

Diseñar para mascotas. Estudio monográfico sobre las implicaciones disciplinares
del diseño de vestuario para perros

María Camila Grajales García



Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de arquitectura y diseño
Facultad de diseño de vestuario
Medellín
2017

Diseñar para mascotas. Estudio monográfico sobre las implicaciones disciplinares
del diseño de vestuario para perros

Trabajo de grado para optar por el título de Diseñador de Vestuario

María Camila Grajales García



Universidad pontificia bolivariana

Escuela de arquitectura y diseño

Facultad de diseño de vestuario

Medellín

2017

Hoja de aceptación

El presente trabajo que tiene como título **Diseñar para mascotas. Estudio monográfico sobre las implicaciones disciplinares del diseño de vestuario para perros**, fue presentado el día **30** del mes de **mayo** del **2017**, como requisito para optar por el título de Diseñador de Vestuario, dado por la Universidad Pontificia Bolivariana y fue aceptado por el director y cuerpo docente de la Facultad de Diseño de Vestuario.

Nombre de los docentes

Mauricio Velásquez Posada
Director Diseño de Vestuario

Claudia Fernández Silva

Docente Asesor

Universidad Pontificia Bolivariana

TABLA DE CONTENIDO.

- I. INTRODUCCIÓN.
- II. EL DISEÑADOR: LA MENTE TRASCIENDE AL CUERPO
Definición de conceptos.
- III. MÁS ALLÁ DE LO HUMANO, UNA EXPERIENCIA CORPORAL.
Estudio de caso.
- IV. EL DISEÑADOR Y SU PROYECCIÓN A OTRO CUERPOS.
Hallazgos y conclusiones.

RESUMEN.

Analizar importantes argumentos, teorías y referentes académicos que estudian la extrapolación del oficio del diseñador de vestuario para la creación de indumentarias para las mascotas, a raíz de las complejidades que nacen en la relación que el ser humano configura con el animal doméstico. Este problema se enuncia desde una concepción funcional del diseño basado en el usuario, el cual basa sus premisas en el reconocimiento de las especificidades del sujeto de estudio —en este caso los animales domésticos—, examinando sus características biomecánicas, anatómicas, antropométricas y socioculturales, es decir, su relación con los humanos y su entorno.

Es el resultado de una investigación con metodología mixta, centrada en la comprensión inductiva y descriptiva de fuentes primarias y fuentes secundarias, cuyo objetivo es conocer la viabilidad del diseñador de vestuario para proyectar su ejercicio profesional para los animales domésticos y cuáles son los principales conceptos que le permitirían abordarlo. Esta investigación comprende la revisión de diccionarios y demás fuentes especializadas en psicología, sociología, derecho, etnología y antropología, que permitieron estructurar —desde las distintas ramas del conocimiento— una definición más completa de las categorías analíticas que sirvieron como guía primaria para la comprensión global del texto. Igualmente nos valimos de herramientas como la encuesta de

opinión y la entrevista a expertos sobre el tema para conocer la pertinencia de la disciplina del diseño de abarcar su trabajo en la corporalidad animal.

PALABRAS CLAVE: Corporalidad, Derecho animal, Diseño de vestuario, Humanización animal (Antropomorfismo), Necesidades.

ABSTRACT

The objective is to analyze important arguments, theories and academic references that study the extrapolation of the costume designer's profession for the creation of clothing for pets, due to the complexities that arise in the relationship that the human being configures with the domestic animal. This problem is enunciated from a functional conception of the design based in the user, which bases its premises on the recognition of the specificities of the study subject, in this case the domestic animals, examining their biomechanical, anatomical, anthropometric and sociocultural characteristics, that is to say, their relationship with humans and their environment. It is the result of a research with mixed methodology, focused on the inductive and descriptive understanding of primary and Corporeality, Animal rights, Humanization of animals (Anthropomorphism).

secondary sources, whose objective is to know the viability of the costume designers to project their professional exercise for the domestic animals and what are the main concepts that would allow them to approach it.

This research includes the revision of dictionaries and other sources specialized in psychology, sociology, law, ethnology and anthropology, which allowed to structure, from the different branches of knowledge, a more complete definition of the analytical categories that served as a primary guide for the global comprehension of the text. Likewise we use tools such as the survey of opinion and the interview to experts on the subject, to know the pertinence of the discipline of the design to include their work in animal corporality.

Keywords:

Corporeality, Animal rights, Costume design, Needs,

INTRODUCCIÓN

Esta investigación surgió del interés por indagar acerca del papel del diseñador de vestuario, cuyo objeto de estudio es el cuerpo vestido de los seres humanos, para intervenir en el mundo animal, ya que su estudio como usuarios implicaría también un análisis de sus necesidades, las cuales se deben satisfacer desde las capacidades del diseñador.

Su hipótesis se basa en la pertinencia del oficio del diseñador de vestuario para intervenir en la creación de indumentarias para las mascotas, a raíz de las complejidades que nacen en la relación que el ser humano configura con el animal doméstico. La creación de un nuevo paradigma en la disciplina del diseño de

vestuario, permitiría extrapolar el perfil del diseñador que se basa en la intervención del cuerpo humano para pasar a explorar el cuerpo animal, cuya corporalidad se basa en otro tipo de facultades, necesidades y experiencias.

Para llegar a ahondar el objetivo general de este estudio fue necesario plantearnos cuatro objetivos específicos que condujeran a su realización. Estos eran: Revisar —desde la teoría del diseño y del diseño de vestuario— cuál es el objeto de estudio del diseñador y la posibilidad de proyección y producción en un cuerpo diferente al del ser humano. También, identificar algunas definiciones que se adaptan a un estudio sobre animales desde la óptica del diseño

de vestuario y demás disciplinas. Además, pesquisar e interpretar las referencias bibliográficas que se han desarrollado acerca de la transformación en la relación del ser humano y su mascota. Y por último, denotar la pertinencia del quehacer profesional del diseñador de vestuario para explorar otros cuerpos diferentes al del ser humano.

Dada la escasez de trabajos e investigaciones académicas que exploran la labor del diseñador de vestuario en relación a los cuerpos no humanos, este estudio puede arrojar luces sobre la importancia que ostenta el Diseño como disciplina de explorar nuevas facetas de su quehacer epistemológico.

Según una encuesta realizada en el año 2015 por la Federación

Nacional de Comerciantes (Fenalco), en Colombia, seis de cada diez familias cuentan con alguna mascota en su casa, siendo los perros los animales más preferidos (El Espectador, 2015). Al contrastar lo anterior, podemos darnos cuenta como una mascota se va volviendo un miembro más de las familias actuales, en donde no sólo juega un rol como acompañante sino que se convierte en un protagonista al cual se le atribuyen características humanas, como por ejemplo gustos, colores favoritos o incluso las preferencias vestimentarias.

Día a día van incursionando nuevas marcas de accesorios para perros que fundamentan sus diseños en estos atributos humanos unidos a unas características de la raza de la mascota.

Esta investigación buscará comprender si un diseñador de vestuario, cuyo objeto de estudio es el cuerpo vestido de los seres humanos, puede intervenir en el mundo animal, específicamente el de las mascotas. Si es así, ¿qué implica desde un punto de vista disciplinar, proyectar vestuario para perros?

Actualmente la industria de la moda se ha atrevido a explorar nuevas dimensiones del vestir, interviniendo ahora el cuerpo canino para exponerlo en desfiles y pasarelas. Desde el año 2004, en la semana de la moda de Nueva York, se desarrolla anualmente el *Pet Fashion Show* donde se exponen vestimentas caninas, siendo las mascotas los protagonistas de este evento al lucir dichas prendas (Daily Mail, 2017).



Imágenes extraídas de Daily Mail. (10 de Febrero de 2017). Every dog has its day! Furry fashionistas dress up for the 2017 New York Pet Fashion Show. *Daily Mail*. Recuperado el 13 de Febrero de 2017, de <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4210376/Dogs-dress-2017-New-York-Pet-Fashion-Show.html>

Ante la mirada del diseñador de vestuario, cuya práctica está dirigida a procurar relaciones de bienestar y coherencia entre el cuerpo y el contexto, este tipo de espectáculos

pueden llegar a resultar cuestionables desde el punto de vista profesional y ético, en cuanto resultan ser poco confortables para las mascotas ya que la vestimenta que llevan puesta denota una función meramente ornamental, que no tiene por fin atender a las necesidades específicas que estas tienen.

En una época en donde todos quieren generar grandes ingresos y capitalizar, el tiempo y el afecto se convierten en bienes escasos, es por esto, que las mascotas se han reinventado como una nueva alternativa, como un ser en donde las personas se ven reflejadas, caracterizándolas y dándoles virtudes que descindan las necesidades afectivas.

La compra y venta de productos para mascotas –entre ellos la ropa y los accesorios vestimentarios– se constituyen como un fenómeno en crecimiento. Retomando la encuesta auspiciada por Fenalco, en el país existen alrededor de 2.700 establecimientos de comercio dedicados a la venta de productos para mascotas, lo cual significa un crecimiento no sólo desde el punto de vista mercantil sino también un aumento significativo por el cuidado del animal doméstico (El Espectador, 2015).

Por otro lado, podemos encontrar otro tipo de vestuario, el cual puede ayudar a suplir las necesidades específicas que tienen la mascota y su dueño.

Este tipo de prendas están elaboradas con materiales muy bien pensados, los cuales ayudan para

cada ocasión, situación o momento dependiendo del tipo de raza, pelo, piel, etc.



(Vestuario hecho por Camila Grajales. Es una prenda realizada para razas pequeñas con pelo corto, la cual cubre todo su cuerpo; diseñada con textiles que le ayudaran a tener su temperatura adecuada.)

La relación entre el ser humano y el animal doméstico en la actualidad puede ser vista como un lazo que se fortalece constantemente, ya que direcciona hacia la construcción de una relación fundamentada en el

reconocimiento de la alteridad, que se basa hoy en día en la “comprensión” del animal como un ser complejo, dotado de una pluralidad de características y necesidades que el mismo ser humano le ha creado.

Hoy por hoy estamos sumergidos en una tendencia donde la mascota —al interior de los hogares— ha abandonado el papel de “cuidador” de casas, esa función de guardián o de animal que únicamente está en el patio dispuesto a proteger el hogar de los humanos. En este sentido, ha tomado un lugar más importante en las familias, donde no sólo se le otorga un nombre y se le alimenta, sino que además se le brindan una variedad de accesorios que pretenden satisfacer otras necesidades diferentes a las básicas. Las soluciones a estas necesidades

adquiridas (como lo son las prendas de vestir), buscan saciar las demandas y deseos que los humanos tenemos en nuestra cotidianidad, pero dirigidas hacia su mascota y entendida esta como su propiedad, estructurando de esta manera una humanización del animal doméstico.

Ahora bien, esta investigación buscará comprender si un diseñador de vestuario, cuyo objeto de estudio es el cuerpo vestido de los seres humanos, puede intervenir en el mundo animal, ya que su estudio como usuarios implicaría también un análisis de sus necesidades, las cuales se deben satisfacer desde las capacidades del diseñador. Éste está llamado a equilibrar la funcionalidad de las prendas con los usos estéticos que los humanos le imprimen a la indumentaria de sus mascotas. En otras palabras, a lo

que debe procurar el diseñador de vestuario es a la creación de prendas que confieran identidad, utilidad y confortabilidad a las mascotas y sus propietarios.

Para efectos de orientar esta investigación, es necesario plantearnos la siguiente pregunta: ¿Es posible y pertinente para un diseñador de vestuario, cuyo objeto de estudio se centra en lo humano, proyectar su ejercicio profesional para los animales domésticos (específicamente para perros), si es así, cuáles son los principales conceptos que le permitirían abordarlo?

Para entender el desarrollo de la investigación, a continuación presentaremos los diferentes conceptos que aquí vamos a utilizar. Es importante advertir al lector que

la construcción de las siguientes nociones nace a partir de las descripciones que las múltiples disciplinas configuran a raíz de su marco epistemológico. La exploración de diccionarios y demás fuentes especializadas en psicología, sociología, derecho, etnología y antropología, permiten estructurar –

desde las distintas ramas del conocimiento– una definición más completa de las palabras clave que servirán como guía primaria para la comprensión global del texto.

***CAPÍTULO II: EL DISEÑADOR:
ENTRELAZANDO CONCEPTOS***

En esta investigación se abordarán conceptos que permitirán relacionar y entender, como la mente del diseñador esta abierta para intervenir en los diferentes cuerpos (no solo en los humanos), basándose en las diferentes necesidades de las personas y sus actividades cotidianas.

Cuerpo

Desde los griegos se ha considerado la noción de cuerpo fundamentalmente en tres sentidos: 1) un objeto físico que posee propiedades sensibles, o que posee propiedades tales que causan en los seres humanos y, en general, en los organismos biológicos, impresiones, o estímulos o ambas cosas. Se supone que un cuerpo tiene una determinada extensión; 2) La materia orgánica que constituye el hombre y los animales, 3) específicamente, la materia orgánica que constituye el hombre, el llamado “cuerpo humano” (Mora Ferrater, 1994, p. 754).

Para nuestro interés, la definición que se ajusta a la concepción del cuerpo animal es aquella que lo concibe como un instrumento dotado de conductas y de una identidad. Esta es la composición básica de un cuerpo biológico. Sin embargo, la diferencia entre el cuerpo humano y el cuerpo animal es mucho más manifiesta a razón de la dualidad cartesiana (mente-cuerpo) que se le otorga a la corporeidad del ser humano, la cual está asociada a la racionalidad, es decir, a la de consciencia de sí mismo. La distinción entre el cuerpo animal y el cuerpo del ser humano emana de:

que el hombre sea naturalmente capaz de decisión, de responsabilidad, pero porque es capaz de responder, mientras que el animal, lo vivo no humano, lo que se denomina tan burdamente con una palabra, «el animal», no responde...El «animal», se dice, no responde, solamente reacciona. Reacciona precisamente a un programa, a unos estímulos. (Kottow, 2013, p. 176)

Por otro lado, es importante considerar la opción que consiste en pensar los cuerpos como utensilios, instrumentos o medios de los que se vale el hombre en el mundo, y en caracterizarlos por las posibilidades de acción y de reacción a la filosofía contemporánea en la que fue introducida por el existencialismo y por el instrumentalismo

norteamericano. En este sentido la noción de cuerpo del animal se identifica con la de cosa, término con el que designa por lo común (Abbagnano & Fornero, 1963, p. 252). La cosificación del cuerpo de los animales, especialmente de los domésticos, denota cierta similitud a la de un juguete vivo. Por ejemplo, en las prácticas de vestuario, en el juego, en la manera de dar órdenes y en general en las decisiones que se toman con respecto al animal, está inmersa en su cosificación.

En un sentido más amplio, y desde la óptica de la antropología filosófica, la corporalidad se denota 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 corporalidad constituye la primera posibilidad de un ser humano para relacionarse, es el vehículo esencial para manifestar su presencia en el mundo (Baquero, 2011, p. 36). La corporalidad parece ser propia del ser humano ya que es considerada como la búsqueda de la posibilidad de relación en la cual se plasma la identidad, y es en el cuerpo donde nos hacemos presentes, creamos, comunicamos, transformamos nuestro sentido personal y social.

Derecho animal.

El creciente discurso por los derechos humanos se ha transportado también hacia los animales, constituyéndose en un tema de vieja data. Desde el año 1792 toma lugar la situación de los derechos de los animales con la

publicación de la filósofa feminista Mary Wollstonecraft: *A Vindication of the Rights of Woman* y que fue satirizada por Thomas Taylor en su libro: *A Vindication of the Rights of Brutes*, argumentando que si las mujeres tenían derechos ¿por qué no los podían tener los animales? Todos estos antecedentes contribuyeron para que en el siglo XVIII se desplegaran una serie de debates filosóficos tendientes a examinar el status moral de los animales (Acero Aguilar, 2017, p. 180).

Según la experta en estudios Humano-Animal, la doctora Myriam Aguilar (2017), dos siglos después, en Londres 1977 se firmaría la Declaración Universal de los Derechos de los Animales elaborada por la *Liga Internacional de los Derechos del Animal* y las *Ligas*

Nacionales afiliadas en la Tercera reunión sobre los derechos del animal. Ley que en su encabezado aparece como aprobada en 1978 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y posteriormente por la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Entre su articulado se estipula que:

Artículo 1. Todos los animales nacen iguales ante la vida y tienen los mismos derechos a la existencia.

Artículo 2. a) Todo animal tiene derecho al respeto. b) El hombre, en tanto que especie animal, no puede atribuirse el derecho de exterminar a los otros animales o de explotarlos violando ese derecho. Tiene la obligación de poner sus conocimientos al servicio de los animales. c) Todos los animales tienen derecho a la atención, a los cuidados y a la protección del hombre. Artículo 3. a) Ningún animal

será sometido a malos tratos ni actos crueles. b) Si es necesaria la muerte de un animal, ésta debe ser instantánea, indolora y no generadora de angustia. (pág. 182)

Este escenario dotaría a los seres humanos de una gran responsabilidad frente al reconocimiento de los animales como seres dignos de derechos, bajo la obligación de ser cuidados y respetados por parte de los mismos humanos. No obstante, aún siguen abiertas las discusiones sobre la identificación de cómo argüir el derecho de los animales.

Aunque las organizaciones animalistas tienen en común la defensa de los animales, lo hacen desde diferentes representaciones del animal. Se identifican dos discursos, de un lado la corriente de liberación animal que aboga por el

reconocimiento de estos como sujetos de derecho, y la corriente más cercana al discurso oficial, posicionada en la obligación moral de los humanos hacia la protección y el bienestar de los animales, más en la línea de su reconocimiento como objetos de derecho (Acero Aguilar, 2017, p. 183).

Las anteriores reflexiones con perspectiva histórica y de carácter ontológico, han logrado construir una mirada distinta en la interacción con la naturaleza, con los animales y con culturas diferentes a la propia, de manera que ya es común la existencia de “éticas ambientales” y de “derechos de los animales”, que expresan miradas antropocéntricas menos dominantes, autoritarias y excluyentes. El impacto de la disciplina de la bioética en el campo de las relaciones ha llevado al

planteamiento de una “bioética animal”, definida “como el conjunto de normas éticas que regulan el comportamiento y las relaciones del hombre con los animales” (Capó, 2005, pág. 4; citado en von Arcken Cancino, 2011, pág. 157)

Diseño de vestuario.

Después de la década de 1960, el concepto de diseño se ha modificado en lo que se refiere a sus objetivos de la profesión, abandonando la única definición que se preocupaba por el factor estético. Según Luis Rodríguez Morales (2010):

El diseño se ocupa de generar estrategias y configurar la forma de los objetos, entendida como uno de los más importantes mediadores del hombre con su cultura y su medio ambiente. Sus

objetivos y responsabilidades principales son: 1. Humanizar las soluciones técnicas que se dan a las necesidades de la sociedad, para alcanzar así mayores niveles en la calidad de vida los usuarios, considerando las limitaciones y objetivos tecnológicos y comerciales. 2. Promover la sustentabilidad de la sociedad en términos de respeto y conservación del medio ambiente y recursos. (pág. 54)

Continúa Rodríguez acotando que para alcanzar sus fines, el diseño requiere de la acción simultánea de disciplinas técnicas y humanísticas (Rodríguez Morales, 2010).

De manera específica, el diseñador de vestuario, cuyo perfil profesional se acentúa en la visión de su herramienta de trabajo, es decir, del “vestuario” como universo del

campo laboral, que trasciende el asunto de la moda —como algo momentáneo y efímero— se debe enfocar en la reflexión de las implicaciones culturales, antropológicas, académicas y epistemológicas; asimismo de las motivaciones y repercusiones que parten del acto de vestir al cuerpo humano y su entorno, como un proyecto integral, interdisciplinar y transdisciplinar en un entorno multicultural.

En consecuencia, el Diseño de Vestuario responde a otra cuestión fundamental para la vida: el acto de vestir y todo lo que ello conlleva: el estudio del cuerpo humano en todas sus dimensiones físicas, fisiológicas, psicológicas y espirituales, como presencia y como materialización de un ser vivo en medio de un contexto social y cultural

determinado donde se distingue por su propia personalidad. Son diversas las formas de abordar el estudio del cuerpo y por consiguiente de entender el vestido, al hombre o al *objeto* que porta.

La prenda, como proyecto, es factor principal de humanización de tecnologías por su dimensión innovadora, cultural, social y económica, donde se expresa la forma de ser, de vivir, sentir, ver e interpretar el mundo o el entorno. Por lo tanto, el objeto de conocimiento del Diseño de Vestuario es el hombre en su característica antropológica, física, espiritual y social, y sus manifestaciones culturales, económicas y políticas; estudia la persona en su acción de vestir. El hombre se viste a sí mismo, viste su cuerpo y viste el espacio que lo rodea (Cano, Ramírez,

Cruz Bermeo, & Fernández, 2013, p. 17).

Por su parte es imprescindible destacar que la mayoría de definiciones encontradas acerca del acto de vestir y del diseño se relacionan de manera intrínseca con el cuerpo humano, ignorando así pues las preguntas sobre el diseño y el abordaje de otros aspectos de lo vivo: animales y/o plantas. Margarita Baquero corrobora lo anterior al argüir que:

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 (Baquero, 2011, p. 35).

Esta mirada antropocéntrica del Diseño de Vestuario termina por suprimir, del plano estructural, las corporalidades ajenas a la dimensión corporal del ser humano, por tanto, la pertinencia del presente trabajo pone en relieve la exploración de otras maneras de vestir el cuerpo, específicamente hablando, de la corporalidad del animal doméstico.

Humanización *animal*
(*Antropomorfismo*).

Hoy en día, el mapeo de la distancia ontológica y por ende ética, entre animales inferiores y el animal superior que es el ser humano queda sometida a tensiones insalvables desde dos puntos de arranque: hominizar al animal o, a la inversa, animalizar al ser humano. Los animales, dirán los incluyentes, merecen ser elevados a una categoría ética comparable a la del ser humano, el camino más socorrido siendo la proclamación y defensa de los derechos animales, o la acusación de lo arbitrario que es reservar el lenguaje moral para seres racionales capaces de tener y poder expresar sus intereses.

La literatura académica no ha sido indiferente a dicho fenómeno. Ahora surgen autores que más que antropomorfizar a los animales,

cuestionan la posición del humano en torno a ellos o buscan acercarse lo más posible al punto de vista de un animal. Este tipo de acercamientos revelan no sólo la importancia de los estudios animales en nuestros tiempos, o la posición que ocupan estos en nuestras vidas, revelan ante todo una nueva postura del “ser humano” frente a lo otro (Palacios Gregorio, p. 6). Esa obsesión por conocer lo desconocido o lo incomprensible es lo que conlleva al ser humano a reflejarse a sí mismo en aquellas cosas que no logra descifrar o a dotarlo de características propias del hombre. Ante la evidente incapacidad de ponernos en el lugar de los animales, el hombre prefiere antropomorfizarlos (Palacios Gregorio, p. 6).

Para ejemplificar lo anterior, podemos indicar que tanto los perros como los gatos se diferencian de otros animales por su sentido de estimación, trato privilegiado y por el afecto recíproco que se establece con ellos. Al utilizar el término “mascota” se hace una clara división entre este tipo de animales y otros como los animales de granja por el hecho de que tengan nombre y porque hay animales que su “fin” –de acuerdo a como se han categorizado– es ser alimento para los humanos. Según Miryam Acero, la manera en que dotamos de características antropomórficas a los animales domésticos se ubica en la relación que construimos con ellos, transversalizada por sentimientos y por el valor que le conferimos:

De modo que no estamos ante taxonomías fijas, más bien, los perros y los gatos adquieren roles itinerantes, algunas veces son personas, otras, son animales y en otras ocasiones son “mascotas”. Una categoría no es excluyente de la otra, sino que están en permanente dinamismo y en dependencia de cada contexto específico y de ciertas características de los grupos sociales. Un hallazgo importante fue el hecho de que las significaciones y actitudes culturales contemporáneas difícilmente se pueden ubicar en una sola categoría.

Los animales de compañía animales de compañía no siempre tienen un solo significado: son hijos pero también objetos; son substitutos de compañía humana, pero se les aprecia por su valor inherente como animales; son

fuentes de placer, pero también de problemas; hay quienes los quieren, otros les sienten miedo o desprecio.

Estos dualismos en los significados animales son un ejemplo de la complejidad inmersa en la Relación Humano-Animal contemporánea, en este caso con unos animales muy diferentes a los otros, unos que son como personas, pero también como animales transitando entre el dominio y el afecto humano. (2017, pág. 94)

Desde el campo del diseño, es posible vislumbrar que la antropomorfización de los animales se analiza en la conjunción del valor material y espiritual que el ser humano le otorga a su mascota, es decir, el animal de compañía ostenta una “identidad” y su función simbólica termina satisfaciendo

aspectos prácticos, utilitarios, estéticos, afectivos, etc., en la vida del ser humano (Baquero, 2011, p. 40). La satisfacción de las diferentes necesidades propicia en la persona el desarrollo de una serie de soluciones que se materializan en objetos como utensilios, herramientas y todo tipo de extensiones objetuales, que en su propio imaginario recrea para que su mascota pueda llevar una vida plena y humanizada dotada de identidad, confort y bienestar.

Necesidades.

El concepto de necesidad tiene diversas aristas en el pensamiento social. Su connotación polisémica arroja la variabilidad discursiva presente en las diferentes teorías que explican los aspectos relacionados al tema de las necesidades humanas.

Las concepciones tradicionales consideran las necesidades como infinitas, ilimitadas y siempre cambiantes. Si la necesidad es entendida así, asume un carácter de infinitud que se retroalimenta a sí misma, ya que cada necesidad satisfecha hace surgir muchas otras que será necesario realizar. Esto da origen a una concepción sobre el sistema económico, definido a priori como orientado a la satisfacción de las necesidades humanas, como un sistema en permanente crecimiento (Elizalde Hevia, Martí Vilar, & Martínez Salvá, 2006, pp. 3-4). Esta definición generada por la ciencia económica atisba una representación de insaciabilidad propia de la conducta humana, la cual permanece en constante búsqueda por satisfacer todo tipo de necesidades variables y cambiantes.

En este sentido, la necesidad humana se concibe como la sensación de carencia de algo unida al deseo de satisfacerla.

Entre las teorías que estudian la noción de necesidad se destacan fundamentalmente la racionalista y la motivacional. La primera, imperante en occidente hasta mediados del siglo XIX consideraba que los seres humanos, por estar dotados de razón, podían elegir libremente. Por su parte la segunda teoría tomaría más fuerza a mitad del siglo XIX, con la puesta en escena de la naturaleza científica y de las propuestas evolucionistas de Darwin que señalan que los animales y los humanos son especies progresivas, que conservan su contenido biológico, y la afirmación de que el comportamiento de todas las especies tiene, o pudo tener, un

valor funcional para la adaptación del organismo a su medio y para la supervivencia en éste (Elizalde Hevia, Martí Vilar, & Martínez Salvá, 2006, p. 3). El darwinismo hace hincapié en las necesidades biológicas innatas que deben ser satisfechas y, por esto mismo, se denota un carácter sustancial al señalar hacia dónde debían buscarse los antecedentes de la voluntad, las condiciones ambientales externas e internas a las cuales el organismo debe responder para adaptarse al medio en el que vive (Mateos, 2002; citado en Elizalde Hevia, Martí Vilar, & Martínez Salvá, 2006, pág. 3).

Dentro de este enfoque motivacional contemporáneo sobre las necesidades podemos encontrar el aporte teórico de Abraham Maslow acerca de su visión “secuencial” del

concepto en cuestión. En su teoría Maslow deja claro que innegablemente la necesidad es la carencia de algo; por lo cual insta la clasificación de las necesidades en dos tipos: (a) Necesidades deficitarias o inferiores, estas son: necesidades fisiológicas; necesidad de seguridad; de amor y de pertenencia; y de estima; si se produce una distorsión en ellas se pueden generar problemas psicológicos y/o fisiológicos. (b) Necesidades de desarrollo o superiores que se orientan hacia el logro de la autorrealización, las cuales no son tan poderosas como las necesidades fisiológicas; éstas pueden dañarse o perder su orientación más fácilmente que las necesidades primarias y requieren de un gran apoyo de las influencias exteriores. Según los psicólogos Elizalde, Martí y Martínez, Maslow

ordena las necesidades en una estructura jerárquica, cuya base es determinada por las necesidades básicas y en su cúspide se hallan las metanecesidades:

En primer lugar se encuentran las necesidades fisiológicas que son las más básicas y más potentes de todas, pero son las que tienen menor significado para la persona en busca de la autorrealización. Entre ellas se encuentran la necesidad de liberarse de la sed y del hambre; de aliviar el dolor, el cansancio y el desequilibrio fisiológico; la necesidad de dormir, de sexo.

Segundo, las necesidades de seguridad. Si las necesidades fisiológicas son satisfechas, o no constituyen un problema serio para la persona, las de seguridad se convierten en la fuerza que domina la personalidad. La mayoría de las

personas llega sólo hasta este nivel. Éstas se expresan en la preocupación por ahorrar, por comprar bienes y seguros, para obtener una vida ordenada, cierta, y un futuro predecible, en Tercero, las necesidades de amor y pertenencia que están orientadas socialmente y representan la voluntad de reconocer y ser reconocido por los semejantes, de sentirse arraigados en lugares e integrados en redes y grupos sociales.

Cuarto, las necesidades de estima están asociadas a nuestra constitución psicológica. Su satisfacción es necesaria para la evaluación personal y el reconocimiento de uno mismo, en referencia a los demás. Entre éstas se encuentran la necesidad de respeto, de confianza basada en la opinión de otros, de admiración, de confianza en sí

el cual ya no se produzcan riesgos o peligros para la integridad personal o familiar. Este tipo de necesidades se puede manifestar negativamente como temor y miedo.

mismo, de autovalía y de autoaceptación.

Quinto, las necesidades de autorrealización o metanecesidades pertenecen al segundo bloque de necesidades superiores o más subjetivas en la gradiente establecida por Maslow. (2006, pág. 5-6)

La consecución de la mayoría de los niveles de necesidades genera en el individuo un estado de satisfacción y de bienestar. Y es aquí donde se podría llegar a una equivalencia con los animales, ya que de alguna manera su bienestar depende de la satisfacción de por lo menos el primer grado de

necesidades; esto si tomamos como referencia el orden jerárquico configurado por Maslow. Partiendo de la definición establecida en La Declaración Universal para el Bienestar de los Animales adoptada por La Liga Internacional de los Derechos del Animal en 1977, y posteriormente aprobada por la Organización de Naciones Unidas (ONU) y por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se delimita en su primer artículo que “bienestar” es el grado en el cual se satisfacen las necesidades físicas, psicológicas y comportamentales de un animal.

Esta definición de bienestar explica la situación compleja que hemos formulado en la relación humano-animal, en la que se le han reconocido derechos y necesidades humanas compatibles con los animales. De cualquier manera, somos los humanos los únicos que podemos establecer qué derechos morales queremos otorgarles a los animales o qué obligaciones tenemos para con ellos. No es algo que esté en los animales sino en la valoración moral que nosotros hacemos de ellos (Soutullo, 2012, p. 13).

***CAPÍTULO III: MÁS ALLÁ DE LO
HUMANO, UNA EXPERIENCIA
CORPORAL***

Ahora que hemos ahondado en la explicación de los conceptos fundamentales que atañen al tema de investigación, se da paso entonces al análisis del conjunto de aportes teóricos existentes sobre nuestro objeto de estudio, es decir, sobre la extrapolación del oficio del diseñador de vestuario para la creación de indumentarias para las mascotas, a raíz de las complejidades que nacen en la relación que el ser humano configura con el animal doméstico.

Este apartado pretende evidenciar un trabajo interpretativo y hermenéutico enfocado en los efectos producidos por la

humanización de las mascotas y la pertinencia de la disciplina del diseño de vestuario de abarcar su trabajo en la corporalidad animal.

Para empezar es importante referirnos a la obra, con énfasis en derecho de Mónica Cecilia Jaramillo, quien nos ubica en la realidad jurídica del país respecto a legislación sobre animales. En ella realiza un esbozo del marco jurídico colombiano, en el cual podemos encontrar la Sentencia C-666 de 2011, la que por primera vez en nuestro país califica a los animales como *seres sintientes*, pero más significativo es aún la expresión otros seres sintientes utilizada en la

decisión, ya que de una u otra manera está aceptando la Corte varias cosas; la primera, que la diferencia que existe entre los animales y los humanos es solo de grado, al menos en cuanto al dolor y al sufrimiento; y la segunda, que da por hecho la existencia de otros seres que merecen consideración y respeto (Jaramillo Palacio, 2013, pág. 137). De esta manera se cambia radicalmente la visión de los seres humanos como únicos sujetos de consideración moral y jurídica para admitir la existencia en el derecho de otras vidas diferentes a la humana que por sí solas merecen especial protección.

En la consolidación de los animales como sujetos de derecho se determina, de igual manera, la humanización de los animales y el proceso de estructuración

sociocultural del relacionamiento entre las mascotas y los seres humanos. Por esta razón resulta fundamental el texto de Miryam Acero (2017), quien señala que el cambio más importante en la Relación Humano-Animal contemporánea es la significación del animal de compañía como miembro de la familia. A través de las prácticas los cuidadores establecen relaciones muy estrechas que denotan la identificación de estas especies como parte de la familia (pág. 95).

En este orden de ideas, Sanders (1990; citado en Acero Aguilar, 2017, pág. 99) argumenta que los animales de compañía no son solamente construcciones sociales antropomórficas, sino que son vistos por sus propietarios como individuos únicos capaces de respuestas

intersubjetivas e intercambios sociales auténticos, lo que según este autor, es una demostración de interacción simbólica.

A este tipo de relacionamientos afectivos auténticos y de interacción simbólica se refiere Carolina Scotto, quien identifica –desde un punto de vista sociológico– en los seres humanos una constante comportamental de empatizar con cosas u objetos que le sean similares, familiares y/o que le permitan construir lazos afectivos. Según Scotto, en el humano se distinguen dos factores motivacionales: el deseo de sentirse competente o de interactuar eficazmente con el entorno y la socialidad o la necesidad de establecer vínculos sociales con otros seres humanos, cuya ausencia es compensada “haciendo

humanos” a agentes no humanos (pág. 432).

Esa necesidad de responder por el cuidado de otras cosas que le son ajenas al ser humano por sus características diferenciales, deben ser asumidas por los profesionales del diseño de modo que incentiven el relacionamiento entre las mascotas y los propietarios, y de igual forma, les permita mejorar su calidad de vida.

Uno de los aspectos claves en nuestro trabajo es la indagación por la conexión entre el diseño y el sujeto no humano, en este caso, los animales. Desde el plano del diseño de vestuario, existe la concepción de que el hombre, tal como afirma Emanuele Coccia (2011), es el animal que aprendió a vestirse (Fernández Silva, El vestido dentro

del pensamiento el diseño ¿requiere un estudio diferenciado?, 2015, p. 97). Y es precisamente esta premisa la que ha demarcado el norte del estudio de esta disciplina que en su estructura epistemológica únicamente aborda al ser humano en relación con el mundo material, la cotidianidad, la identidad, la construcción de lo individual, lo social, el cuerpo, el sentido de lo que significa ser humano y su potestad para la creación de un mundo material, etc. (Fernández Silva & Zuleta Montoya, Los retos de la formación en investigación en Diseño de Vestuario, 2015). En la

mayoría de los casos, los demás artefactos y seres vivos quedan relegados como objeto de estudio de las otras ramas del Diseño.

En consonancia con lo anterior, dada la falta de desarrollo teórico y la poca atención prestada a otros cuerpos diferentes al del ser humano, se insta entonces –en la disciplina del Diseño de Vestuario– a explorar otras formas de relacionamiento del devenir vestuario en conjunción con otras categorías de “objetos” que son portadores de un cuerpo.

***CAPÍTULO IV: EL DISEÑADOR Y SU
ACCIÓN FRENTE A OTROS CUERPOS
DIFERENTES AL HUMANO***

Categoría 1. Objeto de estudio del diseño de vestuario en relación a los animales

El objeto de estudio del diseño de vestuario en relación a los animales constituye una categoría de análisis, ya que existen pocas reflexiones que se han preocupado por la definición del vestuario en conjunción con otros usuarios (no humanos). Por lo anterior, esta categoría sugiere una nueva mirada al introducir en el ejercicio del diseñador la pregunta por otros sujetos y corporalidades.

Método:

FUENTE DIRECTA (ENTREVISTAS)

Se hizo uso de la entrevista como herramienta metodológica para profundizar en los temas que conciernen en nuestra investigación. En este sentido, se aproximó a la

recolección de información a través del método de entrevista focalizada, partiendo de una lista de preguntas que permitieran develar y focalizar los argumentos del entrevistado, y que a su vez no contemplaran un orden fijo o lineal (Suárez Vásquez, 2016).

Se entrevistó a diferentes profesionales del diseño, los cuales se especializan en alguna de las disciplinas que componen este conjunto de estudios, es decir, desde el diseño gráfico, industrial y de vestuario, específicamente.

Categoría 2. Relación humano-mascota.

La relación humano-mascota constituye una categoría de análisis en el sentido de poder comprender la importancia del rol que los

animales domésticos han desempeñado en la vida de los humanos, lo cual se deriva, entre otras cosas, de la búsqueda de aspectos (emocionales) que éstos puedan satisfacer para llenar los “vacíos existenciales” que se configuran como una necesidad afectiva en la vida de las personas.

El animal de compañía establece una diferenciación concreta de otros animales por el reconocimiento del bienestar que produce su cercanía como también por su valor simbólico. Lo anterior deriva en un trato privilegiado hacia ellos, aunque no exento de poder, impulsado además por representaciones similares a la niñez humana y a la necesidad de cuidar de otro. (Acero Aguilar, 2017, pág. 93)

Método:

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE POBLACIÓN (ENCUESTA)

Para la presente investigación, y teniendo en cuenta lo atrás expuesto, se utilizó también como herramienta metodológica, la recolección de datos mixtos por medio de encuestas o análisis estadísticos de población, para lograr así un acercamiento a las opiniones, sentimientos, actos y actitudes que diferentes personas ostentan frente al tema de las necesidades de los animales de compañía y la identificación de procesos de humanización animal.

Para la elaboración de las encuestas se realizaron preguntas tanto abiertas como, principalmente, cerradas, pues lo que se buscó fue dar pie a

la argumentación por parte de los sujetos sobre dichos temas, pero principalmente se pretendía reunir estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados que soporten una valoración cuantitativa sobre los tópicos en cuestión (Pimienta Lastra, 2000, p. 265). El tipo de muestreo que se utilizó fue un muestreo no probabilístico o aleatorio, es decir, que dicha encuesta estuvo dirigida a todo tipo de población o muestra sin restricción etaria, de sexo, o de estratificación social; esto con el fin de conocer la opinión de múltiples actores sociales acerca del relacionamiento entre el ser humano y el animal de compañía.

En el siguiente apartado se pretenden construir los hallazgos contrastados a partir de la información aportada en el marco

teórico, cruzada con los datos relevantes derivados de la aplicación de las herramientas metodológicas, con el fin de denotar los efectos producidos por la humanización de las mascotas y la pertinencia de la disciplina del diseño de vestuario de abarcar su trabajo en la corporalidad animal.

Para efectos de comprender los hallazgos de manera más sencilla y completa, se analizarán los componentes y las respuestas tanto de las entrevistas realizadas a los especialistas en diseño, como de las encuestas de opinión enfocadas hacia el público en común. Cabe señalar que si bien no se desglosaran todas las respuestas en su totalidad, si se dará cabida a los datos más influyentes para los objetivos de este trabajo.

El interés de las entrevistas se enmarcaba en entender la pluralidad de definiciones acerca de la concepción de cuerpos distintos al del humano desde la óptica del diseño, y conocer el criterio de los expertos de tres especialidades del diseño acerca de la relación humano-animal y las disposiciones de la disciplina para estudiar esas formas de concebir, representar y reproducir esos cuerpos ajenos, hasta el momento, al dominio del diseño.

Ahora bien, en la primera pregunta de la entrevista que evoca las teorías del diseño insertadas en la exploración y el estudio de otras formas de vida diferentes a la humana, para el profesor Alexander Cardona Galeano. Arquitecto. Docente de la Facultad de Diseño de vestuario de la Universidad

Pontificia Bolivariana, es fundamental acotar que existe un paradigma del diseño centrado en el usuario, que si bien no se ocupa de diseñar productos por fuera de las necesidades humanas (diseño social), su teoría si se acopla bastante a las exigencias y necesidades de otras corporalidades y otras formas de vida. En este sentido, los diseñadores Ángela María Echeverri, Gustavo Adolfo Sevilla y Hernando Blandón, en su artículo *La experiencia como una apuesta formativa para el diseño centrado en los usuarios*, expresan que “el diseño centrado en los diferentes usuarios requiere ser reflexionado, construido y formalizado desde múltiples saberes que desbordan las asignaturas ofrecidas por los currículos de diseño” (Echeverri, Sevilla, & Blandón, 2015, p. 178). Al hacer

hincapié en la multidisciplinariedad se da paso a la generación de conocimiento y al estudio de otros seres que demandan soluciones distintas para sus necesidades específicas, que en el caso de los animales se focaliza en necesidades fisiológicas, psicológicas y comportamentales distintas a las del ser humano.

De esta manera, cuando se retroalimenta de conocimiento especializado de las ciencias que estudian el comportamiento y la vida de los animales tales como la zoología, la veterinaria, la ecología, la psicología animal, entre otras ciencias, se configura un proceso de comprensión del usuario (animal) en relación con el objeto de diseño (vestimenta). “Es por lo tanto necesario que la disciplina del diseño de vestuario procure y favorezca el diálogo entre las

diferentes disciplinas, coordinando saberes y conocimientos diferentes, contribuyendo a la definición y evolución del diseño hasta la configuración del “producto inclusivo”. (Capece, 2010, p. 84)

En últimas, “el diseño centrado en el usuario (animal) busca conocer los rasgos del sujeto de estudio, examinando sus características biomecánicas, anatómicas, antropométricas y socioculturales, es decir, su relación con los humanos y su entorno” (Echeverri, Sevilla, & Blandón, 2015, p. 178). Por esta razón, para la diseñadora italiana Sonia Capece (2010), el *Design for All* –otra forma de llamar al diseño centrado en el usuario– propone una aproximación metodológica nueva, multidisciplinaria e intersectorial para satisfacer las exigencias específicas del mayor

número posible de individuos valiéndose del análisis del usuario límite, quienes forman parte de todos y que tienen las características más críticas para que puedan gozar del sistema en forma autónoma.

Esta evaluación permite madurar algunas reflexiones sobre las dificultades de los sujetos que por consecuencia de edad avanzada o de malformaciones, de patologías o de eventos traumáticos hayan sufrido limitaciones funcionales desde el punto de vista motriz, cognitivo y sensorial (Capece, 2010, p. 79). Así pues, al posicionar una mirada desde la lupa del diseño de vestuario y de los animales concretamente como nuestro objeto de estudio, es importante extraer las premisas analíticas que el *Design for All* realiza a la hora de evaluar la situación particular de ciertos individuos para denotar que el

vestuario, desarrollado de una manera especializada y con la tecnología adecuada, puede ayudar a los animales domésticos que han sufrido algún tipo de lesión física, malformación o accidente, para suplir o potenciar algunas deficiencias de su aparataje corporal, lo que termina contribuyendo en el bienestar y en la calidad de vida de la mascota.

Otro hallazgo importante se devela en la pregunta que enfatiza en la probable humanización de las necesidades del animal doméstico, ya que Ángela María Echeverri. Diseñadora de Vestuario. Magíster en educación. Docente de la Facultad de diseño de vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana, marca un punto interesante al hablar de la posibilidad de malinterpretar las necesidades de las mascotas y

acomodarlas a nuestros imaginarios.
Según la diseñadora de vestuario:

La relación humano-animal doméstico ha llegado. Tengo dos perros y sé que todos los discursos que establecen alrededor a los animales son humanos porque ellos no tienen voz, entonces nosotros decimos que un animal necesita eso pero en el fondo no lo sabemos, y si bien en los últimos años por ejemplo la etología cobra fuerza que ya no es una preocupación por lo fisiológico del animal sino por lo comportamental, yo creo que tiene mucho que ver la manera como nosotros entendemos a los animales pero no es la manera como ellos son. (Echeverri, A. M. 3 de Abril de 2017, entrevista personal)

Respecto a lo anterior, la totalidad de los entrevistados convergen en

que nos encontramos en un contexto sociocultural de humanización y de antropomorfización del animal doméstico. En el tema del vestuario, Raúl Domínguez Rendón. Historiador. Especialista en Semiótica y Hermenéutica del Arte. Doctor en Estudios de Ciencia y Tecnología. Docente Facultad de diseño industrial, Universidad Pontificia Bolivariana arguye en su entrevista que

La manera más fuerte de la humanización del animal se da a través del vestir; se le ponen prendas ya con definición de género según si es perro o perra, el uso de ciertos colores, ciertos aspectos de la apariencia física que puedan vestir. Esto se da para que represente lo que creemos que son sus necesidades pero realmente no

son las de ellos, es una culturización o una artificialización de su vida y quizás sea para nuestra diversión o satisfacer necesidades netamente del consumo. (Domínguez Rendón, R. 11 de Abril de 2017, entrevista personal)

Lo anterior es abordado por la etóloga española Concha Mateos, quien ejemplifica esa visión errónea que tenemos sobre muchas de las necesidades que de los animales domésticos. Según Mateos, hacemos referencia a un tipo de criterio de evaluación del bienestar animal ampliamente utilizado, pero casi siempre bajo un enfoque erróneo. Nos referimos, en concreto, a los intentos de deducir el estado en que se encuentran los animales estableciendo una analogía con nosotros mismos. Según Dawkins (1980), existen dos maneras de

realizar esta analogía: una de ellas, muy difundida pero completamente equivocada, consiste en ponernos nosotros en la situación del animal y deducir directamente su estado emocional del que tendríamos nosotros en esas mismas condiciones.

Hacer esto supone no tener en cuenta las diferencias entre especies en cuanto a requerimientos y necesidades biológicas. Lo que es bueno o malo para nosotros no tiene por qué ser, ni lo es, para el resto de los animales. Deducir que un animal tiene frío a 0° porque nosotros lo tenemos a esa temperatura, o que sufre enjaulado porque nosotros lo haríamos en esa situación, puede llegar a ser tan burdo como suponer que un pez debería ahogarse en el agua. Este criterio, sin embargo, está tan extendido que, no en vano, los

fabricantes de comidas para perros se encargan de que esos productos lleven aromas agradables al olfato humano (Mateos Montero, 1994, p. 519).

Tanto la tercera como la cuarta pregunta de las entrevistas cuestionan el papel del vestuario y su aplicabilidad para el mejoramiento de la calidad de vida de otros seres vivos diferentes al ser humano. Uno de los descubrimientos en el momento de analizar dichas preguntas es el trato objetivo que se le debe dar al objeto de estudio. En el caso de los animales, la comprensión de su comportamiento instintivo a partir de los resultados que arrojan el estudio de ciencias como la biología y la psicología experimental, pueden dar pistas sobre la manera en cómo manifiestan sus necesidades y

requerimientos. Esto es afirmado por Andrés Felipe Gil Londoño. Diseñador industrial. Docente de la facultad de diseño industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana, quien argumenta que “desde una mirada humana, seguramente hay un montón de conocimientos y saberes como la veterinaria o la zootecnia que al hombre le han dado conocimientos sobre los animales y le permite objetivar la manera de ver los animales y entender sus lógicas, sus necesidades, sus dinámicas comportamentales [...]” (Gil Londoño, A. F, 11 de Abril de 2017, entrevista personal). Sin embargo, este tipo de hallazgos deben ser conocidos y apropiados por la gente del común para tomar una posición más ecuánime sobre la calidad de vida y el bienestar de los animales domésticos.

Cabe recordar que una de las definiciones del término necesidad se usa para referirse a “una deficiencia en un animal que puede ser remediada por la obtención de un particular recurso o por la respuesta dada a un estímulo concreto, medioambiental o corporal” (Fraser y Broom, 1990 citado en: Mateos Montero, 1994, pág. 503). Es posible pensar que el vestuario para los animales cumpla la función de un recurso que solucione un requerimiento particular, no obstante, se debe intentar apartar los elementos antropocéntricos que rondan el diseño de una prenda de los elementos que identifican las necesidades de los animales. Claudia Fernández. Diseñadora industrial. Master in Arts of Design. Doctora en diseño y creación.

Docente facultad de diseño de vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana, indica en su entrevista la importancia de esta separación conceptual ya que no es posible estar dotando de características humanas a todo lo que concierne con las necesidades de los animales domésticos:

El mundo de lo vestimentario debe ser visto desde otro modo porque o si no vamos a terminar cayendo en lo mismo: si yo uso sombrero entonces mi perro usa sombrerito, si uso medias, mediecitas para mi perro, y no se trata de replicar las maneras vestimentarias del humano en el cuerpo de ellos. No se trata de homologar, se trata de mirarlo en sus propias particularidades y aclarar que el universo del diseño no es solo ropa, sino que puede servir para satisfacer otros

requerimientos. (Fernández C., 6 de Abril de 2017, entrevista personal)

La última pregunta de la entrevista constituye un llamado a la disciplina del diseño para superar la cosificación de los animales de compañía, es decir, la concepción de éstos como instrumentos o medios de los que se vale el hombre para la satisfacción de sus necesidades. Dice Susana Aristizábal Correa. Diseñadora gráfica. Docente de la facultad de diseño gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana, que dicha premisa,

“definitivamente depende del humano, pero ahora desde del diseño se puede superar esta cosificación eligiendo bien a qué tipo de necesidades de esos otros tipos de seres vivo queremos apuntar [...] Si el

diseño se dedica a generar bienestar a un ser vivo para que pueda seguir teniendo una buena calidad de vida, creo que el diseño podría superar esa barrera de cosificación/humanización que constituyen los dos extremos y podría llegar como un punto medio donde pudiera ayudar a esos otros seres a “estar bien”. (Aristizábal Correa, S. 6 de Abril de 2017, entrevista personal. Diseñadora gráfica)

Asimismo, Claudia Fernández expresa que es “el diseño está llamado a revisar nuestro impacto (como diseñadores) sobre los otros seres vivos –podría decir que todos los seres vivos incluyendo al ser humano– tendríamos necesariamente que pensar que éstos tienen sus propias maneras de percibir el mundo y sus propias

necesidades físicas, biológicas, psicológicas que nosotros no podemos siempre dictaminar la forma de resolverlas a la medida de nuestras necesidades” (Fernández C., 6 de Abril de 2017, entrevista personal).

Ambas respuestas otorgadas por expertas de dos ramas del diseño dejan explícita la importancia que constituye para la ciencia esa responsabilidad de investigar y asumir, desde posturas objetivas, las reales necesidades que los seres vivos necesitan solventar. En su libro *Autonomía y diseño. La realización de lo comunal*, el antropólogo Arturo Escobar (2016) denota como un precepto obligatorio para la disciplina conservar una mirada holística que involucra al individuo y al mismo entorno que le rodea. En palabras del antropólogo:

Los diseñadores tendrían que ir mucho más allá del objetivo de satisfacer las necesidades de los usuarios para articular, de formas novedosas, las preocupaciones y deseos de una colectividad, con el fin de lograr una estructura del diseño más sostenible y concientizada de las situaciones ecológicas y ontológicas que la rodean (Escobar, 2016, p. 143).

La configuración de una relación horizontal entre humanos y animales, permite que se produzca una sensibilidad ante las cuestiones éticas y los derechos que giran en torno a los animales. Las visiones de la ética y de la bioética están modificando las características de las relaciones humanas con los animales, en cuanto ya no interesan solo la domesticación, el uso, la producción y el bienestar, sino que

se consideran también actitudes y comportamientos relacionados con el respeto a la vida, la valoración de las especies animales y sus características particulares, su lugar en el hábitat natural y en la historia, y las cercanas relaciones con estos (von Arcken Cancino, 2011, p. 157).

Cuando se hace referencia a los animales como “mascota” se denota en cierta medida una similitud a la de un “juguete vivo”. Por ejemplo, en las prácticas de vestuario, en el juego, en la manera de dar órdenes y en general en las decisiones que se toman con respecto al animal, está inmersa su cosificación. Los perros y los gatos transitan de personas a animales o a objetos de acuerdo a las prioridades de la sociedad, pero también en la relación diaria del ámbito privado transitado por el sentido público y

económico del animal (Acero Aguilar, 2017, p. 100). Por tal razón urge crear conciencia a través de ciencias como la ética animal o la bioética, con el fin de centrar los reales requerimientos de los animales para otorgarles un mayor bienestar y una mejor calidad de vida sin llegar a cosificarlos.

Ahora pasamos a los hallazgos reflejados en la recolección de datos mixtos por medio de encuestas o análisis estadísticos de población, en los que se buscaba un acercamiento a las opiniones, sentimientos, actos y actitudes que diferentes personas ostentaban frente al tema de las necesidades de los animales de compañía y la identificación de procesos de humanización animal.

Básicamente en los resultados de la encuesta nos hemos dado cuenta del papel tan fundamental que juegan las mascotas (entre perros y gatos, pero con preferencia en los primeros) en la composición de la institución nuclear de la sociedad como lo es la familia. Esto se puede comprobar en una de las preguntas que consultaba el nivel de importancia (en un rango de 1 a 5) por la presencia de una mascota en el hogar; en ella 46 de 65 personas encuestadas contestaron que era supremamente importante compartir con un animal doméstico en los hogares. En el momento de justificar su respuesta, la gran mayoría de personas apelaron por característica como la compañía que las mascotas brindan, la buena energía que emiten con su presencia y, sobre todo, ese mensaje que nos transmiten de aprender a compartir y

tolerar a quienes son diferentes a nosotros, es decir, a entendernos como parte de un mundo de seres diversos.

El trabajo de doctorado de la médica veterinaria Miryam Acero, titulado *La Relación Humano-Animal de Compañía como un fenómeno sociocultural. Perspectivas para la salud pública.*, enfatiza que el cambio más importante en la Relación Humano-Animal contemporánea es la significación del animal de compañía como miembro de la familia. A través de las prácticas los cuidadores establecen relaciones muy estrechas que denotan la identificación de estas especies como parte de la familia (Acero Aguilar, 2017, p. 95)

Por otro lado, se puede comprobar en la pregunta que señala que además de las necesidades básicas

de una mascota, como alimentación, refugio y espacio, ¿qué otras necesidades considera que deben ser satisfechas por los propietarios de las mascotas?, la opción sobre vestuario y accesorios fue la menos votada entre seis opciones. Se puede inferir de esta respuesta que las personas conciben el vestuario para mascotas como un mero accesorio ornamental que simplemente se usa con fines estéticos pero nada utilitarios para los animales domésticos. Empero, cuando se les pregunta si ¿invertiría en accesorios adicionales a los básicos? Como por ejemplo: vestuario, calzado, disfraces, sombreros y demás productos similares, 42 personas respondieron asertivamente. Si bien la anterior pregunta no exigía una justificación en otra muy similar que preguntaba por la opinión de cada uno acerca

de las personas que visten a sus mascotas, la respuesta de casi todos los encuestados se podía condensar en la siguiente respuesta:

“Estoy de acuerdo cuando se trata de una necesidad, por ejemplo cuando son animales cuyas características fisonómicas y genéticas no son aptas para el clima en este caso colombiano, es decir, si un Pitbull que no tiene pelo y tiene características albinas, vive en Bogotá y el sol lo quema o al revolcarse en el pasto le da alergia. Pero, cuando se trata de zapatos, disfraces y ropa que sólo cumplen una función decorativa, en cualquier animal, me parece que es atentar contra una naturaleza que está en toda la capacidad de adaptarse, es para mí, un acto de mero interés humano”.
(Encuestado anónimo)

Esta constituye una oportunidad para que el diseño avance en este tipo de prendas para unos usuarios tan particulares como son los animales domésticos. El favorecer un diálogo entre las distintas disciplinas que ahondan tanto el diseño como las ciencias que se ocupan de los animales desde su comportamiento, hasta sus dinámicas fisiológicas y psicológicas, permitirá un real acercamiento dirigido a la producción de elementos vestimentarios que satisfagan las necesidades propias de estos seres.

A partir de los principios que favorecen la creación, la gestión y la implementación de los procesos de diseño inclusivos y de integración, es conveniente proceder a definir una nueva propuesta interdisciplinaria más allá del diseño, para establecer las conexiones entre

diferentes disciplinas como la ergonomía, la multisensorialidad, la economía, las ciencias sociales (Capece, 2010, p. 84). A esto le añadiría la participación de otras ciencias encargadas de estudiar los demás seres vivos, ya que es necesario disponer de herramientas para interactuar con nuestro entorno, lo cual hace indispensable diseñar un hábitat propicio para el ser humano en relación con el mundo y los demás seres vivos que le rodean.

La hipótesis planteada se corroboró debido a que los elementos mencionados como el diseño centrado en el usuario, la humanización a raíz de la interacción humano-animal, las necesidades propias de los animales domésticos, la bioética, etc., corresponden a las categorías analíticas que se

encontraron en el marco referencial, las entrevistas, y las encuestas, ya que por medio de los autores se encontró el soporte teórico para contrastar cuál podía ser el método y los conceptos de los que se puede valer el diseñador de vestuario para acercarse a solventar las necesidades específicas de los animales. Dentro de los hallazgos se desglosaron los ítems más importantes que aportaron al desarrollo de factores conceptuales que fueron ignorados en la primera parte de la investigación pero que luego arrojaron pistas sobre el quehacer del diseñador y la clara posibilidad de intervenir en otros cuerpos diferentes al del ser humano.

Cabe anotar que nuestro objetivo central se cumplió, ya que al consultar múltiples referentes

teóricos y expertos en las diferentes ramas del diseño, se logró captar los conceptos teóricos que pueden proyectar el ejercicio del diseñador de vestuario hacia la producción de prendas para animales domésticos.

Respecto a los objetivos específicos, el primer objetivo el cual consistía revisar –desde la teoría del diseño– cuál es el objeto de estudio del diseñador y la posibilidad de proyección y producción en un cuerpo diferente al del ser humano, se cumplió en gran medida debido a los aportes realizados por los especialistas y por la búsqueda de fuentes bibliográficas que hablaran, por ejemplo, del diseño centrado en el usuario el cual abre un panorama más amplio para investigar otro tipo de individuos y de cuerpo, desde la óptica del diseño de vestuario.

El segundo objetivo el cual corresponde a la identificación de algunas definiciones que se adaptan a un estudio sobre animales desde la óptica del diseño de vestuario y demás disciplinas, se anexa al anterior objetivo pues se descubrió la posibilidad de indagar, desde otras disciplinas y ciencias diferentes al diseño, sobre las particularidades que caracterizan las necesidades de los animales domésticos y la relación humano-animal. Es pertinente insistir siempre en la interdisciplinariedad que aporta elementos de manera bilateral para el enriquecimiento de la disciplina del diseño.

El tercer objetivo, el cual se ocupa de pesquisar e interpretar las referencias bibliográficas que se han desarrollado acerca de la transformación en la relación del ser humano y su mascota, cabe acotar

que si bien se encontraron algunos trabajos sobre esta materia en particular, en gran medida fueron desarrollados por investigadores que le daban su enfoque desde la biología, la salud pública o las humanidades. Han sido pocos o nulos los trabajos desde el diseño que por lo menos se preguntan por la pertinencia de indagar otras formas de corporalidad diferentes a las del humano.

Por último, el cuarto objetivo específico pretendía denotar la pertinencia del quehacer profesional del diseñador de vestuario para explorar otros cuerpos diferentes al del ser humano. De cierta forma se ha cumplido con este objetivo ya que hemos encontrado cómo el espectro epistemológico de esta disciplina se encuentra en permanente construcción, y por lo

tanto, es un deber para el diseñador de vestuario seguir observando y rastreando todo lo que compone su entorno material, incluyendo al ser humano, los objetos y artefactos, la espacialidad y hasta los demás seres vivos.

Partiendo de la escasez de trabajos e investigaciones académicas que exploran la labor del diseñador de vestuario en relación a los cuerpos no humanos, este pequeño trabajo constituye un primer avance acerca del análisis de las conductas (interacciones, gustos, necesidades, etc.) que se manifiestan cotidianamente entre el ser humano y su animal de compañía, pero vistos desde la óptica del diseñador de vestuario, cuyo perfil se basa en

la producción de indumentarias para el cuerpo humano. Este proyecto ha otorgado elementos para que el diseñador de vestuario se incentive a cuestionar, reflexionar, explorar y producir nuevas herramientas teóricas sobre las facetas de su quehacer profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- El Espectador. (28 de Enero de 2015). En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas. *El Espectador* .
- Daily Mail. (10 de Febrero de 2017). Every dog has its day! Furry fashionistas dress up for the 2017 New York Pet Fashion Show. *Daily Mail* .
- Mora Ferrater, J. (1994). *Dizionario di filosofia*. Barcelona: Ariel S.A.
- Kottow, M. (2013). De animales y humanos. *Paralaje* (9), 167–179.
- Abbagnano, N., & Fornero, G. (1963). *Dizionario di Filosofia*. México D. F: Fondo de Cultura Económica.
- Baquero, M. (2011). Definiciones y características del diseño de vestimenta. *Iconofacto* , 7 (9), 32–52.
- Acero Aguilar, M. (2017). *La Relación Humano-Animal de Compañía como un fenómeno sociocultural. Perspectivas para la salud pública*. Bogotá D.C: (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Colombia.
- Rodríguez Morales, L. (2010). *Diseño: estrategia y táctica*. México D.F: Siglo XXI editores.
- Cano, M., Ramírez, C., Cruz Bermeo, W., & Fernández, C. (2013). *Creadores de Vestidos, creadores de Mundos. Diseño de Vestuario : 10 años*. Medellín: UPB.
- Palacios Gregorio, S. L. *De qué hay que hablar cuando hablamos de animales?* Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Elizalde Hevia, A., Martí Vilar, M., & Martínez Salvá, F. (2006). Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el Enfoque Centrado en la Persona. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana* , 5 (15), 1–18.
- Soutullo, D. (2012). El valor moral de los animales y su bienestar. *Página Abierta* (221–222), 1–19.
- Fernández Silva, C. (2015). El vestido dentro del pensamiento el diseño ¿requiere un estudio diferenciado? *Iconofacto* , 11 (17), 82–98.
- Fernández Silva, C., & Zuleta Montoya, F. (2015). *Los retos de la formación en investigación en Diseño de Vestuario*. Medellín: II Congreso Internacional Investigar en educación y educar en investigación. Avances y perspectivas.
- Suárez Vásquez, L. M. (2016). *Reseña del texto Construcción de guías de entrevistas para la investigación cualitativa*. Soonthorndhada, A. (1989). *En Constructing qualitative research interview guidelines*. Medellín.

- Pimienta Lastra, R. (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y Cultura* (13), 263–276.
- Echeverri, Á. M., Sevilla, G. A., & Blandón, H. (2015). La experiencia como una apuesta formativa para el diseño centrado en los usuarios. En M. E. Patiño, J. M. Chalarca, & M. A. Hoyos, *Por un diseño crítico y social. 40 años Facultad de diseño UPB* (págs. 177–180). Medellín: UPB.
- Capece, S. (2010). El diseño centrado en el usuario: principios y nuevos escenarios para el producto inclusivo. *I+D: Revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño*, 2 (2), 77–84.
- Rocha Rangel, E., Rodríguez García, J., Martínez Peña, E., & López Hernández, J. (2012). Biomimética: innovación sustentable inspirada por la naturaleza. *Investigación y Ciencia* (54), 56–61.
- Mateos Montero, C. (1994). El bienestar animal. Una evaluación científica del sufrimiento animal. En J. Carranza, *Etología. Introducción a la ciencia del comportamiento* (págs. 493–520). España: Universidad de Extremadura.
- Escobar, A. (2016). *Autonomía y diseño. La realización de lo comunal*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca.
- von Arcken Cancino, B. (2011). Interacción entre. *Revista de la Universidad de la Salle* (54), 149–159.
- Valdivieso, G. (19 de Abril de 2011). Alta costura para perros. *Vanguardia*.
- García, C. (6 de Agosto de 2014). Las nuevas tendencias de la moda para las mascotas. *El Tiempo*.
- Benasi, R. (16 de Marzo de 2011). Ropa para perros, un negocio que salió ileso a la crisis en EE.UU. *BBC Mundo*.
- Jaramillo Palacio, M. C. (2013). *La revolución de los animales*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Quesada Roldán, I. (2015). *Animalia: una mirada desde el arte a la relación hombre - animal en la actualidad*. Cali: (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana.
- Fernández Gómez, J. D. (2005). Algunas reflexiones en torno al problema de la creación de necesidades en publicidad y marketing. *Comunicación* (3), 101–124.
- Gómez, L., Atehortua, C., & Orozco, S. (2007). La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista colombiana de Ciencias Pecuarias* (20), 377–386.

Meléndez Samó, L. (2014). El vínculo humano-animal y sus implicaciones para la psicología en Puerto Rico. *Revista Puertorriqueña de Psicología* , 25 (2), 160–182.

Paredes Ortiz, J. (2002). *El desarrollo del ser humano desde la corporeidad*.

Scotto, C. (2015). Empatía, antropomorfismo y cognición animal. *Principia* , 19 (3), 423–452.

Entrevistas

Aristizábal Correa, S. (6 de Abril de 2017), entrevista personal. Diseñadora gráfica. Docente de la facultad de diseño gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Cardona Galeano, A. (11 de Abril de 2017), entrevista personal. Arquitecto. Docente de la Facultad de Diseño de vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Domínguez Rendón, R. (11 de Abril de 2017), entrevista personal. Historiador. Especialista en Semiótica y Hermenéutica del Arte. Doctor en Estudios de Ciencia y Tecnología. Docente Facultad de diseño industrial, Universidad Pontificia Bolivariana.

Echeverri, A. M. (3 de Abril de 2017), entrevista personal. Diseñadora de Vestuario. Magíster en educación. Docente de la Facultad de diseño de vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Fernández C. (6 de Abril de 2017), entrevista personal. Diseñadora industrial.

Master in Arts of Design. Doctora en diseño y creación. Docente facultad

de diseño de vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Gil Londoño, A. F. (11 de Abril de 2017), entrevista personal. Diseñador

industrial. Docente de la facultad de diseño industrial de la Universidad

Pontificia Bolivariana.

Mira Duque, J. D. (3 de Abril de 2017), entrevista personal. Diseñador industrial

- Diseñador de vestuario. Docente de la Facultad de diseño de vestuario

de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Sevilla, G. A. (6 de Abril de 2017), entrevista personal. Diseñador industrial.

Especialista en ergonomía. Magíster en Discapacidad e Inclusión Social.

Docente de la Facultad de diseño de industrial de la Universidad

Pontificia Bolivariana.

Zuleta Montoya, F. (3 de Abril de 2017), entrevista personal. Diseñador

industrial. Master en Ingeniería de Diseño de Producto. Doctor en

bioingeniería. Docente en la facultad de diseño de vestuario de la

Universidad Pontificia Bolivariana.