

# Definiciones y características del diseño de vestimenta<sup>1</sup>

DEFINITION AND CHARACTERISTICS OF FASHION DESIGN

Artículo recibido el 4 de marzo y aprobado el 4 de abril de 2011.

Iconofacto · Vol. 7, Nº 9 / Páginas 32 - 52 / Medellín-Colombia / Julio - Diciembre 2011

Margarita Baquero<sup>2</sup>. Candidata a Doctorado, Universidad Politécnica de Cataluña, España. Departamento de Proyectos en Ingeniería Industrial. Correo electrónico: margarita.del.pilar@estudiant.upc.edu.co.

Joaquim Lloveras. Director del Doctorado en Proyectos de Innovación Tecnológica en la Ingeniería de Producto y Proceso (PITEPP). Universidad Politécnica de Cataluña, España.

Margarita Baena. Coordinadora del Grupo de Investigación en Vestuario y Textiles de la Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de Arquitectura y Diseño, Medellín, Colombia.

Magdalena Bosch. Docente del Departamento de Humanidades. Área de Filosofía. Universidad Internacional de Cataluña, España.

Isabel Cantista. Docente AESE. Escuela de Dirección y Negocios, Porto, Portugal.

**RESUMEN:** la problemática del acto de vestir, considerada a partir de las necesidades humanas, hace parte de la fundamentación de una construcción teórica para el diseño de vestimenta que busca identificar y racionalizar el proceso proyectual desde un punto de vista integral. Profundizar en la relación entre el usuario, la prenda como

<sup>1</sup> Este artículo hace parte del cuerpo teórico en construcción de la tesis del Doctorado en Proyectos de Innovación Tecnológica en Ingeniería de Producto y Proceso de la Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona. Estudios para los que se ha contado con el apoyo de la Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia

<sup>2</sup> Por ser este escrito una de las partes de fundamentación de la tesis de doctorado sobre generación de ideas innovadoras aplicada a la vestimenta, la primera autora agradece los comentarios y anotaciones que se deriven al correo electrónico especificado.

producto y el contexto que los rodea es el principal objetivo de este artículo. Para ello se hace un análisis de las necesidades humanas orientadas al acto de vestir, a partir de resultados de investigaciones terminadas, de reflexiones del equipo de trabajo y de la revisión de fuentes originales que dan como resultado un conjunto de relaciones y características esenciales a considerar en el diseño de una prenda con un estándar alto de innovación, para una mayor calidad de vida. Desde este enfoque personalista se abren nuevos temas de investigación especialmente en torno a la humanización de la prenda, al trabajo en un equipo interdisciplinar y al uso de un lenguaje técnico más apropiado. Se evidencia además una evolución del sistema de la moda al sistema de la vestimenta. ¿Qué podemos capitalizar desde un sistema a otro? ¿Cómo es la innovación que se da en la actualidad? ¿Esta surge desde un diseño integral? Inquietudes que llevan a reflexionar tanto desde el sector industrial como desde el académico.

**PALABRAS CLAVE:** vestimenta, proceso de diseño, necesidades del usuario, características de la prenda, innovación.

**ABSTRACT:** the problem of the act of dressing as a human need support a part of a theoretical construction on clothing design that aims to identify and streamline the design process from a holistic point of view. The main objective of this article is get insight on the relationship between users, garment as a product and their context. To do so, an analysis of human needs oriented to the act of dressing, is develop from results of completed research, from reflections derived from a work team and from the review of original sources, leading to a set of relationships and essential features in the design of a high-standard innovation garment for a greater quality of life. This personalist approach opens new research ground, especially on the humanization of the garment, the interdisciplinary team work and the use of a more accurate technical language. Results also show an evolution from a fashion system to a apparel system, what can we capitalize from one system to another? How is the innovation now? Does it come for an integrated design? All these are object of reflection for both the industry and the academia.

**KEYWORDS:** apparel, design processes, user needs, garment features, innovation.

### 1. INTRODUCCIÓN A LA COMPLEJIDAD DEL ENTORNO DE LA VESTIMENTA

Acercarse al estudio del hombre para comprender las manifestaciones que tiene en su vestimenta es encontrarse con una realidad tan diversa que solo se puede conocer si se mira desde distintos ángulos. Es así como la filosofía, la historia, la antropología, la sociología, la semiología o la economía, entre otras disciplinas, pensaron sobre el problema de la moda y el vestido, especialmente a partir de los años 60, y construyeron teorías y postulados que han contribuido tanto a expandir como a precisar el denominado “fenómeno de la moda” (Crocchi & Vitale, 2000).

Desde los años 90 se inician estudios sobre el vestido, cuyo objeto material es la prenda en sí, con análisis morfológicos dedicados a sus diversas aplicaciones, como los zapatos, los bolsos, las gafas o la vestimenta deportiva, que se aproximan a las tipologías de producto. Sin embargo son escasos los estudios en los que dicho objeto interactúa con el usuario, bien por su funcionalidad, sus adherencias o desahogos, el grado de confort necesario, o sus principios de invisibilidad, entre otros. Estos estudios tipológicos están enfocados en su mayoría hacia unos criterios estéticos y comunicativos o hacia la inspiración del artista o diseñador, como por ejemplo el libro sobre zapatos de O’Keeffe L. (1997), *Borse* de Pepin Press (2004) o *Xtreme Fashion* de Smith & Topham (2005).

El mercado, tanto de la confección como de los accesorios y de los campos afines, está configurado dentro del sistema de la moda para multiplicar los productos de forma exponencial a partir de la especialización de los eslabones de la cadena productiva constituida por los subsectores de las fibras, el textil, la confección y la distribución. La producción actual de prendas ha aumentado la segmentación indiscriminada del producto final, bien sea por las tendencias sociales, las propuestas de los diseñadores, las condiciones del usuario, el estilo de vida real o al que aspira el consumidor; aspectos todos que conllevan a una multiplicación de prendas y accesorios sin un propósito claro, con mucha insatisfacción por parte del usuario. Este tema se trató ya en el análisis del árbol de evolución tecnológica de la vestimenta, en el que se detectaron bajos niveles de evolución a los que se ha llegado en este sector productivo en relación con los avances científicos actuales (Baquero, 2010).

La complejidad de las etapas de la cadena textil y la fragmentación del sistema productivo se han incrementado con la globalización y el paulatino reemplazo de la sociedad industrial por una sociedad tecnológica, con redes informáticas que comunican las diferentes zonas del planeta. Estas condiciones, que son el resultado de las nuevas orientaciones sociales, culturales o tecnológicas que inciden sobre la vida misma y el acontecer humano, someten a la vestimenta a evolucionar hacia nuevos parámetros, en un proceso de definición (Saulquin, 1999).

Lo anterior conlleva a la búsqueda de una estructura para abordar el diseño de una prenda, que contemple todos los elementos esenciales, las etapas del proceso y los aspectos de diseño para que se integren en el desarrollo de nuevos productos relacionados con el vestuario: un diseño que sea amigable con el entorno, que solvete las necesidades del usuario en relación con el vestir y que genere innovación.

Estructurar un diseño de vestimenta implica ir a su origen, estudiar al hombre, sus necesidades y sus relaciones con el ámbito del vestuario, además de darle a la vestimenta una configuración definida de aplicación en el diseño especializado. Desde esta óptica se plantean algunas características para profundizar en la prenda como objeto de diseño, a partir de las necesidades del usuario en relación con el acto de vestir, que permiten abordar un estudio humanizado de la vestimenta y proponer orientaciones a las metodologías dentro del sistema de la moda.

#### DIMENSIONES INTERNA, EXTERNA Y CORPORAL DE LA PERSONA

A partir de la condición de persona, en proceso de teorización, desde donde se apunta al núcleo más específico de cada ser humano, se estudia el acto de vestir para profundizar en sus dimensiones a la luz de la antropología filosófica actual.

Estructurar un diseño de vestimenta implica ir a su origen, estudiar al hombre, sus necesidades y sus relaciones con el ámbito del vestuario.

En la persona hay una dimensión *interna* relacionada con lo íntimo, lo profundo, lo que se alimenta de la imaginación, de los sueños, de lo que ocurre en el interior del ser humano; y una dimensión *externa*, que es el ámbito de lo visible, que abarca el mundo y sus apariencias, el entorno y su ambiente. El vehículo de comunicación que integra estas dos dimensiones es *el cuerpo*, mediante el cual la persona se expresa, se comunica, percibe y conoce: esta tercera *dimensión corporal* se entiende como la manifestación de la presencia del hombre en el mundo (Veneziani, 2007) (Yepes, 2003). La corporalidad es fuente de conocimiento de la persona cuando refleja la unidad entre las dimensiones interna y externa. Este carácter unitivo de la corporalidad en la persona expresa lo íntimo, concierne a la personalidad, a la identidad desde la dimensión interna que se relaciona con el entorno, con el contexto, desde aspectos sociales, culturales o ambientales, que configuran la dimensión externa.

En este estudio se contempla la *corporalidad* como esa dimensión íntima de la persona en la que procesa su visión del mundo e interactúa con su entorno para comunicarse; es decir, el hombre se expresa a sí mismo y expresa también las novedades que nacen de sí. La existencia del hombre en el mundo está mediada por la relación con su propio cuerpo, en el que se reflejan aspectos de la intimidad, de la actitud, del gesto, de la expresión, del lenguaje y de la acción (Llano, 2002). Estos son aspectos que se perciben a tra-

vés del sistema sensorial y el de la propia percepción o sistema propioceptivo. Se reciben imágenes, sonidos, impresiones o sensaciones del exterior que se procesan en un dinamismo interior que se transmite hacia el exterior en un proceso cíclico de continuas manifestaciones personales. De esta manera, el cuerpo actúa como un vehículo integrado que se mueve entre el mundo interior y el exterior.

La corporalidad constituye la primera posibilidad de un ser humano para relacionarse, es el vehículo esencial para manifestar su presencia en el mundo. Al situar los diferentes ámbitos de la manifestación de la persona en su integralidad vemos como esta se comunica, se transforma a partir del diálogo entre fisiología, emoción; afecto, intuición; conocimiento, razón, sociabilidad o cultura; hay una mezcla de matices que la hacen única e irrepetible. Por último, desde la antropología filosófica, la corporalidad es considerada como la búsqueda de una posibilidad de relación, de la cual se tiene experiencia y que está en constante evolución en un espacio-tiempo dinámico y cambiante (Yepes, 2003). El sentido más profundo de lo corporal se vincula con la

identidad, ya que en el cuerpo nos hacemos presentes, creamos, comunicamos, transformamos nuestro sentido personal y social; es con la corporalidad que nos manifestamos y dejamos una huella.

La corporalidad, por lo tanto, tiene implicaciones importantes, inicialmente como fuente de conocimiento, de identidad, de cambio, de transformación personal y social. Por otro lado, la persona ha de aprender a crear su propio sentido en un contexto social y cultural determinado en el curso de una vida que es incierta, compleja y con muchas facetas (Grasso, 2001). El vestido debe favorecer la propia conciencia, el autoconocimiento, la expresión y la aceptación de la identidad, para garantizar una presencia sincera, crítica, creativa y saludable de la persona en el mundo. Es decir, la vestimenta debe estimular el aprendizaje de la propia identidad, la cual no puede desligarse de la unidad de la persona ni de su corporeidad. El vestido y la moda tienen su debate académico como un estudio fragmentado del cuerpo, bien sea porque se aísla el aspecto artístico de la medicina o de la biología, o porque se realiza un enfoque desde la sociología o la psicología, que estudian una dimensión humana sin referirse a la otra y propician un rompimiento en el individuo. A partir de los años sesenta, especialmente académicos como J.C. Flügel (1964), F. Boucher (1967), F. Shapiro (1970), R. Barthés (1977), S. Pániker (1982), N. Squicciarino (1986), G. Lipovetsky (1989), N.G. Canclini (1992), S. Saulquin (1999), entre otros, orientan sus premisas y enfoques hacia el lenguaje, la comunicación o la estética, especialmente en la lectura e interpretación de signos y símbolos de la cultura material. Sus interpretaciones responden a valores

de diferentes épocas, países o regiones que influyen en la producción del sistema de la moda (Crane, 2006). La investigación actual se centra en el vestido que responde a una necesidad personal, práctica y material, en el que se busca estructurar el objeto del estudio desde la disciplina del diseño; es innegable que en la prenda van insertos también unos códigos de valor, un lenguaje individual y colectivo de una sociedad, en el que profundizan los autores mencionados.

La vestimenta y la interpretación de esta en una sociedad están mutuamente relacionadas, ya que la *prenda* como producto, el *usuario* como sujeto y la relación de ambos en un *contexto* tienen como fin la persona cuya naturaleza está ligada a la vida social. La vestimenta potencia en el hombre su realidad, deseos y ambiciones, tanto materiales como intangibles, y lo ayuda a enfrentar y a responder con su misión vital, en el campo de lo laboral, lo lúdico, lo doméstico o lo público.

## 2. METODOLOGÍA DE ESTUDIO

El objetivo de esta investigación es encontrar los elementos y las características que conlleven a un diseño estructurado para el desarrollo de nuevos productos de la vestimenta, a partir de las necesidades del usuario relacionadas con el acto de vestir. Se han desarrollado las siguientes etapas, que sirven como fundamento para el planteamiento teórico que aquí se presenta:

1. Se establecieron los elementos del proceso de diseño que intervienen en la relación *prenda-usuario-contexto*, derivados de las dimensiones corporales, interna y externa, connotadas a la persona, expuestas en la introducción anterior.
2. Se detectaron las necesidades y las carencias de la persona en cuanto a lo material, lo emocional y lo intelectual, en relación con el acto de vestir. Las fuentes fueron la bibliografía citada y el análisis de los componentes que intervienen en el proceso de diseño.
3. Cada necesidad detectada, con posibilidad de solución, se insertó dentro de un ámbito de actuación específico, relacionado con un sector propio de la actividad humana de tal forma que diera lugar a verbos que constituyen los actos correspondientes a la acción de vestir.
4. A partir de estos actos o prácticas se concretaron aspectos del diseño que hacen parte de los componentes esenciales para la configuración de un producto de vestimenta. Estos aspectos se definieron en el interior de un grupo de trabajo especializado.
5. Esta etapa de la investigación dio como resultado la selección y la definición de cuatro características esenciales de la prenda como producto. Estas características constatan su aparición a lo largo de la historia; sin embargo no son evidentes ni se integran dentro de un proceso de diseño de vestimenta, de tal modo que su estudio se realice de manera estructurada.

Esta metodología de estudio orientada hacia las necesidades del usuario es novedosa en el sector de la vestimenta, ya que las propuestas de diseño para la vestimenta cotidiana o especializada no tienen en cuenta al hombre en su conjunto, bien porque se estudian solo las tendencias o porque la propuesta se realiza desde la sensibilidad del diseñador o desde el aspecto laboral o deportivo específico para la actividad a realizar.

Los resultados obtenidos partieron de tres fuentes documentales:

- Informes y análisis comparativos realizados a la luz de la Plataforma Tecnológica Europea *Future Textil Clothing* y de las infraestructuras para desarrollo del sector establecidas en España e Italia; se revisaron especialmente los cambios surgidos a partir del 2005 con la liberalización del mercado internacional, detectando la importancia de la innovación sistematizada en las empresas del sector (Baquero, 2009).
- Los estudios más representativos a partir de los años sesenta, que en su mayoría tienen un enfoque sociológico e interpretativo y que ofrecen una mirada a la prenda desde el sistema de la moda.
- Un documento realizado en el interior de un equipo de trabajo académico integrado por diseñadores industriales y un ingeniero textil con trayectoria en el sector. Este trabajo se inició en 2003 para la construcción del modelo disciplinar del Programa de Diseño de Vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana en Medellín, Colombia. Se tuvieron en cuenta algunas de las reflexiones realizadas en los Comités Académicos que permitieron repensar, estructurar y aplicar las características que aquí se proponen (Comité de Procesos Académicos, 2006).

### 3. PROBLEMÁTICA DE ESTUDIO

#### 3.1. EL INDIVIDUO COMO CENTRO DEL ACTO DE VESTIR

Todo ser humano, en la medida en que actúa en la transformación de su entorno, tiene necesidades por satisfacer a las cuales se enfrenta y reacciona como una unidad. Dicho de otra forma, el cuerpo y el espíritu interactúan en un contexto. Para efectos de este estudio se han diferenciado tres dimensiones: la interior, la corporal y la exterior.

La persona se enfrenta a una serie de situaciones que resuelve de acuerdo con sus posibilidades y condiciones de vida. Desde que nace, el ser humano es sujeto de necesidades que ha de solventar para sobrevivir, y para ello pone en juego todas sus capacidades de enfrentar dificultades y retos que se presentan en la solución de sus problemas.

Un claro ejemplo de estas soluciones es el *vestido*, que da respuesta a varias necesidades en una actividad a la que denominamos *vestir*. Entre las principales necesidades podemos encontrar:

- El sustento básico y su búsqueda a través de actividades insintivas, como respirar o comer.
- El cuidado propio, la defensa del entorno y la conservación del medio ambiente, así como el mantenimiento de la calidad de vida alcanzada.
- La posesión, tanto de bienes materiales como inmateriales, en un proceso de descubrimiento de la propia identidad en relación con la confianza y la seguridad con que se utiliza lo que se posee (desde el dominio personal, por ejemplo en las posturas corporales, hasta la creación y transformación objetual).
- El reconocimiento personal que se busca obtener de los demás. Transmitir y comunicar ese papel que cada uno quiere o pretende desempeñar en su transcurso vital (aceptación-valoración).

Todas estas necesidades tienen su raíz antropológica en lo material, lo afectivo, lo intelectual o lo espiritual, y se manifiestan entre los polos de la actividad humana: desde lo práctico hasta lo simbólico (Mc Clelland, 1989).

Así como el hombre une lo material y lo espiritual de sí mismo en sus manifestaciones, las relaciones que establece con su entorno objetual resuelven necesidades dentro de estos dos estados. En referencia a un objeto se concibe la función práctica como lo material, mientras que lo espiritual se relaciona con la función simbólica del mismo. Por ejemplo un broche tiene como función práctica sujetar dos piezas de un vestido cuando representa la conmemoración de un aniversario emblemático: hace referencia entonces a la función simbólica. Así, los objetos satisfacen aspectos de diversa índole: prácticos, utilitarios, estéticos, afectivos, de poder o de reconocimiento, hasta llegar a la autorrealización (Hubka & Eder, 1996) (Ivñez, 2000).

La satisfacción de las diferentes necesidades oscila entre estos planos, y propicia en el hombre el desarrollo de una serie de soluciones que se materializan en objetos como utensilios, herramientas y todo tipo de extensiones humanas, que lo hacen más hábil para vivir en el mundo y que construyen los principios de la incorporación del diseño al producto (Iváñez, 2000). Con el paso de los años se ha visto cómo el diseño objetual atiende cada vez más a necesidades concretas del entorno humano. De ahí la importancia que tiene para el diseño la relación que se establece entre el usuario, el producto y el contexto.

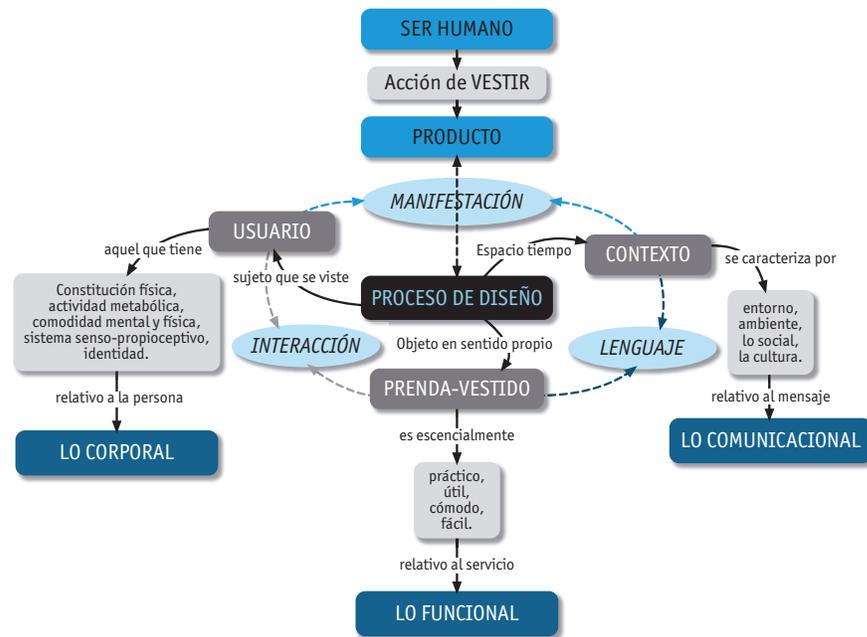
Estos componentes del diseño: usuario-prenda-contexto, cuando se refieren a la vestimenta, generan una serie de relaciones en las dimensiones interior, corporal y externa que abarca desde lo íntimo de la persona (identidad, confort o bienestar), pasando por el vestido como objeto práctico, útil, fácil de usar, hasta su representación en el entorno social, el medio ambiente o la cultura; estas relaciones generan los diferentes enfoques desde los cuales se puede concebir, bien sea en un marco conceptual o en uno funcional, una vestimenta sujeta a diversas interpretaciones, cuyo fin sea incidir en la calidad de vida individual.

### 3.2. USUARIO-PRENDA-CONTEXTO

Por *prenda* se entiende cada una de las partes que componen el vestido y sus complementos; es todo aquel producto —indumentaria, accesorio, adorno o vestido— susceptible de ser “corporalizado” por el ser humano, como usuario, en un entorno proximal al cuerpo; es aquel producto que se manipula en el contexto de lo corporal, lo íntimo y lo personal.

De la relación entre la vestimenta y lo corporal se asimila la conexión entre la prenda y el usuario, de la que surge una *interacción* relevante para el diseño de vestimenta, pues este microentorno que se genera constituye uno de los objetos de estudio de la disciplina (Comité de Procesos Académicos, 2006). En la Figura 1 se observan las relaciones generadas por los tres componentes del proceso de diseño, cuya profundización abre un campo de estudio para diversos enfoques y resultados de diseño. El usuario, desde su dimensión interna, manifiesta lo

corporal, es un ser que necesita relacionarse con el mundo. En el contacto social, propio del transcurrir vital, surge la *manifestación* dentro de un contexto que centra al usuario en un espacio y en un tiempo determinados (Yepes, 2003).



01

Figura 1. Elementos y relaciones del proceso de diseño de vestimenta (fuente de los autores).

Así, la prenda es diseñada para que funcione correctamente de acuerdo con unos requerimientos o necesidades. En sentido pleno “presta un servicio” al usuario desde sus dimensiones práctica y funcional. Por otra parte, en el vestido como símbolo de la sociedad actual priman los factores simbólicos y estéticos. La prenda como tal se comunica con el contexto mediante un *lenguaje* que, animado por el usuario, complementa el gesto, la actitud o la manifestación como parte de un conjunto que va construyendo la cultura de una época (Yepes, 2003).

### 3.3. EL ACTO DE VESTIR EN LA NATURALEZA HUMANA

El hombre satisface sus necesidades para el desarrollo de una vida plena. En los estudios poblacionales de diferentes países, generalmente el análisis parte del grupo que accede a la canasta básica familiar, al vestido, a la educación, a la salud, a la recreación y finalmente al arte y a la música, para determinar su calidad de vida y su orden de prioridades (Observatorio Industrial, 2009). Este orden varía con la época y el país; unas veces es más importante la salud que la educación, en otras circunstancias es más importante acceder a la recreación como lucha contra la violencia y contra situaciones sociales conflictivas.

En lo referente al vestuario se ha propuesto el camino ascendente que parte del sustento básico, sigue con el mantenimiento y la conservación, luego con el sentido de posesión e identidad, hasta llegar a un reconocimiento. De este modo, se manifiestan en el acto de vestir unas necesidades básicas, otras de índole material o intelectual y otras que abarcan lo espiritual, ya sea con un vestuario cotidiano, otro conceptual, otro enfocado a la tendencia u otro teatral o dirigido a un mercado deportivo concreto. En este orden de ideas, las necesidades planteadas se pueden describir de la siguiente manera:

- En primera instancia, el hombre se viste para contravenir su indigencia corporal, busca los medios para sobrevivir y solucionar unos problemas relacionados con el sustento básico, y de orden fisiológico, que en un primer acto de supervivencia establecen el equilibrio corporal.
- La solución de estos problemas permite al hombre sentirse seguro y protegido, incluso fijar los límites para instaurar cierto orden en lo material, lo moral o lo familiar. El vestido, en este caso, refuerza estas condiciones de seguridad, cuidado propio y defensa de las inclemencias del clima.
- La necesidad de poseer lo material y poseerse a sí mismo contribuye a la búsqueda de una identidad, permite que el

individuo genere confianza personal tanto en el ámbito material como en el afectivo. Actividades de libre asociación y participación ciudadana, connaturales al ser humano en su necesidad de relacionarse, se desarrollan en el esquema de una sociedad. El papel de la vestimenta, en este caso, es el de acondicionar a la persona para las diferentes actividades intelectuales, artísticas, sociales o deportivas en las que se generan acciones y movimientos particulares que contribuyen al bienestar y a la confianza personal.

- En un plano más elevado está la necesidad de reconocimiento. El hombre se viste conforme al papel con el que se enfrenta a la vida, bien sea de una forma intencional o al asumir una misión en la sociedad de tipo laboral, como es el caso de una enfermera o un cantante, o bien de tipo simbólico, como el del jefe de gobierno, el cardenal o el bombero. Este papel o misión se transmite y se comparte con los otros en medio del contexto en el que cada uno interactúa. En la actualidad, tanto la actividad laboral como la social, la intelectual o la lúdica que cada uno desempeña está jalada por los estereotipos que los medios de comunicación imponen. Estos son los canales transmisores de este papel o misión; así el vestuario encauza este reconocimiento como un primer contacto entre dos o más individuos y, de esta forma, se genera un vínculo que lleva a un mensaje, a un diálogo y a un lenguaje hasta determinar una serie de códigos, símbolos y actitudes que identifican un grupo, una clase o una profesión. Una vestimenta determinada por el mundo interior de una persona, que se manifiesta en la corporalidad y se transmite a la sociedad, conforma un conjunto de aspectos que encauzan al hombre hacia el logro pleno de la propia perfección (Yepes, 2003), (McClelland, 1989).

Frente a estas necesidades se han categorizado ámbitos de actuación hacia los que se orienta la actividad humana, algunos de ellos contribuyen a la solución de cada una de las necesidades enunciadas, como se puede observar en la Figura 2. Estos ámbitos no solo se estudian desde la disciplina del vestuario, sino que son foco de estudio de otros sectores industriales en los que la gama de soluciones de diseño de productos se amplía, y dichas soluciones se convierten en nicho de múltiples estrategias empresariales (Ivñez, 2000).

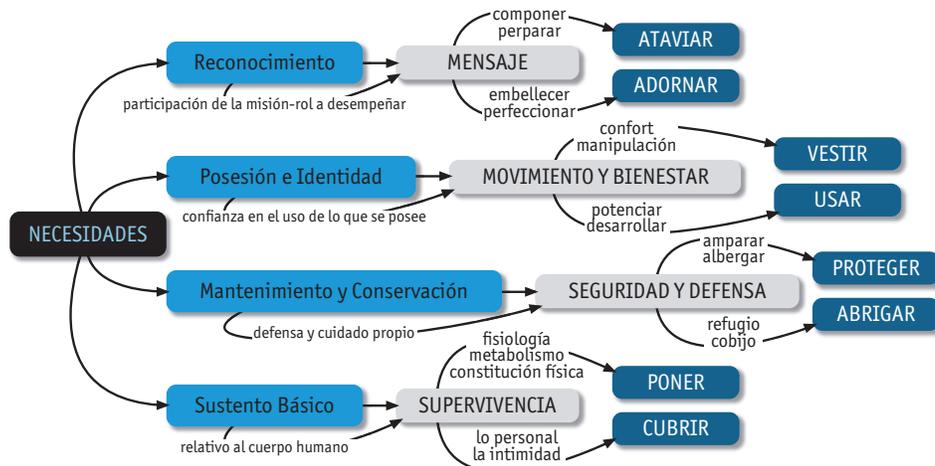


Figura 2. Necesidades, ámbitos y acciones relacionadas con el vestir (fuente de los autores).

02

En un plano más elevado está la necesidad de reconocimiento. El hombre se viste conforme al papel con el que se enfrenta a la vida

Se plantean así acciones relativas al vestir, a partir de las necesidades connaturales a la persona:

3.3.1. Para el *sustento básico*, que busca mantener las condiciones estables relativas al cuerpo, se propone el ámbito de actuación de la *supervivencia*; se hace referencia a los signos vitales, como la fisiología o el metabolismo, los cuales se detectan en la constitución física donde se miden (acción que exige poner un elemento sobre el cuerpo para determinar su rango, para protegerse de las condiciones adversas; se encuentra en un primer nivel vital, que se pone a prueba especialmente en condiciones adversas). A este nivel el instinto lleva al hombre a poner algo sobre el cuerpo sin distinguir *qué* es lo que se pone. Se entiende por *poner* (del latín *ponere*) colocar en un sitio o lugar a alguien o algo, situar ese algo en el lugar adecuado (RAE, 1992). En otra vertiente

relacionada con la supervivencia tenemos aspectos relativos a lo personal y a la intimidad, que comparten la acción *cubrir*, entendida como “ocultar o tapar algo con otra cosa”. *Cubrir* (del latín *cooperire*) implica poner algo sobre el cuerpo, escondiendo la intimidad o lo personal. Se entiende por cubrir el extender una cosa sobre la superficie de otra (RAE, 1992).

Desde este primer nivel del hacer, el vestido se coloca sobre el cuerpo de manera adecuada, cubre el cuerpo o la intimidad.

3.3.2. En cuanto a la necesidad de *mantenimiento y conservación*, relativa a la defensa del medio y al cuidado propio, el ámbito de actuación correspondiente es *seguridad y defensa*. Los aspectos relacionados se dirigen por un lado a amparar, albergar, y son subyacentes a la acción de proteger; por el otro lado al refugio y al cobijo, que comprenden desde una sensación térmica percibida hasta la relación afectiva de vínculo acogedor, donde la acción es abrigar. El *Diccionario de la Real Academia* dice de *proteger* (del latín *protegere*) “amparar, favorecer, defender”, así como también “resguardar a una persona, animal o cosa de un perjuicio o peligro, poniéndole algo encima, rodeándolo”. *Abrigar*, por su parte, (del latín *apricare*) literalmente significa “defender y resguardar del frío” (RAE, 1992). Así se protege lo expuesto e indefenso y se abriga el cuerpo; acciones que conllevan a buscar una primera estructura protectora, flexible y adaptable, que abre la puerta para el planteamiento del diseño en la materialización de un habitáculo portátil.

3.3.3. *La posesión y la identidad se relacionan con la confianza en el uso de lo que se posee, tanto en lo material como en lo afectivo*, es decir, las pasiones o los sentimientos. En términos coloquiales se diría que “tengo un cuerpo, lo conozco y desarrollo al máximo su capacidad”. El ámbito de actuación aquí es *el movimiento y el bienestar* y las categorías relativas son las acciones *potenciar y desarrollar*, por un lado, y el bienestar o *confort y la manipulación* por el otro. Para ser más precisos en lo relativo al bienestar referido a una prenda, se denomina el confort como “aquella condición mental y física que exige satisfacción” (Kvisgaard, 1997).

*La posesión  
y la identidad  
se relacionan  
con la confianza  
en el uso de lo  
que se posee,  
tanto en lo  
material como  
en lo afectivo*

*Potenciar y desarrollar* son la raíz de *usar* y significan elevar al grado más alto una capacidad. Usar significa hacer servir una cosa en todas sus potencialidades, lo que conlleva al goce y al disfrute de algo. De acuerdo con otras acepciones, el término *usar* alude además a aquello que se practica habitualmente o por costumbre. La definición de la RAE puntualiza que *usar* es también “llevar una prenda de vestir, un adorno personal, tener por costumbre ponerse algo” o incluso “estar de moda”. La otra acción derivada de esta necesidad es *vestir*, (del latín *vestīre*) que significa “cubrir o adornar el cuerpo”, “dar a alguien lo necesario para que se haga vestidos” (RAE, 1992). *Vestir* se refiere a la integración de un conjunto de partes que se ponen sobre el cuerpo y se complementan para sentirse bien o llevar un traje o indumento. Es usar lo adecuado para desarrollar una actividad. Otra acepción de *vestir* es “ser elegante, estar de moda, o ser a propósito para el lucimiento y la elegancia” (RAE, 1992). En suma, usar la prenda equivale a manipularla para colocarla en su sitio; el vestido se ajusta al cuerpo y se acomoda a su movimiento brindando el confort tanto físico como mental, lo que produce disfrute y satisfacción.

3.3.4. La última necesidad relacionada con el acto de vestir es el *reconocimiento*, que se refiere a la aceptación de la misión o el rol que cada persona vive o aspira a vivir en plenitud y que busca compartir con los de su entorno. Su ámbito de actuación es el *mensaje* como manifestación en la que cada uno se comunica, se difunde o se expresa a sí mismo y expresa las novedades que tiene (Yepes, 2003).

Aspectos como *componer* y *preparar* se conectan con *ataviar*, mientras que *embellecer* y *perfeccionar* se relacionan con *adornar*. *Ataviar*, que se deriva del gótico “*attaujan*”, (*arregla*), y este a su vez de “*taujan*”, (*hacer, obrar*) significa “componer, asear, adornar” (RAE, 1992). Está relacionado con alistar, aprestar, arreglar o componer. Se atavía o se prepara a una persona o a una habitación. En otra de sus acepciones se refiere a ponerse el traje adecuado para salir a la calle o recibir visita (Veneciani, 2007).

*Adornar* (del latín *adornāre*) se refiere a engalanar con adornos, “dotar a un ser de perfecciones o virtudes, honrarlo, enaltecerlo” (RAE, 1992). Adorno es “aquello que se pone para la hermosura o mejor parecer de personas o cosas”. Actualmente el adorno se relaciona con el uso de accesorios y complementos, y con el desarrollo de prácticas utilizadas para intervenir el cuerpo, que modifican su apariencia, como el tatuaje, las perforaciones o las incrustaciones de piedras. El adorno traspasa usualmente las necesidades de orden físico o funcional para satisfacer necesidades psicológicas, culturales o antropológicas con que se configura un lenguaje estético para enviar un mensaje o manifestarse (Comité de Procesos Académicos, 2006).

#### 4. RESULTADOS

##### 4.1. COMPONENTES Y CARACTERÍSTICAS ESENCIALES DEL DISEÑO DE VESTIMENTA

Los resultados obtenidos están relacionados de una forma directa con las necesidades específicas de los ámbitos de actuación y las acciones propuestas en torno al acto de vestir. Este primer avance de corte antropológico se orienta hacia los componentes generales del diseño para abordar un proyecto en el que se vinculan la teoría y la práctica de esta disciplina de estudio.

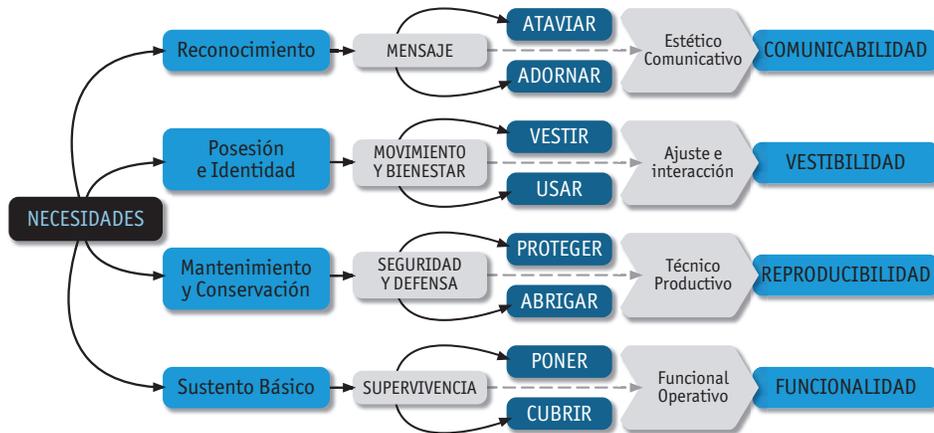
Los componentes funcional-operativo, técnico-productivo, estético-comunicativo y de ajuste e interacción se concretan en cuatro características esenciales de la vestimenta: la funcionalidad, la reproducibilidad, la vestibilidad y la comunicabilidad, cuyo estudio y aplicación al resultado de un proyecto de diseño de vestuario cualifican al producto para una introducción exitosa a las nuevas exigencias del mercado (ver Figura 3).

Tanto los componentes como las características aportan una estructura de estudio necesaria para llegar a soluciones de diseño de vestimenta con un enfoque integral con potencial para hacer innovaciones en los diferentes aspectos que la caracterizan y, de esta forma, hacer conscientes tanto a la Academia como a los profesionales del diseño de estos aspectos esenciales que intervienen en el proceso de diseño, bien sea porque se han venido aplicando de una forma intuitiva, bien para entrar en una sana controversia con otras posturas en el estudio de la prenda o bien para contrastar su aplicación en el proyecto de diseño.

La propuesta de estas cuatro características inherentes a la prenda, que se plantean a partir de las necesidades del usuario, pretenden dar otra orientación a las metodologías actuales, las cuales generalmente están centradas en el análisis y aplicación de las tendencias, en la sensibilidad y el conocimiento de un artista, arquitecto o diseñador, en detectar nuevos nichos de mercado, en el rediseño de lo existente o en el análisis documental del estilo de vida del consumidor, y son utilizadas por los departamentos de diseño y de mercadeo en su gestión empresarial.

#### 4.1.1. Lo funcional operativo y la funcionalidad

Desde Sullivan (1896) hasta Manzini (1993), como pensadores del diseño, consideran la *funcionalidad* en el proceso con la famosa frase “la forma sigue a la función”, en la que resaltan este principio asociado con la finalidad del diseño. *La función* es indudablemente el punto de partida para estructurar los demás aspectos del diseño de una prenda, es el principio organizador. *Lo funcional* se refiere a la cualidad de acción de un producto, es decir, si es o no adecuado para el fin que para el que fue creado. Comprende además las competencias y los procedimientos necesarios para llevar a cabo la tarea a realizar: “todo aquello en cuyo diseño u organización se ha atendido, sobre todo, a la facilidad, utilidad y comodidad de su empleo” (RAE, 1992). En nuestro caso particular, la funcionalidad es la capacidad de una prenda para prestar su servicio y cumplir con su fin; desde el diseño intervienen aspectos funcionales y operativos, que se concretan en la vida cotidiana. Por ejemplo, una prenda absorbente tiene una funcionalidad diferente a una impermeable. Actualmente las actividades deportivas o las de la guerra exigen un alto rendimiento físico e implican el uso de tecnologías que abren nuevos campos de aplicación en cuanto a la funcionalidad.



03

Figura 3. Características esenciales para el diseño de vestimenta innovadora sustentadas en las necesidades del usuario (fuente de los autores).

#### 4.1.2. Lo técnico-productivo y la reproducibilidad

La reproducibilidad, el arte de confeccionar una prenda, se entiende en esta propuesta como la cualidad de ser confeccionado o como lo relativo a *la confección* (del latín *confectio, -ōnis*). Es decir, aquello que surge del hacer y de la acción inmediata; es la acción de “preparar o hacer determinadas cosas, como bebidas, medicamentos, prendas, generalmente por mezcla o combinación de otras”, es aquella “cosa así confeccionada” (RAE, 1992), apta para ser reproducida en un lote; es la hechura de prendas de vestir en serie. Diríamos entonces que *la reproducibilidad* es todo aquello susceptible de ser transformado en series limitadas para luego colocarlo sobre el cuerpo. El componente de diseño que interviene para desarrollar esta característica se relaciona con los *aspectos técnicos y productivos* entre los que se encuentran tejidos, cortes, costuras, patrones, ensambles, sistemas de acceso y cierre, y empaques, entre otros.

*La reproducibilidad es todo aquello susceptible de ser transformado en series limitadas para luego colocarlo sobre el cuerpo.*

#### 4.1.3. El ajuste e interacción y la vestibilidad

Los conceptos generales inherentes al acto de vestir son lo que en esta propuesta se denomina la *acción vestimental*: aquella cualidad de las prendas de ser vestidas por el usuario. Propiamente se denomina *vestibilidad*, implica el *ajuste e interacción entre el cuerpo y la prenda*, y una acción recíproca entre estos agentes del proceso de diseño. En sentido amplio se trata de habitar dentro de un vestido, siendo este el refugio, el abrigo o el albergue de lo corporal. Tanto M. Veneciani (2007) como el Comité de Procesos Académicos (2006) del Pregrado de Diseño de Vestuario de la U.P.B. hacen referencia a la relación etimológica entre “vestido” y “casa”, que originalmente vienen del término indoeuropeo *wes*, que significa a la vez “estar vestido” y “habitar un lugar”.

#### 4.1.4. Lo estético-comunicativo y la comunicabilidad

La comunicación es “trato y correspondencia entre dos o más personas” (RAE, 1992), se compone de diferentes medios de relación entre los que se procura mantener la fidelidad entre lo que se emite y lo que se recibe. Hay muchos códigos de *lo comunicacional*

especialmente en la moda: signos, símbolos, gestos, actitudes, palabras, textos. Estos códigos configuran una *estética* que muchas veces fundamenta el concepto de diseño "*vestimental*". Mediante los códigos se transmiten señales, en procesos en los que intervienen un emisor, un canal y un receptor. Una persona sola no es sujeto de comunicación (Yepes, 2003), y solo se comunica cuando hay un diálogo con alguien, un intercambio de las novedades, de las riquezas interiores de cada uno (Yepes, 2003). La *comunicabilidad* es la capacidad de transmitir y recibir mensajes entre las personas y se plasma también en el acto de vestir.

Quedan así enunciadas cuatro características esenciales del diseño de una prenda: la funcionalidad, la reproducibilidad, la vestibilidad y la comunicabilidad. Se trata de capacidades para explorar en proyectos de diseño vestimentales con potencial para la innovación o para detectar en el estudio de prendas existentes.

Esta propuesta estructura un proceso de diseño que se viene enseñando en la Academia y que se pone en práctica en los departamentos de diseño de las empresas en las que se aplican dos o tres de estas características en sus diferentes combinaciones. Se busca de esta forma llegar a un diseño consciente e integral, que se realiza cuando en el proyecto de diseño intervienen todas las características anotadas. Claro está, puede que haya otras más que evidenciar.

Los componentes funcional-operativo, técnico-productivo, estético-comunicativo y de ajuste e interacción son fruto de una sana discusión académica en el interior de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la U.P.B. desde hace más de cuarenta años. Con esta investigación se valida su aplicación al objeto de diseño —la prenda—, cuya trayectoria efímera ha hecho de ella un estudio algo superfluo, orientado especialmente al mercado. Por lo tanto, a partir de las necesidades estudiadas se afirman tres de los componentes validados en la Escuela y se enuncia la validez de uno nuevo, el de Ajuste e Interacción. Estos componentes se han contrastado con la producción del diseño de vestuario a lo largo de la historia, además son clave para el diseño de una prenda de carácter innovador.

#### 4.2. OTRAS CONSIDERACIONES SOBRE LOS RESULTADOS

- Plantear estas características abre el campo de acción para el diseño como actividad integradora e interdisciplinar, ya que cada una de las características sugiere otras disciplinas. Técnicos e ingenieros en sus diferentes especialidades, médicos, expertos en ergonomía, artistas y sociólogos son algunos de los miembros de un equipo coordinado por el diseñador para el desarrollo de vestimenta que eleve la calidad de vida.
- En la figura 1. se plantearon una serie de nexos que hacen parte del núcleo de la disciplina encargada de estudiar la prenda y que se pueden profundizar. De la relación usuario prenda surge la interacción, del vínculo prenda contexto tenemos el lenguaje y del nexo entre contexto – usuario se genera la manifestación; Interacción, lenguaje, manifestación todavía tienen un carácter general en la disciplina del Diseño de Vestuario y por lo tanto son caminos para explorar futuras investigaciones.
- Con esta propuesta se definen una serie de palabras de carácter técnico, de términos más precisos para utilizar en el diseño de vestimenta. Términos como *vestimental*, *vestibilidad*, *reproducibilidad* son específicos de este campo de conocimiento y promueven la estructura de un tejido disciplinar.
- Es necesario continuar con la configuración del marco teórico sobre la vestimenta para retomar el diseño que se fundamenta en las necesidades del usuario, buscar y aplicar un diseño centrado en el usuario donde la vestimenta ya no es una simple protección para el cuerpo, es una intersección de disciplinas que buscan llegar a un servicio eficiente, a una agilidad de producción personalizada, a un ajuste perfecto como una segunda piel y a transmitir un mensaje que se identifique con el estilo personal. El diseño ha de realizarse como un estudio humanizado del hombre y ha de seleccionar los cauces de retroalimentación con los que el usuario aporte desde la personalización del producto, y que permitan que se controle la producción de pequeñas series a costos razonables para así alcanzar la flexibilización productiva en la gestión empresarial.

## 5. DISCUSIÓN

### 5.1. ¿QUÉ HACER FRENTE AL PASO DEL SISTEMA DE LA MODA AL SISTEMA DE LA VESTIMENTA?

Del fenómeno de la moda, relacionado con la tendencia y el sistema de la vestimenta vinculado al desarrollo de producto, se generan dos sistemas que se entrelazan para evolucionar, cuyos alcances, implicaciones y pertinencia empiezan a crecer en el mundo actual. Para entender el cambio de un sistema a otro es importante definir las metodologías propias de cada sistema, alineadas con el contexto específico de cada cultura y con la versatilidad de los mercados que se abren a la globalización.

La discusión en este punto se centra en la pertinencia del paso del sistema de la moda al sistema de la vestimenta, ¿qué permanecerá y qué cambiará para dar paso a esta transformación? Es una tarea en la que tendrán que trabajar de manera conjunta los centros de investigación, la Academia y la industria de este sector; consiste en retomar la tendencia como un enfoque inherente al diseño, para que se equilibre con el estudio del usuario, y en hacer una integración en el planteamiento de las características propuestas para dar un enfoque diferente del producto.

### 5.2. ¿CÓMO VESTIR AL HOMBRE CON PRENDAS TECNOLÓGICAS? LA PROXIMIDAD DE LA TECNOLOGÍA AL ACTO DE VESTIR

Los nuevos desarrollos y las innovaciones en materiales y en los procesos productivos han permitido acercar la tecnología al acto de vestir, en tanto que plantean una nueva tipología de vestuario (mal llamada “ropa inteligente”). La apropiación de la tecnología como fin más que como medio ha despertado la curiosidad científica, pero no ha conformado una dinámica que le permita al individuo apropiarse completamente del nuevo mundo de posibilidades ni proponer alternativas a partir de su conocimiento como usuario de tecnologías actuales. De este último planteamiento se infiere entonces la necesidad primaria de promover una cultura con un nivel tecnológico más homogéneo para incursionar en propuestas de diseño. La discusión deberá centrarse en cómo hacer a la tecnología participe del acto de vestir para convertirse en requerimiento del proceso de diseño y brindar unas posibilidades de oferta para las que estén preparados los usuarios.

## 6. CONCLUSIONES

Desde la complejidad del entorno de la vestimenta se ha configurado una estructura de aplicación para el diseño especializado, a través del estudio del acto de vestir que contempla la dimensión interna, la dimensión corporal y un ámbito externo de la persona. El acto de vestir se relaciona con los actores del proceso de diseño: *usuario, prenda y contexto*, de donde se derivan *lo corporal, lo funcional y lo comunicacional*, determinando aspectos como la *interacción* entre el cuerpo y la prenda, el *lenguaje*, los códigos del vestido y la *manifestación* que hace el usuario en el contexto. Estos aspectos de la prenda son el camino para futuras investigaciones sobre el diseño de vestimenta.

El vestido responde a una necesidad personal práctica y material, a unos códigos de valor, a un lenguaje individual y al co-

lectivo de una sociedad. Estos aspectos están mutuamente condicionados porque la prenda, el sujeto y su relación con el contexto tienen como fin el ser humano, que por su misma naturaleza tiene absoluta necesidad de socializar. En esta primera línea de pensamiento el vestido potencia en el hombre todas sus cualidades y lo capacita para asumir su papel en la vida.

A partir de estos presupuestos se abordan las necesidades relativas al vestir que dan lugar a unos ámbitos de actuación y acciones propias del vestir. Estos son *la supervivencia, la seguridad física y la defensa del medio, el movimiento y el bienestar, y el mensaje*; son corredores de trabajo amplios que se concretan en acciones vestimentales que a su vez dan lugar a los componentes del diseño y que generan las cuatro características expuestas en este artículo.

Dichas características, centro de esta investigación, dan pie a desarrollar un diseño centrado en el usuario como pauta para la orientación metodológica y a obtener, con un enfoque personalista, un producto innovador que surja al interior del trabajo interdisciplinar e involucre tanto a la Academia como a la empresa.

## REFERENCIAS

- Baquero, M. (2009). *Análisis de estructuras tecnológicas y orientaciones en el sector textil y de la confección*. Investigación Tutelada del Doctorado de Proyectos de Innovación Tecnológica en Ingeniería de Productos y Procesos. Barcelona: Universidad Politécnica de Cataluña.
- Baquero, M. (2010). Búsqueda de soluciones creativas para el diseño de vestimenta orientada a futuro, mediante la evolución de la tecnología. II Forum Internacional sobre Creatividad e Innovación (pp. 217-230). Barcelona: Grupo GIAD. Universidad de Barcelona.
- Comité de Procesos Académicos. (2006). Proyecto educativo Programa de Diseño de Vestuario. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de Arquitectura y Diseño.
- Crane, D. B. (2006). Approaches to material culture: The sociology of fashion and clothing. *Poetics*, 34, 319-333.
- Croci, P. & Vitale, A. (2000). *Los cuerpos dóciles: hacia un tratado sobre la moda*. Buenos Aires Argentina: La Marca.
- Grasso, A. (2001). *El aprendizaje no resuelto de la educación física: la corporeidad*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Novedades Educativas.
- Hubka, V., & Eder, W. E. (1996). *Design Science*. London: Springer - Verlag.
- Iváñez, J. M. (2000). *La gestión del diseño en la empresa*. Madrid: McGraw-Hill.
- Kvísgaard, B. (1997). "Thermal Comfort". Innova Air Tech Instruments, Denmark
- Llano, A. (2002). *La vida lograda*. Barcelona: Ariel S.A.
- McClelland, D. C. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Observatorio Industrial. (2009). Previsiones sobre la evolución del sector textil/confección en el horizonte de 2015. España: Consejo InterTextil Español.
- RAE. (1992). Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (Vigésima primera edición, Tomos I y II). Madrid.
- Saulquín, S. (1999). *La moda después*. Buenos Aires: Instituto de Sociología de la Moda.
- Veneciani, M. (2007). *La imagen de la moda*. Buenos Aires: Nobuko.
- Yepes, S. R. (2003). *Fundamentos de antropología*. Ed. 4. Navarra, España: EUNSA.

#### REFERENCIAS SOBRE EL TEMA

- Barthés, R. (1977). *Ensayos críticos*. Barcelona: Seix Barral.
- Barthés, R. (1978). *El sistema de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Baudrillard, J. (1988). *El otro por sí mismo*. Barcelona: Anagrama.
  
- Boucher, F. (1967). *Historia del traje*. Barcelona: Montaner & Simon.
- Breward, C. & Evans, C. (2005). *Fashion and Modernity*. United Kingdom: BERG.
- Calvino, Í. (1990). *El caballero inexistente*. Madrid: Siruela.
- Feher, M., Naddaff, R. & Tazi, N. (1992). *Fragmentos para una historia del cuerpo humano*. Compilación. Madrid: Taurus.
- Flügel, J. C. (1964). *Psicología del Vestido*. Buenos Aires: Paidós.
- García Canclini, N. (1992). Estudios sobre comunicación y consumo: Los trabajos interdisciplinarios en tiempos neoconservadores. *Revista Diálogos de la Comunicación*, 32, marzo.
- Gruenld, H. (2003). *The death of fashion* Austria: Springer – Verlag/Wien
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Kwamura, Y. (2007). *Fashion-ology. An Intro to fashion studies*. United Kingdom: BERG.
- Lynch, A. & Strauss, M. D. (2007). *Changing Fashion. A Critical introduction to trend analysis and meaning*. United Kingdom: BERG.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Manzini, E. (1993). *La materia de la invención*. Barcelona: CEAC.
- O'Keeffe, L. (1997). *Zapatos. Un tributo a las sandalias, botas, zapatillas...* Italia: Konemann.
- Pániker, S. (1982). *Aproximación al origen*. Barcelona: Kairos.
- The Pepin Press (2004). *Borse*. Amsterdam: The Pepin Press.
- Root, R. A. (2005). *The Latin American Fashion Reader*. United Kingdom: BERG.
- Remaury, B. (2004). *Marcas y Relatos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Schapiro, M. (1970). *Style in Anthropology today: Selections*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Squicciarino, N. (1986). *El vestido habla*. Madrid: Cátedra.
- Smith, C. & Topham, S. (2005). *Xtreme Fashion*. Germany: Prestel Verlag.
- Sullivan, L. H. (1896). The Tall Office Building Artistically Considered. *Lippincott's Magazine*, 57, 403-09.
- Yonnet, P. (1988). *Juegos, modas y masas*. Barcelona: Gedisa.