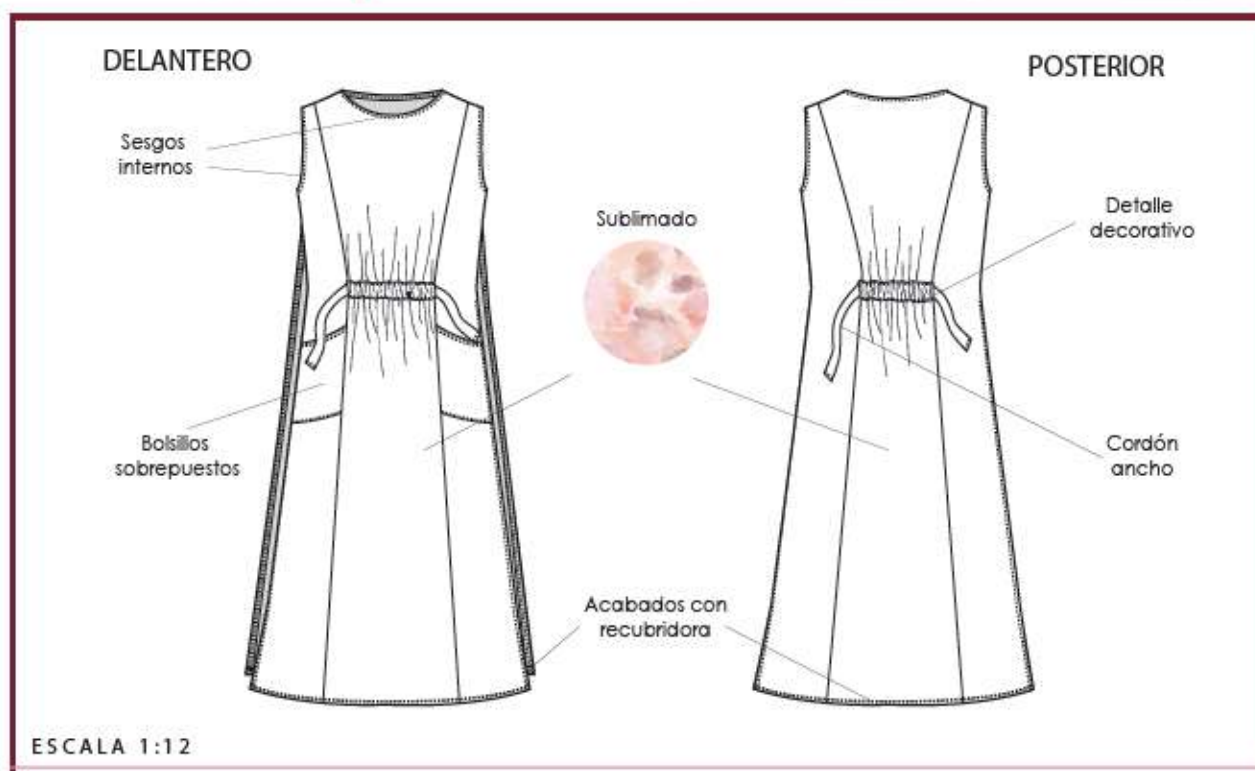
# FICHA TÉCNICA

## 15/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	015
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Poncho

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	94cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Poncho combinado entre estapado y tela lana, abierto a los costados hasta la rodilla, con detalle encarrujado en media cintura delantera y posterior.
TELAS	Tejido de punto - Danesa: 35% algodón - 65% poliéster.
INSUMOS	Cordón ancho 1m.
TECNOLOGÍA	Sublimación textil- Pintura manual.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 133. Ficha técnica de prenda superior (poncho) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020)

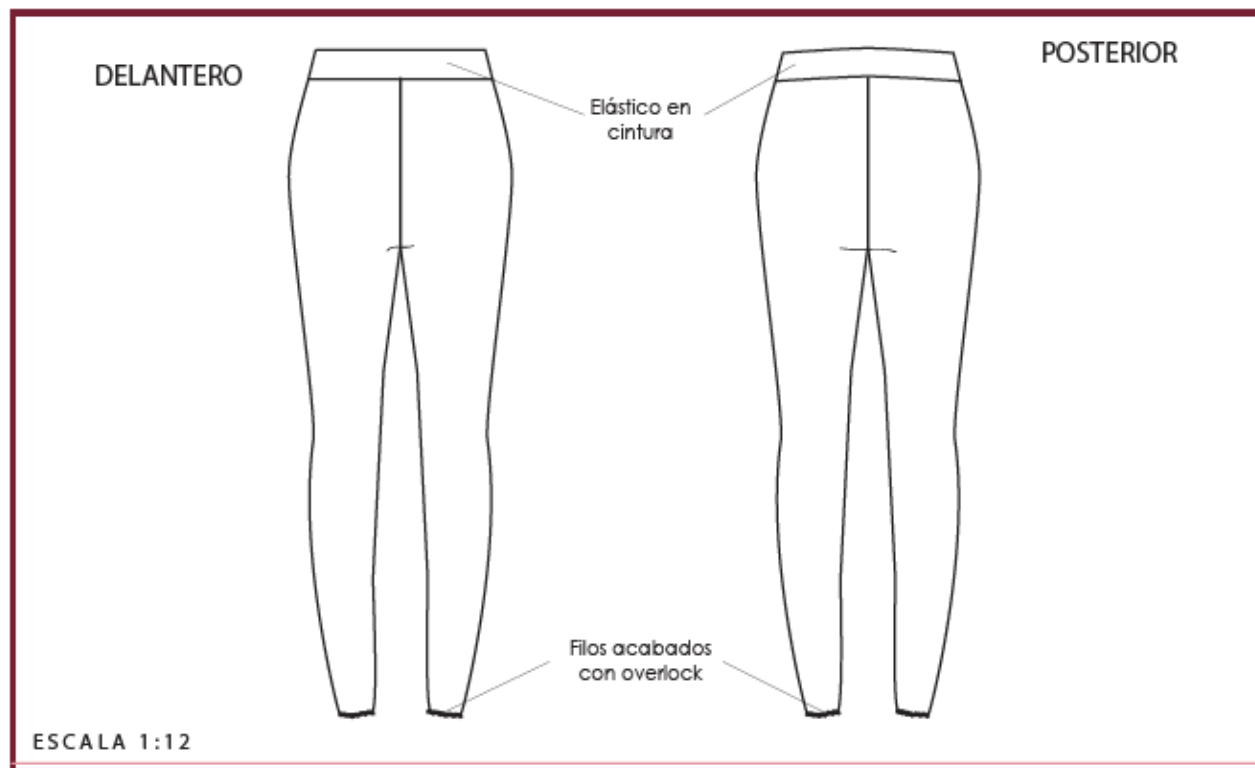
# FICHA TÉCNICA

## 16/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	016
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Yoga pant

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Licra de yoga con elástico en cintura y acabado con overlock en bastas.
TELAS	Tejido de punto - Rib Titanica: 49% algodón - 49% poliéster - 2% spandex.
INSUMOS	Elástico 0,75cm
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 134. Ficha técnica de prenda inferior (yoga pants) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020)

---

## Propuesta 7:



Figura 135. Bocetos finales: propuesta 7 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

---

La propuesta siete, consiste en cuatro prendas, que son una bata de largo hasta tobillos, un bralette más cerrado y menos escotado que el previamente propuesto, una camiseta superior a este y un pantalón corto o shorts.

Como bases textiles, se propone para la bata tejidos planos, y que esta sea doble, en el interior se propone un chalis de viscosa y en el exterior un charmús brillante 100% poliéster estas bases textiles han sido extraídas del collage de identidad y personalidad, en específico por ser tradicionales de la ropa de dormir, pero versátiles para realizar propuestas como esta bata estilo kimono, con doble tela y estampado. La capa exterior será sublimada, mientras que la interior, el chalis debe ser tinturada manualmente.

Para el bralette se propone un rib ligeramente elástico que combine con los pantalones cortos, una base textil liviana que remite al collage de privacidad e intimidad, donde se proponen niveles o capas, y finalmente una camiseta con mangas cortas y cuello redondo de un jersey delgado y transparente, así mismo perteneciente al collage de privacidad e intimidad, y que justamente permite de manera literal crear este efecto de diversas capas una encima de otra.

Las siluetas son insinuantes excepto por la bata que es no solo holgada, sino oversize, exagerando esta forma.

Las formas son redondeadas y envolventes, la bata se cruza en el delantero y se ata a la cintura, se observan estos cortes verticales que se unen en el centro del cuerpo envolviéndolo, remitiendo al collage de confort y comodidad a través de todas estas.

La bata tiene una manga kimono, aunque no muy exagerada, sacada del collage de identidad y personalidad y de la influencia asiática y en específico la japonesa de este, no solo visualmente sino en el nombre, y de la palabra Ukiyo o “mundo flotante” que se ha tomado de aquí y para el concepto de la colección. así mismo en la bata se tiene una cinta en la cintura que causa el efecto pliegues en el posterior que se observan también en otras propuestas y que remite nuevamente al collage de identidad y personalidad, representando el agua.

La cromática para esta propuesta es la de colores fríos, azul-verde a gris, observando distintos tonos de esta gama en todo el outfit, con el exterior de la bata teniendo la textura visual del estampado acuarelado, se ha propuesto esta cromática fría y en tonos azules y verdosos en contraposición a la anterior que es mucho más estereotípicamente femenina; pero manteniendo los tonos tenues y pastel así como el estampado acuarelado, para atar la colección, así como también por el hecho de ser estos los oportunos para este tipo de indumentaria.

En cuanto a las texturas táctiles se observan en especial las lisas, tanto en el rib del bralette, en la tela camiseta delgada y transparente de la camiseta, así como en la bata debido al chalis y charmús, que tienen una sensación táctil y visual de satinado y fluido. Todos estos representativos del collage de identidad y personalidad.

Los estilos y tendencias que se observan en esta propuesta son los de oversize, en específico en la bata, el uso de múltiples capas o layering, el estampado acuarelado, y tinturado manual en el caso del chalis de viscosa y la tendencia loungewear/ casualwear, aunque en esta propuesta un poco más atenuada, viéndose opacada por la inspiración asiática y la bata que es la prenda más llamativa del outfit. Para esta propuesta se propone aplicar las tecnologías de sublimación, y tintura manual de textiles.

Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
Tejido plano (solo delgados):			
Chalis		x	Identidad y personalidad
Charmús		x	Identidad y personalidad
<b>Siluetas:</b>			
Globo/ holgadas	x		Confort y comodidad
Insinuanes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envoltentes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cruce delantero		x	Confort y comodidad
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Cuello escotado		x	Uso público de la indumentaria
Manga kimono		x	Identidad y personalidad
Cortes en costados		x	Uso público de la indumentaria
Bolsillos	x		Investigación de campo
<b>Cromática</b>			
Gama de azul-verde a gris (fríos):			
		x	Identidad y personalidad- Privacidad e intimidad
<b>Texturas:</b>			
<b>Táctil:</b>			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Lisa/sedosa		x	Identidad y personalidad
<b>Visual:</b>			
Estampado acuarelado			
		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Oversize	x		Confort y comodidad
Diversas capas	x		Uso público de la indumentaria- Privacidad e intimidad
Estampado acuarelado		x	Identidad y personalidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros
Pintura manual		x	Textiles con fibras naturales
Tinturado textil		x	Textiles con fibras naturales

Figura 136. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #7 (Elaboración propia).

# FICHA TÉCNICA

## 17/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	020
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Bata

### MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DE TALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm



ESCALA 1:12

### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Bata kimona estampada hasta la canilla, bolsillos sobrepuestos y detalle decorativo en espalda.
TELAS	Tejido plano Charmus: 100% poliéster. Tejido plano Chalis: 100% viscosa.
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil- Pintura manual.

### CROMÁTICA (CMYK)

C: 57% M:25% Y:30% K:6%	C: 82% M:69% Y:44% K:42%

Figura 137. Ficha técnica de prenda superior (Bata) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020)

# FICHA TÉCNICA 18/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	021
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Bralette

## MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm

### DELANTERO



### POSTERIOR



Acabado con overlock

ESCALA 1:12

### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Brasier de rib ajustado al cuerpo
TELAS	Tejido de punto Rib Titanica: 49% algodón - 49% poliéster - 2%spandex
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

	C: 28% M:23% Y:11% K:0%
--	----------------------------

Figura 138. Ficha técnica de prenda superior (bralette) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020)



# FICHA TÉCNICA

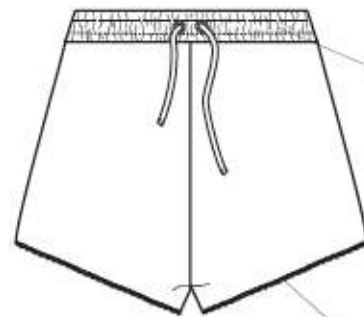
## 19/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	022
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Short

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm

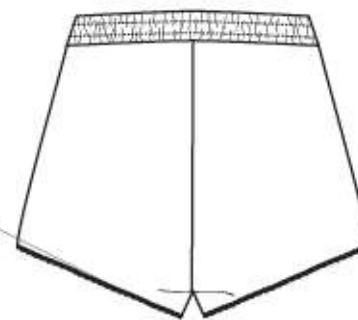
### DELANTERO



Cordón y elástico en cintura

Acabado con overlock

### POSTERIOR



ESCALA 1:12

### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Short de rib con elástico y cordón en cintura.
TELAS	Tejido de punto Rib Titanica: 49% algodón - 49% poliéster - 2%spandex
INSUMOS	Elástico 0,70 cm - Cordón 1m - 2 ojajillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

	C: 28% M:23% Y:11% K:0%
--	----------------------------

Figura 139. Ficha técnica de prenda inferior (short) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020)

# FICHA TÉCNICA

## 20/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	023
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Camiseta

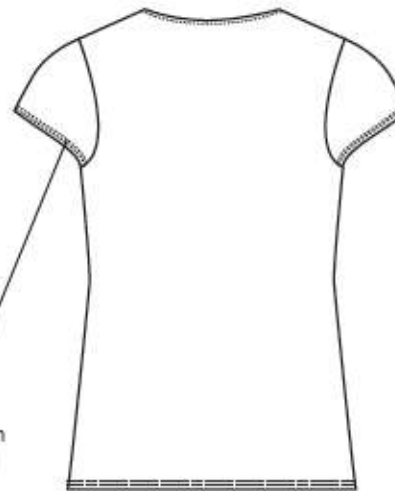
### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm

### DELANTERO



### POSTERIOR



ESCALA 1:12

### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Camiseta de tejido de punto delgado y transparente.
TELAS	Tejido de punto, tela camiseta Candelilla: 91% poliéster - 9% spandex.
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)



Figura 140. Ficha técnica de prenda superior (camiseta) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).

---

## Propuesta 8:



Figura 141. Bocetos finales: propuesta 8 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

---

En la propuesta ocho se analizan dos prendas, una camiseta de manga corta como prenda superior y unos pantalones cortos en la tendencia biker shorts para la prenda inferior. estas prendas se han propuesto como una alternativa para un contexto de clima cálido para nuestra usuaria meta. Como ya se ha mencionado, la colección consiste mayormente de prendas de dos piezas, con pantalones largos y prendas superiores largas, así como capas múltiples, de acorde al clima del contexto y las preferencias de la usuaria para este, pero si se ha considerado importante brindar, aunque en menor proporción, opciones de prendas para climas más cálidos, o para usuarias puntuales que talvez deseen prendas menos cubiertas por motivos de necesidades o preferencias, y que posiblemente pueden haber estado subrepresentadas en la investigación de campo.

La silueta de la camiseta es ligeramente holgada y redondeada, en especial en hombros y mangas; mientras que los biker shorts son insinuantes de silueta; como en otras propuestas aquí se observa una contraposición entre lo holgado que corresponde al collage de confort y comodidad, y lo insinuante que remite al collage de indumentaria de uso público.

Se observan cortes laterales, así como en el centro del delantero y del posterior en la camiseta, estos cortes verticales, extraídos del collage de indumentaria de uso público. Y también se observan bolsillos en la prenda superior, como se ha dicho, esta característica se ha extraído de la investigación de campo, y en este caso, se ha considerado óptimo ponerlo en la prenda superior más no en la inferior debido a la silueta de los shorts.

En la prenda inferior también se observan cortes verticales en el centro de las piernas tanto en el delantero como en el posterior, dándose aquí también la tendencia del color block y mezcla de texturas visuales, características tanto del collage de indumentaria de uso público, como también pertenecientes a la tendencia de loungewear/casualwear que se ha venido aplicando en general para la propuesta.

En cuanto a la cromática, en esta propuesta se ha optado por la gama de tonos azul- verde a gris, característicos de los collages de identidad/ personalidad en especial pero también del de privacidad e intimidad.

Los materiales de esta propuesta son un tejido de punto, jersey, semi-grueso para la prenda superior y un tejido de punto, jersey, con un alto contenido de spandex y un grosor medio a delgado para la prenda inferior, que se ajusta de manera idónea a la silueta y ajuste que se busca con esta. Siendo esta variedad de grosores en tejido de punto, una característica del collage de privacidad e intimidad, remitiendo a los niveles de confianza a través de estos.

Las texturas táctiles son lisas en ambas prendas, pero en especial se tiene una textura exterior casi satinada, aunque sin brillo en la prenda inferior, siendo el interior del textil ligeramente afelpado, por lo cual se tiene ambas texturas táctiles, la afelpada que es una constante en esta colección y que remite al confort y la comodidad y la lisa que remite al collage de identidad y personalidad.

Se ha aplicado el estampado acuarelado en los costados del pantalón corto, como textura visual.

Como tendencias se observan los estampados acuarelados, el color blocking o mezcla de materiales y texturas, y la tendencia loungewear/ casualwear. Y como tecnologías para este outfit se propone utilizar la sublimación textil para obtener no solo el estampado, sino las tonalidades exactas de colores enteros.



Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
<b>Siluetas:</b>			
Globo/ holgadas	x		Confort y comodidad
Insinuantes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envolventes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cruce delantero		x	Confort y comodidad
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Cortes en costados		x	Uso público de la indumentaria
Bolsillos	x		Investigación de campo
<b>Cromática</b>			
Gama de azul-verde a gris (fríos):			
		x	Identidad y personalidad- Privacidad e intimidad
<b>Texturas:</b>			
Táctil:			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Lisa/sedosa		x	Identidad y personalidad
Visual:			
Estampado acuarelado			
		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Estampado acuarelado		x	Identidad y personalidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
Mezcla de texturas/ bases textiles		x	Tendencia loungewear
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros

Figura 142. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #8 (Elaboración propia).

# FICHA TÉCNICA

## 21/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	024
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Rotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Camiseta

### MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DETALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Camiseta manga kimona con detalle decorativo en centro delantero y bolsillos sobrepuestos.
TELAS	Tejido de punto - Monaco: 84% poliéster - 16% algodón
INSUMOS	Cordón 1m - 14 ojajillos.
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

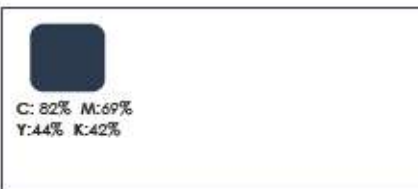


Figura 143. Ficha técnica de prenda superior (camiseta) de la propuesta 8 (Samaniego y La Bouef, 2020.)

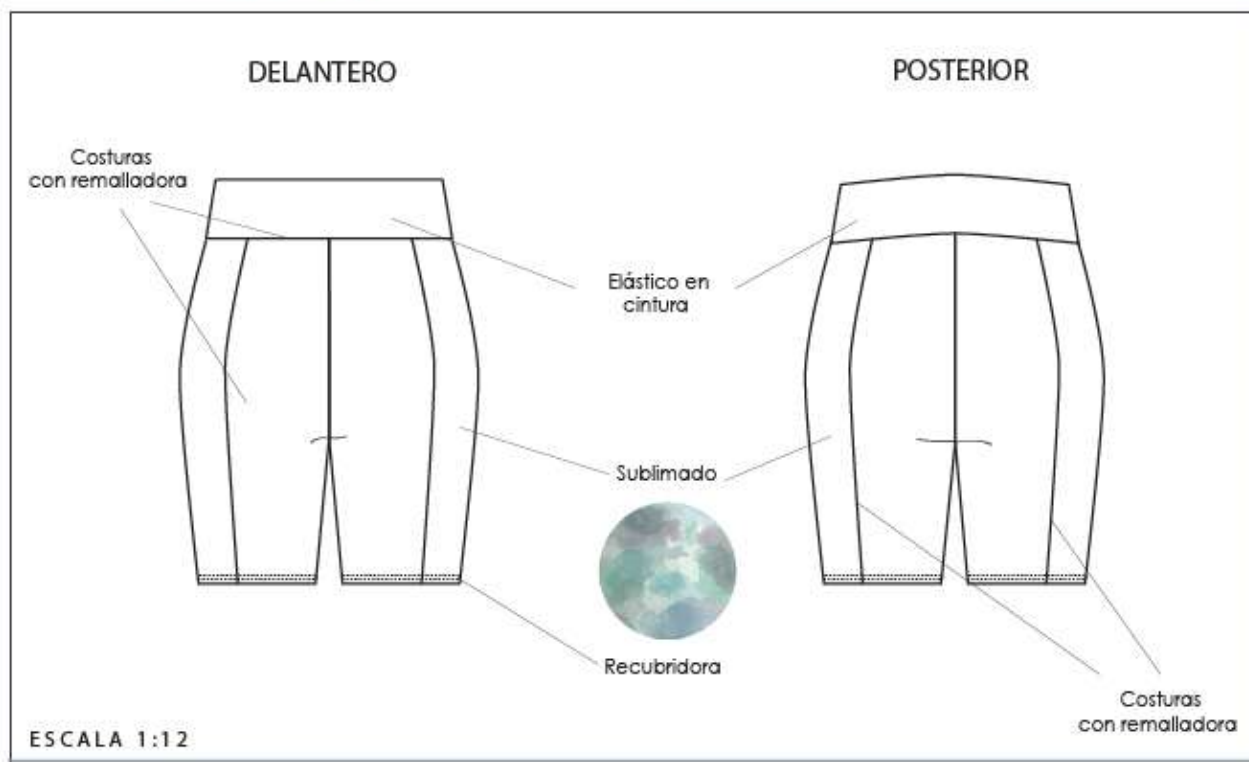
# FICHA TÉCNICA

## 22/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	025
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Biker shorts

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Shorts biker por encima de la rodilla con costados sublimados y cambio de color por medio de cortes unidos con remalladora.
TELAS	Tejido de punto - Gimnasia: 86% poliéster - 14% spandex.
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

C: 28% M:23% Y:11% K:0%	C: 82% M:55% Y:5% K:0%

Figura 144. Ficha técnica de prenda inferior (biker shorts) de la propuesta 8 (Samaniego y La Bouef, 2020).

---

## Propuesta 9:



Figura 145. Bocetos finales: propuesta 9 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia)..



La propuesta número nueve consiste en un conjunto de pantalón largo y recto y una chompa manga larga. Se propone para ambas prendas la base textil mónaco, que es un jersey semi-grueso, que remite a la categoría o al collage del confort y la comodidad.

Ambas prendas tienen una silueta ligeramente holgada y en el caso de la prenda superior una forma muy redondeada; mientras que la inferior es recta, así mismo asociadas al collage de confort y comodidad que busca esas cualidades de estar envuelto en una sensación de suavidad y protección.

En la chompa se observa un cuello cerrado y redondo, característica del collage de la indumentaria de uso público y que busca más ocultar que mostrar en este caso; también en esta prenda se observan grandes frunces y pliegues, acentuados con textil rib tanto en la cintura como en puños, ayudando a exagerar esa silueta redondeada. Se observa también una asimetría entre el largo delantero y posterior de la prenda superior, así mismo correspondiente al collage de indumentaria de uso público

Mientras que en la prenda inferior se observan cortes verticales en el centro de las piernas, característica extraída del collage de indumentaria de uso público, así como bolsillos superpuestos, siendo estos una característica esencial extraída de la investigación de campo, y también detalles de cordones entrelazados en la parte inferior del pantalón, característica que busca remitir lo envuelto y entrelazado, pero que es específica a la tendencia de loungewear/ casualwear que se ha venido aplicando.

En esta propuesta se ha decidido optar por la gama de azules-verdes a grises, pertenecientes al collage de identidad y personalidad, y siendo esta la propuesta más masculina y menos convencional en ropa de dormir para mujer, y ya que este collage representa la tensión generacional y este contraste entre la ropa de dormir tradicional, contrapuesto con características menos convencionales que pueden aplicarse a esta. Se observa un uso amplio del estampado como textura visual, y el material de la prenda tiene una textura táctil afelpada en el interior de la tela.

Finalmente las tendencias que se observan son la de prendas ligeramente oversize, el estampado acuarelado, el loungewear/ casualwear y la mezcla de texturas dentro de este. Finalmente se propone la sublimación como tecnología a aplicar, tanto para el estampado como para los colores enteros.



Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos gruesos		x	Confort y comodidad
<b>Siluetas:</b>			
Globo/ holgadas	x		Confort y comodidad
<b>Cortes/ Formas</b>			
Envolventes	x		Confort y comodidad- Privacidad e intimidad
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Asimetrías		x	Uso público de la indumentaria
Cruces amarrados		x	Tendencia loungewear
Bolsillos	x		Investigación de campo
Frunces o pliegues en cintura		x	Identidad y personalidad
<b>Cromática</b>			
Gama de azul-verde a gris (fríos):			
		x	Identidad y personalidad- Privacidad e intimidad
<b>Texturas:</b>			
Táctil:			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Visual:			
Estampado acuarelado			
		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Oversize	x		Confort y comodidad
Estampado acuarelado		x	Identidad y personalidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
Mezcla de texturas/ bases textiles		x	Tendencia loungewear
<b>Tecnologías:</b>			
Sublimación textil	x		Estampado y colores enteros

Figura 146. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #9 (Elaboración propia).

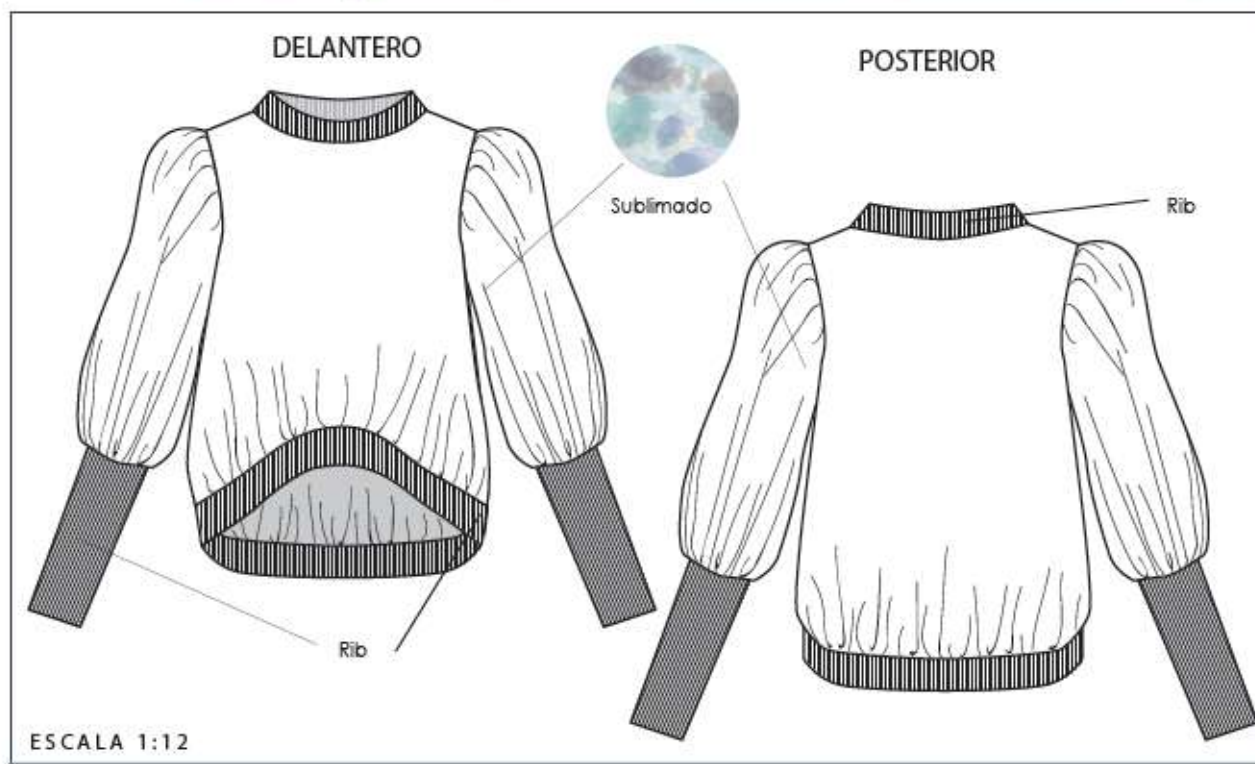
# FICHA TÉCNICA

## 23/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	023
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Chompa

### MEDIDAS

CONTORNO DE PECHO	70cm	CONTORNO DE CADERA	70cm
CONTORNO CINTURA	60cm	LARGO DE RODILLA	60cm
ANCHO DE HOMBRO	11 cm	CONTORNO DE RODILLA	11 cm
LARGO DETALLE	35 cm	TIRO DELANTERO	35 cm
LARGO DE MANGA	39 cm	TIRO POSTERIOR	39 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Chompa con estampado, rib en puños, cuello y bajo.
TELAS	Tejido de punto - Monaco: 84% poliéster - 16% algodón
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

C: 82% M: 55% Y: 5% K: 0%

Figura 147. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 9 (Samaniego y La Bouef, 2020).

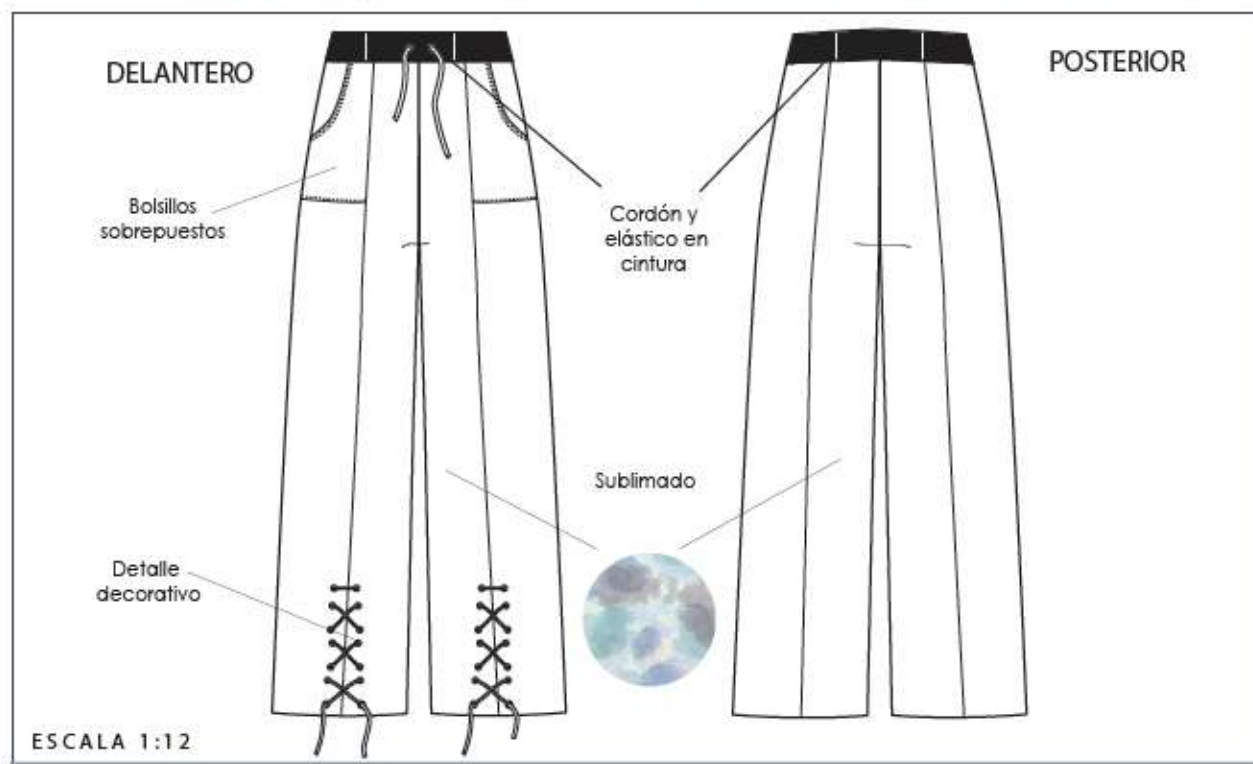
# FICHA TÉCNICA

## 24/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	024
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Pantalón

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Pantalón jogger de basta ancha con rib y cordón en cintura, bolsillos sobrepuestos, detalle decorativo en bastas.
TELAS	Tejido de punto - Monaco: 84% poliéster - 16% algodón
INSUMOS	Cordón 1m - 14 ojajillos
TECNOLOGÍA	Sublimación textil.

### CROMÁTICA (CMYK)

C: 82% M: 55% Y: 5% K: 0%

Figura 148. Ficha técnica de prenda inferior (pantalón recto) de la propuesta 9 (Samaniego y La Bouef, 2020)

---

## Propuesta 10:



Figura 149. Bocetos finales: propuesta 10 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

La décima y última propuesta que se ha realizado al nivel de fichas técnicas, consiste de dos prendas, una chompa corta de cuello tortuga y un vestido largo.

Para la chompa, como material se ha propuesto el realizarla en tejido de punto manual, siendo esta característica extraída del collage de confort y comodidad y para la cual se propone un hilo 70% lana y 30% poliéster. Y para el vestido se propone un tejido de punto, jersey, primordialmente de viscosa, que más bien remite a la categoría de identidad y personalidad, debido a como se comporta el tejido y la caída que tiene, más similar a las propuestas en tejido plano que se han visto anteriormente.

Ambas prendas tienen siluetas rectas aunque ligeramente insinuanes, en especial el vestido debido a su forma y a su base textil que tiende a “pegarse” ligeramente al cuerpo. Esta silueta remite a la categoría de indumentaria de uso público, siendo, en especial el vestido, una prenda que busca mucho más el “mostrar” y que es estereotípicamente relacionada con lo femenino, en especial si se compara con las otras propuestas de pantalones.

Las formas y cortes son simples y tradicionales; la chompa con una manga ranglán y cuello alto de tortuga, que nuevamente remiten a la categoría de indumentaria de uso público y el vestido con tiras delgadas y cuello redondeado ligeramente escotado, que remite al mismo collage, siendo las dos prendas opuestas, la una que cubre y la otra que busca mostrar.

La cromática de esta propuesta consiste en la gama azul-verde a gris, en específico el celeste más pálido para la chompa, que se propone obtener a través de tinturado manual, y en el vestido se propone el estampado acuarelado, a realizarse a través de la tecnología de pintura manual, ya que la base textil que se propone es viscosa, que no se sublima de manera idónea.

Las texturas que se evidencian son la afelpada en la chompa (categoría del confort y la comodidad) y la lisa/ sedosa en el vestido (identidad/ personalidad), teniendo este una textura liviana y fluida, característica del tejido de punto de viscosa.

Como texturas visuales, se puede observar el tejido de punto artesanal de la chompa, así como el estampado del vestido. Las tendencias evidenciables aquí son la de las capas varias, el estampado acuarelado, el tinturado manual de prendas, y esta tiene más que la tendencia loungewear la tendencia casualwear como inspiración, y esta basándose en el collage de la indumentaria de uso público que remite a prendas femeninas, y sensuales.



Característica:	Constante:	Variable:	Collage/ Categoría correspondiente:
<b>Materiales:</b>			
Tejido de punto:			
Tejido de punto manual		x	Confort y comodidad
Tejido de punto industrial:	x		
Tejidos delgados		x	Privacidad e intimidad
<b>Siluetas:</b>			
Insinuanes		x	Uso público de la indumentaria
<b>Cortes/ Formas</b>			
Cuello cerrado		x	Uso público de la indumentaria
Cuello escotado		x	Uso público de la indumentaria
Manga kimono		x	Identidad y personalidad
<b>Cromática</b>			
Gama de azul-verde a gris (fríos):			
		x	Identidad y personalidad-Privacidad e intimidad
<b>Texturas:</b>			
Táctil:			
Afelpada	x		Confort y comodidad
Lisa/sedosa		x	Identidad y personalidad
<b>Visual:</b>			
Estampado acuarelado			
		x	Identidad y personalidad
<b>Estilos/ tendencias:</b>			
Diversas capas	x		Uso público de la indumentaria-Privacidad e intimidad
Estampado acuarelado		x	Identidad y personalidad
Loungewear/ casualwear	x		Tendencias- Investigación de campo
<b>Tecnologías:</b>			
Pintura manual		x	Textiles con fibras naturales
Tinturado textil		x	Textiles con fibras naturales

Figura 150. Cuadro de constantes y variables para la propuesta #10 (Elaboración propia).

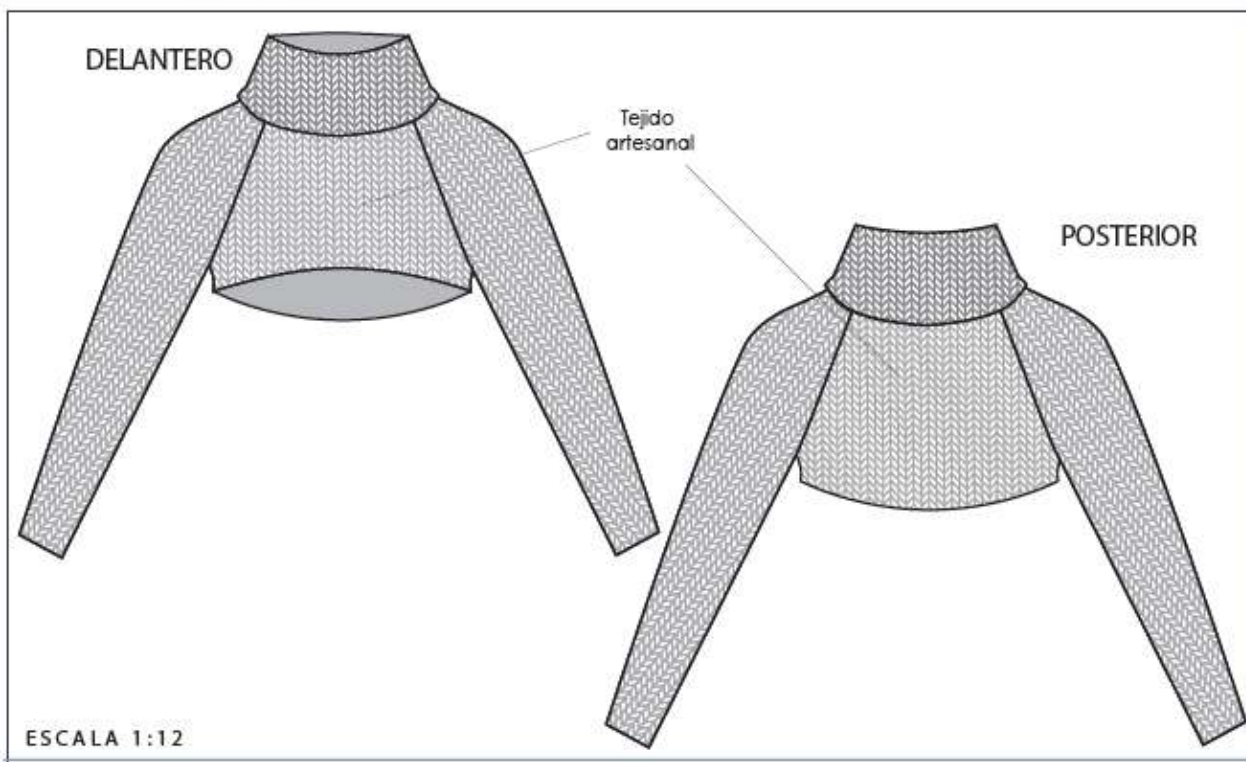
# FICHA TÉCNICA

## 25/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	025
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Chompa

### MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



### DESCRIPCIÓN

PRENDA	Compa tejida manualmente, cuello de tortuga y manga ranglan.
TELAS	Tejido de punto manual- Hilo: 70% lana - 30% poliéster
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Pintura manual.

### CROMÁTICA (CMYK)



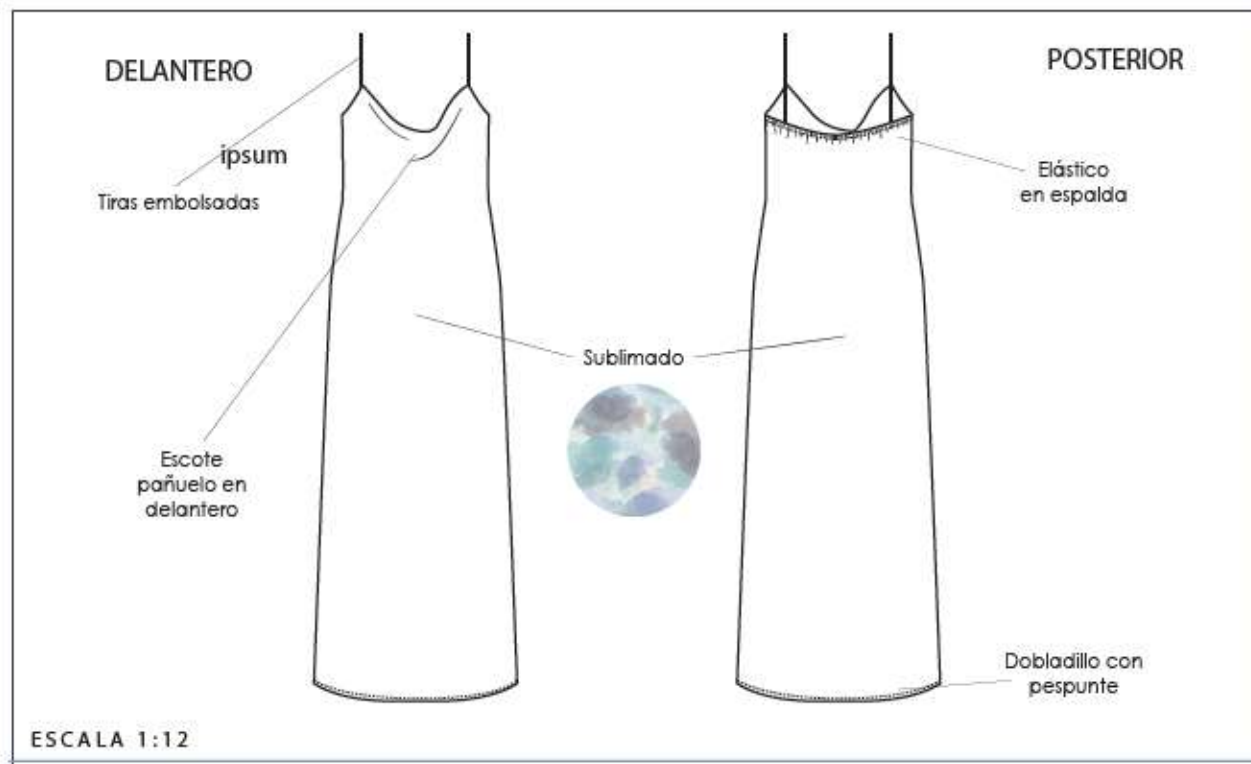
Figura 151. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 10 (Samaniego y La Bouef, 2020.)

# FICHA TÉCNICA 26/26

FECHA	Enero, 2021
ARTÍCULO	026
UNIVERSO	Ropa de dormir
COLECCIÓN	"Mundo Flotante"
TALLA	S
REFERENCIA	Vestido

## MEDIDAS

ESPALDA	37cm	TALLE POSTERIOR	40cm
CONTORNO DE BUSTO	86cm	CONTORNO DE CADERA	96cm
CONTORNO CINTURA	72cm	ALTURA DE CADERA	20 cm
ANCHO DE HOMBRO	12 cm	LARGO DE PANTALÓN	97 cm
TALLE DELANTERO	44 cm	LARGO DE MANGA	60 cm



## DESCRIPCIÓN

PRENDA	Vestido con tiras delgadas hasta la canilla.
TELAS	Tejido de punto - Sabela: 8% spandex - 92% viscosa.
INSUMOS	-
TECNOLOGÍA	Sublimación textil - Pintura manual.

## CROMÁTICA (CMYK)



Figura 152. Ficha técnica de prenda única (Vestido) de la propuesta 10 (Samaniego y La Bouef, 2020)

---

# 5.3.

## 5.3. Conclusiones y Recomendaciones:

### Conclusiones:

Como conclusión a este trabajo de investigación, se consideró muy satisfactorio y gratificante el realizar un proyecto con un enfoque tan grande en la investigación de campo y en la búsqueda de información cualitativa. Basándose en las teorías de las funciones del diseño y en específico la función simbólica del diseño que se guía y se nutre por los signos, símbolos y significados que se extraen de un contexto y de un grupo en específico. Se encontró una gran cantidad de información, mucha de esta inesperada y sorprendente, y toda muy útil para crear un cuestionamiento más profundo sobre el diseño de indumentaria y como este puede muchas veces caer en propuestas que no son verdaderamente útiles, y que el motivo por el cual pueden fracasar no es porque no cumplan su función práctica a la perfección, o no estén en tendencia o no sean objetos hermosos. Si no puede más bien deberse a que la propuesta tiene una desconexión con el usuario para el que se propone, por muchos motivos. Para descubrir esta falta de identificación entre el usuario y el objeto, es esencial hacer este análisis de lo simbólico y comunicativo del objeto.

A demás de llegar a conocer detalles muy profundos e importantes sobre los pensamientos y emociones en torno a la ropa de dormir, para la mujer cuencana de 25 a 35 años, También como diseñadora esta llevo a tener un proceso creativo muy profundo, a atar ideas como la relación muy estrecha entre lo emocional y psicológico con lo fisiológico y el uso práctico de una prenda por ejemplo. Mucha de la información tanto de la investigación teórica como de la investigación de campo fue tan resonante que se volvió una guía directa del proceso creativo, y se observa plasmado en los collages, donde se metaforizó esta información.



Finalmente fue una experiencia nueva y así mismo una experiencia positiva el trabajar en un proyecto en el que el estudio de tendencias fue algo secundario, y donde la segmentación de mercado se ha realizado de manera diferente; con un enfoque mayor en el análisis de los significados compartidos que existen en torno a la ropa de dormir, aún cuando las usuarias difieren en niveles socioeconómicos o hábitos de consumo, por ejemplo.

Así mismo la importancia de otros aspectos por encima de las tendencias que fueron muy evidentes desde el principio de la investigación, que se deben a la naturaleza misma de la ropa de dormir. Se considera que esta fue una propuesta innovadora gracias a la metodología aplicada, y que difiere muchas veces de la idea que se tiene de innovación, justamente asociada a las tendencias, en tecnología, o gracias a la aplicación de estilos y tendencias internacionales que están en boga. Esta innovación de diseñar con un énfasis profundo en un grupo meta, es una innovación más sutil; la de personalizar la propuesta, enfocándose en mirar hacia adentro en vez de hacia afuera y hacia lo lejano.

Finalmente solo acotar que se cumplió con todos los objetivos, tanto de la investigación como de la propuesta. Se considera que sería algo importante el realizar los prototipos físicos de la propuesta y tener una validación de esta por parte de un grupo humano real, tristemente por limitaciones debidas a la crisis sanitaria que se ha atravesado en el año 2020, los objetivos fueron modificados y se dejó la propuesta hasta el nivel gráfico; y así mismo por motivos de limitaciones de tiempo, nunca se propuso la validación en un grupo humano real para este proyecto, pero se considera que realizar un grupo focal en el que se presente la propuesta y escuchar justamente que sentimientos, emociones, ideas y significados y sentidos evocan estas prendas en las mujeres del grupo meta, sería una conclusión importante a este proyecto que ha tenido tanto énfasis en la usuaria.

Finalmente se considera que se podría investigar mas y perfeccionar esta metodología de diseñar desde la función simbólica, que esto requeriría el aplicar esta metodología a otros proyectos, y como ya se ha mencionado, es de suma importancia la validación.

## Recomendaciones:

Como recomendaciones, se considera que esta metodología, de diseñar desde la función simbólica y con la meta de una configuración simbólico-funcional del objeto es una que puede ser válida y útil para otros segmentos de la indumentaria y en general el diseño en general. Como se ha observado, el aplicar esta metodología enfocada en los signos y significados no necesariamente solo es válida para crear una propuesta conceptual, sino que puede ser muy interesante y ayudar en proponer algo muy válido e innovador cuando el segmento es convencionalmente uno en el que se propone desde la función práctica o de uso.

Se considera que como diseñadores es indispensable siempre recordar la importancia del usuario, de sus pensamientos, sentimientos, identidad cultural, personalidad, etc. Y considerar estos aspectos directamente en como se asocian a las prendas que estas personas usan y el porqué las usan; que significan sus prendas para los usuarios. Y sin importar la propuesta, el enfoque que se le esté dando, en cualquiera de las tres funciones del diseño, sin importar el concepto, la estética, etc. No perder este norte de crear pensando no en lo que sucede globalmente, o segado por las opiniones propias, que aunque guiadas por los estudios y la experiencia, pueden ser erróneas si se asume que el usuario meta piensa y siente de igual manera. No se debe diseñar por instinto, diseñar bien requiere de una investigación profunda.

Finalmente se recomienda validar la propuesta de este proyecto, la creación de prototipos físicos y la recopilación de las opiniones favorables y/o negativas que puedan tener un grupo de mujeres pertenecientes a la usuaria/beneficiaria meta de este proyecto.

# REFERENCIAS:

---

REFERENCIAS

REFERENCIAS

---

# Bibliografía:

Bonsiepe, G. (1993). Las 7 columnas del diseño. Editorial UAM-Unidad Azcapotzalco, 1.

Bürdek, B. E. (2002). Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial/Design (No. 7.05). Gustavo Gili.

Caballero, E. M., & Casco, A. I. V. (2006). Marketing de la moda. Pirámide.

Casals, L. L. (2018). Estudo dos paradoxos da moda. dObra [s]-revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, 11(24), 187-201.

Contemporary. (n.d.). Cambridge dictionary. Recuperado: 6 de julio, de: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/contemporary>

Cozy. (n.d.). Cambridge dictionary. Recuperado: 20 de junio, de: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cozy>

Das, A., & Alagirusamy, R. (2010). Science in clothing comfort. WPI Publishing.

Division of Sleep Medicine at Harvard Medical School and WGBH Educational Foundation. (18 de diciembre del 2007), Factores externos que influyen en el sueño. Recuperado de: <http://healthysleep.med.harvard.edu/healthy/science/how/external-factors>

Diario El Tiempo. Ecuador está en el tercer puesto de los países con menor estatura en Sudamérica. 27 de Julio de 2016. Cuenca, Ecuador. Recuperado de: [https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/ecuador-esta-en-el-tercer-puesto-de-los-paises-con-menor-estatura-en-sudamerica?\\_\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_\\_=ea74c1ffd401be8cbcf5cd8309b2d21027dc70e5-1591047583-0-AbHnvlJ-Y-aRvwDzfRr7EBBgVun6vltTDTNjN6oAKYQeHNkqv3SF-qyCnlw12Pl93BdyCBE3FQJoGPXTsqp7iZC77\\_9T2oOfJla9gTekjWok9U9ujI5I4xLNY-\\_V\\_JsFH8BIE7hKaUGawX5FDnqjUwGB6BUi36ijPEFj7NDIKu57J4O-F9kWovUlwXKBzYK4LkYONiQXtlLiQrVHTWaOpU4cTPoKVNSgQxSYS9GwLkODW5lEEDebENE\\_VWVi-ebbVM3K4dd5L-Cz1zS9AgALU-YxnhjqSIY6shQn8Lga57UMNVIZYFAHVyjQJrt9sldoq7ntPIROi77CtUasRKscG-NMA2-U-4B3f8e\\_aKqksr2UGq37W\\_TkflVR5E9zkqCu53H3A-dxsXSzbsDB6GByE](https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/ecuador-esta-en-el-tercer-puesto-de-los-paises-con-menor-estatura-en-sudamerica?__cf_chl_jschl_tk__=ea74c1ffd401be8cbcf5cd8309b2d21027dc70e5-1591047583-0-AbHnvlJ-Y-aRvwDzfRr7EBBgVun6vltTDTNjN6oAKYQeHNkqv3SF-qyCnlw12Pl93BdyCBE3FQJoGPXTsqp7iZC77_9T2oOfJla9gTekjWok9U9ujI5I4xLNY-_V_JsFH8BIE7hKaUGawX5FDnqjUwGB6BUi36ijPEFj7NDIKu57J4O-F9kWovUlwXKBzYK4LkYONiQXtlLiQrVHTWaOpU4cTPoKVNSgQxSYS9GwLkODW5lEEDebENE_VWVi-ebbVM3K4dd5L-Cz1zS9AgALU-YxnhjqSIY6shQn8Lga57UMNVIZYFAHVyjQJrt9sldoq7ntPIROi77CtUasRKscG-NMA2-U-4B3f8e_aKqksr2UGq37W_TkflVR5E9zkqCu53H3A-dxsXSzbsDB6GByE)

El clima promedio en Cuenca, Ecuador. (S.F). Recuperado de: <https://es.weatherspark.com/y/19348/Clima-promedio-en-Cuenca-Ecuador-durante-todo-el-año>

Encyclopædia Britannica.Pajamas. En Encyclopædia Britannica.2010. Encyclopædia Britannica, inc. Recuperado: <https://www.britannica.com/topic/pajamas>. 09-01-2020

Feltman, R. (2018).In the Olympics, what athletes wear is often more about science than style. Recuperado de: [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/kidspost/in-the-olympics-what-athletes-wear-is-often-more-about-science-than-style/2018/01/19/67626414-f6ce-11e7-a9e3-ab18ce41436a\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/kidspost/in-the-olympics-what-athletes-wear-is-often-more-about-science-than-style/2018/01/19/67626414-f6ce-11e7-a9e3-ab18ce41436a_story.html)

Gaceta UNAM(22 de noviembre del 2018), Dra. Luz del Carmen A. Vilchis Esquivel: Arquitectura y diseño: Teoría, análisis y crítica de las artes y de diseño, Recuperado de: <https://www.gaceta.unam.mx/pun-luz-del-carmen-a-vilchis-esquivel/>

Gupta, D. (2011). Design and engineering of functional clothing.

i Barcons, T. S. (2018). EL CUERPO VESTIDO EN LA SOCIEDAD OCCIDENTAL. Recuperado de: <https://www.temasdepsicoanalisis.org/wp-content/uploads/2018/07/Teresa-Sunyé.El-Cuerpo-vestido-en-la-sociedad-actual-ultim.pdf>

Jones, S. J. (2005). Diseño de moda. Blume.

Köstler, Nele. 2019. Weighing the Difference: Loungewear vs. Sleepwear. Recuperado de: <https://radicesleep.com/blogs/magazine/weighing-the-difference-loungewear-vs-sleepwear>

Löbach, B. (1981). Diseño industrial. Gustavo Gili.

Mahe, Y. 2015. History of Sleepwear. Recuperado de:<http://www.fashionintime.org/history-of-sleepwear/> .05-01-2020.

Moles, A. A. (1974). Teoría de los objetos/Théorie des objets (No. 165.3). Gustavo Gili,.

Mussuto, G. (2011). Diseño no es moda, y moda no es diseño de indumentaria. Una mirada contrastiva. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (38), 34-35.

Martins, S. B. (2009). Ergonomia e moda. dObra [s]–revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, 3(7), 83-88.

Nightwear. (n.d.). Cambridge dictionary. Recuperado: 17 de octubre del 2019, de: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/nightwear>"<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/nightwear>

Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation (figura) Recuperado de:<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/002224297403800106>

Ruiz Mitjana, Laura (S.F).¿Qué es la personalidad según la psicología?.Psicología y mente. Recuperado de:<https://psicologiymente.com/personalidad/que-es-personalidad>

Raffino, María Estela (2020). Concepto de identidad. Concepto.de. Recuperado de: <https://concepto.de/identidad/>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diseño. En Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. Recuperado de: [HYPERLINK "https://dle.rae.es/diseño"](https://dle.rae.es/diseño)<https://dle.rae.es/diseño> .05-01-2020.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Identidad. En Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. Recuperado de: <https://dle.rae.es/identidad> .08-06-2020.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Público. En Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.3 en línea]. Recuperado de:<https://dle.rae.es/público>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Privado. En Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.3 en línea]. Recuperado de: <https://dle.rae.es/privado>

Rahman, O., Yan, J., & Liu, W. S. (2009). Evaluative criteria for sleepwear: a study of privately consumed product in the People's Republic of China. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 2(2-3), 81-90.

Reynolds Nicole (2004) BOUDOIR STORIES: A NOVEL HISTORY OF A ROOM AND ITS OCCUPANTS, *Lit: Literature Interpretation Theory*, 15:2, 103-130, Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10436920490452083>

Riviere, M. *Diccionario de la moda*. (2014). Penguin Random House Grupo Editorial España. Kindle Edition.

Ruiz Mitjana, Laura (S.F).¿Qué es la personalidad según la psicología?.*Psicología y mente*. Recuperado de:<https://psicologiamente.com/personalidad/que-es-personalidad>

Rodriguez, Ana. S.F. ¿Qué es la intimidad?. Recuperado de: <https://psicoafirma.com/blog/parejas/que-es-la-intimidad/>

Steele, V. (2005). *Encyclopedia of Clothing and Fashion* vol. 1.Thomson Gale, Michigan, USA.

Steele, V. (2005). *Encyclopedia of Clothing and Fashion* vol. 2.Thomson Gale, Michigan, USA.

Steele, V. (2005). *Encyclopedia of Clothing and Fashion* vol. 3.Thomson Gale, Michigan, USA.

Simmel, G. *Sobre la aventura*. Barcelona, Ed. Península, 1988.

Temperatura promedio en Cuenca, Ecuador. (S.F). Recuperado de: <https://es.weatherspark.com/y/19348/Clima-promedio-en-Cuenca-Ecuador-durante-todo-el-año>

The pyjama from the Raj to LA: A STAPLE OF FASHION THROUGH THE CHANGING WORLD (2016) Recuperado de: <https://www.dolcegabbana.com/discover/a-brief-history-of-the-pyjama-from-loungewear-to-fashion/>

Traditional. (n.d.). Cambridge dictionary. Recuperado: 6 de julio, de: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/traditional>

Toscano, Manuel. (2017). Sobre el concepto de privacidad: la relación entre privacidad e intimidad. *Isegoría*. 533. 10.3989/isegoria.2017.057.06. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/321142627\\_Sobre\\_el\\_concepto\\_de\\_privacidad\\_la\\_relacion\\_entre\\_privacidad\\_e\\_intimidad](https://www.researchgate.net/publication/321142627_Sobre_el_concepto_de_privacidad_la_relacion_entre_privacidad_e_intimidad)

Valera, Sergi. ELEMENTOS BÁSICOS de PSICOLOGÍA AMBIENTAL. DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA SOCIAL y PSICOLOGÍA CUANTITATIVA. UNIVERSITAT DE BARCELONA. Recuperado de: [http://www.ub.edu/psicologia\\_ambiental/unidad-3-tema-5-1](http://www.ub.edu/psicologia_ambiental/unidad-3-tema-5-1)

Vilchis, L. (2000). Metodología Del Diseño: Fundamentos Teóricos. UNAM.

Warm. (n.d.). Cambridge dictionary. Recuperado: 20 de junio, de: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/warm>

# Bibliografía de figuras:

Figura 1. Bürdek (2002). Funciones del producto.(Figura). Recuperado de:Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial/Design (No. 7.05). Gustavo Gili. P. 179

Figura 2. Feltman. (2018). In the Olympics, what athletes wear is often more about science than style. Recuperado de: <https://www.washingtonpost.com/>

Figura 3. Recuperado de: <https://www.instyle.com/look-of-the-day/2019-02-20#3423728>

Figura 4. Recuperado de: <https://www.whowhatwear.com/naacp-image-awards-red-carpet-2020>

Figura 5. Recuperado de: [https://www.vogue.com/slideshow/golden-globes-2019-best-dressed?mbid=social\\_on-site\\_pinterest](https://www.vogue.com/slideshow/golden-globes-2019-best-dressed?mbid=social_on-site_pinterest)

Figura 6. Resumen del análisis de ejemplos de la función práctica o de uso. Elaboración propia.

Figura 7. Traje estampado para mujer de Nike sportswear.

Nike Sportswear NSW

Recuperado de: <https://www.nike.com/us/es/t/leggings-estampados-sportswear-nsw-3BMJdP/CJ9976-674>

Figura 8. Sujetador deportivo Nike para mujer

Nike Swoosh UltraBreathe

Recuperado de: <https://www.nike.com/us/es/t/sujetador-deportivo-de-sujeción-media-swoosh-ultrabreathe-jKbh8v/CJ0149-100>

Figura 9. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-couture/giambattista-valli>

Figura 10. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-couture/lieke-banetha>

Figura 11. <https://www.vogue.com/slideshow/inside-katharine-mcphie-david-foster-wedding-dress-zac-posen-london>

Figura 12. Resumen del análisis de ejemplos de la función estético-formal. (Elaboración propia)

Figura 13. <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-7151777/Kim-Kardashian-showcases-tiny-waistline-ample-cleavage-bodysuit-matching-sweats.html#i-23cb5d0665153a1a>



Figura 14. <https://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4328092/Gigi-Hadid-seen-leaving-NYC-apartment-pink.html>

Figura 15. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-couture/iris-van-herpen>

Figura 16. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-couture/schiaparelli>

Figura 17. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-couture/guo-pei>

Figura 18. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-couture/viktor-rolf>

Figura 19. Resumen del análisis de ejemplos de la función simbólico-comunicativa. (Elaboración propia)

Figura 20. Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation (Traducido del inglés)

Figura 21. Ropa de dormir masculina siglo XVIII. Recuperada de: [https://www.etsy.com/ca/listing/176473207/nfh18001-mens-french-style-shirt-pattern?utm\\_source=Pinterest&utm\\_medium=PageTools&utm\\_campaign=Share](https://www.etsy.com/ca/listing/176473207/nfh18001-mens-french-style-shirt-pattern?utm_source=Pinterest&utm_medium=PageTools&utm_campaign=Share)

Figura 22. Camisones de dormir masculino (izquierda) y femeninos 1870-1880.

[https://augusta-auction.com/auction?view=lot&id=19400&auction\\_file\\_id=55](https://augusta-auction.com/auction?view=lot&id=19400&auction_file_id=55)

Figura 23. Elvis Presley, 1956. Utilizando un camión de dormir tradicional, popular hasta la época. <https://www.gq.com/gallery/mens-pajamas-sleepwear-boxers-bathrobes-slippers>

Figura 24. Camisones femeninos de diversos largos y babydoll. En textiles no tradicionales como chifón y un color azul-verde pastel.

<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 25. Rita Hayworth 1941, vestido en corte al sesgo de nylon.

<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 26. Catálogo Colbys 1960, mostrando babydolls coloridos y estampados.

[https://www.pinterest.es/pin/47428602305318563/?nic\\_v1=1aZtg%2Bb57Rjj7H8MyM52w4HgcDILFUu4tyB9MvpAYWwhKx9IRAyXxStwP%2B8BaViDEs](https://www.pinterest.es/pin/47428602305318563/?nic_v1=1aZtg%2Bb57Rjj7H8MyM52w4HgcDILFUu4tyB9MvpAYWwhKx9IRAyXxStwP%2B8BaViDEs)

Figura 27. Epai-jaima tradicional.

<https://world.dolcegabbana.com/discover/a-brief-history-of-the-pyjama-from-loungewear-to-fashion/>

Figura 28. Ejemplos de un camisón y de un pijamas de 1890, en los comienzos de su popularidad.

<https://blog.sfgate.com/collectivemind/2009/12/11/daily-snap-daddy-i-saw-a-ghost/>

Figura 29. Patrones de pijama masculina de 1910

[https://www.etsy.com/uk/listing/98317684/1910s-standard-designer-mens-pajama?](https://www.etsy.com/uk/listing/98317684/1910s-standard-designer-mens-pajama?share_id=7602788&hmac=dcf18f313112968df4288f731dacf85d9a01657b&utm_source=Pinterest&utm_medium=PageTools&utm_campaign=Share)

[share\\_id=7602788&hmac=dcf18f313112968df4288f731dacf85d9a01657b&utm\\_source=Pinterest&utm\\_medium=PageTools&utm\\_campaign=Share](https://www.etsy.com/uk/listing/98317684/1910s-standard-designer-mens-pajama?share_id=7602788&hmac=dcf18f313112968df4288f731dacf85d9a01657b&utm_source=Pinterest&utm_medium=PageTools&utm_campaign=Share)

Figura 30. Patrones Simplicity de pijamas masculinas vintage (sin fecha, pero se puede suponer de 1940-1950)

<https://www.etsy.com/listing/122466814/vintage-mens-pajamas-sewing-pattern>

Figura 31. Traje femenino de descanso, con pantalon (pijama) 1913

<https://spanglercumplings.blogspot.com/2010/09/fashion-as-art>.

Figura 32. Pijama de playa femenina 1930

<https://vintagedancer.com/1930s/vintage-wide-leg-pants-history/>

Figura 33. Sophia Loren en la película: A Countess from Hong Kong, 1967

<https://www.anothermag.com/fashion-beauty/8595/the-ten-most-iconic-lingerie-moments-on-film>

Figura 34. Pijamas de seda 1965 . <https://www.flickr.com/photos/53035820@No2/5053214528>

Figura 34. Set de pijama Emilio Pucci, 1960's.

[https://www.1stdibs.com/fashion/clothing/suits-outfits-ensembles/1960s-emilio-pucci-silk-twill-evening-pajama-set/id-v\\_95422/](https://www.1stdibs.com/fashion/clothing/suits-outfits-ensembles/1960s-emilio-pucci-silk-twill-evening-pajama-set/id-v_95422/)

Figura 35. Emilio Pucci Colección Pre-Otoño 2020

<https://www.vogue.com/fashion-shows/pre-fall-2020/emilio-pucci>

Figura 36. Gigi Hadid, en las calles de NYC 2017

<https://www.elle.com/fashion/celebrity-style/g28609/celebrities-wearing-pjs/?slide=25>

Figura 37. Camisón masculino de lino blanco.

<https://loheinternacional.com/blog/index.php/es/2019/06/07/camisones-una-prenda-da-comodidad/>

Figura 38. Camisón de lino blanco femenino

<https://curiosfera-historia.com/historia-del-camison/>

Figura 39. Camisón como prenda masculina.

<https://curiosfera-historia.com/historia-del-camison/>

Figura 40. Camisón victoriano.

<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 40. Camisón victoriano.

<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 41. Camisones años 80.

<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 42. Camisón femenino contemporáneo

<https://www.pinterest.com/pin/304978206022720881/>

Figura 43. Influencia oriental desde la que surge el pijama. Hombres musulmanes utilizando pijamas (varios estilos), Bombay, 1867

<http://ogimages.bl.uk/images/019/019PHO001000S42U04329000%5BSVC2%5D.jpg>

Figura 44. Pijama masculino.

<https://www.esquire.com/es/moda-hombre/g31773637/paul-newman-marlon-brando-sean-connery-pijama/?slide=17>

Figura 45. Pijama femenina de los años 50's (pinterest.com, sf) <https://www.pinterest.es/pin/655062708287313538/>

Figura 46. Pijama femenina 1920's.

<https://fascinationstreetvintage.wordpress.com/2015/06/07/1920s-womens-pyjamas-photographs/>

Figura 46. Pijama femenina 1920's.

<https://fascinationstreetvintage.wordpress.com/2015/06/07/1920s-womens-pyjamas-photographs/>

48. Pijama contemporáneo femenino: múltiples estilos.

[https://www.elespanol.com/corazon/estilo/20191103/invierno-acerca-pijamas-hacer-frente-bajas-temperaturas/439486052\\_3.html](https://www.elespanol.com/corazon/estilo/20191103/invierno-acerca-pijamas-hacer-frente-bajas-temperaturas/439486052_3.html)

49. Bata masculina para estar en casa (lounge)

<https://thewidowflannigan.tumblr.com/post/15460459652/ohlookhistory-photograph-of-william-gillette-as>

Figura 50. Bata femenina para estar en casa (lounge) <https://fascinationstreetvintage.wordpress.com/2015/06/07/1920s-womens-pyjamas-photographs/>

Figura 51. Bata masculina (i.pinimg.com, sf). <https://i.pinimg.com/564x/7c/e0/e1/7ce0e1fbbfc879730b8de5b7be9cee4.jpg>

Figura 52. Bata femenina años 70's (fashionbubbles.com, 2020) <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 53. Hugh Hefner, Personaje icónico por su uso de bata. <https://www.pinterest.es/pin/155303887175658280/>

Figura 40. Camisón victoriano.

<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 41. Camisones años 80.

<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 42. Camisón femenino contemporáneo

<https://www.pinterest.com/pin/304978206022720881/>

Figura 43. Influencia oriental desde la que surge el pijama. Hombres musulmanes utilizando pijamas (varios estilos), Bombay, 1867

<http://ogimages.bl.uk/images/019/019PHO001000S42U04329000%5BSVC2%5D.jpg>

Figura 44. Pijama masculino.

<https://www.esquire.com/es/moda-hombre/g31773637/paul-newman-marlon-brando-sean-connery-pijama/?slide=17>

Figura 45. Pijama femenina de los años 50's (pinterest.com, sf) <https://www.pinterest.es/pin/655062708287313538/>

Figura 46. Pijama femenina 1920's.

<https://fascinationstreetvintage.wordpress.com/2015/06/07/1920s-womens-pyjamas-photographs/>

Figura 46. Pijama femenina 1920's.

<https://fascinationstreetvintage.wordpress.com/2015/06/07/1920s-womens-pyjamas-photographs/>

48. Pijama contemporáneo femenino: múltiples estilos.

[https://www.elespanol.com/corazon/estilo/20191103/invierno-acerca-pijamas-hacer-frente-bajas-temperaturas/439486052\\_3.html](https://www.elespanol.com/corazon/estilo/20191103/invierno-acerca-pijamas-hacer-frente-bajas-temperaturas/439486052_3.html)

49. Bata masculina para estar en casa (lounge)

<https://thewidowflannigan.tumblr.com/post/15460459652/ohlookhistory-photograph-of-william-gillette-as>

Figura 50. Bata femenina para estar en casa (lounge) <https://fascinationstreetvintage.wordpress.com/2015/06/07/1920s-womens-pyjamas-photographs/>

Figura 51. Bata masculina (i.pinimg.com, sf). <https://i.pinimg.com/564x/7c/e0/e1/7ce0e1fbbfc879730b8de5b7be9cee4.jpg>

Figura 52. Bata femenina años 70's (fashionbubbles.com, 2020) <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-do-vestido-babydoll/>

Figura 53. Hugh Hefner, Personaje icónico por su uso de bata. <https://www.pinterest.es/pin/155303887175658280/>

- Figura 54. Características de los textiles y atributos táctiles (Das & Alagirusamy, 2010, p.59)  
 Das, A., & Alagirusamy, R. (2010).Características de los textiles y atributos táctiles. (Figura). Recuperado de: Science in clothing comfort. WPI Publishing. P. 59
- Figura 55. Factores importantes físicos y fisiológicos que controlan el Confort de la indumentaria (Das & Alagirusamy, 2010, p.14)
- Figura 55. Factores importantes físicos y fisiológicos que controlan el Confort de la indumentaria.
- Figura 56. Criterios generales de segmentación de mercados (Caballero & Carrasco, 2006, p.118).
- Figura 57. Criterios de segmentación específicos en moda (Caballero & Carrasco, 2006, p.119).
- Figura 58. Guía para actividad 2. grupo focal 07-03-2020.
- Figura 59. Constelación del las palabras: confort/comodidad ,realizado por el grupo01. en el grupo focal 07-03-2020.
- Figura 60. Constelación del las palabras: identidad/personalidad, realizado por el grupo01. en el grupo focal 07-03-2020.
- Figura 61. Constelación de las palabras (indumentaria de) uso publico, realizado por el grupo01. en el grupo focal 07-03-2020.
- Figura 62. Constelación de las palabras: privacidad/ intimidad realizado por el grupo01. en el grupo focal 07-03-2020.
- Figura 63. Constelación de sentido de la ropa de dormir (Elaboración propia).
- Figura 64. Constelación de sentido de la ropa de dormir acercamiento (Elaboración propia).
- Figura 65. Constelación de sentido de la ropa de dormir acercamiento (Elaboración propia).
- Figura 66. Constelación que muestra las cinco categorías de análisis para la investigación de campo (Elaboración propia).
- Figura 67. Pasos para la creación de las constelaciones de sentido (Elaboración propia).
- Figura 68. Constelación de sentido del confort y la comodidad (Elaboración propia).
- Figura 69. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).
- Figura 70. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).
- Figura 71. Constelación de sentido del confort y la comodidad acercamiento (Elaboración propia).

Figura 72. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad (Elaboración propia).

Figura 73. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad acercamiento (Elaboración propia).

Figura 74. Constelación de sentido de la identidad y la personalidad acercamiento (Elaboración propia).

Figura 75. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria (Elaboración propia).

Figura 76. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Figura 77. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Figura 78. Constelación de sentido del uso publico de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Figura 79. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria (Elaboración propia).

Figura 80. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Figura 81. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Figura 82. Constelación de sentido del uso privado/ íntimo de la indumentaria acercamiento (Elaboración propia).

Figuras 83. Collage previo al collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).

Figuras 84. Collage previo al collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).

Figura 85. Collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).(Elaboración propia).

Figura 86. Collage previo al collage final: Tensión generacional (Elaboración propia).

Figura 87. Collages final: Tensión generacional (Elaboración propia).

Figura 88. Collage previo al collage final: Semi-público (Elaboración propia).

Figura 89. Collage final: Semi-público (Elaboración propia).(Elaboración propia).

Figura 90. Collage previo al collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).

Figura 91. Collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).

Figura 92. Collage de la propuesta de diseño (Elaboración propia).

Figura 93. Collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).

Figura 94. Collages final: Tensión generacional (Elaboración propia).

Figura 95. Collage final: Semi-público (Elaboración propia).

Figura 96. Collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).

Figura 97. Tabla de constantes y variables a considerarse para la elaboración de la propuesta de diseño. (Elaboración propia).

Figura 98. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).

Figura 99. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).

Figura 100. Bocetos finales de la colección (Elaboración propia).

Figura 101. Collage de la propuesta de diseño (Elaboración propia).

Figura 102. Collage final: Cálido y Acogedor (Elaboración propia).

Figura 103. Collages final: Tensión generacional (Elaboración propia).

Figura 104. Collage final: Semi-público (Elaboración propia).

Figura 105. Collage final: Los niveles de confianza (Elaboración propia).

Figura 106. Tabla de constantes y variables a considerarse para la elaboración de la propuesta de diseño. (Elaboración propia).

Figura 107. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).

Figura 108. Bocetos preliminares de la colección (Elaboración propia).

Figura 109. Bocetos finales de la colección (Elaboración propia).

Figura 110. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 1 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 111. Bocetos finales: propuesta 2 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 112. Ficha técnica de prenda superior (poncho) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 113. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 114. Ficha técnica de prenda superior (bralette) de la propuesta 2 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 115. Bocetos finales: propuesta 3 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 116. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 3 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 117. Ficha técnica de prenda inferior (pantalón recto) de la propuesta 3 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 118. Bocetos finales: propuesta 4 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 119. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 120. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 121. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 4 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 122. Bocetos finales: propuesta 5 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 123. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 124. Ficha técnica de prenda superior (vividí) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 125. Ficha técnica de prenda inferior (jogger) de la propuesta 5 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 126. Bocetos finales: propuesta 6 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 127. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 128. Ficha técnica de prenda superior (poncho) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 129. Ficha técnica de prenda inferior (yoga pants) de la propuesta 6 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 130. Bocetos finales: propuesta 7 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 131. Ficha técnica de prenda superior (bata) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).



Figura 132. Ficha técnica de prenda superior (bralette) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 133. Ficha técnica de prenda inferior (short) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 134. Ficha técnica de prenda superior (camiseta) de la propuesta 7 (Samaniego y La Bouef, 2020).

Figura 135. Bocetos finales: propuesta 8 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 136. Ficha técnica de prenda inferior (biker shorts) de la propuesta 8 (Samaniego y La Bouef, 2020)

Figura 137. Bocetos finales: propuesta 9 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 138. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 9 (Samaniego y La Bouef, 2020)

Figura 139. Ficha técnica de prenda inferior (pantalón recto) de la propuesta 9 (Samaniego y La Bouef, 2020)

Figura 140. Bocetos finales: propuesta 10 de ropa de dormir, diseñada desde la función simbólica (Elaboración propia).

Figura 141. Ficha técnica de prenda superior (chompa) de la propuesta 10 (Samaniego y La Bouef, 2020)

Figura 142. Ficha técnica de prenda única (Vestido) de la propuesta 10 (Samaniego y La Bouef, 2020)

# Glosario:

## -Alta costura:

Esta denominación proviene del término francés “haute couture”, se usa para nombrar un sector del diseño de moda cuyo objetivo es lograr una prenda que no dependa de la industria, sino cuya fabricación sea artesanal y a medida; otras características que debe poseer un diseño realizado en alta costura son: ser piezas exclusivas, ser costosas, cumplir con un número alto de horas para su fabricación y un número de personas que intervienen en la misma, tener una certificación de alta costura, poseer un grado de innovación, tener una calidad de materiales y acabados excelente, estar en un desfile de moda al año y lanzar una cantidad determinada de colecciones; por ello el número de diseñadores que hacen alta costura es limitado y es muy restringido el grupo de consumidores por sus costos.

## -Althleisure:

Esta es una tendencia de moda que aparece en el año 2014, consiste en elevar la relevancia de la ropa deportiva y sacarla únicamente de los espacios destinados a ejercitarse, para poder llevar un estilo deportivo, relajado y sobre todo cómodo a donde sea. Etimológicamente la palabra está compuesta o se deriva de dos palabras que son contrarias entre sí, pero que la juntarse en esta tendencia evoca exactamente la conducta de esta tendencia y son athletic (atlético) y leisure (ocio).

## -Códigos:

El término código tiene diferentes usos y acepciones, consiste en una combinación de símbolos que, en el marco de un sistema ya establecido, cuenta con un cierto valor específico, a su vez permite que estos símbolos sean descifrados y categorizados para comprender dicho sistema. Un código ayuda a comprender principalmente las reglas o normas de un entorno o contexto.

## -Código vestimentario:

Es una recopilación de lineamientos respecto a lo que debe vestirse de acuerdo a cada ocasión, teniendo en cuenta factores como el evento al que se asiste, la hora, la actividad que se va a realizar, las costumbres, el clima, etc., su función consiste en guiar la elección de las prendas de vestir de acuerdo al análisis de los factores expuestos.

## -Configuración:

“Disposición de las partes que componen una cosa y le dan su forma y sus propiedades”.

## -Contexto/ Entorno:

El término contexto deriva del latín, contextus, que significa lo que rodea a un acontecimiento o hecho. El contexto comprende el marco, ambiente, entorno, físico o simbólico, el conjunto de fenómenos, situaciones y circunstancias (inclusive el tiempo y el lugar), que rodean o condicionan una situación determinada.

-Connotación:

La connotación se encuentra ligada a un acto más subjetivo que consiste en encontrar un sentido adicional generalmente expresivo a las palabras, asociándolas a significados secundarios que se determinan de acuerdo al contexto en que se usan ampliando el sentido de las palabras para trascender del significado textual.

Un ejemplo de ello puede ser al usar la palabra piedra, que de manera denotativa es un mineral, pero de manera connotativa puede usarse en una frase como “su corazón se hizo piedra”, que expresa un sentido de dureza y frialdad a la palabra piedra en un contexto más expresivo.

-Denotación:

El término denotación se refiere al significado puro, libre de contextualizaciones y subjetividades, el significado básico, convencional y objetivo que posee una palabra y es comprendido por todos aquellos que hablan un mismo idioma.

-Design thinking:

El design thinking es una metodología que permite diseñar o proyectar ya sea un objeto, experiencia de consumo, diseño gráfico, organización de espacios, entre otros; a partir de la visión y experiencia del usuario, logrando que los desarrolladores de ideas se pongan en los zapatos de sus propios consumidores o usuarios para comprender su realidad y sus necesidades; usualmente este proceso ocurría al revés, primero se diseñaba y lanzaba un producto y ahí recién era validado, pero con este método lo que se busca es ofrecer soluciones reales basadas en las necesidades de los usuarios; así antes de ejecutar una idea o producto se busca primero observar, escuchar y comprender el comportamiento de la relación producto – usuario – entorno, para que en base a este análisis se pueda ofrecer una solución real a través de un producto o proyecto de diseño.

-Diseño de moda:

El término “diseño de moda” hace referencia a la profesión o carrera encargada de la creación de prendas de vestir o accesorios, los mismos son diseñados en función del contexto cultural y social de cada lugar y tiempo específico, además que también refleja el estilo y las ideas de cada diseñador. El diseño de moda se puede dividir en 3 categorías: alta costura, moda lista para llevar o Prêt-à-porter y mercado de masa.

-Estética como movimiento estilístico:

Esta corriente se conoce como esteticismo, surgió como un movimiento artístico en Inglaterra a finales del siglo XIX, su ideal es mostrar que el arte existe para exaltar la belleza, sin ningún otro fin. Hasta la época el arte había sido usado como un medio de expresión religiosa y la naciente era industrial generó un materialismo que se basaba en el consumo sin importar mayor objetivo que el utilitarismo; es entonces que surge el esteticismo para contrarrestar estos fenómenos desprendiendo del arte la moralidad, religiosidad, ciencia y utilidad, para sobreponer el importe de la belleza, no necesariamente visto como algo bello sino más bien permitiendo al arte ser un elemento de contemplación que transmite valores estéticos.

-Interpretación/ interpretar:

El verbo “interpretar” hace referencia a la acción de descifrar o declarar el sentido de algo, en otras palabras, es la forma de expresar, ya sea, acciones, dichos, conceptos, hechos, etc; por ende, se interpreta una determinada expresión para conocer el significado de la misma. Es entonces, la interpretación la consecuencia o el resultado de la acción de interpretar, es decir, es el proceso que abarca el deducir y representar algo en específico.

-Connotación:

La connotación se encuentra ligada a un acto más subjetivo que consiste en encontrar un sentido adicional generalmente expresivo a las palabras, asociándolas a significados secundarios que se determinan de acuerdo al contexto en que se usan ampliando el sentido de las palabras para trascender del significado textual.

Un ejemplo de ello puede ser al usar la palabra piedra, que de manera denotativa es un mineral, pero de manera connotativa puede usarse en una frase como “su corazón se hizo piedra”, que expresa un sentido de dureza y frialdad a la palabra piedra en un contexto más expresivo.

-Denotación:

El término denotación se refiere al significado puro, libre de contextualizaciones y subjetividades, el significado básico, convencional y objetivo que posee una palabra y es comprendido por todos aquellos que hablan un mismo idioma.

-Design thinking:

El design thinking es una metodología que permite diseñar o proyectar ya sea un objeto, experiencia de consumo, diseño gráfico, organización de espacios, entre otros; a partir de la visión y experiencia del usuario, logrando que los desarrolladores de ideas se pongan en los zapatos de sus propios consumidores o usuarios para comprender su realidad y sus necesidades; usualmente este proceso ocurría al revés, primero se diseñaba y lanzaba un producto y ahí recién era validado, pero con este método lo que se busca es ofrecer soluciones reales basadas en las necesidades de los usuarios; así antes de ejecutar una idea o producto se busca primero observar, escuchar y comprender el comportamiento de la relación producto – usuario – entorno, para que en base a este análisis se pueda ofrecer una solución real a través de un producto o proyecto de diseño.

-Diseño de moda:

El término “diseño de moda” hace referencia a la profesión o carrera encargada de la creación de prendas de vestir o accesorios, los mismos son diseñados en función del contexto cultural y social de cada lugar y tiempo específico, además que también refleja el estilo y las ideas de cada diseñador. El diseño de moda se puede dividir en 3 categorías: alta costura, moda lista para llevar o Prêt-à-porter y mercado de masa.

-Estética como movimiento estilístico:

Esta corriente se conoce como esteticismo, surgió como un movimiento artístico en Inglaterra a finales del siglo XIX, su ideal es mostrar que el arte existe para exaltar la belleza, sin ningún otro fin. Hasta la época el arte había sido usado como un medio de expresión religiosa y la naciente era industrial generó un materialismo que se basaba en el consumo sin importar mayor objetivo que el utilitarismo; es entonces que surge el esteticismo para contrarrestar estos fenómenos desprendiendo del arte la moralidad, religiosidad, ciencia y utilidad, para sobreponer el importe de la belleza, no necesariamente visto como algo bello sino más bien permitiendo al arte ser un elemento de contemplación que transmite valores estéticos.

-Interpretación/ interpretar:

El verbo “interpretar” hace referencia a la acción de descifrar o declarar el sentido de algo, en otras palabras, es la forma de expresar, ya sea, acciones, dichos, conceptos, hechos, etc; por ende, se interpreta una determinada expresión para conocer el significado de la misma. Es entonces, la interpretación la consecuencia o el resultado de la acción de interpretar, es decir, es el proceso que abarca el deducir y representar algo en específico.

-Loungewear:

Para explicar el significado del término “loungewear” es importante definir las dos palabras del idioma inglés de las que proviene. La palabra “lounges” que puede usarse de dos formas, primero como sustantivo que hace referencia a un salón, estancia o lugar público para relajarse o esperar y como verbo que quiere decir estar tranquilo o relajado. En segundo lugar la palabra “wear” que se puede entender como sustantivo y se refiere a la ropa o prendas y también como verbo que significa usar, ponerse, llevar puesto; en consecuencia, se define al término “loungewear” como ropa casual y cómoda para estar en casa o simplemente ropa y/o prendas de descanso.

-Moda conceptual:

Es importante recalcar primero la definición de moda, la Real Academia Española define como moda al “Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo o en determinado país.” La moda conceptual hace referencia a toda prenda o accesorio que ha sido diseñado y plasmado bajo un lineamiento o concepto muy claro siendo también este el factor más importante del producto. No siempre la moda conceptual es práctica, es decir, no siempre es usable, la mayoría de diseñadores la usan para transmitir un mensaje particular.

-Necesidad fisiológica/ primaria:

Las necesidades fisiológicas primarias son aquellas necesidades básicas que el ser humano necesita realizar para sobrevivir y obtener una armonía con su cuerpo y las funciones que realiza el mismo, por ejemplo: respiración, hambre, sed, sueño, descanso y reproducción.

-Representación/ representar:

El término representación hace referencia al resultado de la acción del verbo representar, el mismo se utiliza para indicar el acto de colocar mentalmente imágenes, palabras, figuras, pensamientos que sirven para definir o expresar algo, también se podría usar la palabra representar para referirse al hecho de ser imagen o símbolo de algo.

Por ejemplo:

Fue fácil representar la escena en mi mente.

El león representa el poder y la paloma la paz.

-Semiosis:

La semiosis es el proceso de significación interpretativa desarrollado en la mente del intérprete, este proceso inicia con la apreciación del signo o signos y finaliza con la creación de un significado mental, es decir, la semiosis parte de la percepción visual hasta la obtención de un significado.

-Sentido:

La real academia española define el término sentido como “Proceso fisiológico de recepción y reconocimiento de sensaciones y estímulos que se produce a través de la vista, el oído, el olfato, el gusto o el tacto, o la situación de su propio cuerpo.”

-Símbolo:

La palabra símbolo se usa para referirse a cualquier objeto, elemento, persona e incluso animal que se considere característico para representar una idea, entidad, pensamiento, colectividad, etc. También se define como símbolo a aquella imagen que se usa por convención social para identificar o representar algo.

Por ejemplo:

El corazón es el símbolo del amor.

Hitler es el símbolo de los nazis.

-Signo:

Un signo es aquel elemento, objeto o fenómeno que sirve para representar o sustituir algo, es decir, un signo transmite un significado o mensaje ya sea por convención o naturaleza.

-Significado:

La palabra significado indica el concepto que se le atribuye a una palabra o una expresión.

-Significación:

El término significación hace referencia al efecto de significar, es decir, al sentido o concepto de una palabra, a diferencia de la expresión significado esta es una palabra más general y menos común.

-Subcódigos:

El código en su sentido más amplio está relacionado a la comunicación y de aquí su concepto deriva a distintas ramas como el diseño, la antropología, la informática, la lingüística, etc., pero su denotación se encuentra ligada al objetivo de establecer signos o señales que pueden ser tangibles o intangibles que al combinarse configuran un sistema que comunica y puede ser leído o captado por personas que conocen y entienden dicho código y a su vez pueden descifrarlo y comprenderlo para cumplir este objetivo de comunicación. Así el código es la clave de acceso para comprender un mensaje ya sea dicho de manera verbal o escrita, examinado de manera visual, o percibido de actividades sociales, culturales o psicológicas. Existen tantos códigos como formas de comunicación, sin embargo los códigos están compuestos por subcódigos cuya función es un poco más subjetiva en el sentido en que estos permiten una comunicación más ligada al contexto en el que esta se genera, atendiendo a patrones culturales, de género, etnográficos, geográficos, etc., es decir un subcódigo es el que permite una comprensión más adaptada al entorno, el emisor y el receptor.

-Tendencias de moda.

Una tendencia comprende básicamente un estilo que perdura un tiempo determinado, en relación a la moda la tendencia se manifiesta con determinadas características como colores, cortes, accesorios, materiales, texturas, etc., que se emplean con el objetivo de mostrar originalidad e innovación a la hora de vestir y definen un concepto en un lugar y momento concreto.

Las tendencias de moda guían el comportamiento del consumo marcando las pautas para vestir en cada época, estas vienen marcadas generalmente por la industria textil.

-Triada de Peirce: Interpretante, Objeto, Representamen. (semiosis)

Charles Sanders Peirce fue un filósofo Estadounidense que define al signo como un objeto tripartita o constituido en 3 partes, las cuales son: representamen, objeto e interpretante.

Representamen: es el signo como tal, algo que para alguien puede sustituir de alguna forma el concepto o idea de otro objeto o pensamiento.

Objeto: Aquello que representa el signo, es decir, la denotación del mismo. Pierce dijo: "este signo esta en lugar de algo: su objeto".

Interpretante: es otro signo o pensamiento que se crea en la mente de cada receptor y se refiere al mismo objeto pero de una forma más avanzada y subjetiva, está claramente relacionado con la cultura y costumbres de cada persona.

-Usuario-usuario meta:

El término usuario deriva del latín usuarius, que es la persona que utiliza algo o es destinataria de un servicio; la Real Academia de la Lengua lo define como: un usuario es quien ordinariamente usa algo. En un contexto de desarrollo de productos se conoce como usuario final a la persona a la que está destinado el uso del producto y es quien tiene la interacción directa con el mismo, así mismo es a quien se usa como sujeto de estudio para el desarrollo del proyecto de producción y comercialización.

Se lo conoce también como usuario meta, principalmente en el área del marketing, dónde hace referencia a la segmentación de mercado que se realiza estandarizando ciertas características de los usuarios para agruparlos en nichos o grupos focales a los que se estudia para dirigir los productos o servicios.

# ANEXOS:

---

ANEXOS

ANEXOS

---



# Índice de Anexos:

1. Preguntas base para entrevistas piloto y semi-estructuradas

2. Entrevistas piloto

2.1. Transcripciones de entrevistas piloto

2.2. Audios entrevistas piloto

1. Entrevistas semi-estructuradas

3.1. Transcripciones de entrevistas semi-estructuradas

3.2. Audios entrevistas semi-estructuradas

4. Grupos focales

4.1. Audios de grupos focales

4.2. Constelaciones de sentido de grupos focales: actividad 2

5. Denuncia de proyecto

6. Abstract

# 1. PREGUNTAS BASE PARA ENTREVISTAS PILOTO Y SEMI- ESTRUCTURADAS:

1. ¿Usted usa ropa de dormir?
2. ¿Cuáles prendas son sus preferidas?
3. ¿Para qué momentos decide usar esta ropa de dormir?
4. ¿En qué lugares o situaciones usa ropa de dormir?
5. ¿Por qué razones podría considerar que la ropa de dormir no es para usar en público o afuera?
6. ¿Por qué considera que la ropa de dormir no es para ser vista por toda la gente?
7. ¿Qué características puede tener la ropa de dormir que no tiene la vestimenta cotidiana?
8. ¿Tiene recuerdos de alguna ropa de dormir en particular? ¿Por qué la recuerda?
9. ¿Recuerda cómo era su ropa de dormir de la niñez? ¿En qué ha cambiado en la adultez?
10. ¿Cree usted que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencia?
11. ¿Con qué relaciona a la ropa de dormir?, ¿Con qué momentos y con cuáles ideas?
12. ¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

## 2. ENTREVISTAS PILOTO:

### 2.1. Transcripciones de entrevistas piloto:

#### -ENTREVISTA CATALINA ALVARADO, 47 AÑOS, COMERCIANTE

Introducción:

Nombre: Catalina Alvarado Moncayo, de 47 años, comerciante y dueña del local Centro Textil San Alfonso.

¿Usted usa ropa de dormir?

Respuestas: Catalina:

Yo si uso ropa de dormir, me gusta sentir que estoy vestida, estoy cómoda; me gusta (usar) pantalón y chompa, o top con manga larga. Para Cuenca, me gusta que sea de un material más abrigado, que sea de algodón, que tenga fibras naturales de manera que me mantenga abrigada y fresca a la vez.

¿Cuáles prendas son sus preferidas?¿Cuáles son sus características: Ej. Conjuntos, pijamas viejas, calentadores reutilizados, etc.?

Respuestas: Catalina:

Por reutilizarles si tengo pijamas que son calentadores, se convirtieron por su comodidad. También tengo conjuntos que me gustan, que me he comprado en Estados Unidos, que no son los diseños típicos, como una negra que tengo y que no se ven tan feas incluso si estoy un día de pijama en la casa. Y para la costa también me gustan de tela camiseta y de algodón, pero no tengo en diseños muy bonitos, que me agraden, tengo una amarilla, feíta.

¿Para qué momentos decide usar esta ropa de dormir?

Respuestas: Catalina:

Para dormir específicamente y un sábado en la mañana que no tenga que trabajar y o domingo igual estoy de pijama.

¿En qué lugares o situaciones usa ropa de dormir? ¿La utilizaría en público?

Ej. Para recibir amigas en su casa o para realizar actividades cotidianas como hacer las compras.

Respuestas: Catalina:

No, jamás estaría con pijama para recibir amistades o salir a la calle, pero en algunas ocasiones si estas de pronto operada o enferma y necesitas una buena pijama, algo decente, no cualquier pijama; porque en esas ocasiones ya estas con gente y aparte también me ha pasado que mis hijas invitan a pijamadas y para esas ocasiones así mismo se necesita una buena pijama para estar medianamente decente.

¿Cuál es la diferencia entre una pijama decente e indecente?

Respuestas: Catalina:

Las que son de colores no tan bonitos, que son de diseños medio feos, No sé, que son muy marcados que son pijama y pijama como fea, que no importa porque vas a dormir y nadie te va a ver. Y no es así, en algún momento estas en público; estas en la clínica, yo que sé cuándo recién te levantas, etc.

(En estas situaciones públicas inevitables) quieres estar con algo un poco más decente, pero algo que no se vea, no sé; ridículo.

¿A qué se refiere con no verse ridículo, que le hace sentir que se ve de esa manera?

Respuestas: Catalina:

Porque los pijamas típicos por ejemplo, los que mencioné como de costa, son de colores feos con muñecos marcados (en el pecho), hasta cierto punto pienso que son infantiles o medio ridículas; no comprendo porque les hacen así.

Respuestas: Catalina:

Mis pijamas favoritos eran unos que me trajo mi mami de Estados Unidos. Y eran lindos porque eran diferentes a las que había aquí. Eran en colores enteros, y eran unos monos con cierre largo. No tenían estampados feos o infantiles, sino de un solo color y eran como diferentes, más como las que hay ahora. Un azul no oscuro pero no celeste, entre rey y marino. (Pregunta: Era de niña o unisex) Era de niña.

7. ¿Recuerda cómo era su ropa de dormir de la niñez? ¿En qué ha cambiado en la adultez?

Respuestas: Catalina:

Yo siempre he sido friolenta, entonces siempre he buscado pijamas que sean abrigadas, pero bastantes de mis pijamas eran calentadores que yo les convertía por abrigadas y cómodas o terminaban siéndolo porque algo les pasaba, se mancharon o alguna cosa (realiza manualidades, normalmente durante la noche, cuando tiene insomnio). De comprar pijamas, claro que me he comprado pijamas, pero nunca han sido tan lindas, en verdad nunca he tenido una que me guste. (Pregunta: y ¿porque?) Yo pienso que por los colores, la propuesta es muy de colores pálidos, muy encasillada con que es pijama, en que estas puesta una pijama. Si sales al jardín y alguien te vio, estas puesta una pijama, si estas con un calentador viejo, como quiera estas en calentador.

8. ¿Cree usted que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencia? ¿Según su experiencia con su esposo o familiares? Hábleme de estereotipos, y la oferta local, ¿se siente identificada por esta?

Respuestas: Catalina:

Yo pienso que en las de hombre si tienen un poco más de variación (en comparación con la ropa de dormir clásica de mujer), tienen por ejemplo en tonos más oscuros, azul marino, lacre, negro, características que no hay para mujer, son súper simples, súper básicas, típicas también. (Pregunta: ¿Cree que esto es algo positivo o negativo?) Negativo porque no tienen muchas opciones para elegir, pero en todo caso por lo menos los colores son más para mi parecer decentes.; personalmente odio las pijamas de colores pálidos, rosadito, amarillito, celestito, meloncito, crema, etc.

9. Si tuviera la posibilidad de elegir, ¿Qué características tuviera su pijama ideal?

Respuestas: Catalina:

Cuando busco una pijama, busco principalmente la calidad, que sea abrigada para Cuenca, y si quisiera algo que no se vea tan “pijamezco”, ósea como que pudiera estar vestida de pronto si alguien timbra, no sería el horror de ¿y ahora?, de estar con algo que no se vea tan pijama, en un color, en un diseño y por ejemplo si estoy de vacaciones en Salinas, con mis hermanos, con familia no me vea horrible. Ósea estoy con una pijama pero que no se ve tan mal.

10. Si el pijama fuera a su gusto como menciona, ¿cree qué le incorporara en otras situaciones, más públicas en su vida? ¿Cree que puede transicionar a otras situaciones?

Respuestas: Catalina:

No, yo creo que si se encasilla en ser pijama, porque si no sería otra ropa. (¿Porque?) No sé, porque no se me ocurre que un pijama trascienda tanto. Pero talvez si, talvez seria como una ropa ya no la deportiva cómoda que puedes pasar el día y que pudieras dormir a ser una aún más casual y que puede ser tanto para usar en el día o para dormir. Siento que la gente busca usar ropa limpia para dormir, puede ser la misma pero limpia. Podría ser un tipo buso, y una tipo licra o pantalón, que sea cómodo y se vea bien, que puede ser para un sábado o para un domingo.

11. ¿Con qué relaciona a la ropa de dormir?, ¿Con qué momentos?, ¿Con cuales ideas?

Respuestas: Catalina:

Yo pienso que mucha gente llega del trabajo y está con ropa súper incomoda, porque usan uniformes, quizás es una falda, tacos, media pantalón (nylon); entonces llega a la casa y se cambia, a la ropa cómoda y esa transición es de, estoy en la casa y voy a dormir. Sobre todo la gente que trabaja en oficinas. Pero mi caso, he tenido una pésima costumbre que es cambiarme a la pijama ya justo antes de irme a dormir, hay gente que se cambia mucho antes, y para ver la televisión por ejemplo. Yo en cambio no veo la televisión en mi cuarto o en mi cama, entonces no me voy al cuarto sino hasta el momento mismo de dormir, entonces el pijama para mí si es específicamente para dormir, y un domingo que decida estar en pijama o sábado. La pijama para mí es sólo para dormir y quizás una mañana ociosa.

12. ¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

Respuestas: Catalina:

Para mí la ropa de dormir es cómoda; necesita tener un material adecuado, algodón, natural; colores bonitos, oscuros; diseño y que no tenga estampados infantiles.

**-ENTREVISTA ANABEL OJEDA, 25 AÑOS, DISEÑADORA TEXTIL Y DE MODAS.**

Introducción:

Nombre: Anabel Ojeda, de 25 años, diseñadora textil y de modas y trabaja en su propia empresa y tiene proyectos de crear una marca de indumentaria.

¿Usted usa ropa de dormir?

Respuestas: Anabel:

Sí, si uso ropa de dormir.

¿Cuáles prendas son sus preferidas? ¿Cuáles son sus características: Ej. Conjuntos, pijamas viejas, calentadores reutilizados, etc.?

Respuestas: Anabel:

Por lo general, tengo dos pantalones. Uno que es para el frío y otro que es para cuando no hace tanto frío. Se podría decir que son mis preferidos; y si no es ropa interior. Con una camisa floja, dependiendo igual del clima, si hace mucho frío me pongo una más abrigada o una más delgada u holgada.

Pero por lo general si uso ropa de dormir que tenga... por ejemplo tengo dos camisetas o camisas que casi siempre les utilizo. Puede haber una nueva pero estas son las que con más frecuencia me pongo. Yo intuyo que puede ser por el tiempo que han estado conmigo y que me hacen sentir más cómoda al momento de dormir.

¿Porque crees que prefieres estas? Ej: Los materiales o las siluetas

Respuestas: Anabel:

Yo creo que no tiene tanto que ver con la silueta, sino con el algodón (material), muchas son de algodón y entre por ejemplo como te estaba explicando, entre el clima frío, al caliente, el material va a depender según eso. Tengo una que es casi como de seda y otra que es algodón. Camisas de algodón, que yo creo que se utiliza mucho para lo que es pijamería. (Y talvez es la misma ropa que utilizabas cuando vivías en Cuenca?) Creo que dos camisas sí, pero porque como te digo creo yo que también va al valor que le das a esa prenda. Ya va a algo, no sé, es mi prenda de dormir, si tengo otras nuevas, que si utilizo, pero es como que la camisa que me hace sentir más cómoda. Y son dos que utilizo desde Cuenca y aquí en el Puyo si, son las dos.

¿En qué lugares o situaciones usa ropa de dormir? ¿La utilizaría en público?

Ej. Para recibir amigas en su casa o para realizar actividades cotidianas como hacer las compras.

Respuestas: Anabel:

Cuando llego a la casa, por ejemplo este rato si no me hubiera tocado subir al tercer piso a ver que estaban haciendo mis empleadas, yo por ejemplo hay veces que estoy con tanto cansancio que subo con el pijama y me quedo hasta las 11 de la mañana con el pijama (en el trabajo); ósea yo creo que el utilizar pijama, está ligado a cómo te sientes contigo mismo, en cierta parte cuánto confort necesitas, entonces para estar en la casa no quieres vestirme de una manera en la que te presentas afuera de la casa. Ósea estás en tu casa, estás en tu espacio y quieres sentirte cómoda; y muchas veces claro, viene alguien y ya te ve en pijama, y si es como chuta ¿y ahora?, estoy en pijama, pero por lo general yo creo que me pasa eso. Por ejemplo el domingo también paso siempre en pijama. Es como que no sé, a menos que enserio tenga que salir a comprar algo, o salga por un helado, me pongo algo ligero; pero el pijama es indispensable el domingo, y como te digo, acabada la jornada laboral yo enseguida voy a dormir, y enseguida me pongo el pijama.

6. ¿Consideras entonces que te sientes bien en ropa de dormir, y que esta comodidad te permite realizar otras actividades, y ser productiva, o trabajar si trabajas desde casa? ¿Considerarías utilizar esta en una situación pública?, ¿porque si o no? ¿Y consideras que en esto existe una barrera generacional?

Respuestas: Anabel:

Sí, ponte yo si utilizo mi pijama para salir a las tiendas que me quedan cerca. Ósea (Fallo técnico y conversación sobre esto...) Yo creo que más que sentirte segura o insegura en público (en ropa de dormir) estas son situaciones que se dan en la cotidianeidad. No creo que tu sales, y dices voy a ir a la tienda y quiero salir en pijama, sino son situaciones que así no quieras aceptar, hay veces que se dan en tu cotidianeidad. Y yo creo que en la cotidianeidad de todas las personas, en algún momento han tenido que salir hasta la calle en pijama. Ponte una vez me pasó que no asomaba el Frosty (mascota) y tuve que salir a buscarle, y me tocó salir a pasear en pijama por el centro. No estaba preparada pero me tocó. (¿Y cómo te sentiste esa vez? Ya que tienes una anécdota real de esta situación) Se siente como feo, porque dices ay chuta estoy en pijama; pero luego te vale así. Ponte a mí ósea, mi situación es así; claro que hay veces que el pijama, estás con una camiseta diferente y el pantalón es otro, ahí es cuando te da vergüenza; en verdad, cuando dices chuta no estoy combinada; a mí me pasa eso, pero creo que ya es cosa de la feminidad ¿no?, de verse bien, ósea de estar todo bien combinadito como hay personas a las que no les debe importar que les vean con el pantalón de algún color y la camiseta de otro, pero a mí personalmente si me importa y me genera incomodidad que me vean con un pijama que no combine sus dos piezas.

¿Por qué crees que podría considerarse que la ropa de dormir no es para usar en público o afuera, cuando ropa muy similar ej: calentador si lo es?

Respuestas: Anabel:

Que buena pregunta, creo que es algo que tenemos en la cabeza, que la ropa que es de casa, es sólo para la casa, entonces dices, no estoy preparada para dar el otro paso y que la gente me vea con pijama. Pero yo también creo, que está relacionado a la forma y el diseño en el que están estructuradas los pijamas, en las que uno se siente de esa manera incómoda o insegura. Pero me acuerdo, que tu tenías una como camisa tipo pijama, ¿te acuerdas?, ponte a mí me parecía esa genial, no, no me sentiría mal saliendo con algo así. (Claro, pero esa era más bien esa tendencia de ropa casual inspirada en ropa de dormir) Entonces es eso lo que te digo, que esta tan estereotipado que el estar con pijama debe ser sólo para la casa, entonces creo que también se han ido adaptando esas ideas a nosotros. Y no sé si a ti te pase, pero de seguro tu mamá dice que se siente horrorizada cuando le dices si saliera con el pijama a comprar o algo; a mi mamá, nunca le he visto con pijama saliendo a comprar ni esas cosas. Por ejemplo a mi si se me ha ocurrido esa situación en cambio si salgo, no pasa nada. (Sobre todo mi mami, me hablaba de esa sensación de vergüenza; sobre todo por el hecho de no haber encontrado una oferta que ella considere bonita en la localidad, y que se ha conformado con las prendas que hay, porque a la final la ropa de dormir, se considera menos importante, por el mismo hecho de no tener el propósito de ser vista) Sabes que hace 15 días, que estuve en Cuenca, fui a Pasa, buscando cosas para comprar para aquí para el local, cintas y eso, y yo siempre que puedo busco los pijamas, y Pasamanería produce pues bastante pijamería; pero no había nada que me guste y había unos pantaloncitos que son como de tela camisa; me encantó uno blanco con celeste a cuadros. Y bueno a mí como me envían, yo dejé haciendo el pedido todo (incluyendo el pantalón), y total me envían otra de otro color; o sea era la misma calidad, todo, pero no era el estampado que yo escogí; me puse de mal genio, y mi hermana me decía, ¿Por qué te pones así?, si es sólo el pantalón de pijama. No! Yo le decía, es que a mí me gustó eso. Le escribí a la señora de Pasa, y le digo ¿por qué? Y me dice pero mijita, sólo es el pijama. Como que no entendió para que quería eso, no sé. (¿El que tú elegiste no era talvez de hombre?) Si, era como un boxer, blanco con celeste, que me gustó, encima era así como flojito. (Justamente la propuesta local y en específico la de Pasa, es conocida, por su excelente calidad, pero suele tener una oferta muy tradicional, en especial con lo que tiene que ver con estereotipos de género) Uy sí, es demasiado horrible, te juro que de todas las pijamas que encuentras ahí, yo creo que compro solo por la calidad, antes que por el diseño, o sea ya porque me toca, no porque encuentre algo que diga wow, esto está lindo.

(muchas de mis previas entrevistadas me han hablado de esto, de que me compro porque me toca, me parece interesante, porque si, al final del día si es solo un pijama, no es la ropa para mi matrimonio, por poco; pero no es que la gente esta particularmente contenta al respecto, sino más bien como conformada). Sí, es como que no puedo escoger, y no es como que te sientes feliz con esa ropa. Y del ejemplo que te daba, enserio ahora que me haces acuerdo, caigo en cuenta eso, que yo estaba muy enojada, y tengo aquí el pijama (que le enviaron) y es un fucsia como con rosado, como lila a cuadritos, todo fresco, lo más lindo, pero yo quería eso (el otro, que era blanco con celeste), y ahora que me haces acuerdo me vuelvo a morir de las iras.

8. ¿Crees que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencian? (retomando un poco la idea de la pregunta anterior, y lo que se habló de los estereotipos del diseño de ropa de dormir local y nacional).



Respuestas: Anabel:

Sabes lo que creo, es que si, los pijamas de mujeres son rosa y nunca encuentras otra pijama que no sea rosa, y si no es rosa es lila, pero de que encuentras entre rosa y lila; y está bien, yo entiendo que hay mujeres que les gusta sentirse femeninas, en cierta forma con el rosa, pero hay personas que no, a mí personalmente no me hace sentir muy femenina el rosa. (¿Y porque crees tú que se oferta esto?) Yo creo que esta tan establecido, y el mercado está tan acostumbrado a comprar lo que hay que no tienes más oferta. Hay una página que yo sigo de Guayaquil, y yo siempre he querido comprar un pijama ahí, se llama Vainilla y me parece muy lindo. Y creo que es la única, porque no he visto mucho más, pero pienso que ellos te proponen algo distinto; debe haber, y en Cuenca hay, pero normalmente no es ropa diseñada y producida aquí, sino importada, lo cual sube los precios).

9. ¿Recuerdas cómo era tu ropa de dormir de la niñez? ¿En qué ha cambiado en la adultez?, ¿Y qué recuerdos tienes en particular?

Respuestas: Anabel:

Si, ahora que lo dices, si tenía un pijama preferido, creo que era una de los Power Rangers, que en ese tiempo estaban de moda' y eran mis favoritos; es que esta era una camisa, no era una pijama; era una camiseta básica blanca con un estampado, y yo tenía que dormir con esa, pienso que era porque me hacía sentir cómoda. Muchas veces yo creo que no es necesario que sea un pijama, sino tú le das ese valor a esa prenda. Yo creo que en este caso, desde el punto de vista en el que yo he estudiado la semiótica considero que es el valor que esa prenda tiene para ti. No es que la prenda te da el valor a ti. Ponte a mí me encantaba dormir con esa camiseta y ahora entiendo que aun teniendo más pijamas, yo prefería dormir con esa y era la que me hacía sentir cómoda, puede ser que tenía que ver con el material que era, era algodón; súper suave, blanca, y el estampado, me acuerdo clarito es más; estaban los Power Rangers, Fue un regalo de un tío e incluso me sorprende que no me olvido hasta ahora. (¿Y cómo se compara esa, con la que usas ahora? ¿Cómo han cambiado, tus preferencias o gustos?, parecería que sigues teniendo la actitud de usar la que prefieres, aunque tengas más opciones, me parece interesante que sea así).

Si es verdad, porque la que prefiero es la que busco usar y la que me hace sentir más cómoda. Básicamente si encontraras una que digas bueno este diseño era porque estaba de moda en los niños encontrar algo de Power Rangers era genial, no me quiero sacar nunca si es posible, en esa edad; y hasta ahora me acuerdo y ahora por ejemplo también creo que tiene que ver bastante con la actitud de cada persona, a mí particularmente no me gusta el rosado y tengo problemas respecto a cómo están establecidas las cosas y también creo que es por eso que no me llama la atención una pijama rosada y tengo dificultad al tratar de conseguir algo a mí gusto. Pienso también, que las preferencias van cambiando de acuerdo a como te vas situando socialmente o como va cambiando tu pensamiento en la adultez.

10. Si tuviera la posibilidad de elegir, ¿qué características tuviera su pijama ideal?

Respuestas: Anabel:

Sería una tipo hoodies a cuadros, sería una camiseta en algodón como para un día frío; si hace calor me gusta usar un vividí de seda con encaje; yo un pijama lo uso una sola vez y la lavo; por ejemplo para mi hermana un pijama debe ser divertido, siempre busca un estampado que tenga un plus y ella si es de salir a la calle con pijama, pero es porque ella realmente se esmera en combinarlas y que se vean bien.

Yo creo que con el pijama puedes expresar una parte de tu personalidad que no necesariamente muestras a todos y el pijama es la oportunidad perfecta para expresar e identificarte con el pijama que vas a comprar; por ejemplo en un clima cálido yo siento deseos de ponerme un pijama un poco más sexy para mí misma.

¿Con qué relaciona a la ropa de dormir?, ¿Con qué momentos?, ¿Con cuales ideas?

Respuestas: Anabel:

Ropa de dormir la relaciono con intimidad, con que es mía completamente; para mí significa estar libre y relajada, sin ropa interior; al menos para una mujer es así.

12. ¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

Respuestas: Anabel:

Comodidad, reflejar personalidad, cuadros, sexy y que no tengas tantos cortes o costuras; que tenga un patrón simple, una silueta holgada.

**-ENTREVISTA ANA MARIA LA BOUEF, 20 AÑOS, ESTUDIANTE DE MARKETING DE MODA, UNIVERSIDAD DE PALERMO, BUENOS AIRES, ARGENTINA.**

Introducción:

Nombre: Ana María La Bouef, 20 años, estudia marketing de moda en la universidad de Palermo en Buenos Aires – Argentina.

¿Usted usa ropa de dormir?

Respuesta Ana María:

Sí, uso ropa de dormir normal, todas las noches para acostarme a dormir, cuando estoy en Cuenca utilizo un buso o sudadera y un pantalón normal, si tengo una reunión con amigas trato de usar el pantalón más nuevo o así.

Inicialmente vamos a hablar sobre los aspectos utilitarios del pijama, ¿Cuáles son tus preferencias en relación a las sensaciones térmicas de un pijama?

Respuesta Ana María:

Yo soy bastante friolenta, así que me gustan los pijamas clientes, especialmente en la parte de debajo de tal forma que mis pies estén abrigados, prefiero las texturas felpudas que calienten bastante y para la parte de arriba prefiero algo más fresco ya que suelo taparme con muchas cobijas y tiendo a sofocarme si tengo los brazos y el cuello muy calientes.

2.1 En relación a las texturas que mencionas, ¿Cómo prefieres que sea la sensación táctil al tener el contacto del pijama con tu cuerpo?

Personalmente me gusta la sensación que otorga la seda, sin embargo no me gusta que tengan encaje porque el desgaste es muy rápido y prefiero que la ropa sea más duradera.

Generalmente me regalan los pijamas, es raro que me compre yo una, sin embargo buscaría la calidad y durabilidad para que sea mi inversión.

2.2 ¿Qué piensas del ajuste de la ropa de dormir?

Yo prefiero que la ropa de dormir sea floja, no me gusta sentirme apretada a la hora de dormir, además normalmente la ropa de dormir se usa sin ropa interior con lo que la ser floja evita que si alguien me ve se dé cuenta de que no llevo ropa interior, con esta me refiero particularmente a un pijama que me sirva para pasar un sábado o domingo en casa todo el día con pijama y que si llega alguien de confianza no deba cambiarme.

¿Qué es para usted la calidad y la comodidad en una prenda y particularmente en los pijamas?

Respuesta Ana María:

A mí me gusta sentirme cómoda con el pijama, sin embargo también considero importante que sea sexy, que no sea sólo una cosa floja, sino que aunque pueda estar cómoda me siga viendo sexy.

3.1 ¿Qué elementos debería tener una pijama para que te de esas sensaciones?

Pienso que debería tener detalles, que en general sea simple y sobria, pero que tenga detalles sutiles como transparencias, aberturas, una alternativa distinta al encaje, que tenga cortes favorecedores y pienso que también influyen los colores; sin embargo pienso que en el medio no existen ofertas en el mercado que combinen la comodidad con un poco de sensualidad, personalmente no he conseguido nada así aquí.

Y en cuanto al tema de calidad, para mí la calidad está estrechamente ligada a la durabilidad de una prenda.

3.2 En este caso la calidad de la prenda sería confirmada con el tiempo, pero ¿en qué aspectos te fijas al momento de la compra en relación a la calidad?

La verdad no se mucho de nombres de telas, pero básicamente hago una comparación con otras prendas y bajo una percepción sobre todo táctil voy descartando o prefiriendo algunas, creo que podría verse también en el grosor de la tela; me fijo mucho también en las recomendaciones de las personas incluso para mí prevalece eso antes que una marca determinada.

¿Cuáles son tus siluetas preferidas para la ropa de dormir o tus prendas preferidas?

Respuesta Ana María:

Pienso que el clima es un limitante entonces aquí en Cuenca es difícil salirse del uso del pantalón largo, sin embargo en Buenos Aires que el clima es más abrigado utilizo shorts tipo boxers con vividí, particularmente pienso que vestido para dormir no usaría, pienso que me sentiría expuesta; pienso que también está ligado a como ha sido la formación en este aspecto en casa desde la niñez, normalmente no pasábamos en casa con pijamas que muestren mucho, me gustan las camisetitas o camisas flojas.

¿Qué piensas sobre el tema del color en los pijamas?

A mí me encanta que los pijamas sean de colores pasteles, el rosado bajito, el blanco o el celeste, con unos estampados medio japoneses tipo acuarelas o estilo monet. Pienso que siempre ha estado el rosado presente en la ropa de dormir, y pienso que generan relajación los colores bajitos, me transmiten paz y al dormir busco eso, paz y tranquilidad, creo que nunca usaría rojo o negro para dormir.

¿Para qué momentos decide usar esta ropa de dormir?

Respuesta Ana María:

Para dormir todas las noches y tal vez para pasar un domingo en casa, en público sólo en una pijamada, pienso que la ropa de dormir es para uno y para estar cómoda cuando se duerme.

¿En qué lugares o situaciones cree que se puede usar ropa de dormir?

Respuesta Ana María:

Pienso que únicamente para dormir, pienso que a la gente le gusta mostrar lo que es o lo que tiene y salir en pijama no es una opción. Sin embargo para estar en casa o salir a la tienda puede estar bien el pijama, pero no como un acto de suciedad o descuido sino como un sentirse cómoda. No me molestaría que me vean salir a comprar a la tienda en pijama. En mi casa no me molesta que me vean con ropa de dormir, claro con las más nuevas, con las viejitas si me incomodaría.

8. ¿Por qué razones podría considerar que la ropa de dormir no es para usar en público o afuera?

Respuesta Ana María:

Porque la ropa de dormir es para uno mismo, además se usa en un tiempo en el que no te ves con nadie, o sea la noche; sin embargo podría haber ocasiones en las que llegue una amiga o algo, pero por ahora no tengo una ropa de dormir con que podría recibir a amigas, sin embargo me gustaría tener una linda tal vez tipo quimono para poder hacerla un poco más pública y que no sea un problema y que no cause una sensación como que no me hubiera arreglado, sino más bien sea una experiencia bonita dónde muestro un pijama bonito.

¿Por qué considera que la ropa de dormir no es para ser vista por toda la gente?

Respuesta Ana María:

Porque normalmente las pijamas no son bonitas, generalmente uno tiende a tener pijamas que incluso se ven infantiles. Si yo le veo a alguien haciendo compras con pijama máximo en el supermercado me podría parecer apropiado y sólo si es un pijama bonito, pero ver a alguien con un pijama en un restaurante si me causaría una mala impresión; también pienso que depende de la hora, si es a la una de la tarde me causa mala impresión, si es a las 6 de la mañana o a las 10 de la noche me parece más comprensible.

Pienso que el pijama si es netamente para dormir y ese debería ser su uso, pienso que el pijama te ayuda a sentirte fresca y limpia, en el sentido en que es la ropa con la que de pronto sudas en la noche y así no debes usar tu ropa y desgastar tu ropa de diario, sino es particularmente su uso el dormir, levantarte y cambiarte de ropa.

10. ¿Qué características puede tener la ropa de dormir que no tiene la vestimenta cotidiana?

Respuesta Ana María:

Pienso que es básicamente por la comodidad, para mi dormir es sinónimo de estar cómoda, si es un calentador no tendría problema, pero no me imagino jamás dormir con jean.

10.1 ¿A qué te refieres con comodidad?

Básicamente a poder acostarme relajada y que la ropa no me apreté y q si me muevo no se me trabe ni me genere fricción, necesito que sean prendas que me dejen estirarme, yo me muevo mucho cuando duermo y necesito que el pijama me permita el movimiento.

Me importa que el pijama no esté muy vieja, me siento incómoda si está demasiado vieja o deteriorada.

Me siento bien en un ambiente sano o saludable, una casa dónde las personas tengan un buen estado de ánimo, estar con las personas correctas, y si estoy sola me hace sentir cómoda escuchar música y relajarme.

Cuando estoy relajada me gusta planear mi ropa y cuando me siento mal sólo escojo un color y lo uso en todo de manera que no tengo que estar penando en si combinan o no, pero con los pijamas no siento que influya tanto eso, solamente tomo un pijama y me pongo, no hay una injerencia directa de mi estado de ánimo, de hecho no hay una elección tan concreta como con la ropa de usos público al momento de escoger un pijama, sin embargo pienso que si tengo un pijama lindo que me hace ver linda y sexy y es cómoda si me puede hacer sentir mejor, creo que debe ser un pijama muy lindo de una buena marca o con algún plus.

¿Tiene recuerdos de alguna ropa de dormir en particular? ¿Por qué la recuerda?

Respuesta Ana María:

No recuerdo una en particular, siempre mi abuela me regalaba los pijamas y sólo las usaba por su utilidad, siempre fueron de materiales abrigados y cómodos, siempre tenían diseños bastante infantiles, ahora si me gusta escoger a mí misma los pijamas; pienso que en la niñez no me importaban esas cosas.

¿Recuerda cómo era su ropa de dormir de la niñez? ¿En qué ha cambiado en la adultez?

Respuesta Ana María:

Pienso que ahora si me gustaría escoger mi ropa, preferiría tener sólo pijamas lindas, así aunque me vean sé que voy a estar bien presentada.

¿Cree usted que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencia?

Respuesta Ana María:

Yo creo que a los hombres no les importa mucho el tema de los pijamas, creo que son más prácticos y usan más calentadores, a diferencia de las mujeres que buscan ser más femeninas o sexys, sobre todo en personas de mi edad; pero pienso que a la final prevalece el uso en un pijama.

Las pijamas de hombre no creo que representen mucho la masculinidad, sin embargo un pijama sexy de mujer puede representar un montón la feminidad; sin embargo también en las personas de mi edad noto que se prefiere robarse por así decir una sudadera de tu novio, y usarla principalmente por comodidad; creo que si puede tener que ver con apropiarse de la practicidad y comodidad característica de lo masculino.

14. ¿Con qué relaciona a la ropa de dormir?, ¿Con qué momentos, ¿Con cuales ideas? ¿Sientes que un pijama puede llegar a representarte?

Respuesta Ana María:

Pienso que todo lo que uses de alguna manera te representa, pienso que siempre vas a comprar algo q es para ti, que va con el estilo de lo que tú piensas que eres, si normalmente vistes un poco masculina seguro tu ropa de dormir va a ser más oscura y si la tendencia es mas a vestirse femenina muy probablemente escojas un pijama rosa, si tiendes a usar ropa ajustada es porque te gusta tu cuerpo y en el pijama vas a buscar algo más sexy. Siento que esto pasa más en personas de mi edad que ya vas buscando tu estilo y tu comodidad.

14.1 ¿Crees que la ropa de dormir te representa igual que la ropa de uso diario o público?

Pienso que ahí si es diferente, porque generalmente tienes pijamas que te han regalado o que te compas porque ya no había una mejor opción entonces no creo que todos tus pijamas te representen a diferencia de tu ropa de uso diario, además que la ropa de diario tiene una combinación de prendas más amplia y accesorios también, y la ropa de dormir no tiene tantas opciones; además un estilo de alguna manera se busca para mostrar a la gente y el pijama no cumple ese objetivo porque es de tu uso privado.

15. ¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

Respuesta Ana María:

Cómodo, de fácil uso, lindo, duradero y atractivo.

#### **-ENTREVISTA JOSSELYN, 21 AÑOS, ESTUDIANTE Y ESTETICISTA**

Introducción:

Nombre: Josselyn Solano, 21 años, Estilista

¿Usted usa ropa de dormir?

Respuesta Josselyn:

Si utilizo ropa de dormir.

¿Cuáles prendas son sus preferidas?

Respuesta Josselyn:

Principalmente depende del clima, deben ser siempre flojitas y cómodas; a veces si uso prendas como vividis reciclados, pero las partes de abajo y externas si las compro como pijamas.

¿Para qué momentos decide usar esta ropa de dormir?

Respuesta Josselyn:

Principalmente para el descanso, talvez en un fin de semana en el que realmente no haga nada, ahora en cuarentena se ha vuelto un poco más flexible el uso del pijama, pero en la normalidad la uso casi siempre sólo para descansar.

¿En qué lugares o situaciones usa ropa de dormir?

Respuesta Josselyn:

Talvez a la tienda o a pasear al perro a un lugar cercano pero no saldría con un pijama muy llamativo, sino con uno bastante sobrio sin dibujitos; pienso que depende mucho de la hora también.

¿Por qué razones podría considerar que la ropa de dormir no es para usar en público o afuera? Y ¿Por qué considera que la ropa de dormir no es para ser vista por toda la gente?

Respuesta Josselyn:

Yo desde mi perfil he juzgado el hecho de pensar que si le veo a alguien en pijama muy tarde en la mañana o al medio día pienso que recién se está levantando y lo veo como algo peyorativo.

¿Qué características puede tener la ropa de dormir que no tiene la vestimenta cotidiana?

Respuesta Joseelyn:

Que sean pantalones flojos, pantuflas, estampados como conejitos o dibujos durmiendo; bolsillos cuadrados arriba.

¿Tiene recuerdos de alguna ropa de dormir en particular? ¿Por qué la recuerda?

Respuesta Josselyn:

Eran siempre de un material afelpado, siempre con dibujitos y pantuflas de garritas o con alguna gracia infantil; me gustaba que sean prendas divertidas.

¿Recuerda cómo era su ropa de dormir de la niñez? ¿En qué ha cambiado en la adultez?

Respuesta Josselyn:

Ahora ya no me gusta que sean tan infantiles, prefiero que sea más discreta; en casa a veces no combino tanto los pijamas pero si alguien me va a ver, por ejemplo en un viaje o un paseo si voy con un pijama combinado; me gusta que me digan que mis prendas de dormir son lindas.

¿Cree usted que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencia?

Respuesta Josselyn:

Pienso que generalmente las mujeres si nos preocupamos de que las prendas del pijama combinen y los hombres no usan siempre una combinación, ceo que a veces ni siquiera usan ropa de dormir sobre todo los hombres más jóvenes, sólo usan pantalones de pijamas algunos.

¿Qué ha observado usted en la oferta de pijamas en el mercado local?

Respuesta Josselyn:

Que hay también pijamas para parejas, veo que hay texturas satinadas que le hacen más sexys, también hay baby dolls y batas pequeñas, camisonos de tiritas que considero que son más para estar con pareja; sin embargo pienso que aún en pareja también se pueden usar pijamas cómodo; también me compraría pijamas sexys para mí misma, para sentirme bien conmigo misma, algo que tenga encaje; pero si pienso que no son tan pijamas de diario principalmente por el clima de Cuenca; pienso que a veces si sacrificaría un poco la comodidad por verme linda sobre todo si alguien me va a ver.

¿Con qué relaciona a la ropa de dormir?, ¿Con qué momentos?, ¿Con cuales ideas?

Respuesta de Josselyn:

A mí me encantan las batas, siento que le otorga un toque elegante y más presentable a un pijama para ya salir de la cama; cuando llego del trabajo puedo ponerme pijama y estar cómoda en casa, poder estirarme y moverme con facilidad; ahora con el tema del confinamiento he usado más pijama de lo normal, aunque no es que realmente ocupe tanto el pijama para otras actividades que no sea descansar.

Personalmente no haría ni siquiera teletrabajo con pijama, prefiero que nadie me vea en pijama a menos que sea alguien que vive en mi casa pero nadie más.

Me daría vergüenza que me vean en pijama en otras horas que no sean las de descanso; además siento que estar en pijama me produce pereza.

¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

Respuesta Josselyn:

Que sean muy cómodas para estar en casa, que nos haga sentir relajadas, que nos hagan sentir apropiadas de nuestro espacio. Me gusta cuando las familias escogen pijamas iguales o graciosas, me parece que logran un tema de complicidad entre una pareja o una relación de madre e hija, me encantan esos motivos en los pijamas, me parecen las prendas adecuadas para hacer eso. Me gusta que sean hogareñas y cómodas.

Y finalmente pienso que los hombres deberían usar pijama en lugar de dormir sin nada arriba o sólo en bóxer.



## 2.2. AUDIOS ENTREVISTAS PILOTO:

<https://drive.google.com/drive/folders/1eN5CkTloXgOu-TYozVdiKf68fYwGFUPR?usp=sharing>

## 3. ENTREVISTAS SEMI-ESTRUCTURADAS A USUARIAS META:

### 3.1. TRANSCRIPCIONES DE ENTREVISTAS SEMI-ESTRUCTURADAS:

**-ENTREVISTA PAULA ARIAS, 29 AÑOS, ACESORA DE IMAGEN Y PRODUCTORA DE MODAS.**

Introducción:

1. Hábleme sobre su ropa de dormir, ¿Usa ropa de dormir?

Respuestas: Paula:

Realmente tengo prendas separadas, que es lo que más he comprado, tengo pantalones y pocas blusas, busos o chompas, más las partes de arriba son cosas que ya no uso, pero las partes de abajo, la mayoría son prendas compradas propiamente como ropa de dormir. Batas tengo un par también y siempre uso sandalias o zapatillas que son de dormir. Y medias también.

2. ¿Estas son tus preferidas? Háblame de estas:

Respuestas: Paula:

Si, mis preferidas son como digo pantalones con prints, calentitos, tengo shorts también. Como que la parte de abajo es mi favorita y trato de por ejemplo combinar con vividis, o con camisetas o chompas arriba de cosas que ya no uso mucho. Que me parece lo más cómodo.

3. Hablas de prendas calentitas, ¿son estas tu preferencia?:

espuestas: Paula:

Sí, yo soy friolenta, entonces siempre duermo con pantalón, shorts solo en climas cálidos. Uso pantalones que sean calientes, siempre medias calientes que son para dormir, las de pijama. Y en la parte de arriba siempre uso un buso o una chompa por el tema del clima.

(Pregunta: estos busos y chompas ¿qué prendas eran antes de ser ropa de dormir?) Yo prefiero que estas sean algodón, la seda me parece hermosa pero solo para ocasiones especiales, por ejemplo paseos con amigas o familiares, etc. Porque esta me incomoda. El algodón me parece más caliente y más cómodo. Estas prendas recicladas no eran deportivas sino más prendas que ya no uso o capaz que me quedan ya muy grandes o que pueden estar un poco viejitas y ya se vuelven pijamas.

4. Hablaste también de combinar tus conjuntos \*parte de arriba y de abajo, ¿cómo haces esto?:

Respuestas: Paula:

Sí, yo soy medio complicada, entonces intento que estén combinadas (por color), no me pondría por ejemplo un rojo con un amarillo, ni siquiera en pijama. Trato de que se vea lindo, tampoco me pondría nada que tenga huecos ni nada de eso, sino más bien las prendas que reciclo son unas que no me pongo por el tema talla o que talvez ya no están de moda y ya puedo hacerles pijama. Pero siempre que estén en buen estado.

Siempre combinar y me gusta ponerme una camiseta o un vividi por dentro de un busito o algo de manga larga porque como digo soy muy friolenta, entonces tengo que usar todo; Medias, pantalón, camiseta, buso, todo.

5. En lo que hablaste de ropa con huecos, ¿te deshaces de esta?:

Respuestas: Paula:

Realmente sí, no me gusta usar ropa que ya está en mal estado, justamente por ese mismo hecho, y yo considero que la ropa que ya paso su vida útil ni siquiera le sirve a otra persona, por ejemplo al donar, me fijo que no esté dañada.

6. Este hecho de combinar prendas y no usar cosas que estén en mal estado ¿lo haces aunque nadie vaya a ver las prendas?:

Respuestas: Paula:

Sí, en verdad que sí, o sea yo hago hasta limpieza de armario cada 6 meses y veo que es lo que puedo regalar. Yo creo bastante en la energía, no sé cuánto tenga que ver con el tema de ropa de dormir, pero es como que las cosas viejas no me gusta tener; Son acumuladoras de energía, y ya cosas que no me van a servir ni a mí ni al resto. Y no uso ropa que este en muy mal estado aunque este en mi casa sola.

Tiene que ver también con mi profesión, porque yo en las asesorías les invito a mis clientas a que hagan esta limpieza de closet cada 6 meses, es decir 2 veces al año y es para que ellas se den cuenta que podemos reutilizar prendas si es que no te dan la talla, si están muy grandes o muy chicas, saber a qué se le puede dar una segunda oportunidad, para no ser tan consumistas, y tratar de optimizar los recursos que ya tenemos, pero hay otras que en verdad ya son basura, o sea, tener muchos pares de medias que ya estén con huecos por ejemplo o ropa interior o, lo que también busco es ser congruente con lo que les digo a mis clientas porque creo que es mejor tener limpio el closet.

7. Hablemos sobre: ¿dónde usas tú, tu ropa de dormir?:

Respuestas: Paula:

Bueno, las pijamas realmente les uso para dormir, o días que paso en la casa, cuando estoy enferma, así, pero igual los días que paso en la casa hay veces que paso con pantalones como deportivos, licras o cosas así tipo gimnasio o como loungewear. Y la ropa de dormir casi siempre solo para dormir.

8. ¿No utilizarías tu ropa de dormir para actividades más públicas? Ej. Ir al cine, ir a la tienda:

Respuestas: Paula:

O sea yo si he hecho eso, si he salido a la tienda con pijama, pero estamos hablando de cuando vivía en Buenos Aires, de que a la gente allá no le importa o no se fija en eso; en realidad yo creo que no tendría ningún problema en salir así (aquí) si fuera algo chévere por ejemplo las pijamas de seda, o algo así que bien puedes usarle de pijama, o como algo para salir. Pero si depende bastante el contexto en el que nos manejamos en la ciudad, no sé si yo también le debo una imagen a la gente, por mi trabajo, yo soy estilista, soy asesora de imagen, y es como que siempre trato de salir lo mejor puesta posible para que si mis clientas me ven por allí o si mis clientes fotógrafos, etc de mi trabajo, no me vean así, pero realmente cuando yo he estado en otro lugar, no tengo lio de salir con mi pijama a comprar en la panadería, el kiosco, pero de allí en Cuenca no, no me he animado a hacer eso, aunque yo no me arregle mucho en realidad, puedo irme con una chompa así de pijama, pero no creo que enteramente vestida de pijama.

9. ¿Consideras que es diferente salir en calentador o ropa deportiva a salir en ropa de dormir?

Respuesta: Paula:

Claro, es que también se debe a los prints que tengan, o sea mis pijamas son bien pijamas, entonces cualquier persona si me ve con eso se va a dar cuenta que estoy usando pijamas; por allí si tengo un pantalón que es más neutro o por ahí uno tipo loungewear que puedes usar para la casa o para pijama, yo sí podría salir con loungewear pero no mis pijamas, porque tienen ositos de dormir, whinnie poohs, mickie mouse, etc. Lo que les hace bien pijamas es la típica nube, las zetas, el osito que está dormido, de rayitas que son anchos(silueta), el material también les hace ver pijamas, entonces no se da que salga así; Pero por ejemplo tengo uno que es pijama pero que puede ser más como tipo loungewear, que es de color fucsia, medio estilo joggers (pantalón deportivo) y con ese es más si he salido, he salido a cosas puntuales como a la tienda o la papelería, pero si he salido con eso.

10. ¿Cómo te sentirías si te encontraras en una situación publica en tus pijamas?

Respuesta: Paula:

La verdad como no soy muy vanidosa, no me haría lío de que me vean, quizás me intentaría justificar con una persona (que me conozca) así como que estoy enferma o con cólico. Pero ese tipo de cosas (la situación) sería así un domingo, nada que ver un viernes o bueno talvez para ir a la tienda o así, pero uno siempre se justifica, justamente porque la gente en Cuenca es como que si se sorprende, la gente te va a preguntar por si sola; y tú vas a tener que responder, porque no es usual que pase eso en Cuenca. (Pregunta: ¿Y si no tuvieras una justificación o motivo, que crees que pensarían las personas?) No sé qué pensarían, creo que nada malo, si no dirían que loca esta chica sale así, sin arreglarse o medio descuidada o no le importa también que le vean así. En mi caso yo creo que me dirían, estas enferma, estas bien; Porque usualmente no haría eso y siento que la gente sabe cómo soy entonces eso es lo que podría pasar.

11. Justamente existe ese estereotipo de que la gente que pasa en pijama, o usa pijama en público es sucia o es vaga...

Respuesta: Paula:

Totalmente, tienen ese estereotipo de que es (esa persona) o es una desocupada que no tiene nada que hacer, vive en pijama y no se cambió ni siquiera y salió en pijama o puede ser también que estas enferma y tuviste que salir en pijama por el apuro. Debe haber gente, o yo misma si estoy enferma iría a la farmacia en pijama y no me importaría, pero claro aquí en Cuenca existe ese estereotipo que en otros lados no hay. Por ejemplo en Buenos Aires la gente ni siquiera se vira a verte, eso no pasa; y yo estoy consciente que esto es una cosa más de la sociedad nuestra.

12. Háblame sobre lo que hablabas de tener que justificarte con alguien que te vería en pijama. Suponiendo que hablabas de alguien que no te conoce. Ahora hablemos de si la persona si te conoce, con quien tengas confianza.

Respuesta: Paula:

Yo la verdad más me estresa encontrarme con gente como por ejemplo Juan Pablo Merchan (fotógrafo) que aparte de trabajar juntos somos amigos, o mis clientas, si me ven mis clientas me muero, allí sí que me muero, porque ellas saben que, justamente se están apegando a mí porque yo les enseño a vestirse, les digo que ponerse, esto sí, esto no, o sea si me verían así sentiría que les fallé; pero sería más en ese ámbito, en el laboral, que si me vieran mis amigos o extraños la verdad no me importaría para nada, yo como te digo no soy para nada vanidosa, me arreglo muy poco para salir, no es que diga que no me bañe sino no me maquillo tanto, no me pongo mucha cosa, pero en realidad no me importa nada lo que piense la gente que no me conoce si me viera en pijama. Si es que es por eso me podría ir al supermercado sin problema, pero de mis clientas eso si me preocupa, lo único, está sería la única situación en la que me justificaría.

13. Hablando de tu trabajo, cuéntame si ¿asesoras también en la ropa de uso privado? Ej. Ropa de dormir o ropa interior.

Respuesta: Paula:

Yo no, porque yo creo que es un aspecto que ellas consideran mucho más privado como dices, aquí claro todas y todos tenemos una pijama decente por si te toca ir al hospital o de pijamada o de paseo a Yunguilla o a la playa o lo que sea con tus amigos; todas sabemos que tenemos que tener una decente pero no es que sientan que necesitas asesoría para ponerte tu pijama. Inclusive he visto cuando hago las accesorias pijamas inmundas, es como que dios como pueden tener eso, e inclusive yo les digo como que traten de que las cosas que ya no les pueden dar uso ni rescate, que ya estén muy viejas, ya desháganse de eso, que es una acumulación de energía y de ropa que ya no se necesita.

14. ¿Porque crees tú que la gente se aferra a estas pijamas viejas, feas o inmundas como les dices?

Respuesta: Paula:

Yo creo que es porque saben que nadie les ve, y porque están en la casa, creo que es por eso que no les importa, pues nadie les va a ver.

(Comentario: Nadie les va a juzgar o juzgar quienes son a través de eso) Exacto, yo creo que ya me he metido en varios closets y puedo ver que la gente cuando tiene su ropa limpia o más ordenada, ese tipo de personas tienden a no tener pijamas tan viejas ni tan feas, he visto closets de gente que tienen imagen pública, pero tienen pijamas inmundas, así que no es que uno porque les ve súper fashion por la calle, puede saber eso. Yo creo que es más algo que se debe al orden y más una cosa de personalidad, no te diría como que aseo, pero talvez de cuidado personal. (Comentario: Como hablabas de tu propio ejemplo, que eres una persona muy ordenada, y que si no mantienes ese orden aun en privado, que si no te sientes ordenada, no te sientes limpia y no te sientes cómoda, no me siento bien; y tu comodidad depende de estos aspectos). Exacto yo siento que mis pijamas son la ropa que más lavo, igual que mi ropa de ejercicio, se lava siempre, porque son prendas de cuidado un poco máximo, entonces me importa y no toda la gente le percibe igual, como te digo he estado en varios closets y hay unas pijamas inmundas pese a que la persona se vista bien y se vea bien en el exterior; entonces depende más de cómo eres, y yo si le veo más como una cosa de cuidado personal, en realidad la pijama tiende hasta a oler mal cuando le usas demasiado tiempo y eso es como que una cuestión de cuidado personal. Es así como yo le veo a las cosas de dormir, la pijama las sabanas, las cobijas, todo; eso. A mí me parece que nadie que te ve sabe si te bañaste, si te lavaste los dientes, no sabe si te cambiaste de ropa interior, la gente no ve eso y no tiene porque saber o no te va a preguntar, pero es una cosa de como tú te sientes o como tú te cuidas o cómo quieres que te perciban. A mí se me hace que es algo básico del cuidado personal, que no tienes que decir a nadie yo me bañé hoy día tres veces, es una cosa para que tú mismo te sientas bien y por eso te bañas y te peinas y te cuidas; para mí es así.

15. Háblame sobre tus recuerdos sobre la ropa de dormir, talvez ¿qué utilizabas de niña o una que haya sido tu ropa preferida?

Respuesta: Paula:

Yo usaba bastante monos, o sea de los largos y completos, y me parecían muy cómodos; pero luego se me hacían incómodos como que sacarse y eso, de niña siento que disfrutaba más eso. Y hoy en día como soy bastante temática de las bacterias y todo eso, no podría usar un mono jamás, porque los monos con pies, pisar el piso y luego meterme a mi cama, jamás haría eso. Que más, en esas épocas si utilizaba conjuntos, allí si nada de una chompa con un pantalón diferente, no, tenían que ser igual todo. Era la típica pijama de personajes de la tele y como era un conjunto yo quería ponerme completo, por ejemplo la pijama de la sirenita, yo quería ponerme completa, y muy colorida y yo tenía varias de varios dibujos y hacia uso de esos en sus conjuntos. Pero ya después cuando crecí, ya no me importaba y ya veía lo más cómodo.

16. ¿Si tuvieras la posibilidad de elegir, que características tuviera tu pijama ideal, si no hubiera limitantes en cuanto a la disponibilidad de prendas aquí en el medio o en cuanto a los costos de estas, que elegirías?

Respuesta: Paula:

A mí me gustaría algo que sea tipo un jogger, porque yo, te hablo porque yo soy friolenta; Quisiera que no sean tan anchas las bastas sino más bien como si un poquito, no ajustadas, sino tipo jogger, que tengan un leve ajuste abajo en el tobillo porque si no me entra el frío. Lo que si amaría que haya y no hay eso sí, les tienes que adecuar a los típicos vividis básicos, porque no hay tanto pijamas, y también es incómodo porque a veces los vividis si no utilizas un bra por debajo, son pocos los que tienen esa tela que te cubre, para que si tú quieres salir en vividi, puedas salir en vividi, sino tienes que ponerte un bra porque se te ve todo. Me encantaría tipo eso, como un layer (capa para debajo de la pijama) porque como digo yo soy friolenta, si yo no uso medias, también eso me parece importante, las medias para dormir, tipo de lana, medias pulchungas, esas gruesas; pero como digo los vividis que son mi primer layer que me tengo que poner tipo fijo y de allí los busos de algodón, un poco suaves y sueltos, y de allí obviamente las salidas de cama que eso para el fin de semana es básico. Eso en general.

Te juro que si hubiera un conjunto de esos entero, yo si compraría entero el conjunto, porque hay veces que por ejemplo, si me hago lio cuando he ido a lugares como que fríos, como por ejemplo a ahora en Bogotá (donde estaba al momento de la entrevista) o cuando he ido a Ingapirca, con mis amigos o lo que sea es como que dios, que más me tengo que poner, entonces medio mezclo la pijama o directamente me tengo que ir al baño y cambiarme de una en las mañanas porque tengo todo de todos los colores y no sé cómo que hay que adaptar.

Entonces lo más importante me parece los pantalones como te digo y el primer layer me parece lo más chévere que hubiese, y capaz hay, pero aquí no tenemos.

(Comentario: ¿Quisieras talvez que la ropa sea más versátil? Porque yo te siento feliz y satisfecha con como tienes vista y organizada tu ropa de ropa de dormir) Versátil en el sentido de que con mí loungewear pueda dormir, pero es porque yo soy así, y claro tengo mis pantalones de whinnie pooh y de Igor y de tal, pero esos son para la confianza, pero no sería él más óptimo, si hubiera algo así combinado como te digo sería ideal y perfecto. Por ejemplo en este viaje traje mi pantalón de Igor, lo usaría también con mi ex novio talvez, pero si fuera a un paseo de amigos (con hombres y mujeres), no sé si llevaría este, a uno de amigas sí, pero a un mixto no. Le llevaría al jogger que es más loungewear.

17. ¿Quisiera saber qué opinas sobre las diferencias que puede haber entre la ropa de dormir de hombre y de mujer?, ¿cuáles son estas? ¿Y qué opinas?

Respuesta: Paula:

Bueno yo creo que las prendas básicas de dormir son el clásico pantalón de dormir ancho con el busito arriba, los diseños si son fatales, porque son prints del año uno, yo creo que los chicos tienen menos opciones que nosotras y se ven como abuelos cuando se ponen este tipo de pijamas, tanto así que yo creo que ellos si deben usar, en el caso de mi ex por ejemplo yo le veía usar joggers o calentadores viejos o él tenía unas pijamas de Diesel (marca), y eso que son chéveres, pero si no te traes de otro lado aquí no encuentras ese tipo de cosas. Aquí es el típico pijama de abuelo con un print fatal en colores cafés, khaki, que o sea no. Pero son iguales a las nuestras (las de mujer). Y que son a las que la mayoría de gente tiene acceso realmente. Porque las que no son de acá si encuentras y quieres comprar son caras, los pijamas mejores son caros. Entonces la mayoría de gente se compra las de Pasa (marca) que son bastante rosadas con unos prints fatales y los hombres igual. Pero los chicos y los jóvenes, la verdad no te van a usar esos pijamas, entonces ellos si ya se ponen ropa reciclada, camisetas, suéteres y calentadores. Yo por ejemplo no he tenido ningún amigo al que le haya visto con el pijama de 80 años. Pero yo creo que un chico de otro estrato social quizás o de otro grupo quizás si se pone esas pijamas. (Comentario: ¿Quizás alguien que este menos interesado por la ropa en general?) Si, talvez alguien que su abuelita le regalo esa pijama porque piensa que es una chévere pijama, es cómoda, es como que tengo una pijama; pero tiene cero propuesta de diseño, como que no tienes mucho acceso al mundo de afuera, entonces como que te vale, no sabes que pijama usan los otros y si no tengo esta pijama y voy a usar.

18. En cuanto a la propuesta de mujer, se tiene como ya se ha hablado las propuestas tradicionales o de abuelita y las que tienen prints de animales y medio infantiles, ¿qué opinas sobre esto? ¿Sobre porque hacen estas propuestas al mercado en el medio?, ¿Crees que existen estereotipos?

Respuesta: Paula:

Lo que pasa es que creo que se nos ha visto en el medio como un poco más conservadoras, o que la gente que ya se arriesga un poco más se pone prendas como yo que sean de seda o un vestido, algo cuello v que es más escotado, porque en la cama no te puedes poner cosas más flojas ya que te mueves en la cama y vas a amanecer desnuda, entonces son cosas a considerar; Y yo creo que la gente en el medio es más consumidora de ese tipo de pijamas de prints, de colores pasteles, con esas flores fatales, pero que es lo que se tiene y que es un poco más barato; pero si, de ahí de tener opciones si tenemos un par de extranjeras, o si viajaste y te compraste, ya yo creo que la mayoría de personas que podemos lo hacemos. Pero para la gente que esta acá, su única opción va a ser siempre esa. Yo no creo que les guste pero, o que se sientan que representa su personalidad; más bien creo que siempre ha sido hasta un problema, que uno busca y no puede conseguir pijamas, que es difícil que ya se acaban o que no puedes conseguir tu talla, o que no van de acuerdo a lo que estás buscando o necesitas (oferta extranjera en el medio) a algunas les gustará las cosas más sexys a otras les gusta un poco menos. Yo soy una abuela completa para dormir, yo duermo con medias, con chompa con bufanda. (Talvez esa es la opción que menos se oferta en el medio?, donde se ven más ofertas tradicionales, de abuelita o hay infantiles y por ultimo hay las súper sexys). Exacto es que es ropa normal, lo que necesitas son una primera capa, una chompita o un buso y ya directamente el pantalón, pero a mi punto de vista aquí necesitamos algo más abrigado, no sé como dormirá la gente pero la verdad yo necesito cosas que me vayan a mí para el frio y eso no hay, o sea yo no he visto eso.

19. Utilice 5 palabras para describir la ropa de dormir (adjetivos, características, lo que debe ser, etc)

Respuestas: Paula:

A ver, comodidad, versatilidad, que sean abrigadas, para Cuenca, que se ajusten a condiciones climáticas; modernas, a mi si me interesa, no me gustan las que son chapadas a la antigua, y que si te dure, que sean de un buen material, porque usualmente creen que como la ropa de dormir nadie te ve, generalmente los materiales son malos y se te dañan enseguida, a parte que la ropa de dormir le lavas con constancia, entonces si debe ser buena.

20. Hablemos un poco sobre la palabra comodidad, que significa para ti, más allá de la ropa, como un estado físico o de ánimo?

Respuestas: Paula:

Para mí la comodidad es que yo pueda moverme o desenvolverme en distintos sitios, circunstancias, situaciones y que aun así mi ropa se mantenga bien, que me sirva para el frío, que se ajuste al clima, porque si paso frío o calor me aturde, entonces tiene que ser cómodo en ese sentido, que no me haga sudar, que me haga sentir bien. (Pregunta: ¿Y en el caso de tu estado de ánimo? ¿Cuándo o que circunstancias te hacen a ti no sentirte cómoda o de lo mejor? En general y con la ropa:) Me hacen sentir incomoda las situaciones o circunstancias que se salen de mi control, o sea que no puedo controlar, en las personas, lugares, y con la ropa es igual, lo que esta fuera de mi control; si por ejemplo se me arruga la ropa, si la ropa me hace sudar, si se supone que era una chaqueta y resulta que la chaqueta es un adorno y me hace morir de frío, eso me hace sentir incomoda.

21. Hablemos de la propuesta moderna que mencionas también, ¿esto sería importante para ti para tu satisfacción personal o para que esta pueda ser utilizada en distintas situaciones más públicas, y ser vista por otros?

Respuestas: Paula:

Yo creo que la propuesta sería para mí, porque si siento que se me hace difícil encontrar un pijama que se ajuste a lo que yo necesito. También porque obviamente me interesa que se vea bien, pese a cualquier cosa, quiero que se vea bien. Que pueda salir con eso talvez. Por eso digo que prefiero en vez de un pijama usar loungewear, porque eso se adapta mucho más y usualmente tiene más propuesta que un pijama común. El pijama común es como un estereotipo de ropa. Es como que no tengo mucha opción, y yo trato de buscar cómo te digo el loungewear más que pijamas, porque sé que eso voy a poder utilizar, inclusive cuando me voy de paseo, llevo loungewear y no pijamas. A esto me refiero con propuesta, algo que sea más acorde al clima nuestro en Cuenca; Esos busitos que hay son un adorno, y aquí si hace frío y si no te pones una chompa o algo encima te mueres de frío, o medias para dormir, eso también no hay. (Comentario: ¿podrías decir entonces que estás satisfecha con tu ropa de dormir pero no al 100%?) Yo estoy satisfecha pero porque yo me puedo adecuar a mi ropa, yo ya sé que es lo que necesito; pero si siento que a la gente que no sabe cómo hacer eso, se le hace complicado encontrar algo, o sea un pijama en verdad. Yo si me puedo manejar con lo que tengo, se cómo combinar, pero hay gente que no sabe cómo hacer eso, y se compra justamente esos conjuntos porque es lo que está a la mano, lo que ya está combinado y ya está hecho. La gente siempre va a optar y va a querer eso, versus a tener que combinar o ropa vieja. A la gente le vienen mejor los conjuntos ya armados y por eso es que usan la ropa que ya hay en el mercado. (¿Sientes que porque tú ya has conseguido esa versatilidad, tener diferentes prendas para diferentes situaciones que se te hace más fácil utilizar ropa de dormir o loungewear para situaciones más amplias, mientras que personas talvez más adultas consideran al pijama como más limitante y para situaciones más estrictas?) Si es que imagínate yo decirles a mis tías o a mi abuela, abuela use loungewear, es como que, ¿qué es eso? Y en el loungewear justamente lo que te toca es armar combinaciones, pocas veces es que te viene ya el jogger con buso o algo así. Entonces si es un limitante, lo que la gente necesita es algo que ya venga armado para usar eso y listo. A mí se me ha hecho fácil pero es porque ya te digo, yo conozco el termino loungewear, o sea yo combino ropa (como trabajo), pero quien sabe de loungewear, pocas personas, inclusive a mi ex le mencione alguna vez y no tenía idea; la gente no sabe, no es un término común; entonces obviamente van a buscar la pijama y no eso. Y aunque no estén contentos es lo que se tiene en el medio ahorita.

**-ENTREVISTA MARIA ISABEL DURAN, 25 AÑOS, LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR, BANCO DE GUAYAQUIL**

Introducción:

1. Hábleme sobre su ropa de dormir, ¿Usa ropa de dormir?

Respuestas: Marisa:

Sí, si uso ropa de dormir, a veces un conjunto como pijama, y a veces sólo ropa cómoda.



2. ¿Cuáles son tus preferidas, las que más te gusta usar o más usas?

Respuestas: Marisa:

A mí me gusta que sean flojas, que no me apriete en ninguna parte nada. Arriba flojo, grande, cómodo, que este libre (mi cuerpo). Y también el pantalón que sea suelto, que no apriete, puede ser un calentador o pijama pero que no tenga elástico que sea muy fuerte o me comprima. Hasta hace un tiempo sí utilizaba más pijamas, y en específico conjuntos, porque sí he encontrado. Pero es difícil encontrar pijamas, porque no hay o no hay las que se ajustan a los que buscas. Entonces utilizo más calentadores o Hoodies, que son muy cómodos; que no tienen nada de elásticos, y es lo que he estado utilizando más en el último tiempo, pero si tengo pijamas que se han ajustado a lo que busco.

3. ¿En qué momentos utilizas tú la ropa de dormir?, ¿sólo en tu casa, sólo en la noche?

Respuestas: Marisa:

Si, solo en la noche. No me gusta mezclar la ropa de dormir, con ropa que he estado utilizando durante el día, porque no me gustaría meterme a la cama con ropa con la que me he estado paseando. Entonces sí, (mi ropa de dormir) son específicas para la noche. (Pregunta: Y por ejemplo el fin de semana o para estar en tu casa, ¿qué prendas usas?) Ahí si uso, calentadores, chompitas también para estar cómoda, pero no específicamente los pijamas, y no les mezclo. Y si estoy puesta todo el día una ropa, ya no me voy a dormir en la noche con esa misma ropa.

4. ¿Y tal vez utilizarías tu ropa de dormir en público?, ¿para hacer actividades básicas como ir a la tienda?

Respuestas: Marisa:

No!, si es que salgo de mi casa, ya me cambio de ropa, aunque sea a un calentador. El calentador puedo usarlo para estar adentro de mi casa o para afuera, dependiendo de la actividad; pero ya mi pijama, a ver si fuera uno de los hoddies con los que duermo y está limpio, sí, si lo usaría, pero porque es un hoodie; pero si fuera uno de mis conjuntos hechos para ser pijama entonces no. (Pregunta: Y ¿por qué?, ¿por el tema de mezclar la ropa? o ¿por un tema social?) Yo creo que totalmente por un tema social, o sea personalmente si yo veo a alguien en pijama, que yo identifico como pijama, en la calle, voy a decir: esta persona porque salió en pijama, no entiendo porque lo hizo, entonces, eso sería algo que yo nunca haría. Yo soy complicada, entonces salgo a la tienda y salgo puesta rimmel y polvo (maquillaje), o sea yo no puedo salir así. (Pregunta: ¿Qué sensaciones te hace sentir el salir sin eso?. ¿desarreglada? ¿O?) Me siento súper insegura, yo necesito estar presentable para encontrarme con gente, sean desconocidos, conocidos, lo que sea. Irme al supermercado con cara lavada y pijama, no, antes me muero de hambre.

5. ¿Con quienes tienes esa confianza, que te pudieran ver en pijama?

Respuestas: Marisa:

Bueno, mi familia obviamente, mis amigas las más cercanas, que ya me pueden ver desmaquillada, recién salida de la ducha y con pijama, no tengo ningún problema, ya tengo esa confianza; pero más allá, amigas no tan cercanas o ya así extraños o personas que son solo conocidos, no. (Pregunta: ¿Qué hace que la ropa de dormir sea diferente a prendas muy similares como ropa deportiva o calentadores?) Creo que yo le identifico mucho a la ropa de dormir, con telas suavecitas, que implican tal vez el no estar puesta sostén; Y por ello, cuando estás en una situación pública, de seguro vas a estar puesta sostén; porque de lo contrario se te ve todo, y estás expuesta. Entonces prefiero, a irme con pijama y con ropa interior, más bien me pongo ropa normal, y me visto y me voy.

6. Hablemos sobre tus recuerdos, en torno a la ropa de dormir, ¿Cuando eras niña, hay alguna en particular que recuerdas, que te haya gustado?

Respuestas: Marisa:

Siempre me han gustado los pijamas de pies, los monos, tengo uno que me da y si he usado, hasta hace un año, porque no lo encuentro, es el único motivo por el cual no le uso. Me parecen tiernas, lindas; no son tan cómodas el rato de por ejemplo irte al baño, porque tienes que desvestirte completamente. Pero son las que más me gustan y creo que en mi niñez tuve algunas. Siempre he dormido con pijamas de pantalón, nunca en short; excepto en la playa. Creo que esto se debe al aspecto clima, ya que en esta ciudad, no se da para dormir en short; no sólo por el hecho de cuando estás durmiendo, sino cuando ya te levantas, al baño, etc. Tienes mucho más frío si estas en short. (Pregunta: ¿Y en contraste a como era tu ropa de dormir, de niña, como es ahora?, Hablaste del tema de linda, tierna, ¿consideras que tu ropa sigue siendo así? O ¿quisieras que lo fuese?) La verdad, para mí ha perdido mucha importancia la ropa de dormir, en como se ve, porque solo quiero estar cómoda como para dormir; obviamente quiero tener un conjunto lindo y cómodo como para una pijamada o algo, porque ya se vuelve un evento social entonces no quisiera estar con una pijama hecha huecos. Pero sigue predominando para mí que sea cómodo. (Pregunta: ¿Y tienes el pijama presentable para pijamadas?) Tengo el pijama presentable, sí, y le uso de cotidiano también; depende en realidad de que encuentro el rato que voy a dormir primero, pero esa si es la elegida si me voy a dormir en otra parte.

7. ¿Cómo sería tu ropa de dormir ideal, si pudieras elegir una sin limitaciones, de costos o disponibilidad?

Respuestas: Marisa:

A mí me gustan las pijamas de algodón, no me gustan por ejemplo las pijamas de seda, porque no me gusta la sensación en la piel, es fría; se ve hermosa, me encanta como se ve, pero es una tela fría y no entiendo porque alguien quiere irse a dormir con algo así, ósea te levantas y la tela ya se enfrió, no mantiene ese calorcito hasta que te cambies. Entonces yo quisiera primero el tipo de tela que sea suave, que sea cómodo, que sea relativamente calentito, si vamos a hablar del tema de clima y donde vivimos. Que sean, como dije no me gustan los elásticos, que se aprestan, no me gustan; también me gusta que sean de tonos pasteles, o sea suavitos, no me gustan los que tienen muchos colores, la característica principal es que sean de algodón.

8. Hablemos sobre la propuesta que hay en el medio, te sientes identificada con la manera en la que esta representa ciertos estereotipos de feminidad (pijama tradicional (abuela), infantil o sexy?)

Respuestas: Marisa:

Si, ahora que lo mencionas, es ropa extremadamente básica, sin ninguna gracia, que vendría a ser la de abuelita, o la infantil es la de arcoíris, colores, ositos y la ropa que ya no es de dormir, sino viene más a ser lencería. Pero si, esas son realmente las propuestas que hay, yo creo no que hay una oferta de ropa de dormir, para adulto, que sea cómoda, pero que sea también linda, que sea bonita, no tiene que ser ni sexy, ni llena de corazoncitos ni cositas. (Pregunta: ¿Cómo crees tú que esta oferta se compara a la ropa de dormir de hombre?, como ¿son similares o diferentes?) Ósea yo creo que la ropa de dormir de hombre, podría compararse con la ropa de dormir de abuelita en mujer, porque sólo tienen esa; para las mujeres hay todo, en todos los ámbitos y para diferentes momentos. Por ejemplo la falda para esto, para esto y para esto, los hombres tienen un short. Entonces yo creo que es así, porque para los hombres, la comodidad va siempre ante todo, en todos los aspectos; entonces podría compararse con la ropa de abuelita, pero las mujeres si somos aun en eso, mas detallistas, y nos fijamos más en todo, entonces no llega a ser suficiente que sólo sea cómoda, si es lo más importante; pero si aparte es linda, se vende inmediatamente. Porque si vos me preguntas donde comprar una pijama aquí (en el medio) no tengo idea; nunca he intentado, porque las veces que lo he hecho encuentro como que de short, hay un montón, no entiendo porque. Y yo busco una, como la que tengo para dormir en lugares sociales, que es así lo máximo, porque es súper linda, muy linda (Afirmación: ¿Y voy a suponer que no ten compraste aquí?) Claro, es una Victoria's secret. Entonces es súper linda, ah, ¿coqueta? ¿Talvez sería la palabra?, es linda, y es comodísima. Entonces y eso no hay aquí. Hay también las de licra, que también te aprietan. Entonces creo que los hombres sobre todo se llevan la comodidad (exclusivamente). Lindas de hombre no tengo en mente, tampoco creo que tienen esa propuesta.

8. Tu situación es de una mujer adulta, independiente, y también eres soltera; ¿crees que lo que tú buscas es una ropa de dormir, que sea más atractiva hacia otras mujeres, debido a que tu situación dicta que tienes más socialización con ellas que con una pareja?

Respuestas: Marisa:

Exacto, si yo estuviera en una situación en la que estoy viviendo con mi pareja, también buscaría una pijama cómoda, pero ahí también sería diferente; porque creo que si ya estas con alguien, no te quieres ir a dormir en un calentador y un hoodie gigante. Al menos no se los primeros meses de relación. O sea quieres estar cómoda, pero tampoco hecha un desastre. Y tampoco si alguien te va a ver, por ejemplo, sean tus amigas también; entonces uno puede ser uno mismo, a mi realmente este rato me da bastante igual, pero si prefiero, si me pones a elegir, te vendo este hoodie, para que uses con este calentador y te doy este conjunto que cumple todo lo que quieres, yo si voy a comprar el conjunto siempre; así sean igual de cómodos. (Pregunta: ¿A qué crees que se debe esto?, ¿Crees que el conjunto te representa más?) Creo que es mas de acorde a la actividad que voy a hacer, a mí me gusta tener mi ropa, por ejemplo los sostenes deportivos, son solo para hacer deporte, de ahí hay la ropa de salir, y así, entonces la ropa de dormir, mal que bien, si tú te vas a dormir con algo que tenga la misma textura arriba como abajo, que sean un conjunto, que van la una con la otra, y que incluso se van a desgastar al mismo tiempo, y te vas a comprar otro conjunto al mismo tiempo cuando ese ya no sirva, entonces si le da como que armonía al momento que te vas a dormir. (Pregunta: ¿Crees que esto te hace sentir más satisfecha o afecta en tu comodidad? ¿Qué sería un plus para tu experiencia de sueño?) Si, no sé si afecte en algo mi sueño pero, al momento de irme a dormir, el simple hecho de ponerte el pijama, es así como que siento que ya se acabó el día, es momento de relajación, es momento de dormir, me voy a poner la pijama; entonces el cambio de ponerse ropa a ponerse pijama es totalmente un cambio de confort.

9. Utilice 5 palabras para describir la ropa de dormir (adjetivos, características, lo que debe ser, etc)

Respuestas: Marisa:

A ver, primero comodidad, descanso, calor o térmico, talvez que sea linda y que sea duradera, porque también hay telas de pijama que son tan finitas, son tan finas, que realmente no te duran y no son de buena calidad; y yo creo que una pijama, considerando que usas una vez al día por 8 horas en las que ni te mueves, debería ser de una tela que sea duradera; porque no está bien estarte comprando pijamas a cada rato, a parte que no hay en donde comprar.

#### **-ENTREVISTA SILVIA LÓPEZ, 34 AÑOS, PSICÓLOGA**

Introducción:

Nombre: Silvia López, 34 años, psicóloga educativa terapéutica, docente en la Universidad de Cuenca

¿Usted usa ropas de dormir?

Respuesta Silvia:

Si, si uso ropa de dormir.

¿Cuáles prendas son sus preferidas?

Respuesta Silvia:

No tengo estándar definido, varias coyunturas me han llevado a tener la ropa de dormir que tengo, no tengo un interés particular por un diseño o por un color, las texturas si me interesan, sobre todo el tipo de tela y algo que si debe cumplir para mí es que tenga mangas; principalmente por nuestro clima, en la costa no es algo que me importe pero aquí sí.

Si he tenido pijamas en una sola pieza cómo vestidos, pero una favorita ahora no tengo porque es poco tiempo de que di a luz; entonces particularmente por esta situación ahora mis pijamas están como flojas y así; sin embargo antes de estar embarazada si recuerdo tener un par de favoritas que al estar todas lavadas, eran por las que iniciaba; era un combinación que yo misma hice; compré el pantalón de pijama y arriba usaba un buso manga 3 cuartos de Zara que una vez me quedó grande y era de algodón y el color era parecido y combinaba con el pantalón.

¿Para qué momentos decide usar esta ropa de dormir?

Respuesta Silvia:

Antes la usaba justo al momento de dormir, como a las 10 u 11 de la noche, ahora me pongo al momento de ponerles pijama a mis hijos que es un poco más temprano como a las 9 de la noche que es cuándo les acuesto a ellos; siento que la ropa del trabajo ya para mis guaguas me incomoda y además ahora con el tema los virus prefiero llegar y sacarme la ropa que use para estar fuera de casa y prefiero acostarles a mis hijos ya con la ropa de dormir porque siento que a otra podría estar contaminada. Siento que se ha vuelto una cuestión automática y me gusta que los pijamas estén limpios, no uso uno más de dos días y ahora el fin de semana también siento que me demoro más hasta quitarme el pijama, pero siento que porque soy la última en alistarme en mi casa con lo que me estoy sacando el pijama alrededor de las 10 u 11 de la mañana.

¿En qué lugares o situaciones usa ropa de dormir?

Respuesta Silvia:

Únicamente en la casa; máximo para salir a la lavandería de la casa.

¿Por qué razones podría considerar que la ropa de dormir no es para usar en público o afuera?

Respuesta Silvia:

Porque siento que demuestra falta de higiene, es seguro que alguien que no se sacó el pijama ni siquiera se bañó. Jamás en mi vida he salido de mi casa en pijama; por ejemplo mi esposo salía a dejarles nuestros hijos en la parada de la buseta en pijama y a las 6 de la mañana me parece pasable, pero a las 11 de la mañana ver a alguien en pijama mi percepción es que la persona no se ha bañado siquiera; además si me generaría vergüenza.

¿Por qué considera que la ropa de dormir no es para ser vista por toda la gente?

Respuesta Silvia:

Pienso que depende, si estás en un espacio como por ejemplo cuando voy a yunguilla con mis suegros ha pasado que me ven en pijama, sin embargo me molesta mucho el tema de que me vean sin usar brazier porque el pijama lo uso sin ropa interior; aunque igual me siento incómoda prefiero que no me vean por mucho tiempo en pijama; de pronto con mi mami habría más confianza pero la verdad prefiero que no me vean con pijama.

En temas de viaje de trabajo generalmente estoy sola y con amigas aunque haga una pijamada igual siento que llega una hora en la que ya simplemente debes sacarte el pijama, siento que empata con lo que dije respecto a que me vean mis suegros, cuando es con amigas que no he convivido; sin embargo cuando convivía con algunas amigas en un departamento ahí si ya me veían pero era como sentirme en casa igual porque ya eran mis convivientes.

La verdad siento que tengo una fijación con que la ropa de dormir es sólo para la noche, incluso si el fin de semana uso más tiempo pues ya la pongo a lavar, entre semana si me repito el pijama unas dos noches, pero el fin de semana que estoy un par de horas más con el pijama y fuera de la cama entonces siento la necesidad de ya ponerlo a lavar.

Prefiero ropa cómoda para estar en casa pero no pijama, ni siquiera para trabajar en casa; sólo puedo usar el pijama para dormir.

¿Qué características puede tener la ropa de dormir que no tiene la vestimenta cotidiana?

Respuesta Silvia:

Pienso que es el tiempo que vas a usar, el pijama es para meterse debajo de las cobijas, pero no me veo metiéndome en la cama con la ropa con la que salí a la calle o con la que me puse a jugar en el suelo con mis hijos; pienso que es más el esquema de lo que se ha aprendido.

Otra diferencia es que la ropa de diario tú la vas combinando como quieres mientras que los pijamas ya vienen estructurados; también el tipo de tela de la ropa cotidiana no es igual a la de la ropa de diario, creo que deben ser telas más suaves para dormir; además que si hay bajones de temperatura para el pijama se necesita una bata o salida de cama mientras que en la ropa cotidiana tienes que combinar con un abrigo.

¿Tiene recuerdos de alguna ropa de dormir en particular? ¿Por qué la recuerda?

Respuesta Silvia:

Creo que siempre he usado el pijama de dos piezas, con buso y pantalón; no recuerdo un pijama que me haya marcado o que haya mucha diferencia en alguna, además yo heredaba los pijamas de mi hermana y la verdad creo que ninguna se salía de ese patrón; lo que sí recuerdo es que en la niñez y la adolescencia no tenía tan establecido eso de que el pijama era sólo para la hora de dormir, en ese entonces si podía pasar con pijama mucho más tiempo, incluso podía pasar el día entero con el pijama y volver a dormir en la noche con lo mismo; pasar más de 24 horas con el mismo pijama.

¿En qué ha cambiado en la adultez?

Respuesta Silvia:

Yo me considero bastante básica en eso; con que sea de algodón y tenga mangas para mí es suficiente como para dormir cómoda y abrigada.

Pienso que el algodón no debe ser muy grueso porque me genera demasiado calor; tengo una comprada en Pasa que es de un algodón muy grueso y cada que duermo con esa me acaloro demasiado y tengo incluso malos recuerdos de que no me dejaba dormir, me despertaba sudando; así que ahora le veo y me da hasta miedo ponerme porque siento que no voy a poder dormir.

Pienso que ahora no deben ser tan holgadas, si cómodas pero un poco armadas, incluso para que el marido no moleste con que una se descuida de esas cosas.

¿Cree usted que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencia?

¿Respuesta Silvia:

La verdad mi marido también se pone cosas abrigadas, así como yo tengo el tema de querer cosas que me abriguen los brazos el en cambio tiene ese tema en la espalda, porque al dormir entre dos la cobija queda templada y eso me genera que entre frío en la espalda; entonces el a veces se pone una camiseta debajo del pijama; a él le gustan más las térmicas; luego se destapa pero sólo esos le gustan; nunca le he visto dormir con algo muy fresco, más bien siempre abrigadas. Él si recicla un montón de ropa para dormir y a él si no le importa que combinen ni nada.

He notado que la tela de los pijamas de hombre son más gruesas y que las propuestas para hombre son más clásicas; en la oferta de mujer hay un poquito más de diversidad.

No me gustan tanto los pijamas que hay en el mercado pero entre lo q me toca elegir prefiero las estampadas; alguna vez conseguí unas más armaditas en Emma que me gustaban; incluso tengo unas 3 de esa marca en negra gris y azul; no me gustan los colores pasteles para dormir; en general no me gustan esos colores ni para dormir ni para vestir; además tengo la idea que los colores claros en pijama me parece que transparentan.

¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

Respuesta Silvia:

Cómoda, que regule la temperatura, con colores favorecedores, libre de botones, cierres y elásticos muy apretados, un poco armada, modernas, que estén acorde a la tendencia de moda siempre en la medida de que sigan siendo pijamas.

#### **-ENTREVISTA DIANA, 32 AÑOS, COMERCIANTE**

Introducción:

Nombre: Diana Barros, 32 años, Auditora interna en una cooperativa.

¿Usted usa ropa de dormir?

Respuesta Diana:

Si, por supuesto uso ropa de dormir.

¿Cuáles prendas son sus preferidas?

Respuesta Diana:

Depende más del clima, si está muy frío uno siempre tiene un conjunto de pantalón y buso y si el clima es más templado un vestidito o bata; siempre utilizo pijama, no uso calentadores u otras prendas para dormir.

¿Para qué momentos decide usar esta ropa de dormir?

ANEXOS	ANEXOS
--------	--------

Respuesta Diana:

Yo utilizo ya cuando es hora de dormir, no uso los fines de semana ni en la tarde al llegar a casa, yo la utilizo exclusivamente para dormir, ya que no comprendo cómo se podría estar usando una ropa parte del día y con eso mismo irse a la cama en la noche, me parece terrible. Pienso que es un tema de costumbre y también la idea de no dormir con la ropa con la que ya has estado antes.

¿En qué lugares o situaciones usa ropa de dormir?

Respuesta Diana:

Únicamente para dormir, me parece que un pijama no es adecuado para hacer otras actividades.

¿Por qué razones podría considerar que la ropa de dormir no es para usar en público o afuera?

Respuesta Diana:

Yo jamás lo haría, me parece terrible salir de la casa en pijama, ni siquiera lo hago para dejarle a mi hijo en la buseta; sin embargo si estoy en mi casa y llega alguien de confianza como mis amigas a visitarme no tengo problema en que me vean con ropa de dormir, pero realmente tendría que ser alguien de confianza y de sexo femenino.

¿Por qué considera que la ropa de dormir no es para ser vista por toda la gente?

Respuesta de Diana:

A menudo veo personas que salen en pijama a la tienda y a mi parecer se ve feo, hay algunas ropas que son más feas que otras pero en general no me parece que se vea bien; si es un calentador reciclado y se usa para dormir probablemente ni siquiera percibo que es ropa de dormir y no me importa pero un pijama a mi modo de ver se ve terrible, no me parece apropiado. Cuando veo alguien en pijama en la calle pienso que la persona ni siquiera se ha lavado los dientes, pienso que es un imaginario que ya está en nuestra mente desde siempre.

¿Qué características tendría que tener la ropa de dormir ideal para ti?

Respuesta Diana:

Mi ropa de dormir perfecta sería para mí, color turquesa, que sean bastante livianas sobre todo para un clima templado, pueden ser de seda, que sea de tiritas y 3 cuartos arriba de la rodilla; si es conjunto el buso me gustaría que se finito y liviano y en colores claros, el pantalón igual en tela no pesada y con bastas normales, no demasiado anchas.

A mi ropa de dormir la veo como mi comodidad y a la ropa de calle la veo más llamativa y me interesa más la ropa de uso diario, entiendo que hay personas que se fascinan con la ropa de dormir, pero en mi caso no busco tanto una selección tan exigente en la ropa para dormir.



¿Tiene recuerdos de alguna ropa de dormir en particular? ¿Por qué la recuerda?

Respuesta Diana:

Yo de niña usaba solamente pijamas tipo monos, use eso siquiera hasta los 11 años, pienso que de niños estamos más sometidos a lo que nos pongan nuestros padres.

¿Recuerda cómo era su ropa de dormir de la niñez? ¿En qué ha cambiado en la adultez?

Respuesta Diana:

Pienso que ha cambiado demasiado, uno cuando pasa la adolescencia si se preocupa un poco más por su apariencia, talvez en la época del colegio no tanto, pero en la época de la universidad ya prefieres ropa más llamativa y finalmente cuando eres mamá tus preferencias cambian a la comodidad. Al ir creciendo tus gustos cambian y empiezas a querer verte más femenina y tu estilo va cambiando y con ello tus preferencias en la ropa en general y también en los pijamas. En la juventud prevalecía el verse bien antes que la comodidad, al ya casarme también tuve ropa de dormir un poco más sexy y al ser mamá buscaba opciones más cómodas.

¿Cree usted que hay diferencias entre la ropa de dormir de hombre y de mujer? ¿Por qué? ¿Cómo se diferencia?

Respuesta Diana:

Yo en realidad pienso que la diferencia está en los diseños y colores, mi esposo igual duerme con terno de dormir. Pienso que hay más variedad en lo que se puede conseguir en el mercado para el sexo femenino tanto en la ropa en general como en los pijamas.

¿Con qué relaciona a la ropa de dormir?, ¿Con qué momentos, ¿Con cuales ideas?

Respuesta Diana:

Principalmente con descanso, cuando estoy con ropa de dormir no quiero hacer nada más que ir a descansar. Para sentirme cómoda necesito mi cama, mi esposo al lado, prender un momento la tele, la comodidad de tu cuarto, tu cama, el clima, incluso la luz, todos son elementos importantes para el descanso y el pijama obviamente aporta y agrega valor para sentirte a plenitud a la hora de descansar.

¿Si pudiera describir con 5 palabras la ropa de dormir, cuáles serían?

Bonita, cómoda, sencilla en el diseño y liviana.

## 3.2. AUDIOS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUCTURADAS:

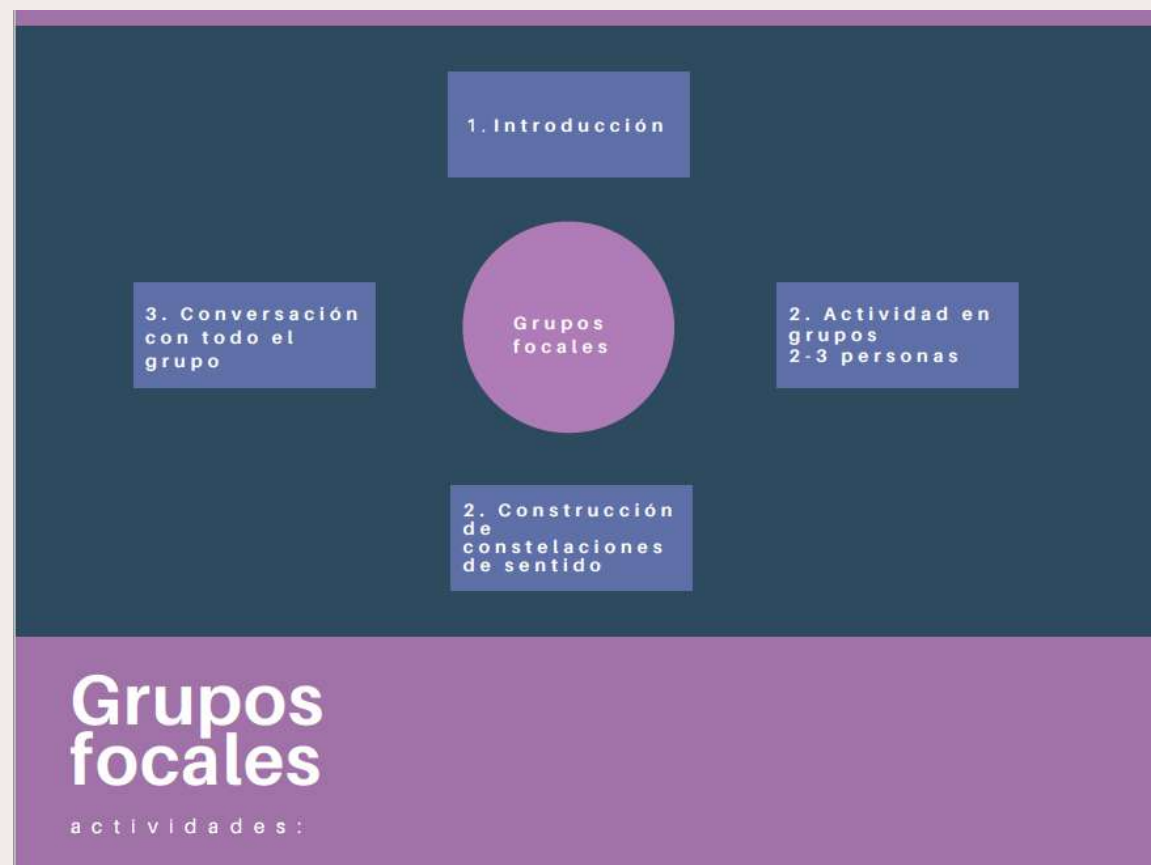
<https://drive.google.com/drive/folders/1eN5CkTloXgOu-TYozVdiKf68fYwGFUPR?usp=sharing>

## 4. GRUPOS FOCALES:

### 4.1. AUDIOS DE GRUPOS FOCALES:

<https://drive.google.com/drive/folders/1eN5CkTloXgOu-TYozVdiKf68fYwGFUPR?usp=sharing>

### 4.2. CONSTELACIONES DE SENTIDO DE GRUPOS FOCALES:



ANEXOS

ANEXOS

# CONSTELACIONES DE SENTIDO DE GRUPOS FOCALES:

## PREGUNTAS GUIA PARA ACTIVIDAD:

FECHA: 07/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 15:00H

PALABRA CLAVE: CONFORT/COMODIDAD

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Características de tus prendas favoritas.
2. Tu ropa de dormir ideal.
3. características de la ropa de dormir que no te gusta.

PALABRA CLAVE: IDENTIDAD/PERSONALIDAD

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Que diferencias tiene tu ropa de dormir con tu ropa de diario?
2. Sientes que refleja algo sobre ti?, tu personalidad?, o estilo?. Como lo hace?
3. En comparacion con la ropa de dormir masculina, que características tiene la de mujer y te hace sentir identificada? Si?, no?,porque?

PALABRA CLAVE: INTIMIDAD/ USO PRIVADO

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Que significa para ti lo intimo o privado?
2. Que lugares, cosas o personas asocias a este espacio intimo?
3. Características o particularidades de la ropa de uso privado. Ej. Ropa de dormir.

PALABRA CLAVE: IUSO PUBLICO

IDEAS/PREGUNTAS:

1. Usarias ropa de dormir en publico? Donde?, Bajo que circunstancias?, Con quien?
2. Que te haria el estar en ropa de dormir en un lugar/ situacion/ privado o con personas que no consideras de confianza?

# CONSTELACIONES DE SENTIDO DE GRUPOS FOCALES:

## GRUPO FOCAL 1:

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

### REGISTRO DE ASISTENCIA:

NOMBRE:	EDAD:
Paula	29
Ana	30
Dani A.	26
Destina	29
Paula	25
María	29
Galay	25
Isabel	25

ANEXOS

ANEXOS

**-GRUPO 1:**

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1.

- pasteles
- llenos / patronos neutros.
- material de la tela
- costuras
- lugar
- textura.

↑  
COLORES

↑  
CALIDAD

## CONFORT/ COMODIDAD

### SILUETAS

- onesies (+ -)
- 2 piezas
- vestidos
- intermedio flojo/apretado.

### MATERIALES

- licras cómodas
- calentador
- algodón
- tela caliente.
- seda. (+ -)
- tela polar (+ -)
- Ropa cómoda/caliente.
- Juego
- ELÁSTICOS ≠
- Apretado ≠
- Telas no opacas

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

- Personalidad: no es modo interior.
- De acuerdo a tu etapa.
- Comodidad sobre imagen.

PREFERENCIAS

## IDENTIDAD/ PERSONALIDAD

### ESTILOS

- No la misma importancia pero si debe gustarme.
- Como te hace sentir (edad, estilo).
- incluso algo feo si es comodo vale.

### ROPA DE MUJER

- Colores.
- Atracción
- Límites.

**-GRUPO 1:**

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

- Historio / actividad.
- Emergencia.
- Modelo.
- Amigos / familia cercanos.
- Masaja → mytel
- Grado confianza.

APROPIADO

## USO PUBLICO

INAPROPIADO

- Depende de la sociedad.
- Para dentro casa / familiares.
- tela.
- Respeto a los demás.

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

## PRIVACIDAD/ INTIMIDAD

- Mio. / no le incumbe al resto.
- Casa, cuarto, familia, amigos cercanos.
- Vulnerabilidad. / desatendida.
- Felicidad / tranquilidad / felicidad.
- Momento específico del curso / conatos / sillen.
- Respeto hacia los demás, presentación.
- Mascarillas → día a día.

**-GRUPO 2:**

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1.

- pasteles
- llenos / patrones neutros.
- material de la tela
- costuras
- lugar
- textura.

↑  
COLORES

↑  
CALIDAD

## CONFORT/ COMODIDAD

### SILUETAS

- onejes (+ -)
- 2 piezas
- vestidos
- intermedio
- flojo/ajustado.

### MATERIALES

- licras cómodas
- calentador
- algodón
- tela caliente.
- seda. (+ -)
- tela polar (+ -)
- Ropa cómoda/caliente.
- Juego
- ELÁSTICOS ≠
- Apretado ≠
- Telas no opacas

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

- Personalidad: no es muda
- intrínseca.
- De acuerdo a tu etapa.
- comodidad sobre imagen.

PREFERENCIAS

## IDENTIDAD/ PERSONALIDAD

### ESTILOS

- No la misma importancia
- pero si debe gustarme.
- como te hace sentir
- (edad, estilo).
- incluso algo feo
- si es cómodo
- vale.

### ROPA DE MUJER

- Colores.
- Atracción
- límites.

**-GRUPO 2:**

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

- Horario / actividad.
- Emergencia.
- Modelo.
- Amigos / familia cercanos.
- Masaja → mujer
- Grado confianza.

APROPIADO

## USO PUBLICO

INAPROPIADO

- Dependencia de la sociedad.
- Para dentro casa / familiares.
- tela.
- Respeto a los demás.

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
16:00H

ACTIVIDAD 1: GRUPO 1

## PRIVACIDAD/ INTIMIDAD

- Mío. / no le incumbe al resto.
- Casa, cuarto, familia, amigos cercanos.
- Vulnerabilidad. / desatendida.
- Felicidad / tranquilidad / felicidad.
- Momento específico de uso / consumo.
- Respeto hacia los demás, presentación.
- Mascarillas → día a día.



## -GRUPO 3:

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 16:00H

### ACTIVIDAD 1: Grupo 3

- \* Prendas favoritas
  - Variedad, colores, líneas, neutros, gris, estampado chevere.
- \* Ideal
  - Azul marino
  - Salmon, rojo, amarillo, colores vivos
- \* No gusta
  - Blanca
  - Colorido - Gris

#### COLORES

- \* Prendas favoritas
  - Tela suave, de gamusa.
  - Buena, resistente, suave.
- \* Ideal
  - Duradero
  - Que no se salgan los hilos o costuras
  - Que no salga el cable
  - Que no se encoja.

#### CALIDAD

- \* No gusta
  - Muy dura.
  - Que pique

## CONFORT/ COMODIDAD

### SILUETAS

- \* Prendas favoritas
  - No floja, tampoco apretada.
  - Cordón en la cintura para elasticidad.
  - Sujetadas en el tobillo
  - Floja.
- \* Ideal
  - Con Botones - Con bolsillos en los pantalones
  - Pantalón y busera pantalones
- \* No gusta
  - No con cierres
  - Apretada

### MATERIALES

- \* Prendas favoritas
  - Tela de gamusa, ligera.
  - Franja suave.
- \* Ideal
  - Seda,
  - x 2
- \* No gusta
  - Que pique
  - Que sea porosa.

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 16:00H

### ACTIVIDAD 1: Grupo 3

- 1) Diferencias Ropa de dormir vs diario.
  - Diariamente si usamos ropa más apretada
  - Flexibilidad en la ropa.
  - Cuando te casas, prefieres una ropa de dormir más seria, como de adulta.
- 2) La pijama si refleja nuestro estilo, en mi caso ese estilo más corporativo, limpia, elegante. → Gris.  
Arquitecta, se siente creativa, innovadora → Dani

#### PREFERENCIAS

## IDENTIDAD/ PERSONALIDAD

### ESTILOS

- 1) Diferencias Ropa de dormir vs diario  
La ropa de dormir, el estilo es más deportivo, la ropa de diario es más casual, semi-formal.
- 3) Mujer vs Hombre.  
Los colores difieren.  
Vestidos para mujeres.  
Camiseta para hombres  
Nos hace sentir diferentes.

### ROPA DE MUJER

- 1) Diferencias: Ropa de dormir vs diario
- 2) Te sientes femenina, porque cuando estás en obra o haciendo frmites usa una ropa más hacia la profesión → Dani
- 3) Mujer vs Hombre.  
Los hombres prefieren menos ropa.

### -GRUPO 3:

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 16:00H

ACTIVIDAD 1: Grupo 3

- \* 1) Usar ropa de dormir en público:  
La ropa de dormir si se podría usar en público, para ir a la tienda a comprar leche.  
Para realizar acciones o actividades rápidas  
Visitar a amigos de confianza.

\* 2)

APROPIADO

## USO PUBLICO

INAPROPIADO

- 1) Higiene: Por higiene me parece inapropiado  
Durante la semana es inapropiado porque ante la sociedad, uno debería estar trabajando a las 10 de la mañana, mas no con pijama.
- 2) Incómoda ante personas que no conocemos.  
Si todos están cambiados de ropa y uno sigue en pijama te sientes incómoda, menospreciada.

FECHA: 01/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 16:00H

ACTIVIDAD 1: Grupo 3

- i) Intimidad: Para mi y Dani la intimidad es el lugar donde te sientes cómoda contigo misma, al igual que privado es algo personal.
- 2) Lugares o cosas que asocias al espacio íntimo: La casa es un espacio íntimo, el cuarto, la ropa interior, toallas, los lugares de comodidad, algo que no compartes.
- 3) Está en contacto con tu cuerpo, que se adapta a nuestro cuerpo.

## PRIVACIDAD/ INTIMIDAD

- En cuanto a la intimidad con otra persona:  
Otra pijama, que invite a tener algo mas, como encajes, colores neutros, rojos, provocativos, no vulgares.
- Manejar la situación, cuando uno desea tener relaciones, al ponerse una ropa de dormir, es que como exige que suceda.

**-GRUPO FOCAL 2 (FALLIDO Y CONSIDERADO ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA GRUPAL):**

FECHA: 07/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA,  
15:00H

REGISTRO DE ASISTENCIA:

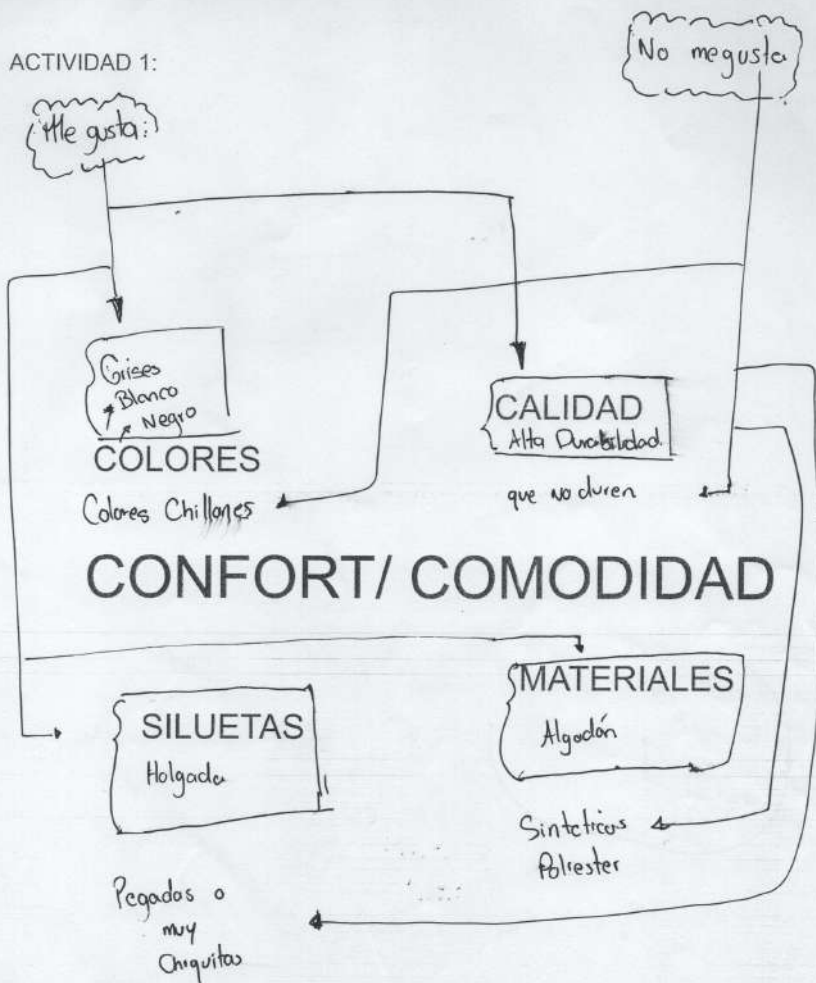
NOMBRE:	EDAD:
Rubi	27
Ana	27

ANEXOS

ANEXOS

FECHA: 07/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 15:00H

ACTIVIDAD 1:



Lo que tengo = por lo general es alguna ropa deportiva que no uso tanto como algún calentador y una camiseta y también ropa en tipo polar sobre todo por el frío

FECHA: 07/03/2020, LUGAR: CALLE LARGA 863 Y BENIGNO MALO, CUENCA, 15:00H

ACTIVIDAD 1:

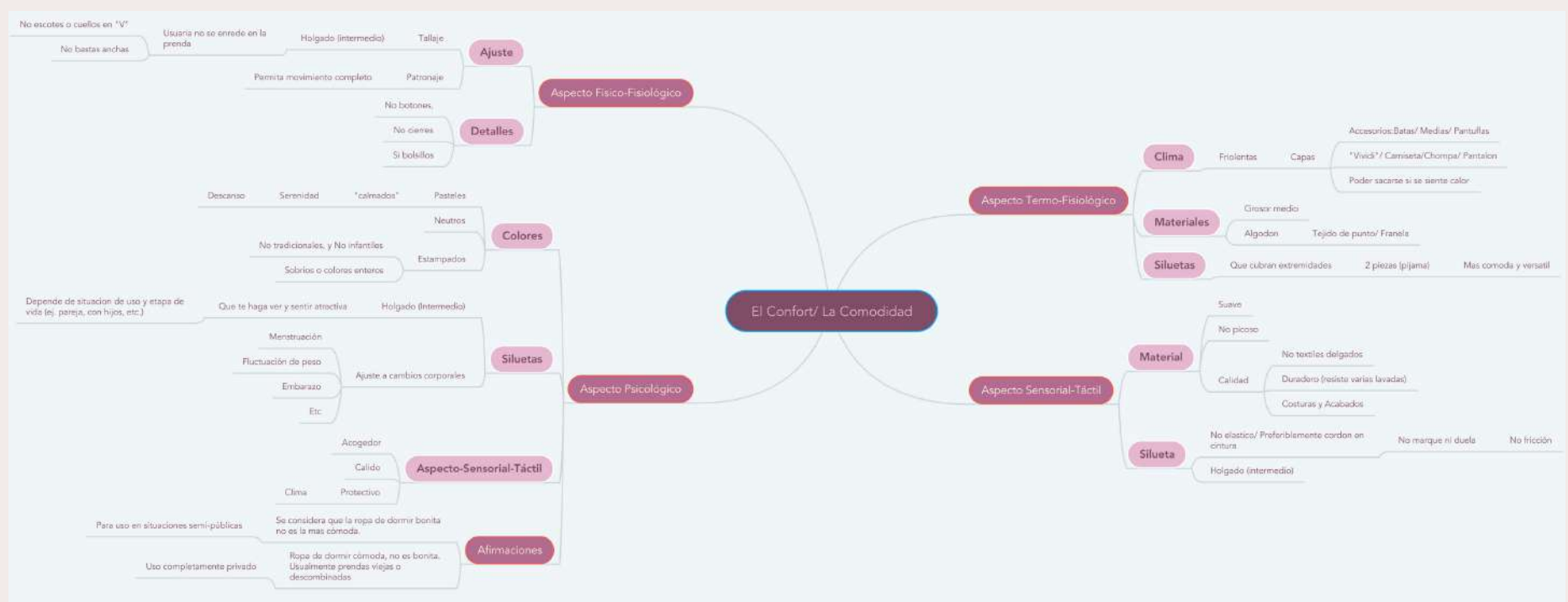


# 5. CONSTELACIONES DE SENTIDO:

## CATEGORÍA: LA ROPA DE DORMIR:



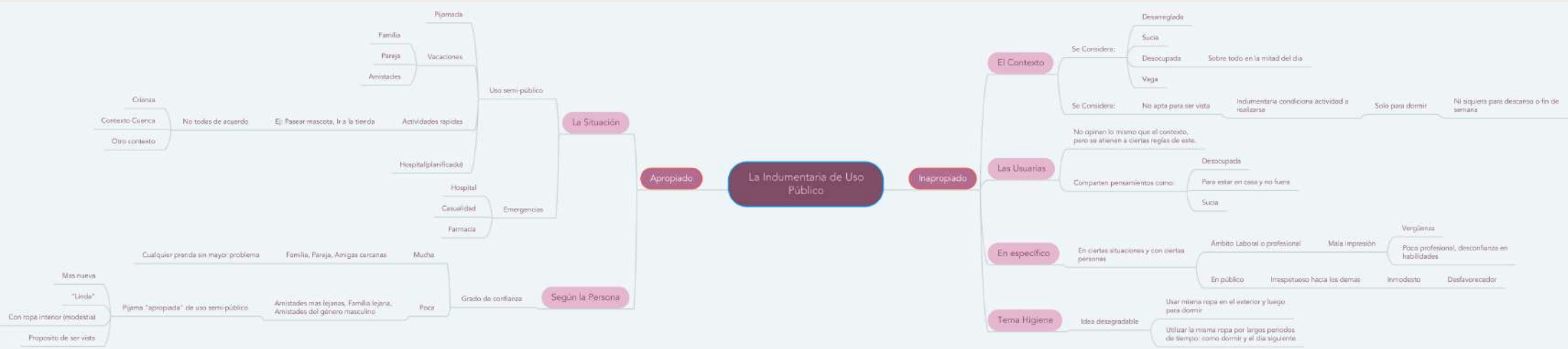
## CATEGORÍA: EL CONFORT/ LA COMODIDAD:



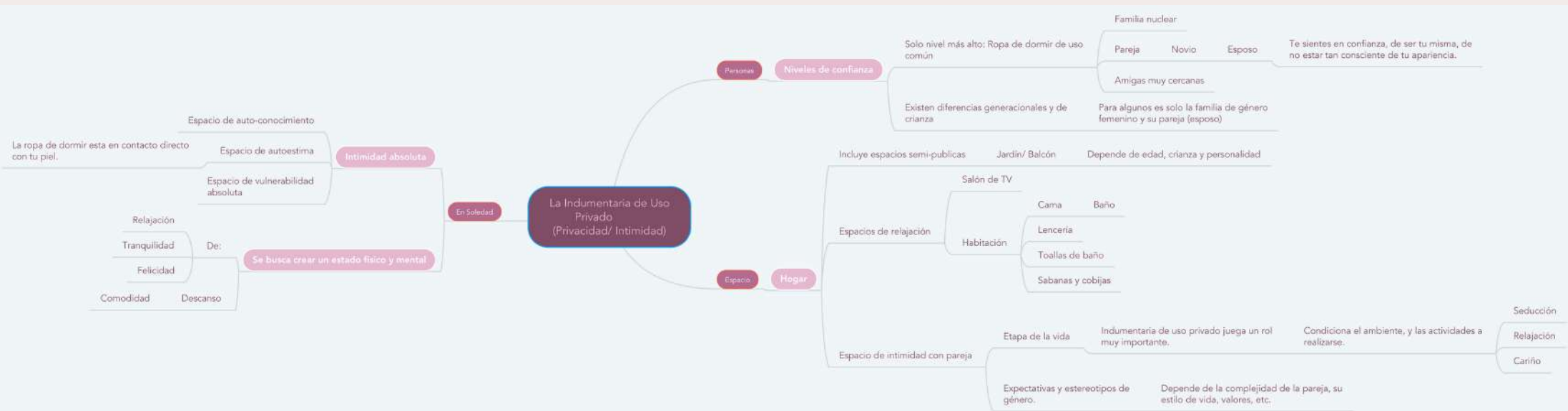
ANEXOS

ANEXOS

## CATEGORÍA: LA INDUMENTARIA DE USO PÚBLICO:



## CATEGORÍA: LA PRIVACIDAD/ LA INTIMIDAD:




ANEXOS

ANEXOS

## 6. DENUNCIA DE PROYECTO:

<https://drive.google.com/drive/folders/1eN5CkTloXgOu-TYozVdiKf68fYwGFUPR?usp=sharing>

## 7. ABSTRACT:

Resumen del proyecto				Abstract of the project			
<b>Título del Proyecto</b>	Diseño de indumentaria desde la función simbólica.			<b>Title of the project</b>	Clothing design born from the symbolic function.		
<b>Subtítulo del Proyecto</b>	Caso: ropa de dormir para mujeres de 25-35 años de la ciudad de Cuenca.			<b>Project subtitle</b>	Case: Sleepwear for women aged 25-35 from Cuenca.		
<b>Resumen:</b>	Este proyecto aborda al diseño de ropa de dormir y cómo usualmente se da una importancia insignificante a la función simbólica o comunicativa en las propuestas de este sector. Por lo cual se ha investigado para conocer aspectos de dicha función en mujeres de 25-35 años, del medio local. Esta ha sido interpretada, para construir significados en torno a la ropa de dormir, y utilizar estos como inspiración, para conceptualizar una colección, que tenga este enfoque en la función simbólica y por ende una configuración simbólico-funcional. Se ha logrado una propuesta que pretende suplir de manera diferente, no solo las necesidades funcionales de las usuarias, sino también deseos emocionales y psicológicos.			<b>Summary:</b>	This project addresses the design of sleepwear and how the symbolic or communicative function is usually given negligible importance in the proposals of this sector. Therefore, an investigation has been carried out in order to recognize the aspects of this function in women aged 25-35, from the local context. This has been interpreted, to build meanings around sleepwear, and to use them as inspiration, to conceptualize a collection that has this focus on the symbolic function, and therefore a symbolic-functional configuration. A proposal has been achieved that aims to replace in a different way, by not only addressing the users' functional needs, but also their emotional and psychological desires.		
<b>Palabras clave</b>	Ropa de Dormir, Diseño de Indumentaria, Funciones del Diseño, Configuración Simbólico-Funcional, Constelaciones de Sentido.			<b>Keywords</b>	Sleepwear, Clothing Design, Design Functions, Symbolic-Functional Configuration, Meaning Constellations.		
<b>Alumno:</b>	La Bouef Alvarado Rebeca Catalina			<b>Student</b>	La Bouef Alvarado Rebeca Catalina		
<b>C.I.</b>	0103829222	<b>Código:</b>	80477	<b>ID</b>	0103829222	<b>Code</b>	80477
<b>Director:</b>	Dis. Silvia Gabriela Zeas Carrillo, Mgt.			<b>Director</b>	Dis. Silvia Gabriela Zeas Carrillo, Mgt.		
<b>Codirector:</b>	Dis. Silvana Mireya Amoroso Peralta			<b>Co-director:</b>	Dis. Silvana Mireya Amoroso Peralta		
				Para uso del Departamento de Idiomas >>>			
				<b>Revisor:</b> 			
				Durán Karina			
				<b>Nº. Cédula Identidad</b> 0102603677			

ANEXOS

ANEXOS