

INÉS IRIBARNE  
LUCÍA ROSSI

# DISEÑANDO EL CUERPO









# DISEÑANDO EL CUERPO

*VÍNCULO DE LA LENCERÍA CON EL CUERPO*

*INÉS IRIBARNE  
LUCÍA ROSSI*

**Contacto:**

Inés Iribarne - inesiribarne@gmail.com

Lucía Rossi - mlurossi@gmail.com

**Diseño Editorial:**

Lateral

Tesis de Grado de la Escuela Universitaria Centro de Diseño,  
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad  
de la República

**TESISTAS:**

Inés Iribarne, Lucía Rossi

**TUTORA:**

Sofía Martínez

**CO-TUTORA:**

Rita Soria

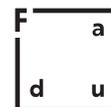
**TRIBUNAL:**

Ana Inés Vidal, Lucía Arobba, Sofía Martínez, Rita Soria

10 de Diciembre de 2019, Montevideo, Uruguay



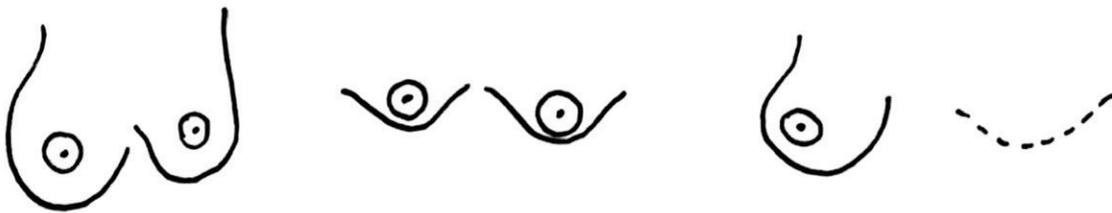
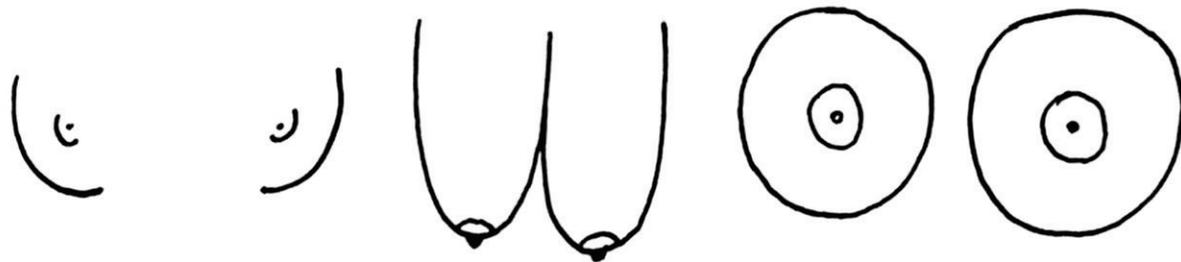
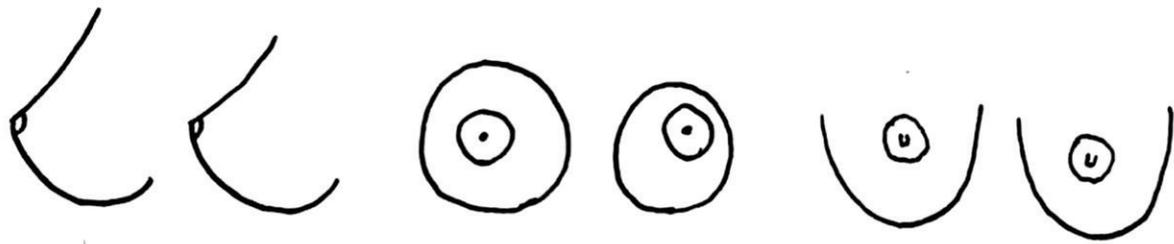
**Escuela Universitaria  
Centro de Diseño**

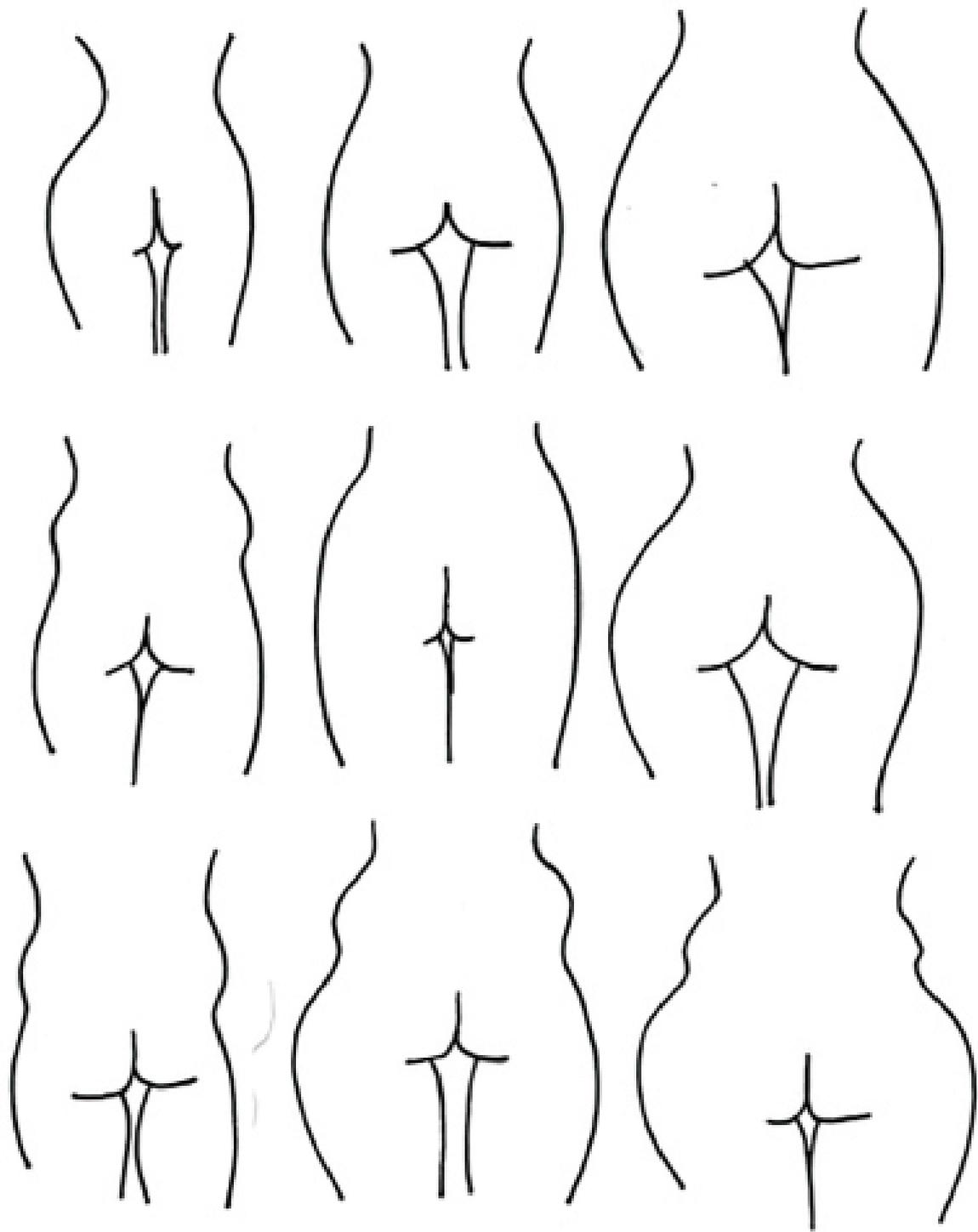


**Facultad de Arquitectura,  
Diseño y Urbanismo**  
UDELAR



**UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY**





13 RESUMEN

15 AGRADECIMIENTOS

17 GLOSARIO DE TÉRMINOS

# 01

## INTRODUCCIÓN

22 OBJETIVOS

# 02

## METODOLOGÍA

24 METODOLOGÍA

# 03

## MARCO TEÓRICO

### 29 ETAPA 1\_ INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

- 29. Definición lencería
- 29. **Concepciones de belleza corporal según las diferentes culturas históricas**
- 31. Las Venus
- 32. El Levante Español (Cuevas de Altamira)
- 33. Cultura Sumeria
- 34. Egipto
- 34. Creta
- 35. Grecia y Roma
- 35. Otras Etnias
- 37. El Ajuar
- 38. Los Senos
- 43. Las Nalgas
- 46. Las Piernas
- 47. **Cuerpo y cultura**
- 55. Marcas culturales del cuerpo
- 58. Lencería y Cultura
- 59. La moda y Sociedad
- 63. Cultura de la Imagen

### 66 ETAPA 2\_ TRABAJO DE CAMPO

- 67. Metodología aplicada
- 68. Estudios previos de la imagen corporal
- 69. **Análisis**
- 70. Entrevistas Diseñadoras
- 88. Entrevistas Usuaris
- 106. Apreciaciones generales de las entrevistas
- 108. Análisis de la Imagen
- 114. Análisis del cuestionario
- 126. Autocrítica de las herramientas visuales de investigación

# 04

## REFLEXIONES

**129 REFLEXIONES**

# 05

## BIBLIOGRAFÍA

**132 BIBLIOGRAFÍA**

**134 BIBLIOGRAFÍA DE LAS IMÁGENES**

# 06

## ANEXOS

**137 TRANSCRIPCIÓN DE AUDIOS**

**137 DISEÑADORAS**

**137. Bralette**

**144. Anémona**

**148. Nude**

**154. CatWalk**

**160. Loba**

**166 USUARIAS**

**166. Natalia**

**172. Pia**

**176. Ana Paula**

**178. Estefanía**

**180. Luciana**

**184. Maite**

**187. María Noel**

**191. Sofía**

**194. Valentina**

**197. Andrea**

# ÍNDICE



## RESUMEN

Tesis de grado de la carrera Diseño Industrial perfil Textil / Indumentaria de la Escuela Universitaria Centro de Diseño (EUCD), Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo (Fadu), Universidad de la República (UdelaR). Fue un trabajo realizado desde Marzo del 2018 hasta Noviembre de 2019. Con el fin de indagar sobre el vínculo que tiene la lencería con el cuerpo y cómo influye a través de las campañas publicitarias en la creación de discursos sobre el cuerpo promoviendo el cuerpo hegemónico.

A través de una revisión bibliográfica de autores que desde diferentes campos del saber tales como la sociología, la antropología, la psicología abordan la temática del cuerpo, presentamos los conceptos más relevantes en cuanto a la construcción sociocultural del cuerpo de la mujer, y sus implicancias en la conformación y representación de la imagen mental, tanto de su propio cuerpo como del cuerpo de otras mujeres, para luego indagar cómo esta construcción se expresa a través de diversos discursos.

Tomamos a la lencería como producto de diseño a través del cual estudiar la presencia de dichos discursos y hemos recurrido para la valoración, juicio y experticia a diferentes actores; diseñadoras y creadoras de marcas por ser quienes piensan y proponen la lencería para que sea adquirida; usuarias de lencería, quienes la seleccionan, la compran, la aceptan, la visten; y personas tomadas al azar (sin que medie una definición expresa ni de sexo, ni de género, ni de su relación con la lencería en sí).

Tras visualizar al diseñador como creador de la lencería y que está en vínculo directo con esta construcción socio-cultural del cuerpo, siendo el vehículo entre la sociedad y el usuario a través de la indumentaria. Los resultados arrojados de la investigación nos ponen en diálogo directo con las teorías planteadas. En consecuencia proponemos una discusión respecto al tema, problematizando y realizando más preguntas que en algún momento tendrán respuesta.



## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a la tutora Sofía Martínez y co tutora Rita Soria por ser quienes desde su campo del saber nos guiaron a la hora de realizar este trabajo.

Agradecemos al tribunal conformado por Lucía Arobba y Ana Inés Vidal.

Agradecemos a las diseñadoras y las usuarias de lencería por participar de las entrevistas, con la mejor disponibilidad.

Agradecemos a Martina Iribarne, Susana Dominzain, Mirtha Iribarne, Elisa Romego y Gustavo Ghuisolfi por ser nuestras primeras lectoras.

Agradecemos a nuestras familias, amigas y amigos por el tiempo y el apoyo brindando.



# GLOSARIO DE TÉRMINOS

## **NUESTRA SOCIEDAD:**

Enmarcamos a nuestra sociedad en la actualidad, para Silvia Federici es la sociedad capitalista patriarcal.

## **PRINCIPIO BINARIO:**

Se trata de una herramienta de análisis teórico asociada a la Antropología Estructuralista. Demuestra cómo las características culturales de una civilización condicionan nuestra estructura mental. Se trata de cómo aprendemos el lenguaje y cómo influye en pensar el mundo de determinada forma. Los ejercicios de oposición (Negro- Blanco, Alto- Bajo, Femenino-Masculino) nos demuestran como opera nuestra mente al pensar y podemos observar características culturales del entorno.

## **HÁBITO:**

Son comportamientos aprendidos que luego con la tradición se hacen habituales y normales. Comportamientos aprendidos como hábitos. "Durante muchos años he repensado sobre esta idea de la naturaleza social del «habitus» y observen cómo lo digo en latín, ya que la palabra traduce mucho mejor que «costumbre», el «exis», lo «adquirido» y la «facultad» de Aristóteles (que era un psicólogo)" (Mauss: 1979).

## **CUERPO:**

Claude Lévi-Strauss pone el foco en los usos y representaciones del cuerpo como símbolo natural a partir del cual se piensa la naturaleza, la sociedad y la cultura. Desde esta perspectiva, el cuerpo es visto como producto de un conjunto de sistemas simbólicos socialmente compartidos y atravesado por significaciones que constituyen la base de su existencia individual y colectiva.

Michael Foucault hace hincapié en la regulación y control de los cuerpos individuales y colectivos. El cuerpo es visto como lugar de inscripción de los discursos sociales, atravesado por dispositivos de disciplinamiento, normalización, vigilancia y control.

**CUERPO SOCIAL:**

Para Mary Douglas (1970) "...el cuerpo social condiciona el modo en que percibimos el cuerpo físico". Según Luc Boltanski cuerpo social es el comportamiento social de un individuo según sus hábitos y estilos de vida, condicionados por la cultura.

**USOS SOCIALES DEL CUERPO:**

Pierre Bourdieu plantea que el cuerpo es tomado como objeto de consumo y signo a la vez, determinando el lenguaje del cuerpo.

**CUERPO HEGEMÓNICO // CUERPO IDEAL:**

El cuerpo hegemónico es construido socialmente desde lo que debe ser y los atributos asociados al mismo dependen de cada cultura. En nuestra tesis el cuerpo hegemónico o ideal está asociado a la exaltación de la belleza juvenil, a la esbeltez, a la flacura, caucásica y a todos los atributos que acompañan al cuerpo femenino en nuestra sociedad.

**IMAGEN CORPORAL:**

Según Pruzinsky la imagen corporal es una construcción multidimensional, que contiene las representaciones internas, subjetivas tanto de las experiencias corporales como de las apariencias físicas del cuerpo.

**DISEÑO DEL CUERPO:**

Nos referimos a los factores sociales, culturales y hábitos que conforman un determinado tipo de cuerpo y como la indumentaria y todos estos factores influyen directamente en el cuerpo transformándolo.

**MODA:**

Moda viene de modo, según María Moliner "...gusto general de la gente, o conjunto de usos, costumbres y tendencias circunscritos a una época determinada, en cualquier aspecto: vestido, mobiliario, literatura, arte, etc.... Sino se especifica otra cosa, se entiende la moda en el vestido" (Loy y Vidart: 2008). Para Joanne Entwistle, la moda y la vestimenta encarna al cuerpo en la cultura. Según esta autora, la moda es productora de discursos tanto sobre el cuerpo, como sobre las prendas y adornos que colocamos en él.

**MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN:**

Según Margarita Cruz (2012) "Los medios de comunicación de masas tienen considerable importancia en las actuales sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además, forman

parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales. Todo lo anterior nos dice que los medios masivos de comunicación constituyen instrumentos en la construcción de imágenes de la realidad social y por tanto es donde se construye, conserva y expresa visiblemente los valores y la cultura de grupos sociales y de la sociedad en general.”

#### **BIOPODER:**

Foucault llama Biopoder al método de descentralizar las formas de control del gobierno generando instituciones que la avalen, en tanto a preocupaciones sobre la sexualidad poblacional, la higiene, los movimientos demográficos y su inserción laboral.

#### **HETERONORMATIVIDAD BINARIA:**

Régimen de poder que engloba el marco político, social, económico y cultural basándose en relaciones heterosexuales. Según Judith Butler, el género no es la expresión de un ser interior o la interpretación de un sexo. La estabilidad del género es la que vuelve inteligibles a los sujetos en el marco de la heteronormatividad, que depende de una alineación entre sexo, género y sexualidad. Butler no dice que el sexo no exista, sino que el “sexo natural” es basado en oposiciones opuestas y complementarias, en el cual el género se ha estabilizado dentro de la matriz heterosexual que caracteriza a nuestras sociedades.

#### **MASCULINO Y FEMENINO:**

Pierre Bourdieu afirma que la división sexual representa formas de diferenciación entre mujeres y hombres, que no sólo se limitan a las condiciones físicas o fisiológicas. La división sexual marca diferencias entre mujeres y hombres en su forma de ser, en su forma de construir el mundo, a través de sus modos de vestir, de hablar, y de actuar, así como desde las maneras de sentir y de pensar los significados o los valores que circulan y se comparten en la sociedad. Para Bourdieu, la división sexual es un principio básico de la violencia simbólica en la estructura social y de lo que considera que es la dominación masculina. Esta última conlleva que las actividades y actitudes tanto de mujeres como de hombres, estén diferenciadas por su género.

**I**

**01**

**INTRODUCCIÓN**

En el presente trabajo realizaremos un abordaje multidisciplinario de la construcción social del cuerpo de la mujer desde la perspectiva del diseño y la imagen en los medios de comunicación masivos.

La palabra diseño, es de origen latino y contiene en sí el término *signum*, que significa señal, marca; de este término deriva el verbo *signare* que unido al prefijo *de*, dio origen a las palabras *designio*, *dibujo*, *diseño* (Quarante: 2003)

¿Cómo el cuerpo se diseña? Al decir de Joanne Entwistle, la moda y la vestimenta encarna al cuerpo en la cultura, según esta autora, la moda es productora de discursos tanto sobre el cuerpo, como sobre las prendas y adornos que colocamos en él.

Según Anabella Loy y Daniel Vidart, en el libro *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido*, los medios visuales de moda reflejan ideologías de nuestra sociedad y hacen por normales la forma de concebir los cuerpos en la cultura. Son varios los factores que moldean la relación del cuerpo y la indumentaria, pudiendo afirmar que la cultura diseña el cuerpo, dado que es generadora de discursos sobre el mismo. La imagen corporal es una construcción multidimensional, que contiene las representaciones internas, subjetivas tanto de las experiencias corporales como de las apariencias físicas del cuerpo. (Pruzinsky: 1990)

La relación del cuerpo con el textil y cómo este lo modela será pues igualmente multidimensional, incluyendo elementos perceptivos, cognitivos y afectivos de cómo representamos internamente nuestros propios cuerpos y los cuerpos de los demás.

Nos enfocaremos en el vínculo existente de la lencería con el cuerpo. La lencería aparece aquí como mediadora de los discursos entorno al cuerpo y por ello constructora de la imagen corporal, al ser las prendas más íntimas que se encuentran en contacto directo con el cuerpo y son al mismo tiempo límite entre lo público y lo privado.

El trabajo se trata de un amplio recorrido interdisciplinario en relación al cuerpo social, físico y de cómo esto influye directamente en nuestro consumo estético, de vestimenta, productos de belleza así como también en términos identitarios de clase social. Al mismo tiempo, se intenta problematizar en torno a las campañas publicitarias de lencería y el uso social del cuerpo femenino en tanto mujer-objeto, que se evidencia en ellas.

Para llevar adelante la investigación indagamos en la relación entre cuerpo social y cuerpo físico, y los distintos tipos de consumos estéticos, como de vestimenta, que se ven atravesados por la intersección de las clases sociales que construye identidades.

Ya en el campo del diseño textil nos enfocaremos en el cuerpo físico y sus representaciones mentales (imagen corporal) a través del estudio de la lencería. Estas representaciones se construyen en un complejo sistema de sentidos constituidos principalmente por dos dimensiones. Por un lado, una dimensión perceptiva que crea juicios óculo – espaciales, e involucra otras construcciones sensoriales como la sinestesia y el tacto. Por otro, tenemos la dimensión cognitiva, que involucra los aspectos emocionales, afectivos y conductuales que conforman los procesos y formas de pensar el cuerpo y la lencería.

Las prendas de lencería se nos presentan, ofrecen y venden a través de la presentación de la imagen de un tipo de cuerpo que no es precisamente "real". Podríamos afirmar que las prendas de lencería son la cara interna de la "segunda piel", al decir de Andrea Saltzman sobre la vestimenta; piel, que se oculta o se muestra, de acuerdo a categorías relacionales asociadas a la zona íntima, personal, social y pública.

Entendemos que este tema de la lencería y su relación con el cuerpo no ha sido estudiado en profundidad, planteamos aquí una necesaria investigación contextualizada, ya que se trata de un tema que ha tenido su controversia, en relación al modo de concebir el cuerpo y hasta como someterlo y moldearlo. En este trabajo, nos proponemos abordar la temática en la actualidad y a nivel local, atendiendo a dos perspectivas: una, la de los usuarios de lencería, particularmente la población femenina, y otra, la de los discursos sobre el cuerpo que emiten las marcas de lencería, particularmente a través de sus publicidades.

Este trabajo consta de dos etapas, la primera es una investigación bibliográfica con el enfoque de diversos autores. La segunda etapa es de trabajo de campo, a través de entrevistas presenciales a diseñadoras y usuarias de lencería, herramientas visuales a modo de juegos fotográficos asociando conceptos, y un cuestionario online. En el cierre del trabajo podemos observar como el trabajo de campo evidencia las teorías expuestas en la investigación bibliográfica.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

- | Estudiar la imagen corporal en relación al diseño de lencería y las implicancias de la construcción mental de la imagen corporal en el diseño del cuerpo.

### **PARTICULAR**

- | Indagar el vínculo social, cultural y político que existe entre el uso de lencería y el cuerpo.
- | Estudiar el cuidado corporal y de belleza en tanto a productos en términos identitarios de clase social.
- | Estudiar las representaciones mentales del cuerpo propio y del cuerpo de los demás, en la población femenina.
- | Analizar los vínculos entre la imagen corporal creada y el uso de prendas de lencería.
- | Analizar las representaciones corporales de las campañas publicitarias presentes en los discursos emitidos por las marcas de lencería uruguayas.



**I**

**02**

**METODOLOGÍA**

En relación a nuestro trabajo hemos investigado una gran variedad de bibliografía de la cual podemos destacar algunos trabajos del Cuerpo y la Cultura, que nos ayudaron a conocer las concepciones y simbolismos que acompañan al cuerpo, en propósito de los objetivos planteados.

Destacamos los trabajos de Silvia Federici, *Calibán y la Bruja* (2004) y *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas* (2013), que nos marca en el contexto histórico a la mujer en relación a las clases sociales, las cuales posteriormente veremos cómo se involucran en el comportamiento social del cuerpo.

Asimismo veremos plasmados los cambios corporales de la mujer a lo largo de la historia y como la vestimenta los influyó. Tomamos a Laura Zambrini que como Federici marca un punto de inflexión en la historia en la consolidación del sistema capitalista y como esto marcó las diferencias entre lo que se concibe como masculino y femenino.

Resaltamos el trabajo del estudio social y cultural de Claude Lévi-Strauss, quien afirmó en *Las estructuras elementales del parentesco I* (1985) qué sucede con el cuerpo en tanto es un conjunto entre la naturaleza y la cultura, entonces la naturaleza del hombre es cultura. En este sentido, el autor se refiere a que lo que usamos o nos ponemos está reflejando lo que somos pero también el constructo social o el imaginario colectivo en relación a la sociedad en la estamos inmersos. Un ejemplo de esto utilizado en su libro nos comenta que en la cultura occidental, el depilarse o cortarse el pelo y las uñas es una modificación morfológica que la realizamos sin ningún tipo de dolor, pero dicha acción (Habitus) es en consecuencia a que se han asociado a las

prácticas de higiene y salud personal. Aquí entramos en la controversia de que somos seres culturales, y que inclusive modificamos la naturaleza en pro de ese ser cultural.

Pierre Bourdieu y Marcel Mauss, a nivel social antropológico han tenido gran trascendencia ya que nos explican cómo se genera el hábito en las sociedades y como nuestro cuerpo es consecuencia de la cultura.

Relacionando a Bourdieu que en *Materiales de la Sociología crítica* (1986) involucra a la clases sociales en distinción y en calidad de las destrezas que realice cada individuo en esta sociedad, entendiendo la práctica del vestir como un hábito contextualizado y enmarcado según el sexo, clase social, corporalidad física y gustos.

Es indispensable nombrar a Anabella Loy y Daniel Vidart, dos antropólogos contemporáneos que nos aportan desde su perspectiva la relación del cuerpo con la lencería específicamente. En el libro *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido, Antropología de la ropa interior femenina* (2008) nos detallan en qué consiste el acto del uso de la lencería y de donde viene. Está asociada realmente al erotismo, y es un aditamento corporal el cual embellece, y hace sentir más seguro de sí mismo al usuario. Pone a la vista los deseos de esta cultura del consumo, y cómo es su accionar en la sociedad.

Destacamos el trabajo de Michel Foucault en *Historia de la sexualidad I* (1926), creemos que este artículo nos sirve a nivel de tesis ya que nos pone en diálogo, en cómo se crea un discurso avalado por un aparato complejo de poder en relación al sexo, lo cual está directamente relacionado con

el cuerpo y el espíritu. Según Foucault generar un discurso respecto al sexo se está generando un discurso sobre el cuerpo y de cómo tiene que comportarse él mismo en sociedad.

En relación al cuerpo se crean discursos, análisis morales o racionales respaldados por las diversas instituciones de poder, tales como la Medicina, la Biología, la Pedagogía. La población adoctrinada en estas normas las replica como propias y así es como se transmite, cada generación varía según su cultura y su moral.

En este trabajo involucramos a Saltzman ya que nos pone en juego el rol del diseñador como mediador del contexto y del usuario, en la construcción de una silueta determinada.

La segunda etapa del trabajo consta en relacionar lo investigado de acuerdo a los resultados arrojados de las herramientas de investigación. Las mismas consisten en entrevistas a diseñadoras y usuarias de lencería con el objetivo de indagar sobre el vínculo del cuerpo con la lencería en la construcción de un cuerpo ideal. Así mismo se generó un cuestionario con el fin de recabar datos relacionados a los discursos emitidos por las marcas de lencería en cuanto a las construcciones sociales del cuerpo de la mujer.

Todos estos trabajos previamente nombrados se relacionan íntimamente con la investigación ya que necesitamos entender comportamientos y estructuras fundamentales para poder explicar y problematizar las campañas publicitarias de lencería en tanto se relacionan con un ideal de cuerpo y cómo esto nos modela el cuerpo físico y el cultural respecto de nuestros hábitos, clase social y gustos.

El tema de relacionar un estudio social antropológico corporal al diseño de lencería es bastante novedoso. Ya que no existen tantos antecedentes que involucren un estudio tan exhaustivo de la lencería y su relación con el cuerpo. En el libro de Loy y Vidart declaran no haber encontrado tanta información al respecto de trabajos que pusieran en diálogo estas componentes.



# 03

## ETAPA 1\_ INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

- 29. Definición lencería
- 29. **Concepciones de belleza corporal según las diferentes culturas históricas**
- 31. Las Venus
- 32. El Levante Español (Cuevas de Altamira)
- 33. Cultura Sumeria
- 34. Egipto
- 34. Creta
- 35. Grecia y Roma
- 35. Otras Etnias
- 37. El Ajuar
- 38. Los Senos
- 43. Las Nalgas
- 46. Las Piernas
- 47. **Cuerpo y cultura**
- 55. Marcas culturales del cuerpo
- 58. Lencería y Cultura
- 59. La moda y Sociedad
- 63. Cultura de la Imagen

MARCO  
TEÓRICO

Comenzamos por definir lencería, basándonos en lo que hemos leído e investigado al respecto.

## DEFINICIÓN DE LENCERÍA

En el contexto de este trabajo nosotras entendemos por *lencería* al conjunto de ropa personal, que se usa directamente sobre la piel y por debajo de las prendas exteriores para cubrir zonas íntimas del cuerpo de la mujer (senos, pelvis y piernas). Además de cumplir un uso funcional, se caracteriza culturalmente por ser un símbolo erótico. Encontramos variedad de formas, texturas, colores y materiales, y puede incluir medias, corsetería y ropa de cama.

## CONCEPCIONES DE LA BELLEZA CORPORAL DE LA MUJER SEGÚN LAS DIFERENTES CULTURAS HISTÓRICAS

Se nos hace imprescindible realizar una breve revisión de la historia de la mujer y la lencería para resaltar y evidenciar el interés histórico por el cuerpo de la mujer y cómo se han modificado sus significados. El cuerpo femenino está cargado de simbolismos que son estudiados y que son interpelados por las diferentes ramas de estudio de las cuales el diseño se nutre.

Para hablar de la historia en relación al cuerpo y la lencería, tomamos lo referido al libro de *Cuerpo vestido, cuerpo*

*desvestido* de Loy y Vidart. Afirman que desde la aparición de la ropa interior, las telas o el material que se utilizaba antiguamente eran muy incómodos, generalmente en zonas frías se utilizaba la piel o el cuero de animales. Con la aparición del telar comenzaron los tejidos en lana, pero cabe destacar que la mujer durante su periodo menstrual tendría que haber usado algo absorbente o que retenga el sangrado. Este podría ser el antepasado de la ropa interior.

A principios del S. XIX nos encontramos con un cambio importante en cuanto al uso diario de la ropa interior. Su uso no era considerado suciedad, grosería, y no coincide con los valores de los buenos modales.

Esto se produjo por la confluencia de tres factores:

- 1 el pudor victoriano.
- 2 la aparición de telas más suaves y ligeras.
- 3 los avances médicos acerca de los gérmenes que producen enfermedades.

También se comienza a diseñar la ropa interior con una faceta de seducción y erotismo, y pasa a ser un objeto de lujo y de fantasía sexual.

Según Loy y Vidart, desde América precolombina, encontramos tejidos en Algodón (los tejidos mexicanos datan de 7200 años atrás). Pues en las momias aparecen debajo de los vestidos de lana, ropa interior tejida de algodón.

Con el cultivo de algodón en América, se abastecen a las fábricas en Europa y era tan grande la demanda de este producto a precio tan bajo que generó la Revolución Industrial en Inglaterra en el S. XVIII, consigo trajo la democratización del uso de la ropa, que antes estaban solamente destinadas a la aristocracia.

La ropa interior se hace accesible para todos después de que se inventara la seda artificial en 1884 por Chardonnet. Aquí según estos autores arranca la devoción por la lencería y ese juego de vestido / desvestido, de fantasía sexual y de erotismo.

En 1934 se descubre el Nylon. Staudinger en 1935 descubrirá la poliamida 616 que revolucionó la era textil.

Hoy en día la oferta es tan multitudinaria y cambiante que va a un ritmo muy veloz.

La ropa interior recubre el cuerpo femenino en diferentes regiones corporales que son interpretadas e investigadas por la antropología física. Pero no podemos olvidar el significado y el simbolismo cultural del cuerpo. Su estudio no es meramente físico, sino que la antropología cultural contempla otros aspectos como la carga de atributos simbólicos los cuales son característicos del hombre como participe activo y creador de la cultura. En el libro *Debajo del vestido y por encima de la piel...Historia de la ropa interior femenina* (2007), Diana Avellaneda nos interpela preguntando por qué la lencería está relacionada a la mujer y la ropa interior al hombre, y explica que la lencería siempre fue un tema de misterio, seducción para ambos, pero que lucir lencería es un arte de seducir y un placer para el otro. En la historia, la mujer ha sido objeto de su cuerpo para alguien más, a través de decoraciones con corsé, enaguas, ligas, entre otras prendas, para que en un momento de intimidad y desnudez entre la pareja sea el hombre quien se las quite.

El cuerpo femenino está cargado de simbolismos intangibles, de lo que es, y su comportamiento en esta sociedad.

Ser y parecer se ligan en la intimidad. Años posteriores se utilizará la lencería para modificar la apariencia natural del cuerpo, o sea la lencería fue transformadora de siluetas.

El revisionismo histórico planteado posteriormente en cuanto a la evolución histórica de la silueta, morfología corporal y las diferentes zonas del cuerpo de la mujer (los senos, las nalgas, las piernas) es brindado por el libro *Cuerpo vestido y cuerpo desvestido*, de Loy y Vidart.

A lo largo de la Historia han variado mucho las concepciones de ideales corporales, utilizando la indumentaria como parte transformadora.

*Es justamente la cultura imperante la que decide, en cada tiempo y lugar, que es lo que se muestra y que es lo que se oculta, así como marca pautas sobre lo que es bello y que es feo, que es lícito o ilícito, puro o impuro, permitido o prohibido, honorable o deshonoroso. Las mujeres y sus cuerpos han sido y son vidrieras simbólicas de los valores en uso. (Loy y Vidart: 2008)*

Para Loy y Vidart históricamente hubo determinados valores estéticos y culturales asociados a lo que es o no femenino, parece ser que el cuerpo femenino, su estética y comportamiento se modela desde el afuera, pudiendo afirmar que no hay una emancipación femenina en la cual la mujer sea protagonista de su propio cuerpo.

Cada cultura ha tenido un modelo de cuerpo femenino de acuerdo a los ideales estéticos y creencias de cada etnia y lugar. Asimismo ha proyectado creencias religiosas, cultos a la fecundidad, etcétera. La cultura a modo de mandamientos, ha permitido imponerse al cuerpo natural y modificarlo.

Loy y Vidart hablan de alteraciones corporales, psíquicas y físicas antinaturales por imposiciones de mandamientos y de la cultura.

## LAS VENUS

Según el libro *Cuerpo vestido y cuerpo desvestido* (2008) Los primeros vestigios de lo que era la morfología del cuerpo femenino proviene de la prehistoria. Se hacen visibles en las estatuas esculpidas que caben en la palma de la mano. Estas estatuillas aparecen talladas en roca y en cuernos de mamut y datan del período 28000 a 22000 antes de la actualidad.

Una de las características que más se observan es una exagerada obesidad que deforma la desnudez, resaltando su esteatopigia (exagerada adiposidad en las nalgas).

Las zonas resaltadas como más importantes eran: los senos, caderas, pelvis y vientre. Se da poca importancia a caras y pies. Al observar las estatuillas se hace notorio que los rasgos femeninos no destacados son los compartidos con los masculinos.

Hay varias hipótesis sobre el rol de la mujer en este período. Historiadores y arqueólogos mantienen la hipótesis de que la mujer se quedaba en la tienda, cuidando de los hijos y la recolección, cuando el hombre se ausentaba para ir de caza. Para Loy y Vidart, esta hipótesis cada vez tiene menos sentido, porque los límites de la recolección de frutos no estaban muy lejos del lugar en el que estaban establecidos. Por lo tanto es de creer que las mujeres más jóvenes, fuertes y sanas hayan salido a cazar animales de gran porte. Esta teoría es un gran desafío a los prejuicios persistentes de regir la existencia en la división de tareas y que esto hubiera sido causa de las conductas pasivas y subordinadas de la mujer en contraposición a las del hombre.

Se considera que las estatuillas son representaciones veneradas del cuerpo femenino, Diosas, Símbolos de la fecundidad y abundancia.

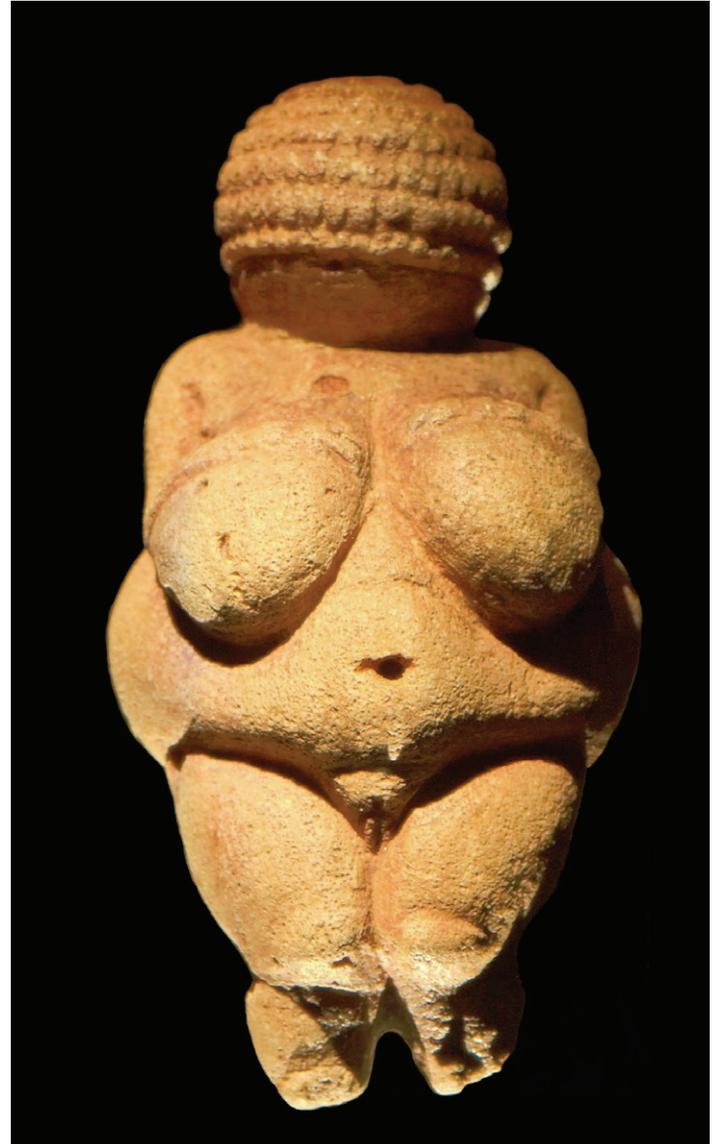


Figura 1: Escultura de la Venus de Willendorf. Austria

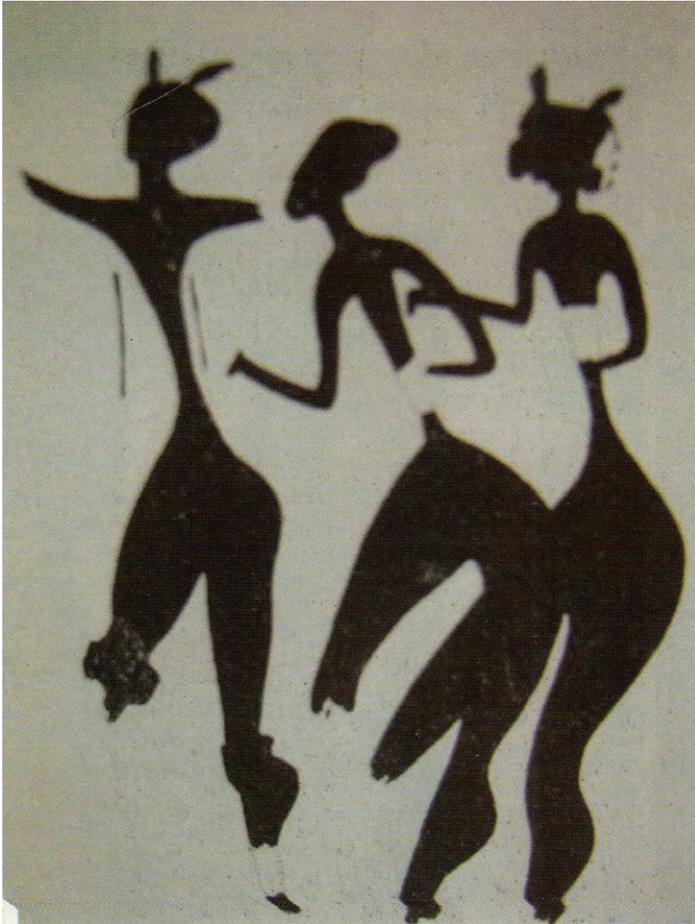


Figura 2: Tres mujeres. Cueva de "La Vieja"

## EL LEVANTE ESPAÑOL (CUEVAS DE ALTAMIRA)

Según la teoría de Loy y Vidart El Levante Español fue una segunda etapa de representación del cuerpo femenino.

Surge en la península Ibérica entre 8000 a 6000 años antes del presente. Estamos hablando de pinturas rupestres que posiblemente hayan sido de pueblos venidos del África. Las pinturas son de color rojo, negro y blanco; en ellas vemos plasmadas escenas de caza, de trabajo agrícola, danzas y ceremonias de nacimiento.

Las figuras representadas son de una forma corporal alta y estilizada, lo que no se puede asegurar, según Loy y Vidart, es que hubiera una coincidencia o correlatividad con la realidad.

Hay dos opiniones respecto al sexo de estas figuras humanas retratadas. Hay quienes consideran que son predominantes las figuras femeninas, y expresan que quienes atribuyen al sexo masculino estas pinturas, lo hacen debido al prejuicio que ha prevalecido en la arqueología.

Según el arqueólogo Martín Cano, incluye al sexo femenino en situación de caza. Su hipótesis investigativa se basa en la observación y análisis de las representaciones, las cuales al tener cintura de avispa, ensanchamiento en las caderas y piernas voluminosas, permiten deducir que se trata de caracteres físicos atribuidos al cuerpo femenino.

De estas pinturas rupestres no se pueden extraer modelos estéticos, así como tampoco reconocer tipos de ropa o prendas.

## CULTURA SUMERIA

Según los autores Loy y Vidart en la región de Medio Oriente predominan los trabajos en barro y arcilla. Estas culturas previas a la Sumeria babilónica, dejaron una gran variedad de estatuillas femeninas. En esta época S. VII y el VI antes del presente, en las estatuillas se marcaban bien los rasgos y las formas corporales, aparece una mejor definición de la construcción corporal, pero no tienen ni pies ni rostro al igual que las Venus. Eran de una figura más esbelta y están más cerca de la forma femenina actual.

Estas estatuillas tienen un torso más largo que el promedio actual y un ensanchamiento de los hombros. Para estos antropólogos son de gran destaque la evolución que se marca desde el arte paleolítico al contemporáneo en donde se confirma que las obras de pasado así como las actuales repiten el mismo tipo de formas corporales, de patrones naturales del cuerpo pero sí cambian algunas acepciones simbólicas.

Loy y Vidart afirman que en la representación corporal del período pre-sumerio se puede ver la constante de que todo lo que la naturaleza modela o brinda es alterado por los dictados de la cultura.

En el libro escrito por Loy y Vidart comentan que en Sumer esta civilización de la baja Mesopotamia que data de 5000 años al presente se hallaron estatuillas de ambos sexos, y dos variables de cuerpos femeninos. En el bajo vientre de una de ellas se divisa una tanga, lo cual hace referencia a la existencia de "*ropa íntima*".

Todas estas esculturas permiten acceder a los modelos de belleza e ideales que persiguieron las civilizaciones anteriores, independientemente de si es real o imaginado.

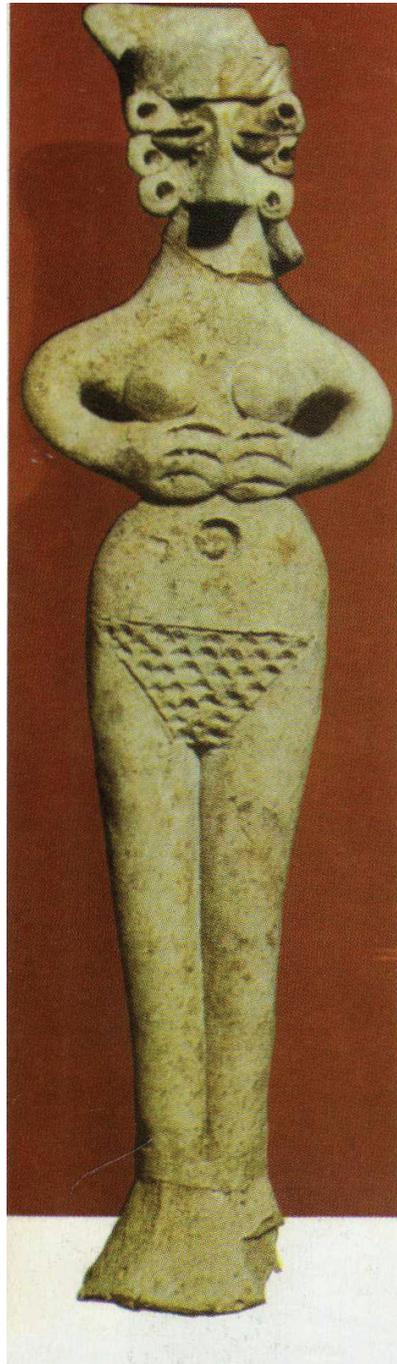


Figura 3: Ídolo femenino de terracota. Sumer

## EGIPTO

En Egipto se pueden apreciar con mayor claridad estatuas esculpidas y pinturas de representaciones corporales femeninas y masculinas. Son las representaciones más fieles hasta el momento según el libro *Cuerpo vestido y Cuerpo Desvestido*, se puede ver en detalle cómo eran: pequeñas y con proporciones armoniosas. No se sabe exactamente si existió algún vestigio de ropa interior, pero según Alejandra Vitale existía el "Shenu" que fue como la primera prenda en Egipto, así mismo las prostitutas, esclavas y las bailarinas tenían apenas una tanga y estaban casi desnudas.

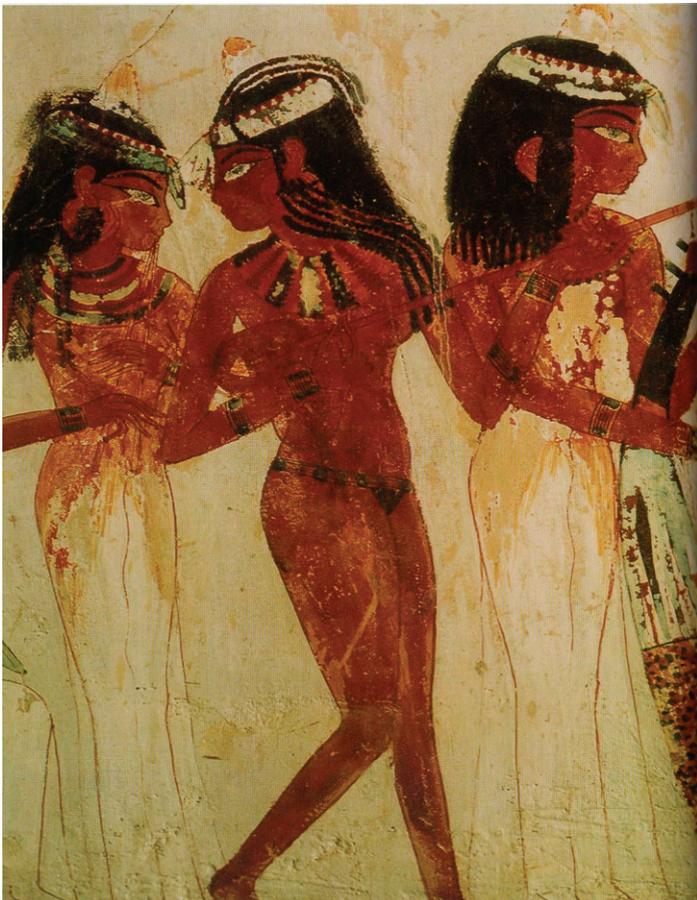


Figura 4: Danzarina y dos músicas. Antiguo Egipto

## CRETA

Para los antropólogos Loy y Vidart, Creta fue una increíble civilización, su centro era la ciudad de Cnossos y desarrollo una cultura llamada minoica. Sus expresiones artísticas como la cerámica y la pintura son una prueba real del lujo, la elegancia y poder que alcanzó esta cultura.



Figura 5: Diosa de la serpiente. Creta

La diosa de las serpientes es un ejemplo de cómo se vestía la realeza en contraposición de las esclavas, o las que se encargaban del arte de torear, a estas últimas las vemos que están representadas desnudas, o poco cubiertas.

Según estos dos antropólogos, los modelos estéticos y artísticos cretenses fueron cambiando por las invasiones hasta llegar a la decadencia de esa cultura.

El nuevo modelo de estatuilla era más tosco, más facetado y eran realizados en arcilla o mármol.

Es de gran interés evidenciar las reproducciones donde lo natural supera los esquemas, ya que queremos observar los ideales reales de belleza.

Observar esos cambios en el arte, en la economía, en las creencias, según la evolución de los tiempos.

## GRECIA Y ROMA

En el esplendor de Grecia 2500 a 2400 antes del presente, las estatuas femeninas influenciaron mucho el arte Romano y en el Renacimiento.

Según el libro *Cuerpo Vestido y Cuerpo desvestido* de Loy y Vidart, en el arte Griego las esculturas están inspiradas en modelos reales de mujeres que se paseaban por la plaza de la *Polis*. En este caso eran jóvenes deportistas o mujeres que no se dedicaban a la vida doméstica porque no tenían familia. Las que sí tenían ataduras familiares se encontraban recluidas en el hogar el "gineceo". Estas mujeres no pasaban a la vista de los escultores y pintores. Las diferentes actitudes de las jóvenes, en cómo eran representadas sus formas corporales nos muestra una concepción sobre la salud y el ideal de belleza de esa época.



Figura 6: Bikini arcaico. Mosaico siciliano

## OTRAS ETNIAS

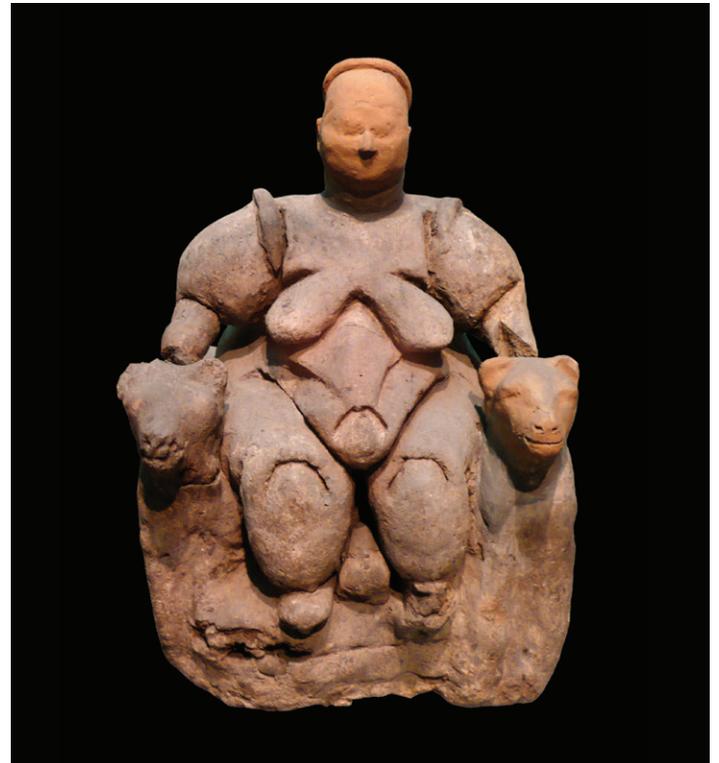


Figura 7: Diosa Madre. Actual Turquía

Las culturas que se encuentran fuera del centro de Europa complementan y enriquecen con sus diversas representaciones corporales que enuncian otras costumbres e ideales de belleza.

En la actual Turquía, se encontraron miles de estatuillas representando a la Diosa Madre, estas representaciones datan del Neolítico, esa Diosa Madre representa al hombre en el mundo, es la exaltación femenina pero representa la alimentación, la abundancia y la existencia.

Para Loy y Vidart en los cambios históricos de la cultura Persa (Iraní), la gran mayoría de las representaciones son masculinas. Se supone que fue una cultura basada desde

un punto de vista masculino como referencia de todo. Esta visión androcentrista, irrumpió la vida pública y privada de la sociedad.

Para Loy y Vidart en la India, aún hoy, se puede ver una veneración al cuerpo femenino, ondulante, de las mujeres bailarinas y bellas. Es una cultura que manejó valores opuestos a los judeocristianos, se observa un entusiasmo por representar en pinturas el coito o parejas sexualmente entrelazadas, así como también en estatuillas de uso público y doméstico, religiosos o mitológicos y naturales.

En China y en Japón no se han visto representaciones femeninas de cuerpos desnudos.

Actualmente se observa al cuerpo retratado en una fotografía, lo cual es más fidedigno de la realidad. Lo excelente de la fotografía es que podemos observar los diversos tipos de cuerpos de los pueblos etnográficos. Así como también sus contextos, urbanos, campesinos y económicos.

Siguiendo la teoría de Loy y Vidart las imágenes nos revelan las proporciones del cuerpo, sustituye la palabra explicativa, nos da una idea del modelo impuesto por la cultura y los caracteres particulares del género femenino.



Figura 9: Etiopía, 2013



Figura 8: Tribu amazónica

*Como reflexión final volvemos a lo ya expresado: no siempre el ideal estético que prima en las distintas etapas históricas de las culturas y civilizaciones coincide con la norma anatómica del cuerpo femenino "normal", aunque este término sea puramente estadístico con respecto a las proporciones de las mujeres que integran una etnia determinada. En muchos pueblos, como ya lo hemos visto, el cuerpo de la naturaleza ha sido modificado por las exigencias, extravagancias o caprichos de los modelos impuestos por la coacción social. (Loy y Vidart: 2008)*

## EL AJUAR

Según Loy y Vidart, la lencería se cataloga en 1800 como la ropa blanca y de mantelería. La mujer debía confeccionar su ajuar antes de casarse y era parte de su aporte al matrimonio. En ese momento dejaba de ser niña e implicaba la pérdida de la virginidad.

Era costumbre exponer la lencería junto con los regalos de boda del novio. Eran objetos que hablaban de la clase social de la mujer.

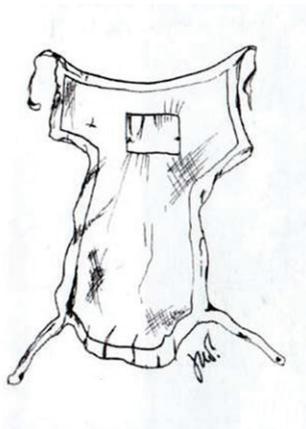


Figura 10: Dibujo del pañal encontrado como parte del ajuar funerario en la tumba de Tutankamón

A fines del S. XIX la exhibición de la ropa interior se veía como un mal gesto que ofendía al pudor de todos. Al no exhibirse más la lencería en público se comenzó a ostentar con la misma en los grandes puntos de venta. Entrar a un almacén era toda una experiencia y es en este punto que la lencería entra en el ámbito público.

Para los antropólogos Loy y Vidart el culto al cuerpo femenino llevará con el tiempo a la exhibición de la ropa íntima a los ojos de todo el mundo, esto se expande en la moda y publicidad.

La lencería se realiza en mayor cantidad, con materiales más baratos y de diversos colores. A medida que pasa el tiempo el color va tomando más importancia.

Años antes en *el arte de Amar (Piveteau)* aconsejaba a las mujeres, que utilizaran colores que realcen su belleza.

El uso del color estuvo pautado y algunos se asocian a diferentes posiciones sociales, o a supersticiones y referencias religiosas.

Según Éloide Piveteau, la primera ropa interior era de color rojo pero el mismo, con el paso del tiempo se asoció con la prostitución y la exaltación.

A finales del S. XV, la mujer se vestía con una camisa de honestidad. El color asociado a la castidad, a la virginidad y pureza era el blanco, por la directa asociación al cielo. El rojo con blanco se utilizó hasta el S. XIX y significaba el pasaje de la niña a la mujer. Tiempo más tarde este mismo color se asociaría a las noches de cabaret.

En los años locos, los colores vuelven a ser más sobrios, desaparece el corsé, y las fajas y las bragas son de color rosa o blanco. Las medias se utilizan en color carne a partir de la posguerra. En esta época, se acortan las faldas y comienzan a verse las medias. En los años 30 los colores oscuros vuelven con fuerza.

En los años 50 van más hacia el amarillo y rosa, y en los 60, a la psicodelia y diseños locos.

Pero la evolución no fue solo en las telas, formas y en los colores, a lo largo de la historia fueron variando las zonas corporales a cubrir en mayor o menor manera.

Es por esto que veremos un preámbulo de las zonas del cuerpo femenino que fueron modificadas a lo largo de la historia según los valores culturales de las épocas.

## LOS SENOS

Loy y Vidart nos cuentan en su libro que en nuestra sociedad el busto femenino ha sido objeto de culto erótico, son un rasgo característico femenino y es el nutriente del hijo. En la sociedad occidental, siguiendo determinados cánones de belleza es un atributo que anuncia la perfecta feminidad.

Las cretenses y las egipcias usaban el busto al aire libre, en contraposición a las griegas que lo usaban todo tapado y aplastado, no estaba permitido el escote, se llevaba una túnica flotante donde existía el vestido unisex. Loy y Vidart afirman que los romanos heredaron costumbres griegas así como la de masculinizar a la mujer, ya que el placer sexual era la homosexualidad. Con la invasión de los bárbaros Germanos se puede observar que las mujeres de este pueblo usaban los senos libres apenas cubiertos.

En la Edad Media se comienzan a lucir los escotes bien pronunciados, sujetos por el corsé, durante mucho tiempo un tobillo sería más escandaloso que mostrar un seno.

En el Renacimiento los senos se exhibirán más, exaltando la figura femenina.

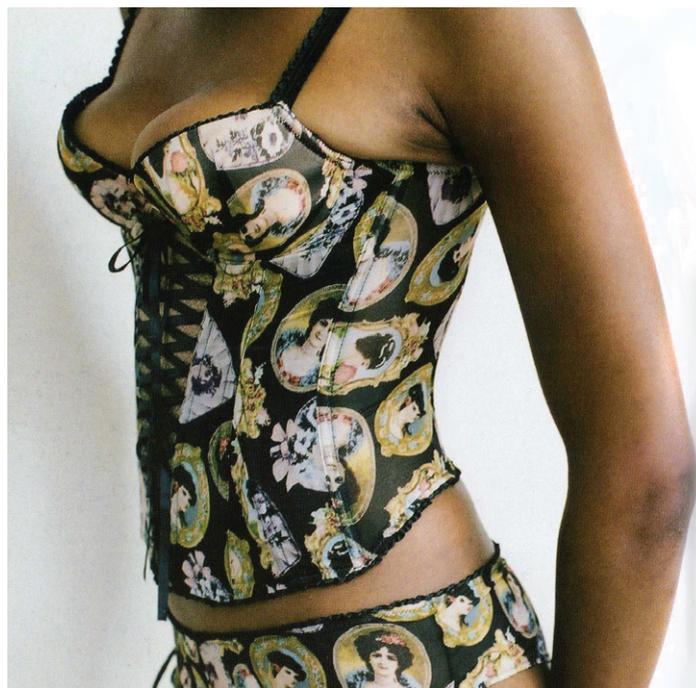
*La historia del soutien o sostén, brassiere, sujetador o corpiño y los cambios que este ha experimentado desde sus lejanos orígenes nos muestran que a medida que cambian los tiempos, también lo hacen las prendas de la indumentaria \_ interior o exterior \_, los cuerpos, las ideas, la concepción social de la mujer y la mirada de la mujer y del hombre. Ocultar o destacar, comprimir, elevar o simular, han sido estrategias que la cultura ha desarrollado en relación con los senos, aunque también, correlativamente, ha hecho cosas similares con la mujer misma. (Loy, Vidart: 2008)*

El sostén tiene una doble función, primero amortiguar golpes y reducir movimientos que pueden doler físicamente, por otro lado también cumple una función erótica a la

mirada del resto. Los mismos son confeccionados con telas delgadas para que se resalte el pezón o con transparencias para que se vea, atrayendo el deseo sexual.

El pecho se cubre, se marca, se destapa, o se destaca según la época y normas estrechamente vinculadas al imaginario colectivo.

Según los antropólogos Loy y Vidart el soutien surgió a fines del S. XIX, su autoría es muy debatida, pero fue a partir de la primera guerra mundial que se cuestiona el uso del corsé. Esta era la prenda más importante de la lencería femenina hasta entonces, pero por temas económicos dictaminaron que no se hicieran más, ya que el metal de las varillas era un indispensable insumo bélico.



11: Mujer en corsé, fotografía de Philippe Vaurès Santamaría

Paul Pioter fue el primero que diseñó una línea de moda que no aparecía el corsé.

Estos antropólogos nos comentan que el corsé data de tiempos inmemoriales, el modelado del cuerpo femenino ha sido una preocupación que data de muchos milenios atrás y se aplicó en diversas partes del cuerpo como en los senos, nalgas, cintura, caderas.

Actualmente el corsé está muy asociado al erotismo, al acto sexual, y a la fantasía erótica.

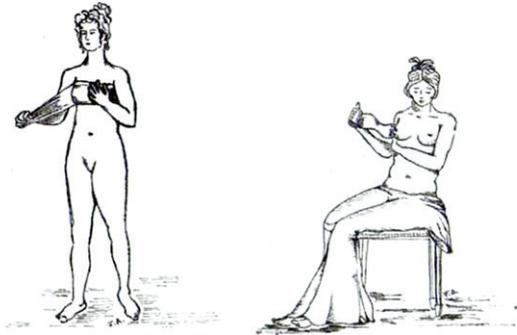


Figura 12: Apodesmos. Grecia

El "apodesmos" consiste en una banda de tela fina que se enrollan en los senos de las griegas para ceñirlos. Ya entrado en el periodo clásico esta banda se transformó en una tela con más cuerpo como el tafetán. La función de esta banda era sostener y elevar el busto. En Roma se transformó esta faja y se hizo más apretada, ya que intentaban impedir el crecimiento del busto, esta faja se llamaba "taenia", la cual más adelante se sustituirá por un *strophium* de cuero que iba colocado por encima de una túnica llamada "capitium".

Utilizar este corsé de cuero no solo elevaba el busto sino que era una característica de distinción (Loy y Vidart).

Luego aparecerá el *caestus* que aplanaba la zona ventral y más tarde se extendería a los senos y las caderas. Posteriormente se llamaría *cingulum* o cinturón de castidad que el esposo debía sacar en el lecho conyugal.

Todas estas fajas o cinturones cumplían la misma función que el corsé solo que este último apareció formalmente siglos después.

En la Edad Media no usaban corsé, sino que utilizaban una túnica blanca enorme, que no dejaba ver ninguna forma corporal. Hacia el S. VII se introdujo el *Justillo*, el mismo se utilizaba para realzar los senos comprimiendolos.

Comenzando el S. XIV, aparece el corsé escotado, más conocido como *cotte*, el mismo era rígido y relleno de engrudo.



Figura 13: Corsé abierto y comprimido, 1750

El objetivo del corsé era realzar los senos y hacer una silueta más delgada y estilizada, así como también ensanchar las caderas y enderezar la columna, según los cánones de belleza que regían la época (Loy y Vidart). O sea, el corsé fue diseñado para modificar temporalmente el cuerpo femenino, aunque con su uso prolongado el cambio corporal fue irreversible.

Para Loy y Vidart el uso del corsé daba estatus ya que era considerado un producto de distinción. El corsé era de uso diario, consistía en una parte indiscutible del constructo cultural del cuerpo femenino, en contraposición de las mujeres comunes, campesinas, de pueblo, que necesitaban movilidad corporal para las labores de la vida diaria. El corsé indicaba un estatus social, siendo su utilización parte de una construcción social.

*...la aristocrática, la "privilegiada", estaba doblemente sojuzgada, corporal e intelectualmente, ya que tanto la constricción física como la cultural la convierten en un ser plenamente dependiente, en Europa o en China. Tan elitista era el uso del corsé, que requería de otras personas (de servicio) para poder colocarlo. (Loy y Vidart: 2008)*



Figura 14: Imagen de la película *Gone with the Wind* by Victor Fleming, 1939

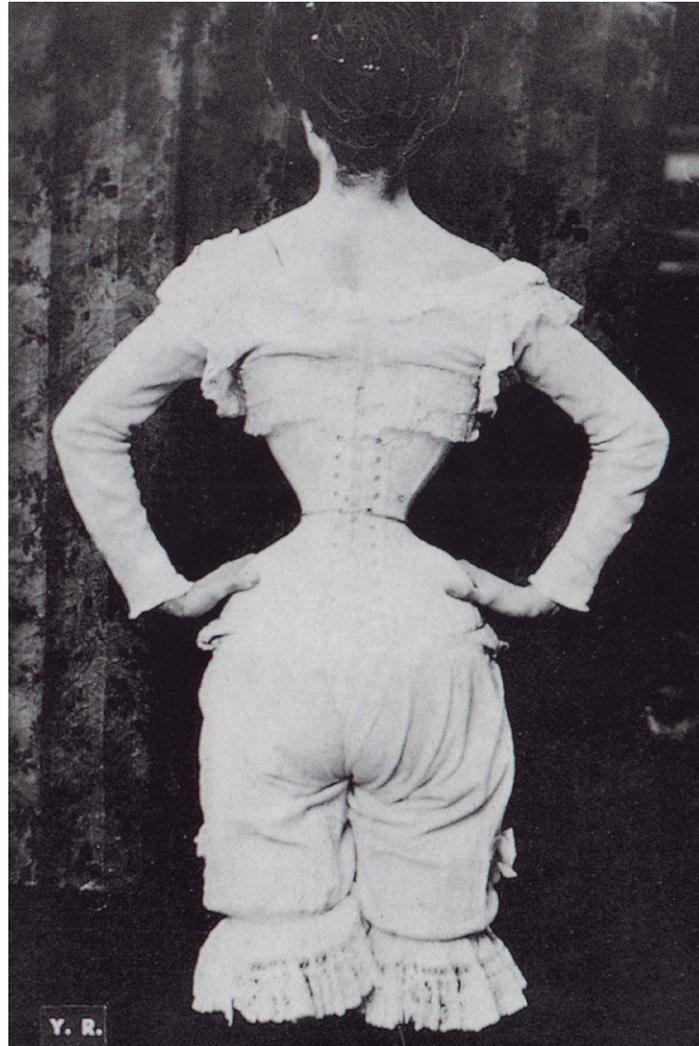


Figura 15: Cintura de avispa, 1893

Según los autores del libro *Cuerpo Vestido, Cuerpo Desvestido*, el corsé modifica temporalmente el cuerpo natural femenino, y el cuerpo natural quedaba sojuzgado modelando el cuerpo femenino al ideal cultural que existía en aquel entonces, que era de 50 cm. de cintura. Es interminable la lista de problemas físicos y de salud que eran provocados por el uso del corsé.

## DISEÑANDO EL CUERPO INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

La ropa interior del S. XIX, consistía en un traje de algodón que cubría piernas y brazos, y en la parte trasera tenía una apertura con dos botones para facilitar el acceso al coito.

Hasta 1830 casi no se usaba ropa interior, pero en 1870 se comenzaron a agregar faldas y sobrefaldas, se supone que se debe a un miedo a enfermarse y que ninguna parte del cuerpo estuviera a la intemperie.

*“La mujer utilizaba, como mínimo, una voluminosa camisa de manga larga, corsé y cubrecorsé, camisola, calzones y varios visos. La ropa era blanca, se almidonaba,...” (Loy y Vidart: 2008).*

La camisa de manga larga que más adelante dará lugar al camisón, deriva de la camisa de castidad, de santidad, que no se podía quitar durante los escasos baños. La iglesia condenaba el contacto del agua con el cuerpo y las manos.

*“Existía entonces ... la chemise a trou, que era una camisa con agujeros “estratégicos” para el dominio de los maridos, permitiendo la unión conyugal. Los bordados que los circunvalaban decían: si dios quiere o bien Ave María” (Loy, Vidart: 2008).*

En 1860 la ropa interior se despegó, y comienza a ser más sofisticada.

En el S. XX, el traje de lencería se dividió en dos piezas, las cuales ya comienzan a ser de encaje. El soutien fue inventado en Norteamérica por una joven de la alta sociedad llamada Mary Phelps Jacob; tenía que ir a una fiesta y con dos pañuelos de seda realizó una prenda con dos triángulos, atados con una cinta al cuello, lo patentó en 1913.

En 1928, Ida Rosenthal, inmigrante Rusa en Norteamérica fundaría la primera compañía que tendría sostenes con diferentes tallas de copa de la A a la D.

A través de la influencia del cine, en los años posteriores surgió la moda del aumentar el pecho, ya que las grandes estrellas de cine eran voluptuosas.

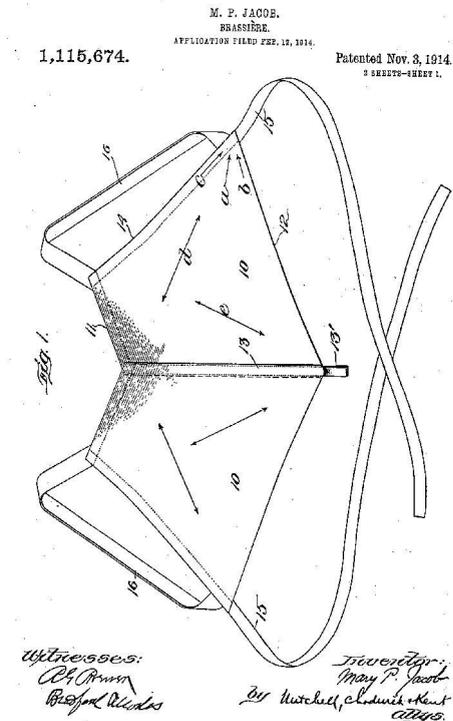


Figura 16: Diseño del primer soutien patentado por Jacob en 1914

Este destaque de los senos fue correspondiente a los tiempos de llamado “baby boom” que expresaba un ideal de mujer consecuente con el imaginario social de la posguerra.

En los años 30, el ejemplo e ideal estético femenino lo engloban las estrellas de cine como Marlene Dietrich y Greta Garbo.

En la Segunda Guerra Mundial, la lencería dejó de ser tan lujosa, aunque los diseñadores se empeñaron en seguir reduciendo la cintura.

En 1950, el rock and roll y su cultura musical trajo consigo el movimiento del cuerpo y de las caderas.

En 1959 aparece la Lycra.



Figura 17: Greta Garbo, 1931

En 1963, hubo una gran revolución, la Lycra, la minifalda y la píldora anticonceptiva cambiaron radicalmente el cuerpo femenino. Se le introdujo no solamente la movilidad física sino del propio control de procrear y de autonomía.

A finales de los años 60, entre el cine y el creciente movimiento Punk se comienzan a difundir nuevos modelos de corsé, más asociados al fetichismo y al sadomasoquismo. Estos eran de tirantes de cuero, con hebillas, evocando una imagen erótica y de encuentro carnal. Prendas que se vendían en Sex Shops.

En los 70, se puede ver que el cuerpo comienza a mostrarse más natural, ya el diseño del corsé es solo con un fin erótico. En la actualidad muchos corpiños se utilizan como prendas del exterior, como tops, y comienza la difusión masiva de la ropa interior erótica.



Figura 18: Diseño del catálogo de Catanzaro's de 1997-1998. Fotografía de Christophe Mourthé

## LAS NALGAS

Para los antropólogos Loy y Vidart las nalgas femeninas son consideradas eróticas y con una connotación visual sexual que imponen los actuales modelos femeninos.

Las mujeres del pueblo bosquimano, tenían una exagerada acumulación de tejido adiposo, en su parte trasera que era apto para subsistir durante las hambrunas.

Según Morris en el subconsciente humano había quedado el atractivo de las esteatopigias, dado que en la época victoriana se intenta traer una reminiscencia artificial de esta característica en los vestidos que utilizaban.



Figura 20: Mujer esteatopigica de la tribu khoikhoi (hotentotes)



Figura 21: Polisión tapicero. "La moda en la restauración, 1868-1890", Museo del Traje, Madrid



Figura 19: Las mujeres modelaban la silueta con un polisión, 1880

En el libro *Cuerpo Vestido y Cuerpo desvestido* hacen referencia a que uno de los primeros vestigios del uso de la bombacha, se pueden deducir por una pintura egipcia en la que aparece retratada una pareja, miembros de la aristocracia, en la cual la mujer está con una túnica larga, y debajo se puede observar una especie de trapo que llegaba hasta medio muslo, envolviendo los genitales.

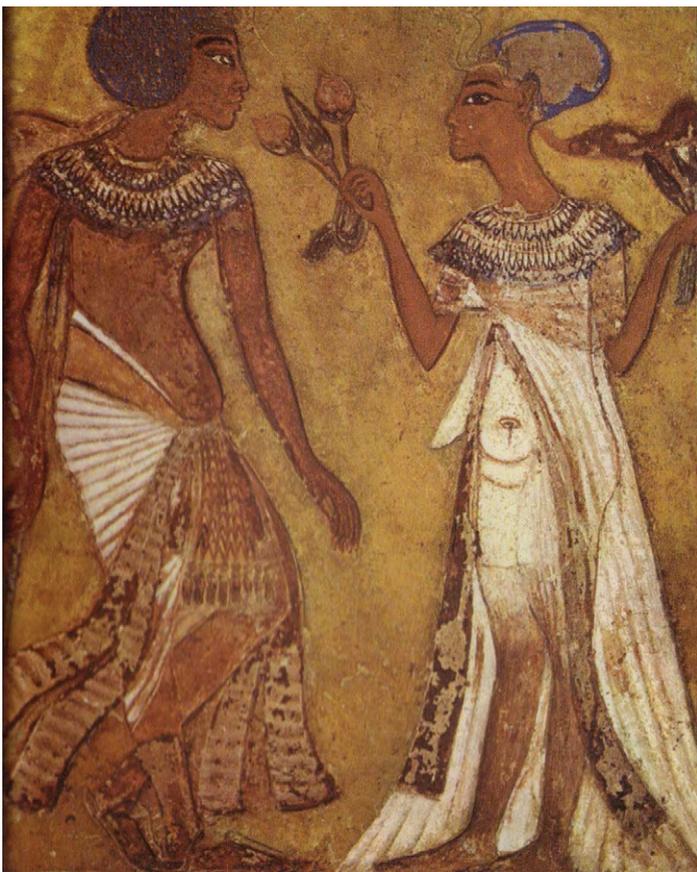


Figura 22: Pareja faraónica. La mujer usa calzones. Antiguo Egipto

Esto demostraría que no fue en Roma, en Grecia o en la Edad Media que apareció esta prenda. Hasta la fecha se sabe que la aparición de la bombacha como tal fue en la Edad Media europea y se la denominaría *feminalia*. Claramente se presume que son solo damas de la aristocracia las que accedían a las mismas hechas de seda y de materiales blandos, las campesinas tendrían unas con materiales más rígidos.

Seguramente se parecían a lo que se denominó en el Río de la Plata el *Chiripá*. La historia de la bombacha es muy larga pero lo más interesante es la variedad de modelos y nombres que tiene este tipo de ropa interior.

La bombacha o braga engloba un sin fin de connotaciones asociadas a la semiótica como erótica, sexual y envuelve en sí misma un misterio del desnudo/vestido.

*“El calzon tiene una curiosa historia semántica, exclusivamente reservada a las prendas femeninas, dado que el varón usa calzoncillos, un diminutivo derivado de aquella voz” (Loy y Vidart: 2008).*

El calzon apareció formalmente en 1495.

La bombacha proviene del *bombos* del Griego que su significado es *“ruido sordo”*, de ahí proviene la bomba como aparato de explosión y el instrumento de percusión el bombo por su sonido, que por su forma circular influyó en el nombre original de la bombacha. La construcción de las palabras, del lenguaje y de donde derivan hacen mucho a la palabra y a la asociación semiótica que tienen determinadas prendas en el imaginario colectivo.

El culote toma su nombre del *Culotte* que se utilizó en la Revolución Francesa; pantalón masculino que su nombre lo dice todo, cubre culo.

La bombacha es más delicada y pequeña que el culote, este último se caracteriza por ser más ancho y grande. Con el paso del tiempo se fueron achicando las formas cubritivas

inferiores hasta que en la época posmoderna comienza el uso de la tanga y el colaless. Con estas prendas las nalgas quedan totalmente al aire y en exposición.

Volviendo al punto en el cual la asociación de palabras y del lenguaje influyen en el imaginario colectivo esta anécdota contada en el libro *Cuerpo vestido y cuerpo desvestido*, lo grafica muy bien.

El primero de marzo de 1954 se detonó una bomba atómica en las islas actualmente deshabitadas de Bikini Atolón. Lo curioso es que por similitud al imaginario popular se le denominó al traje de baño de dos piezas Bikini, provocando una explosión en el imperio de la moda.



Figura 23: Mujer con portaligas, fotografía de Philippe Vaurès Santamaría

## LAS PIERNAS

Las piernas son dos pilares de sostén del cuerpo muy importantes, y están estrechamente relacionados con el valor erótico.

Según los antropólogos Loy y Vidart en la antigua Esparta las jóvenes andaban prácticamente desnudas, hasta que en la era clásica de Grecia y Roma se cubrieron casi en su totalidad; se utilizaban túnicas largas que impedían mostrar al público las piernas.

La *castulla*, era una falda inferior a la túnica que llegaba a los tobillos, la misma se utilizaba en Roma. Según el libro *Apenas vestida* a ésta túnica las jóvenes le agregaron una cinta anudada a la rodilla que tenía cosida una joya, esta será la precursora de la liga, desde un punto de vista seductor.

Asimismo Loy y Vidart afirman que las largas faldas que esconden las piernas, las pone en el terreno prohibido, donde aparecen los tabúes generados por la cultura del pudor.

Actualmente podemos ver que las piernas se muestran. Existen diversas prendas de uso urbano exterior, como la minifalda, el short y los trajes de baño.

Para Loy y Vidart el modelo corporal que se impone actualmente es el de la esbeltez con una flacura exagerada.

Según los antropólogos y los historiadores corporales, las piernas en la cultura occidental según las épocas han encarnado diversos ideales estéticos con diferentes signos. En toda la evolución de la ropa femenina, más allá de las medias, han transcurrido miles de cambios en los cuales la indumentaria ha sido controladora de las acciones y del rol de la mujer en el S. XX occidental.

Cabe destacar que los fenómenos culturales demuestran diversos tipos de interacciones y formas de concebir el mundo, así como también las dificultades de adaptación a los cambios.

Por ejemplo en el caso de las vanguardias artísticas de los "ismos" introdujeron en la indumentaria sus nuevas estéticas y concepciones artísticas.

Podemos decir que las medias al ser parte de la ropa interior y estar en contacto directo con la piel juegan con la ambivalencia del adentro/afuera, las mismas tienen ese carácter mixto de exhibir lo interno. Y es un mediador entre el adentro y el afuera.

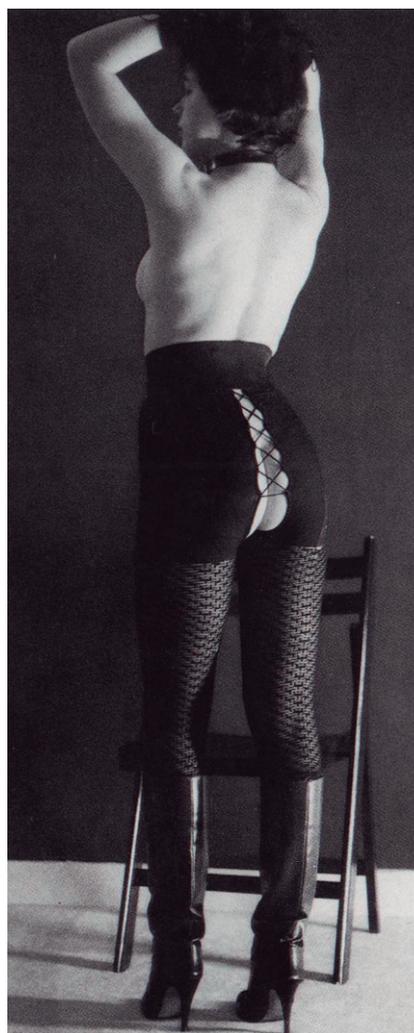


Figura 24: Mujer con medias inspiradas en un corsé antiguo

## CUERPO Y CULTURA

Aquí desarrollaremos cómo el cuerpo es modelado por la cultura y cómo el comportamiento social corporal está relacionado a los hábitos, la clase social, la educación, etcétera. Asimismo involucrando particularmente el cuerpo de la mujer y los discursos construidos socialmente alrededor del mismo y cómo se explica a qué corresponde el uso de lencería, así como también se vincula con los discursos sociales entorno a la mujer. Se expondrán las teorías de Silvia Federici, Laura Zambrini, Claude Lévi-Strauss, Marcel Mauss, Luc Boltanski, Pierre Bourdieu, George Simmel, Michel Foucault, Andrea Saltzman, Anabella Loy y Daniel Vidart, entre otros.

Comenzamos explicando en qué contexto histórico enmarcamos a la mujer, ya que nos refleja que concepciones sociales y valores existen respecto a su cuerpo y su accionar.

Para Federici la situación de la mujer en la historia también fue consecuente con la situación política, económica y social, de cambios del sistema feudal al capitalismo.

Ponemos como punto de inflexión histórico en este cambio el nacimiento y consolidación del sistema capitalista en tanto que la mujer es fuente generadora de fuerza de trabajo. Y cómo influye en el rol de la mujer en nuestra sociedad, mediante la caza de brujas.

Según el libro *Calibán y la Bruja* el trabajo forzado y el esclavo fue una forma de trabajo que llevó grandes cantidades de muertos.

En los siglos XVI y XVII, la privatización de la tierra y la mercantilización de las relaciones sociales, generaron una gran pobreza y mortalidad generalizadas, además de una gran resistencia a la natalidad que amenazó a la incipiente economía.

Según la autora Federici es en este contexto en el que se tiene que ubicar la historia de las mujeres y la reproducción.

El capitalismo conlleva grandes cambios en la posición social de la mujer.

Exponemos los hechos que conformaron la consolidación del sistema capitalista:

- | Privatización de las tierras
- | El gran cambio de los precios
- | Políticas con el fin de disciplinar, reproducir y ensanchar la clase trabajadora

Federici explica que uno de los comienzos fue “el ataque que lanzó contra las mujeres; este ataque acabó con la construcción de un nuevo orden patriarcal que defino como el (patriarcado del salario)” (Federici: 2004).

Factores que ayudaron al proceso de transición y de consolidación del sistema capitalista patriarcal:

- | El empobrecimiento
- | La crisis de natalidad
- | Genocidios
- | Peste Negra
- | Crisis económica
- | Crisis Poblacional

La muerte influyó en mayor medida en las clases inferiores, no en las clases de mayor poder adquisitivo.

Es en 1620 y 1630 que se considera la primera crisis económica internacional según los historiadores Kamen en 1972 y Hackett Fischer en 1996.

La autora aquí nos pone en contexto en que la acumulación de riquezas y la relación del trabajo y la población pasaron a ser el eje central de estrategias políticas que permitieran el desarrollo del “*Biopoder*”.

Foucault llama Biopoder a la forma de descentralizar las formas de control del gobierno generando instituciones que la avalen, en tanto a preocupaciones sobre la sexualidad poblacional, la higiene, los movimientos demográficos y su inserción laboral.

Para Federici fue el recrudescimiento en el control del crecimiento poblacional, en respuesta a la economía mercantil que generó la crisis de natalidad de los siglos XVI y XVII, lo que llevó a que el Estado controlara la reproducción de la población y lo tomara como objetivo principal de discurso.

En contraposición a Foucault que expone que la hambruna en Europa en el Siglo XVII fue la precursora de dicho discurso de control.

*Mantengo además que la intensificación de la persecución de las "Brujas", y los nuevos métodos disciplinarios que adoptó el Estado en este periodo con el fin de regular la procreación y quebrar el control de las mujeres sobre la reproducción tienen también origen en esta crisis. (Federici: 2004)*

La misma autora afirma que esta argumentación es desprendida de las circunstancias y que otros factores políticos, socioeconómicos fueron los precursores del aumento de la estructura de poder en controlar la reproducción de las mujeres.

Por ejemplo en la creciente burguesía, la propiedad privada y las relaciones económicas generan otra perspectiva en cuestiones de las conductas de las mujeres.

Según la autora se puede ver la preocupación por el crecimiento demográfico en la reforma que la iglesia protestante llevó a cabo con Lutero. No estaban de acuerdo con la castidad de la iglesia cristiana y le dan valor a la sexualidad y a la mujer, por su capacidad reproductiva.

Para Lutero "Cualquiera sean sus debilidades, las mujeres poseen una virtud que anula a todas ellas: poseen una matriz y pueden dar la Luz". (King: 1991)

*Federici afirma que "El apoyo al crecimiento poblacional llegó a su clímax con el surgimiento del mercantilismo que hizo de la existencia de una gran población la clave de la prosperidad y del poder de una nación" (Federici: 2004).*

Además expresa que el mercantilismo fue menospreciado por la economía dominante por tratarse de un método muy básico en el cual la riqueza de una nación se valora según dos variantes, sus metales preciosos y la mano de obra.

Los métodos devastadores que aplicaron los mercantiles para forzar a la gente a trabajar fue generando la necesidad de trabajar y este método se desprestigió ya que la economía capitalista es promotora de "Libertad".

Fue en la clase mercantil que se ven los primeros esbozos de acumulación de riquezas y es en definitiva una de las primeras políticas capitalistas que trata el problema de la reproducción de la fuerza de trabajo.

Entonces es una política económica que tenía dos premisas, extraer todo, no importaba el medio y reproducir y aumentar la población para trabajar.

Fueron las bases precursoras de una nueva concepción de seres humanos.

*"El estado adoptó un conjunto de medidas pro-natalistas que, combinadas con la asistencia pública, formaron el embrión de una política reproductiva capitalista" (Federici: 2004).*

Con estas medidas aparece la gran importancia que se le empieza a dar al seno familiar asegurando la prosperidad y reproduciendo la fuerza de trabajo. Asimismo se comienza con el registro demográfico y de la intervención del Estado en el control de la sexualidad, la procreación y la vida familiar. Estos factores modelan el comportamiento en sociedad generando el adoctrinamiento, ya planteado por Foucault.

Según Federici el mayor control del Estado con el fin de agrandar la población fue la "Guerra contra las mujeres", lanzada con el afán de que no tuvieran control de su propio cuerpo. Paso a tratarse de un tema que concierne al público, y de no tener autonomía. Como se verá en la caza de brujas se penaliza toda acción anti-reproductiva.

*"...el cuerpo femenino fue transformado en instrumento para la reproducción del trabajo y la expansión de la fuerza de trabajo, tratado como una máquina natural de crianza, que funcionaba según unos ritmos que estaban fuera del control de las mujeres" (Federici: 2004).*

Para Federici la procreación está muy lejos de ser un hecho natural, más bien fue controlada históricamente según los intereses del capital y sus relaciones de poder.

Este control sobre las mujeres tuvo sus consecuencias en la organización capitalista del trabajo. El Estado al regular la productividad en la mujer pone en tela de juicio su integridad física y psicológica, relegando la maternidad a reproducir la fuerza de trabajo. Es aquí que la autora afirma que aparece una nueva división sexual del trabajo, consecuentemente con la reclusión de la mujer al hogar para ayudar al marido. El trabajo doméstico no era considerado un trabajo y no era remunerado, con el tiempo pasó a llamarse tareas domésticas. Al no conseguir trabajo, y no poder sustentarse, las mujeres quedaron relegadas a que en el matrimonio era el real desarrollo de la mujer, ya que era incapaz de mantenerse. "...esta pérdida de poder con respecto al trabajo asalariado condujo a la manifestación de la prostitución" (Federici: 2004).

*A pesar de que el trabajo asalariado de las mujeres —los trabajos domésticos y sexuales pagados— se estudian aún con demasiada frecuencia aislados unos de otros, ahora estamos en mejor posición para ver que la discriminación que han sufrido las mujeres como mano de obra asalariada ha estado directamente vinculada a su función como trabajadoras no-asalariadas en el hogar. De esta manera, podemos conectar la prohibición de la prostitución y la expulsión de las mujeres del lugar de trabajo organizado*

*con la aparición del ama de casa y la redefinición de la familia como lugar para la producción de fuerza de trabajo. Desde un punto de vista teórico y político, sin embargo, la cuestión fundamental está en las condiciones que hicieron posible semejante degradación y las fuerzas sociales que la promovieron o fueron cómplices. (Federici: 2004)*

Entonces como la mujer era mal paga por su trabajo o le pagaban menos que al hombre, fue utilizada por los grandes capitalistas para trabajar por menos dinero. Esto generó una competencia con los artesanos interesados en sacar la mano de obra femenina de los talleres. Se trató de intereses económicos y de poder.

Las mujeres intentaron resistir pero se vieron enfrentadas a las prácticas violentas que los trabajadores utilizaron contra ellas. Según la autora, las autoridades colaboraron en facilitar que esta situación favoreciera a los artesanos masculinos, y fue de esta alianza en conjunto con la privatización de la tierra que surge este nuevo orden de división sexual del trabajo o como lo llama "contrato sexual".

*De acuerdo con este nuevo «contrato sexual», para los trabajadores varones las proletarias se convirtieron en lo que sustituyó a las tierras que perdieron con los cercamientos, su medio de reproducción más básico y un bien comunal del que cualquiera podía apropiarse y usar según su voluntad. Los ecos de esta «apropiación primitiva» quedan al descubierto por el concepto de «mujer común» (Karras: 1989) que en el siglo XVI calificaba a aquellas que se prostituían. Pero en la nueva organización del trabajo todas las mujeres (excepto las que habían sido privatizadas por los hombres burgueses) se convirtieron en bien común, pues una vez que las actividades de las mujeres fueron definidas como no-trabajo, el trabajo femenino se convirtió en un recurso natural, disponible para todos, no menos que el aire que respiramos o el agua que bebemos. (Federici: 2004)*

Es aquí que la autora nos plasma que para seguir con la "apropiación primitiva" del trabajo femenino se genera el nuevo orden patriarcal en el cual la mujer queda subyugada doblemente, al empleador y a los hombres.

Exponiendo aquí las bases del patriarcado y cómo la mujer se ve recluida en un ser sin derechos, Mujer objeto y no sujeto de derechos, la cual necesita la tutela Estatal y del hombre para desarrollarse como ser humano en la sociedad.

La autora expresa que en las diferentes épocas históricas han cambiado los conceptos respecto a la mujer y su comportamiento, siempre desde un lugar de dominio y tutela desde el afuera. Zambrini comparte esta misma teoría que Federici, con un enfoque en la indumentaria en tanto que a partir de la revolución Industrial y la consolidación del capitalismo se puede ver con mayor rigor la separación de géneros en el vestir, dejando elementos decorativos para lo femenino. Se construyó una división de mundos donde lo femenino era lo privado, asociado a lo reproductivo y a lo decorativo que tiene que ver con los modos de vestir. En contraposición al mundo del hombre que era en el ámbito público, del trabajo y político.

La que una vez fue débil y seducida, hoy es seductora transformada en un cuerpo sin alma. "Mujer reducida a un campo privado de autonomía, prenda de cambio entregada por decisiones familiares masculinas que durante siglos ni siquiera la consultaron: una simple transacción de bienes según Lévi-Strauss ha sido, .....el triste destino femenino" (Loy y Vidart: 2008).

Teniendo en cuenta en qué contexto enmarcamos a la mujer y su cuerpo, tomamos como referencia la teoría del antropólogo estructuralista Lévi-Strauss, que explica el comportamiento del hombre en la cultura y cómo esto influye en nuestro accionar de la vida diaria. Es de gran interés ya que el vestir es una práctica social aprendida que responde a determinados valores socioculturales.

Para introducirnos en cómo la lencería influye en la imagen corporal femenina y en la construcción del deseo del cuerpo ideal, se nos hace imprescindible tomar en cuenta a dos pensadores de la cultura universal que nos explican herramientas de pensamiento importantes para el entendimiento de las construcciones culturales actuales.

Estas herramientas nos muestran una forma de pensar que explica qué sucede con el comportamiento humano y así podremos darle un enfoque a este trabajo. Cabe destacar que también se relaciona con la historia social de la mujer desde la teoría de Federici.

Este sería un preámbulo conceptual para explicar por qué y de dónde viene ese constructo social corporal y cómo se relaciona con la lencería. Es en su evolución que nos daremos cuenta como se reflejan los cambios corporales, poniendo énfasis también en una mirada de género.

Vemos el cuerpo como un conjunto entre la naturaleza y la cultura. Según Lévi-Strauss nuestra naturaleza es cultural, por eso mismo lo que usamos o nos ponemos esta reflejando qué somos, así como también el imaginario colectivo en relación a la sociedad de la que formamos parte. Para el antropólogo estructuralista hoy en día existe una gran diferencia entre el estado natural y el estar en sociedad. El hombre es las dos cosas, un ser biológico y un ser social. Algunas respuestas a estímulos, ya sean externas o internas son de régimen natural y otras dependen de la situación en la que se encuentre el individuo.

El autor aquí pone como ejemplo, el parpadeo, que es instintivo y natural, en contraposición a la posición de las manos de un jinete al agarrar las riendas del caballo. Pero muchas veces no son tan diferenciables, ya que "...los estímulos psicológicos y el estímulo psicosocial provocan reacciones del mismo tipo..." (Lévi-Strauss: 1985).

Aquí el autor afirma que las reacciones de los individuos son integrales, y están relacionadas con los dos factores,

biológicos y sociales. Es muy complejo separar estas dos ramas, ya que se desconoce un accionar simplemente natural del hombre.

La cultura no está superpuesta o yuxtapuesta a la vida, sino que la transforma, y la utiliza para crear un régimen, un nuevo orden.

Se pueden buscar y dividir comportamientos biológicos y sociales, pero ¿qué pasa con esos comportamientos culturales aprendidos que se mezclan y son reiterados hasta tal punto que pueden repetirse hereditariamente como un comportamiento natural?... ¿entonces cuál es el límite entre lo cultural y lo natural?

*.. se puede intentar definir, para cada actitud, una causa de orden biológico o de orden social, por otra, buscar el mecanismo que permite que actitudes de orden cultural se injerten en comportamientos que son, en sí mismos, de naturaleza biológica y logra integrarlos. (...) ¿Dónde termina la naturaleza? ¿Dónde comienza la cultura?. (Lévi-Strauss: 1985)*

Acá el autor pone en duda la existencia de un estado natural del ser humano y se cuestiona si en los primeros meses de vida sería natural. Y aun así no sabríamos si su comportamiento es netamente natural o está condicionado por su vínculo materno. Asimismo se habla de los niños salvajes encontrados en la India 1920, que jamás alcanzaron un nivel pleno de desarrollo de sus facultades, uno de ellos no pudo hablar nunca, no desarrolló el lenguaje.

Lévi-Strauss manifiesta que en definitiva somos seres culturales, la construcción y el desarrollo de las capacidades del hombre es en la sociedad, en su cultura.

No existe en el hombre algún ejemplo de carácter salvaje pre cultural. No es como los animales domésticos, un ejemplo aportado por el autor es el del jabalí, puede ser doméstico, pero lo sueltan en su hábitat natural y comienza con sus características instintivas de animal salvaje.

Lévi-Strauss hace una distinción en donde se pueden encontrar comportamientos humanoides, por ejemplo, en los insectos prima lo natural, lo instintivo, la supervivencia y así heredan las mismas características. Pero en los mamíferos superiores, algunos simios, encontramos esbozos de cultura universal como son el lenguaje, herramientas, situaciones sociales, etcétera.

Entonces Lévi-Strauss sostiene que existe una contradicción entre los dos conceptos de cultura y naturaleza.

*..Círculo vicioso al buscar en la naturaleza el origen de las reglas institucionales que suponen la cultura y cuya instauración en el seno de un grupo difícilmente pueda concebirse sin la intervención del lenguaje. La constancia y la regularidad existen, es cierto, tanto en la naturaleza como en la cultura. (Lévi-Strauss: 1985)*

Este tema se relaciona con nuestro trabajo de tesis ya que hay que tener en cuenta que el hombre es cultura, y la cambia, la utiliza y la transforma para generar nuevas formas de orden o conceptos. Esto sucede con la lencería y el cuerpo, los discursos construidos sobre el cuerpo son culturales, dependiendo de sus funciones y sus complejidades físicas.

A su vez Loy y Vidart afirman que la cultura se mete tan intrínsecamente en la sociedad, que se llega a determinar como un comportamiento natural. Entonces se plantean la duda de si existen comportamientos de la sociedad respecto al cuerpo femenino que los tienen naturalizados, como por ejemplo, el del cuidado de los niños, el de cumplir con ciertos cánones de belleza y el de tener que ser de determinada forma, tener que poseer determinados atributos que socialmente están catalogados como positivos.

Es entonces como la teoría de Mauss contribuye al decir que el vestir es una técnica corporal aprendida influenciada por la cultura y la sociedad a la que pertenecemos. Por técnicas corporales nos referimos a cómo los hombres según su cultura y sociedad hacen un uso corporal tradicional.

El aprendizaje y la capacidad de transmisión hace que actuemos de la misma forma generación tras generación, con pequeñas variantes.

Mauss nos pone como ejemplo una técnica aprendida y su cambio evolutivo. En la natación, antes te enseñaban a zambullirte, primero con los ojos cerrados para ir agarrando confianza hasta hacerlo con los ojos abiertos; en la actualidad no es así, sino que se realiza al revés.

Siguiendo la teoría de Mauss las técnicas corporales son específicas, concretas y se aprenden, entonces cada técnica tiene su forma de aplicarse particular, es lo mismo que decir que cada sociedad tienen sus costumbres determinadas.

Por ejemplo los movimientos que se hagan, ya sean con las manos o los brazos corresponden a una determinada idiosincrasia social, son características individuales, que son compartidas con el resto de la sociedad. No es solo una mera característica física. Son comportamientos aprendidos que luego con las tradiciones se hacen habituales.

Mauss sostiene que los hábitos varían, no solamente entre los individuos y sus imitaciones sino que también entre las sociedades, la educación, la urbanidad, y la moda. Hay técnicas que se imitan y reproducen en forma colectiva y otras de forma individual.

*Estos «hábitos» varían no sólo con los individuos y sus imitaciones, sino sobre todo con las sociedades, la educación, las reglas de urbanidad y la moda. Hay que hablar de técnicas, con la consiguiente labor de la razón práctica colectiva e individual, allí donde normalmente se habla del alma y de sus facultades de repetición. (Mauss: 1979)*

A la hora de utilizar el cuerpo, influye la educación, y la educación por imitación. Los niños imitan al adulto mayor y responsable, en formas de comportamiento y de cómo actuar.

*“Es precisamente esa idea de prestigio de la persona la que hace el acto ordenado, autorizado y probado en relación con la persona imitadora, dónde se encuentra el elemento social” (Mauss: 1979).*

Los actos, o formas de actuar son conductas aprendidas, de los superiores, o sea no solo influye el educador o la evolución, sino también la autoridad de quien enseña o imparte la orden, es aquí que la teoría de Mauss dialoga con las relaciones de poder de Foucault en tanto que la repetición y transmisión de costumbres y valores aprendidos de la sociedad y del núcleo familiar.

El acto físico, el acto mágico y el acto técnico, son los tres tipos de actores que conforman las técnicas corporales, de cómo son y por qué son así.

Hay actos que son de una tradición y otros que son rituales, pero todos, absolutamente todos los actos requieren de una técnica corporal, en el caso de la moda por ejemplo, lo que me pongo, qué elijo, en dónde lo compro, cuánto pago por ello.

Para Mauss el cuerpo del individuo es uno de los instrumentos de expresión y demostración de estas técnicas y es donde se pueden ver todas estas acciones.

Las técnicas corporales se clasifican según los modos de vida, y según la sociedad a la que pertenecemos.

Mauss no demuestra un ejemplo de esta teoría afirmando que no comemos de la misma manera en todos los lugares, algunos usan cubiertos, otros usan las manos, etcétera. Asimismo para dormir, algunos duermen en el suelo, otros en cama y otros en cualquier lugar. Algunos usan almohada y otros no, y esto sucede en el accionar de la vida diaria. Para Mauss hay que tener en cuenta que muchas de estas técnicas son comportamientos aprendidos, que engloban el campo de la fisiología, psicología y la sociología. Algunos de estos actos son más habituales que otros, y algunos son más viejos o históricos de la sociedad.

Asimismo el autor afirma que también repercute en el beber, en la educación física, natación, el trepar, el saltar y las danzas, así como también en la indumentaria elegida para la vida diaria.

*“...una de las razones por la que estos actos se superponen más fácilmente en el individuo, es precisamente porque se yuxtaponen en función de la autoridad social” (Mauss: 1979).*

Según la teoría de Mauss todo el mundo tiene que aprender qué hacer en situaciones en las que hay comportamientos que son repetidos y universalistas. Claramente no se escapa de anormalidades y de equívocos.

Es por la sociedad que la consciencia aparece en los actos, y no al revés. Por la sociedad hay movimientos conscientes de determinado manejo de las emociones.

*Es gracias a la sociedad que la consciencia interviene, ya que no es la inconsciencia la que hace intervenir a la sociedad. Gracias a la sociedad hay movimientos precisos un dominio de lo consciente frente a la emoción y a lo inconsciente. (Mauss: 1979)*

Es por esto mismo que la vestimenta, tanto como la lencería no escapan de estar estructuradas y responder a fenómenos socioculturales. Así como también de responder a determinados hábitos de belleza, de cuidados personales, de pertenecer a determinada idiosincrasia y de estar estructurada y condicionada por la cultura.

Nuevamente mencionamos a Zambirini, quien ratifica que las técnicas corporales femeninas se diferencian de las masculinas en la lógica heteronormativa y binaria. La relación entre el cuerpo y el vestir es una práctica corporal contextualizada en determinada cultura aprendida, que alude a formas concretas que presentan los cuerpos de acuerdo a construcciones culturales determinadas.

No obstante estas diferencias que existen entre lo masculino y lo femenino, están determinadas por la posición social de

cada individuo. Cada hábito que tengamos estará marcado por el poder de hacerlo o no, y esto engloba la economía individual, así como la educación.

Es en este punto que Boltanski adjudica a las clases sociales el diferente uso del cuerpo, en cuanto al trabajo, a la belleza y a la salud.

La medicina se regula por normas y las mismas son las que permiten o dictaminan en qué medida se le presta más atención o no al cuerpo.

Boltanski atribuye a la clase social el interés y la atención por el cuerpo en cuanto apariencia y a sensaciones físicas. Estos cuidados del cuerpo aumentan o disminuyen según la escala social en la que se encuentre el individuo.

Las “normas de decoro” regulan el comportamiento corporal según las clases sociales, según el sexo, edad y relaciones personales.

*“La manera correcta de hablar del cuerpo, de su aspecto externo y de las sensaciones físicas que nunca se enuncian explícita y sistemáticamente en forma positiva y solo se expresan verbalmente en forma negativa e indirecta” (Boltanski: 1975).*

Para Boltanski estas maneras corporales conforman un código de “buenos modales” que tienen relación con el cuerpo y un grupo social determinado. ¿Cómo se aplica? Mediante la observación y la comparación de las prácticas corporales culturales de los miembros de diversos grupos sociales. Más allá de aclarar la obviedad de las diferencias económicas entre las clases populares y burguesas, según lo investigado por Boltanski las mujeres de clase obrera van mucho menos a la peluquería y se maquillan menos que las de clases burguesas.

Esta diferencia también nos expresa los valores y los códigos de las diferentes clases sociales y sus relaciones con el resto, que influyen directamente en el gusto, en el consumo y en el vestir también.

Un ejemplo brindado por el autor es que en las clases populares existe lo que son actitudes satelitales, o conductas en relación al rendimiento de su fuerza física utilizada para trabajar. Esto hace que tomen determinadas conductas de alimentación y de salud en relación a eso. Ellos le dan más importancia a la alimentación, permanecen más tiempo en la mesa y comen más cantidad de grasas y alimentos que sean considerados "fortificantes", cuya ingesta vigoriza. La burguesía también, solo que con otros valores asociados al cuerpo o según la belleza corporal, de estar delgada y alimentarse con comidas nutritivas.

*"Solamente por vía de la relación que los individuos mantienen con su cuerpo es posible romper con la teoría naturalista de las necesidades y de las funciones, que a menudo fundamentan, aunque implícitamente el análisis econométrico del consumo" (Boltanski: 1975).*

Es entonces que dicho autor afirma que el hábito corporal de los miembros de un grupo, es un sistema de normas interiorizadas que regulan la relación de los individuos en un grupo social así como también con las conductas físicas del cuerpo que responden a diversas situaciones.

Otro autor que pone en diálogo los hábitos sociales del cuerpo y la clase social es Bourdieu. El autor toma al cuerpo como un producto social, el cual se modifica según la clase social, en otras palabras, los individuos en nuestra sociedad realizan inversiones materiales respecto a su cuerpo, para decorarlo, cambiarlo y transformarlo según parámetros de belleza y de cultura. Bourdieu en su teoría de los usos sociales del cuerpo sostiene que éste con su conjunto de características expresa hasta lo más íntimo del individuo, hasta lo menos consciente. Lo que expresamos más inconsciente se encuentra controlado dentro de determinado lenguaje y características.

El cuerpo y el lenguaje (lenguaje corporal) se conjugan y generan expresiones con un propósito usando determinados

tipos de mensaje que pueden ser percibidos o no, comenzando por la utilización de la palabra. Para Bourdieu el carácter natural del cuerpo son sus dimensiones visibles como el volumen, su peso, el talle entre otros. Pero como explica anteriormente el cuerpo es un producto social en donde las diferencias de clase son visibles y medibles en cuanto a hábitos de consumo, condiciones laborales, etcétera.

*"El cuerpo designa no sólo la posición actual, sino también en la trayectoria" (Wright, et al.: 1986).*

El conjunto de símbolos que engloban el cuerpo es una construcción cultural, la cual lo distingue. Según la teoría del sociólogo Bourdieu la relación que exista con la cultura lo separa de lo "natural" llamándole naturaleza cultivada, distinguiendo entre vulgaridad y distinción, por lo tanto una será más legitimada socialmente que la otra. Los signos particulares y característicos modelan al cuerpo el cual es una construcción cultural y tiene como objetivo la distinción de los grupos sociales según el nivel cultural. Esto lo vemos expresado, por ejemplo, en el gusto por determinadas cosas.

Bourdieu separa lo vulgar de los distinguido en tanto expresiones físicas del gusto, lo que es leído como rasgos físicos socialmente caracterizados y legitimados dentro de lo que es "vulgaridad" y "distinción". Ahora el cuerpo es visto como un producto social donde el comportamiento es aprendido según la clase social, aunque no es lo único que influye.

Los caracteres fisionómicos del cuerpo cultural, son arbitrarios según la idea asociada a la belleza femenina, y al contexto social. Dicho de otra manera nuestra propia representación del cuerpo es un resultado multifactorial de la construcción social y cultural en donde la clasificación social es reguladora de los productos asociados, de la cual el cuerpo-producto, no escapa.

Bourdieu en su teoría remarca que los hábitos corporales que tenemos, que van desde la forma en que nos movemos, los gustos, la gracia, son pautados por las condiciones sociales de producción, entendidas éstas como si sos hombre o mujer, si trabajas o si vas a un colegio privado o público, si

haces deporte después de estudiar. En definitiva, el comportamiento corporal también pertenece a la lucha de clases. Es aquí que se relaciona con lo ya planteado por Federici en la situación de la mujer como reproductora de la fuerza de trabajo. Por ende, ésta situación también pertenece a la lucha de clases y de sus hábitos marcados por la historia, entendidos también como los diferentes usos sociales del cuerpo que son asociados a la mujer, condicionando su comportamiento.

## MARCAS CULTURALES DEL CUERPO

*La pintura y la escultura, los álbumes fotográficos, la publicidad y las revistas de moda registran los modos de representación del cuerpo de acuerdo con los cánones sociales y culturales de cada época. Cuerpo y contexto se convalidan y definen recíprocamente a partir de la contemporaneidad. Así, el estado de la cultura (la sociedad, la ideología, la tecnología, etcétera) se corresponde con un "modo de ser del cuerpo" en ese contexto.... (Saltzman: 2004)*

Siguiendo la teoría de Loy y Vidart la vestimenta, la pintura corporal, los accesorios que se utilizan son técnicas corporales que modifican nuestra apariencia de forma momentánea.

En los diversos pueblos originarios, a lo largo de la historia se han observado la pintura corporal como forma de distinguirse y de contar su procedencia, ya sea étnica, geográfica, cuantos enemigos había aniquilado, si era un jefe o no, incluso información sobre su estatus social. Asimismo el tatuaje ha cumplido la misma función. Es aquí que Saltzman expone que los diversos tipos de pinturas y tatuajes parecen vestir la piel, estos resaltan atributos corporales embelleciendo y transformando el cuerpo humano.

Alexander von Humboldt, admite que la decoración corporal no es nada diferente al vestir, que también conlleva una ceremonia de auto acicalamiento.

Todos los autores concuerdan en que las actuales formas de ornamentación son diametralmente diferentes a las que existían antiguamente y las funciones de información cambiaron, inclusive en la cultura occidental ha perdurado el tatuaje, pero no con el mismo significado e importancia.

En cuanto a los cosméticos Nicola Squicciarino sostiene que son una forma de realzar y acompañar el todo. *"Es un lenguaje de seducción prevalentemente por las mujeres y se remonta a la época en que estas tenían que hacerse notar para que las eligieron como esposas..." (Squicciarino: 1986).* Squicciarino explica el por qué la mujer acentúa los labios con el color rojo, que los realza y le da un aspecto carnal para la atracción del sexo opuesto. Esta teoría es consecuente con lo expuesto por Loy y Vidart al brindar un ejemplo de que a la mujer se la enseña a gustar al otro, se la prepara para ser deseable, y en este juego la lencería no es algo que escape a la regla. Lo mismo sucede con los olores y los perfumes que son una extensión del yo.

Lo destacable que dicen estos antropólogos sobre los cambios morfológicos en el cuerpo, es que claramente son producto de la cultura y revelan un estatus social en busca de perseguir ese ideal joven, propio de la cultura occidental capitalista.

En el libro *Cuerpo vestido y cuerpo desvestido* se mencionan varios ejemplos con estas transformaciones corporales destacando el caso de China y la mujer con sus pies pequeños, que cuanto más pequeños eran estos, más atractivas eran las mujeres, inclusive eran consideradas como un objeto amoroso ante su incapacidad de no caminar. Esta modificación deja débil a la persona y en un rango de inferioridad de dependencia absoluta del otro. Esto reafirma la teoría de Loy y Vidart respecto al sometimiento del cuerpo natural de la mujer al de la cultura en un intento de seguir normas o parámetros de belleza.

Entonces es aquí que los antropólogos aseguran que a lo largo de la historia se han modificado los cuerpos según la cultura y la sociedad a la que perteneciera esa persona, siempre hay un patrón que se repite que es el de la incapacidad de movimiento de la mujer por la utilización de adornos muy pesados. Esta inmovilidad de la mujer y vulnerabilidad era considerada como algo bello.

Para Teresa Porzecanski La moda nos exige grandes modificaciones corporales, *"En las Obras Morales, Giacomo Leopardi asigna a la moda la conciencia de su propio instinto destructivo"* (Porzecanski: 2008).

Saltzman resalta la importancia de la relación en el diseño de indumentaria con el cuerpo, es a través de la indumentaria que éste es moldeado, de esta manera es que el vestido representa un cuerpo capaz de adaptarse a las distintas exigencias de la cultura.

Según Porzecanski la indumentaria también fue un complemento importante para la heteronormatividad, hizo legibles los cuerpos según estas normas y apariencias. Los cuerpos tuvieron significación a partir de discursos sociales. O sea que estas normas han dibujado al cuerpo en un determinado contexto social.

***"La ropa es un aditamento cultural superpuesto al cuerpo, el que conforma un fragmento orgánico y organizado de la naturaleza"*** (Loy y Vidart: 2008).

En concordancia con la teoría de Porzecanski, Bourdieu, Loy y Vidart expresan que el cuerpo se modela según ideales de vida y es utilizado como lienzo de expresión donde aparecen asociados los conceptos de belleza y fealdad.

Resulta interesante lo que resalta Saltzman que para crear la silueta del vestido se interviene la estructura corporal, y este es el punto de partida para crear un nuevo orden anatómico. La autora destaca que los distintos materiales textiles conforman las nuevas siluetas a diseñar, por ejemplo las telas blandas van a insinuar las curvas del cuerpo. Así mismo, los accesos de la vestimenta determinan la facilidad

y la complejidad del cuerpo al ingresar al vestido, y esto ha ido variando a lo largo de la historia dependiendo de cada época y cultura.

***La definición del sistema para entrar y salir de la ropa está ligada al hecho de vestirse y desnudarse, y el modo de llevar a cabo estas acciones complementarias depende de la cultura de cada época y de los grupos de pertenencia que componen una sociedad, según distintos estándares de tiempos, prestigio, utilitarismo y privilegios derivados de una mayor o menor libertad de acción.*** (Saltzman: 2004)

El desvestir la carne tiene un valor único para la mujer, es el de sentirse deseada, es el intimar, y sentirse atractiva, erotismo, juegos. En definitiva los autores expresan que es el dialogar desde lo interno con el afuera. *"... fabrica la sutil y liviana coraza que, según las circunstancias cubre o descubre. Se metamorfosea según las condiciones sociales, entre los límites cerrados de la privacidad y el mundo abierto de lo público"*. (Loy y Vidart: 2008)

El cuerpo es la base en donde la cultura actúa y despliega su red de significados. Ramírez Garza en el libro afirma: *El cuerpo pasa de ser unidad y sentido, a ser solo función, medio y vehículo de individualidad, una posesión, reducido al cambio estético y genético... Cosa extensa, tangible a la que se pueda poner, quitar o modelar, gracias a los avances de una tecnología libre de Dios, ideología o moral alguna, reducida a pura economía del cuerpo, otorgando al sujeto actual la posibilidad de esculpirse a su antojo.* (Loy y Vidart: 2008)

Es así como Loy y Vidart sostienen que hay una búsqueda constante de redefinir el propio cuerpo individual, por ejemplo el cambio de sexo y las dietas para tener una figura deseable de acuerdo a los cánones de belleza. La industria textil trabaja sobre el deseo insatisfecho a partir de una base estética prototipo y estereotipada.

Siguiendo esta teoría, los autores del libro *Cuerpo vestido y cuerpo desvestido* comentan que el mercado de la moda se ha metido tanto en la sociedad que ahora con las nuevas

tecnologías se puede modificar el cuerpo con cirugías, homogeneizando a la sociedad, con el fin idílico del cuerpo joven y saludable. Asimismo destacan que el conocimiento del cuerpo está altamente cargado de significados culturales dependiendo del espacio tiempo en el que vivimos.

Para la antropología uno de los orígenes de la indumentaria es el poder maximizar el propio atractivo sexual, este es un rol que cumple la vestimenta en general.

Loy y Vidart expresan que la ropa es el mediador entre lo corporal y el entorno, entendiendo que el textil nos hace mas amena la estadía en este mundo.

Para Saltzman el proceso de diseño comienza con generar una idea (intangible) concretando en una determinada forma (tangible), cuando el proyecto se trata de un diseño de indumentaria, la ropa interviene la morfología del cuerpo del usuario. Siendo así que el diseño tiene que tener en cuenta esta nueva condición manteniendo una relación con el cuerpo y el contexto.

Asimismo la relación entre el vestido y el cuerpo es de contener y estructurar, ya que condiciona y delimita la silueta. Esto genera una relación con el exterior en donde cuerpo y vestido toman significados por el vínculo que tienen entre sí.

En base a esto, el diseñador pone una mirada respecto a un proyecto de acuerdo a circunstancias del entorno, y es quien capta las señales del medio para brindar una respuesta a través del diseño.

Para Loy y Vidart la indumentaria tiene un ordenamiento a la hora de utilizarla, pero hay ciertas variaciones de sus usos, *"... cuando la moda proyecta sobre la indumentaria pone en cuestión, por momentos, las nociones de "adentro" y "afuera" (Loy y Vidart: 2008).*

Un ejemplo que mencionan estos antropólogos es cuando en la noche en un contexto festivo se utiliza una prenda interior de lencería como prenda exterior de vestir. El acto de vestir no está netamente ligado a los cambios de clima y adversidades ambientales, sino que además de los mismos existe también la autoafirmación y la aceptación social.

En el libro *El cuerpo diseñado* la autora Saltzman señala la dualidad funcional que cumple el textil, en cuanto a conformar el espacio público y privado, del cual el textil expresa al cuerpo que contiene y lo proyecta al exterior. Aquí se puede ver la fusión entre símbolos culturales e ideologías en donde se manifiesta el diseño de indumentaria. Saltzman destaca que la tela es la materia prima del vestido y por esta se modifica el cuerpo generando una segunda piel, que delinea una silueta de acuerdo a diversos parámetros de diseño, como el volumen, la compresión y la extensión, dos claros ejemplos opuestos son el miriñaque y el body. *"El textil es la materia que cubre y/o descubre al cuerpo, participa de su morfología y genera una nueva relación del cuerpo con el entorno" (Saltzman: 2004).*

Asimismo Saltzman expone que a lo largo de la historia, aperturas y cierres se han combinado según las épocas para el acceso de la prenda hasta que hoy en día toman una significación erótica dependiendo de donde estén ubicados. Un ejemplo que menciona es que un cierre ubicado en determinada parte del cuerpo puede denotar una disposición al sexo, lo cual puede destacar o descalificar dependiendo de los grupos sociales. La lencería utiliza estos cierres y aperturas, así como arneses y tiradores invitando a desnudar al cuerpo.

¿Por qué nos vestimos? Según Alfonso Fernández Tresguerres no se ha creado el vestido para protegernos del ambiente, por el contrario, el vestirnos provocó que perdiéramos nuestra protección natural que dio como resultado que el necesario vello desapareciera. Entonces según Loy y Vidart la ropa interior femenina está asociada estrechamente a una simbología que va más allá del atuendo en sí, es la ropa más contra al cuerpo al que engloba una red de significados y conductas asociadas al sexo, a la moda, al erotismo, y al imperativo *"deber ser"*.

Es así que Loy y Vidart resaltan que los medios visuales de las revistas de moda reflejan ideologías de nuestra sociedad y hacen pasar por normal la forma de concebir los cuerpos en la cultura, imponiendo un determinado ideal que no es el real.

## LENCERÍA Y CULTURA

En el libro *Cuerpo vestido y cuerpo desvestido* exponen que la ropa interior recubre el cuerpo femenino en diferentes regiones corporales físicas que son interpretadas e investigadas por la antropología física. Se destaca el significado y el simbolismo cultural del cuerpo. Su estudio no es meramente físico, sino que la antropología cultural contempla otros aspectos como la carga de atributos simbólicos, los cuales son característicos del hombre como participe activo en creador de la cultura.

Según Loy y Vidart el cuerpo femenino está cargado de simbolismos intangibles, de lo que es, y su comportamiento en esta sociedad. Así como también es la construcción cultural o modo de aprendizaje del lenguaje y de cómo vemos el mundo, afirmado en el principio binario y por opuestos planteado por Lévi-Strauss, lo prohibido y lo permitido, lo privado y lo público, el pudor y lo erótico, etcétera.

Para Loy y Vidart la ropa interior es un objeto que evoca un ritual, el sexo. El modelo ejemplar de ello es ser el sexo perfecto según concepciones occidentales con el cuerpo de determinada forma, y que este sea impecable y alineado y en este sentido la lencería hace un aporte muy valorado. Opinan que mediante la lencería se busca aumentar el atractivo sexual y con ella se modifica el cuerpo. Un ejemplo que se encuentra en el libro de estos antropólogos es que en el mercado nacional se encuentran sostenes con relleno y aros. Esto proporciona volumen al pecho, realzándolo. Asimismo encontramos ropa interior que modela piernas, nalgas y cintura; comprimiéndolas, levantándolas y ajustándola, respectivamente, en búsqueda del ideal estético social.

*“El mito no desapareció en el mundo actual. Las funciones de modelo ejemplar, repetición y ruptura del tiempo profano están presentes en buena parte de las acciones del hombre contemporáneo y permiten comprender aspectos de la sexualidad.” (Loy y Vidart: 2008)*

Como ya se mencionaron, las partes que se resaltan de las venus fueron sus pechos, cadera, cintura, vientre y vulva que eran símbolos mágicos, ya que las Venus eran diosas, en la actualidad esas mismas partes están cargadas de otro simbolismo, un nuevo falso mito con el uso de prendas que cubren y descubren.

Siguiendo la teoría de Loy y Vidart al consumir lencería se repiten los mismos actos y gestos del modelo a seguir que muestran las campañas publicitarias.

Para ellos la Moda emite un discurso y símbolos en determinados territorios, el cual los usuarios quieren replicar.

*“La Moda funciona asimismo como central mitológica, cuyos mensajes son emitidos... como mandato de los medios.” (Loy y Vidart: 2008)*

Los receptores a su vez se sienten parte de grupos que están definidos por “estilos” y el nexos es la renovación constante. Consecuente a la moda es que operan la seducción, la renovación, etcétera.

## LA MODA Y LA SOCIEDAD

Otro concepto que está íntimamente relacionado con el uso social del cuerpo y el consumo según la clase social es el fenómeno de la Moda.

La etimología del término moda proviene del latín *modus*, que significa una forma de regular las elecciones en base a determinados parámetros de gustos o caprichos.

Antiguamente no existían grandes cambios en la moda, ni tampoco había gran variedad de atuendos y accesorios, los egipcios mantuvieron las mismas prendas de vestir con muy pocas variantes por más de 2500 años.

Zambrini distingue que hasta la llegada del Renacimiento se suscitaron cambios en el vestir, pero no se los llama moda, sino cambios de estilos.

La moda comenzó a manifestarse en las esferas de la aristocracia, y no era accesible para el resto de la población. La moda surge en la sociedad moderna y capitalista denotando las necesidades de cambio constantes como rasgo cultural principal.

Según Zambrini en las normas del buen comportamiento existían las "Leyes Suntuarias" que controlaban el privilegio de vestir. Era para regular la diferenciación social basada en la indumentaria y el lujo. Estas leyes en la historia social son entendidas como material para la comprensión del simbolismo de las prácticas de vestir con fines identitarios.

Siguiendo la teoría de Zambrini la indumentaria demostraba a simple vista la actividad y posicionamiento en la escala social del sujeto. El ascenso de la burguesía como grupo social hizo que esto se fuera modificando de a poco. Acontecimientos importantes que llevaron a cabo este cambio fueron La Revolución Francesa, Revolución Industrial y la consolidación del sistema capitalista, ya mencionados anteriormente por varios autores.

Para Simmel La Moda marca varias aristas de la vida, está participe en varios aspectos ya sea por imitarla o por seguirla. Es un modelo existente que se imita, en esto necesariamente existe la tendencia a la diferenciación, el placer por sentirse diferente y autoafirmarse.

Según Simmel las modas son modas de clase, los que introducen las novedades son las clases altas, y cuando las clases inferiores acceden a esta, buscan otra manera de diferenciación para distinguirse. En esta diferenciación, las clases inferiores imitan las modas de las clases altas con el fin de alcanzarlas, esto avala el poder de superioridad y de respeto ante esta distinción en una sociedad de clases. Una referencia que muestra Simmel es de que un vestido lujoso nos habla, no solo de lo costoso sino del bienestar y del poder adquisitivo del individuo.

Thorstein Veblen en su libro *la Teoría de la clase ociosa*, hace hincapié en que la moda y el consumo son consecuencias de las estructuras sociales, y no es un fenómeno netamente natural, ya que en sus orígenes esta fue utilizada como una herramienta expresiva de la ostentación, el poder y de bienestar. Todos estos conceptos muy distantes del trabajo y la necesidad.

Simmel en *Filosofía de la Moda* nos enuncia que los sectores con mayor poder adquisitivo son los que introducen todo tipo de novedades siendo así una cadena en la cual cada clase social acepta como ideal a seguir el esquema de vida que esté inmediatamente superior al propio, y vive según ese ideal.

Para John C. Flugel expresando en el libro *El vestido* habla "La paradoja de la moda - considera - está en el hecho de que todos pretenden ser similares.... A los que se consideran superiores y al mismo tiempo ser diferentes... de aquellos que son considerados inferiores" (Squicciarino: 1986) .

La moda es arbitraria y caprichosa, se encuentra en constante movimiento, es la novedad, es innovadora y extravagante, nos separa el adentro del afuera poniendo en diálogo al individuo consigo mismo y con el exterior.

DISEÑANDO EL CUERPO  
MARCO TEÓRICO



Figura 25: Transformación de la silueta en la vestimenta desde 1775 al 2000

*“Cuanto más nerviosa es una época tanto más velozmente cambian sus modas (ya que uno de esos sostenes esenciales, las sed de existantes siempre nuevos, marcha mano a mano con la depresión de las energías nerviosas)” (Simmel: 1914).* Asimismo según Simmel la moda es una expresión de las necesidades sociales, por eso en los trajes se utilizan determinados materiales a modo de satisfacer las mismas.

En la antigüedad la moda conllevaba un proceso de creación que estaba ligado al capricho estético personal, de la aristocracia. Un ejemplo que muestra el sociólogo y filósofo Simmel es el del zapato de pico de pato utilizados en la Edad Media, fue realizado por un señor que quería darle una forma adecuada y calce perfecto a su pie grande y largo. Actualmente la moda ha quedado sometida a las exigencias de la estructura económica social. La moda se mantiene cambiando los códigos y las formas sociales, el estilo por el cual se expresa el hombre.

La postura de René König respecto a la Moda nos habla de que el origen de la moda tiene un instinto erótico, y como es innato, pertenece a la naturaleza del hombre por lo tanto siempre existió. La moda no es pasajera, y no solamente depende del contexto socioeconómico, sino que está intrínsecamente en la naturaleza humana, y va más allá de los hechos históricos. La misma actúa en la naturaleza del inconsciente, es un móvil de la vida social. Para König la moda se comporta como el principio de conservación de la especie que proviene de la misma fuente natural, por eso el cambiar acorde a la moda actúa con la misma fuerza.

La sagacidad del erotismo se demuestra en esa función versátil del vestido, ya que muestra la corporalidad y sus curvas, así como también brinda seguridad por cubrir el cuerpo y en cierta forma se insinúa una determinada silueta.

Para Saltzman la silueta marca los límites del cuerpo y lo define, su característica principal es la forma, siendo ésta el límite del vestido.

Asimismo no solo el vestido forma parte de la moda, sino que también todo lo que se relacione con la ornamentación corporal atada al cambio, a la renovación constante, y que es caprichosa y superficial.

Las opiniones de los antropólogos estructuralistas no están distantes con las afirmaciones de König, Lévi-Strauss hace referencia a varios trabajos y nos habla de que la base de la moda pertenece a lo incoherente, *“...la moda como de un fenómeno social íntimamente unido a la actividad inconsciente del espíritu, cuyas leyes, por lo tanto, no se pueden comprender a través de la simple observación empírica” (Squicciarino: 1986).*

En la moda podemos ver claramente formas de dominio, esta afirmación se basa en la opinión de varios antropólogos y etnólogos.

Para la socióloga Erika Thiel el vestido brinda un posicionamiento de clase social y genera distinción entre ricos y pobres. Con la clase social el vestido cobra una función simbólica de poder, de estatus social. *“Ornamento y distinción en el vestido asumían de esta forma un nuevo carácter, el carácter social, que iba más allá de su significado original” (Squicciarino: 1986).*

Gunter Wiswede sostiene que la moda no tiene un único origen, sino que se debe a diversos factores, éstos pueden verse reflejados en las necesidades particulares del individuo como en determinadas funciones sociales.

El análisis de la moda requiere un análisis interdisciplinario, ya que no responde solo a un hecho.

Los antropólogos Loy y Vidart también nos expresan su postura respecto a la moda. Se entiende que la moda es un cambio en la vestimenta pero el término es más amplio y engloba más cosas que están relacionadas con la vida cultural. Por ejemplo: músicas, comidas, estilos de vida, balnearios, entre otras.

Moda viene de modo, según María Moliner en su diccionario del uso del español, "...*gusto general de la gente, o conjunto de usos, costumbres y tendencias circunscritos a una época determinada, en cualquier aspecto: vestido, mobiliario, literatura, arte, etc.... Sino se especifica otra cosa, se entiende la moda en el vestido*" (Loy y Vidart: 2008).

Durante mucho tiempo se tomó a la moda como ente ajeno a una determinada cultura, que cubre y descubre el cuerpo según concepciones socioculturales.

En la actualidad ya no se habla de zonas tabú, más bien son las tendencias comerciales de la moda las que dictaminan qué se muestra y qué se oculta. Se trata de "...*instalar la variación como clave del fenómeno cultural de la indumentaria femenina*" (Loy y Vidart: 2008).

Para Loy y Vidart la moda es cíclica, varía y cambia constantemente, así como hay cambios en otros planos, por ejemplo, los cambios bruscos en la tecnología que llevan a un cambio en las relaciones sociales y cómo han evolucionado las mismas.

Cabe destacar que las tendencias de moda no son accesibles a todos los hombres y mujeres, al menos no para aquel que su vida se desarrolla en un lugar de supervivencia más que en el de consumir actualizaciones estéticas.

Se reafirma lo expresado por Loy y Vidart ya que esta cultura si bien da y brinda determinadas libertades (que no son para todos) tiene su privación. "Fenómeno cultural privativo de la civilización a la que pertenecemos...." (Loy y Vidart: 2008).

Las diferencias de clase y de situación socioeconómica permiten o no acceder a determinado tipo de consumo, también de capital cultural y social. Esto se relaciona íntimamente con lo planteado anteriormente por Bourdieu en cuanto a los consumos y hábitos que son pertenecientes a las diferentes clases sociales, por lo tanto los usos corporales varían según la cultura, la política, la economía y las clases sociales.

El sociólogo Wulf D. Hund discrepa absolutamente con las concepciones naturalistas de la moda y encuentra una estrecha relación entre la moda y el poder.

Siguiendo la teoría de Foucault de cómo se ejerce el poder, cómo afecta en las relaciones o en los grupos humanos y cuál es su relación con la moda es que determinadas acciones se impulsan generando diversas respuestas y viceversa.

Tomando la teoría del "Biopoder" de Foucault en cuanto a producir un discurso con elementos significativos y simbólicos puede como objetivo de los efectos del poder. Las relaciones de comunicación y de manejo de información, así como las relaciones familiares, matrimoniales, alumno y profesor son relaciones de poder. Según este autor se crea una realidad y las personas se expresan de diferentes formas, utilizan determinados simbolismos, lugares reconocidos y situaciones dependiendo de cada cultura y momento histórico.

La teoría de Foucault expresada en *Historia de la sexualidad I* afirma que el poder es reforzado por las estructuras en las cuales se ampara, la misma no necesariamente indica una conformidad por parte de ambos miembros y a su vez no requiere de una pérdida de libertad. Lo que define al poder es el modo en el que opera, el cual no tiene porque ser de forma violenta. Se mueve dentro de las posibilidades reconocidas por el sujeto y es sugestiva ya que controla, limita, amplía o inhibe.

Foucault sostiene que una forma de obligar o inhibir determinadas acciones es con las leyes o normas. Otro ejemplo son las conductas de las personas, el comportamiento que se debe tener con otras y el que se adopta en situaciones particulares.

Aquí el autor expone que el poder no solo es un gobierno, el Estado o las leyes sino que esto dirige determinadas conductas en grupos sociales, amistades laborales, familiares, etcétera. Esto genera una sociedad disciplinada caracterizada por producir discursos tradicionales como verdaderos. Reguladores de costumbres y hábitos de nuestra sociedad. Para Foucault es necesario remarcar que si en las relaciones de poder existe

libertad e insubordinación, necesariamente conllevan en sí mismas una resistencia. Toda relación de poder implica necesariamente una estrategia de lucha, a las cuales los discursos contruidos del cuerpo y la moda no escapan.

*La implementación de las perversiones es un efecto-instrumento: merced al aislamiento, la intensificación y la consolidación de las sexualidades periféricas, las relaciones del poder con el sexo y el placer se ramifican, se multiplican, miden el cuerpo y penetran en las conductas. Y con esa avanzada de los poderes se fijan sexualidades diseminadas, prendidas a una edad, a un lugar, a un gusto, a un tipo de prácticas. Proliferación de las sexualidades por la extensión del poder; aumento del poder al que cada una de las sexualidades regionales ofrece una superficie de intervención: este ordenamiento, sobre todo a partir del S. XIX, está asegurado y relevado por las innumerables ganancias económicas gracias a la mediación de la medicina, de la psiquiatría, de la prostitución y de la pornografía se han conectado a la vez sobre la desmultiplicación analítica del placer y el aumento del poder que lo controla. Poder y placer no se anulan; no se vuelven el uno contra el otro; se persiguen, se encabalgan y reactivan. Se encadenan según mecanismos complejos de excitación y de incitación. (Foucault: 1998)*

## CULTURA DE LA IMAGEN

Porzecanski sostiene que la identidad individual como construcción social se relaciona con el cuerpo ya que ésta se conforma a partir de la palabra del otro, o en un grupo social, o en la misma sociedad. Entonces afirma que la relación del sujeto consigo mismo se construye desde el afuera, *“La silueta plantea una concepción social y cultural, determinado sus posibilidades de movimiento, su postura y la actitud corporal.”* (Saltzman: 2004)

Para Porzecanski existe la probabilidad de padecer malestar corporal, timidez o incomodidad cuanto mayor sea la desproporción corporal entre el cuerpo ideal y el cuerpo real.

Según Bourdieu las actitudes sociales y de desenvoltura social de un individuo para con los otros son reacciones de esta disyuntiva existente entre el cuerpo soñado y el propio espejo.

*“...la codificación ritualizada del cuerpo en la interacción tiñe los contactos y regula el juego con el otro, que aparece así distanciado por una serie de mecanismos ordenadores de la convivencia social.”* (Porzecanski: 2008)

Exponiendo la teoría de Porzecanski el cuerpo como diseño estético, cobra sentido en la relación con las otras personas. La interacción social será en función a un cuerpo codificado en donde los contactos corporales son habituales generando comportamientos formalizados según determinadas situaciones.

Asimismo la autora del libro *El cuerpo y sus espejos* hace referencia a que como sistema de protección social el cuerpo se encuentra sujeto a normas reguladoras del encuentro social. Este juego de aproximaciones permite la convivencia, promueve el distanciamiento o la aproximación mediante la palabra. El cuerpo se encuentra en el centro de este conflicto (del contacto y la represión), entre el deseo y la prohibición.

Un ejemplo que cita Porzecanski es que los códigos de cortesía son normas de comportamiento creadas, construidas por el tabú del contacto corporal. Esto genera un determinado comportamiento de la estructura social, totalmente regularizada y con rituales que legalizan el conflicto del deseo y la prohibición.

Tanto como para Porzecanski como para Bourdieu en la sociedad capitalista el cuerpo es un producto de consumo el cual percibimos a través de la imagen y construimos en relación a ella. La imagen genera una conciencia del propio individuo en relación al exterior, y a su aspecto. O sea, se construye apoyandonos o diferenciandonos con la imagen exterior que se tiene como ideal en la sociedad de consumo.

Para Loy y Vidart el sexo femenino es el más influenciado por este autocontrol narcisista, ya que se utiliza su cuerpo en anuncios publicitarios de la industria de la moda, la cosmética y esto provoca una resignificación del cuerpo femenino en la sociedad. Lo expone como una moneda de cambio, mercancía. Mujer objeto y no sujeto de derechos.

Loy y Vidart exponen que el cuerpo femenino es utilizado como propaganda, para atraer la compra de productos. Este cuerpo no necesariamente tiene que estar desnudo, simplemente alcanza con un buen maquillaje, que sea delgada y armónica, de acuerdo con los cánones de belleza del mundo contemporáneo. Un ejemplo que enuncian demostrando la teoría es el de que un automóvil de alta gama es más deseable si se lo acompaña de una chica esbelta, delgada, maquillada y sonriente. Aquí se presenta a la mujer como un objeto, y los atributos simbólicos que el colectivo tiene del cuerpo femenino como deseables, juegan con el objeto. Para Loy y Vidart en consecuencia, la posesión del vehículo, se lee también cómo la posesión del cuerpo y los atributos que lo acompañan los evoca también el objeto. Por ende, funcionan como estimulantes y garantías de felicidad.



Figura 26: "Mejorador de busto alemán o un busto hecho por encargo"



Figura 27: Lili St Cyr, antigua artista francesa de striptease, lanzó con éxito la venta de lencería por correo

Entonces la mujer con lencería, o cubierta con transparencias funciona de la misma manera, ella ofrece su cuerpo con un aditamento que le agrega belleza derivada del propio cuerpo.

Loy y Vidart sostienen que una cara bonita, bien maquillada, con un vestido y de piernas firmes, pueden vender cualquier producto. De hecho en diferentes estratos sociales a las chicas les marcan desde la niñez y se les enseña a estar bellas desde la temprana edad. Hasta hay premios y certámenes de belleza. En consecuencia se preparan para ser deseadas y competitivas.

***“La belleza se construye social y culturalmente a partir de la infancia” (Loy y Vidart: 2008).***

Según los autores del libro *Cuerpo vestido y cuerpo desvestido* declaran que a la niña se la peina, se la viste y no es solo por su físico, sino que también repercute en el tono de voz y en sus movimientos (*Little Miss Sunshine*).

Asimismo en la adolescencia, el hecho de ser mujer conlleva en atraer, el ser deseable para el otro. Siendo muy diferente para el hombre que en contraposición a la mujer, el macho es más hombre cuanto más cuerpos femeninos posea. En definitiva el varón intenta apropiarse de ese cuerpo bello y lo domina.

Loy y Vidart concluyen que el cuerpo femenino expresa relaciones de poder, como lo dicho previamente por Foucault.

En publicidad asociar el cuerpo femenino con un objeto significa que los atributos del cuerpo femenino pasen al objeto publicitado haciéndolo deseable.

***“La publicidad asociada al cuerpo femenino se aprovecha de ese doble juego de los sexos, de poseer y ser poseído/a, el producto se vende entonces como mercancía sexual enmascarada” (Loy y Vidart: 2008).***

Estos rostros bellos no solo aparecen en la TV, sino también en pasarelas, revistas, web, diarios, se han vuelto parte del mercado masivo de comunicación.

Mujeres comparadas con mercadería, un estereotipo de belleza convertido en ícono del *deber ser* o aspiracional del mundo y de lo íntimo.

***“Su destino está íntimamente ligado con el del cambio que no cesa, con el de la humanidad esclavizada por el afán de comprar” (Loy y Vidart: 2008).***

Para Loy y Vidart todos estos ideales y estereotipos de belleza llevan a que la perfección corporal sea un emblema, de lo cual la lencería no escapa de pregonar e incentivar estas máximas sociales del consumo y del poder.

# 03

## *ETAPA 2\_ TRABAJO DE CAMPO*

- 67. Metodología aplicada
- 68. Estudios previos de la imagen corporal
- 69. Análisis**
- 70. Entrevistas Diseñadoras
- 88. Entrevistas Usuarías
- 106. Apreciaciones generales de las entrevistas
- 108. Análisis de la imagen
- 114. Análisis del cuestionario
- 126. Autocrítica de las herramientas visuales de investigación

**MARCO  
TEÓRICO**

# METODOLOGÍA APLICADA

La metodología que se aplica en este trabajo corresponde a una investigación interdisciplinaria que pone en diálogo el cuerpo y la lencería en un contexto dependiendo de la cultura, de la sociedad y de la economía, así como otros factores que influyen en esta construcción.

Para llevar a cabo el trabajo de campo se realizó una búsqueda exhaustiva en cuanto a herramientas de investigación, para responder las preguntas y objetivos planteados.

## OBJETIVOS

### GENERAL

- | Estudiar la imagen corporal en relación al diseño de lencería y las implicancias de los discursos sociales y culturales en el cuerpo de la mujer .

### PARTICULAR

- | Indagar el vínculo social, cultural y político que existe entre el uso de lencería y el cuerpo.
- | Estudiar el cuidado corporal y de belleza en tanto a productos en términos identitarios de clase social.
- | Estudiar las representaciones mentales del cuerpo propio y del cuerpo de los demás, en la población femenina.
- | Analizar los vínculos entre la imagen corporal creada y el uso de prendas de lencería.
- | Analizar las representaciones corporales de las campañas publicitarias presentes en los discursos emitidos por las marcas de lencería uruguayas.

Los instrumentos creados para concretar esta etapa fueron pensados de manera que permitan evaluar la imagen corporal, involucrando la estimación de tamaño y forma (dimensión perceptual), así como también, las evaluaciones subjetivas de actitudes y conocimientos (dimensiones cognitiva y afectiva). Asimismo utilizamos la modalidad de entrevistas para recabar datos y entablar un diálogo con el entrevistado para conocer diferentes puntos de vista.

Las entrevistas estaban pensadas con el fin de retratar el vínculo de las mujeres con la lencería e indagar en las construcciones socioculturales del cuerpo de la mujer.

Se tuvieron en cuenta dos formatos de entrevista, el de diseñadoras y el de usuarias. Las entrevistas también contaban de una segunda parte visual en la cual el entrevistado asociaba su cuerpo a una imagen que tenía siete siluetas corporales diferentes, de las cuales tenía que elegir una.

En una segunda instancia se hacía asociar un texto descriptivo de un perfil de persona, y se le pedía al entrevistado que lo asocie a un cuerpo dentro de la misma imagen mostrada anteriormente. El texto descriptivo corresponde a los valores del cuerpo hegemónico que tiene nuestra sociedad, entendida ésta como la capitalista patriarcal. A continuación se les mostraba imágenes de producciones publicitarias de marcas nacionales de Diseño de lencería y se les pedía que se identificaran con una de ellas y su por qué.

Tomamos varios estudios y análisis como referencia a seguir del libro de Pruzinsky así como también posibles errores.

Por ejemplo el conocimiento de la Antropometría nos proporcionó herramientas de trabajo y datos sociales ya recabados respecto al comportamiento del hombre y la mujer con su imagen corporal.

Asimismo se realizó un cuestionario online abierto a todo público, en el que utilizamos juegos de imágenes de campañas publicitarias de lencería, las que muestran diversas corporalidades, objetivos y estilos. También vemos múltiples opciones de conceptos asociados a la imagen en la cual el interlocutor tenía que elegir por una o más opciones.

## **ESTUDIOS PREVIOS DE LA IMAGEN CORPORAL**

Para Pruzinsky son diversos los factores externos que influyen en los modelos corporales que tenemos de nosotros mismos.

Dichos factores son: la edad, el sexo, los medios masivos de comunicación, la educación, la clase social, situación económica, etcétera.

### **LA IMAGEN CORPORAL EN LAS MUJERES**

Varios estudios han revelado que la gran mayoría de las mujeres están insatisfechas con su tamaño corporal, según Cash, Winstead y Jonda en 1986.

Para cambiar esta apariencia utilizan la indumentaria, las cirugías, la ropa interior, dietas, ejercicios. Generalmente las áreas corporales más problemáticas son las caderas, abdomen y glúteos.

### **LA IMAGEN CORPORAL EN LOS HOMBRES**

El nivel de insatisfacción con el propio cuerpo es considerablemente menor que en las mujeres. Una encuesta realizada por los investigadores Cash y Cols en 1986, reveló que el porcentaje de disconformidad con su propio cuerpo era mucho mayor en las mujeres. Los hombres se encuentran más preocupados por aumentar su masa muscular, y las mujeres por disminuir la grasa corporal.

Según otro estudio realizado en 1985 por Fallon Rozin existe un gran desconocimiento en cuanto al desarrollo corporal preferido por el sexo opuesto.

Por ejemplo: los hombres creen que las mujeres prefieren hombres más musculosos de lo que en realidad les gusta.

Según la teoría expresada en el libro de Pruzinsky existe una influencia de los medios masivos de comunicación sobre la imagen corporal individual. Estas imágenes son tomadas como la norma e ideales de salud y de belleza.

Para Pruzinsky desde nuestra infancia somos expuestos a estas concepciones culturales de belleza, de la cual no podemos escapar. Estos ideales en la niñez están brindados por los juegos, las actrices de cine, bailarinas y héroes.

En nuestra investigación reforzamos estos datos con las técnicas de entrevistas a nivel local.

En cuanto a los juegos de imágenes realizados tenemos en cuenta algunas consideraciones advertidas por Pruzinsky que pudieron haber influenciado en los resultados.

- | \_ Por ejemplo en la representación de la propia imagen corporal no debería influir el contexto social para ser lo más exacta posible. Pero esto es muy difícil ya que la propia construcción de nuestra imagen es también conjugada por el exterior.
- | \_ Las diferencias entre las representaciones corporales externas deben ser perceptibles. Si esta diferencia corporal es muy pequeña no se distingue como diferente. Esto puede ser porque el ojo humano no lo percibe a simple vista, aunque particularmente en nuestras imágenes se utilizaron corporalidades con muchas diferencias, en las cuales las mismas eran de gran notoriedad.

# ANÁLISIS

## **1\_A : ENTREVISTAS**

Se utilizaron dos formatos diferentes de entrevista distinguiendo entre diseñadoras y usuarias de lencería. Ambos formatos constan de dos partes. La primera, de preguntas, en la cual se busca la charla con la entrevistada, que surja cierto debate y polemizar el tema. Y una segunda parte que consta de dos juegos con imágenes, en las cuales la entrevistada tiene que elegir un cuerpo de los 7 que se presentan. La primera asociación que se le pide es respecto a su propio cuerpo y la segunda es una asociación según un texto de un perfil de valores asociados a un cuerpo hegemónico. No se utilizó otro tipo de texto, ya que se quería visualizar según las selecciones si es válido que estos valores de "deber ser" se asocian a un cuerpo delgado, caucásico y esbelto.

En cuanto al nivel participativo, se obtuvo mayor recepción por parte de las usuarias que de las diseñadoras.

Nos preguntamos el porqué de dicha resistencia ¿Inseguridades personales? ¿Temores? ¿Ante posibles evaluaciones y/o críticas...?

## ENTREVISTA A LAS DISEÑADORAS

Se invitó a varias marcas de lencería de Montevideo, las cuales el 50% de éstas accedieron a ser entrevistadas, se obtuvo más respuesta de las marcas que tienen pocos años o que recién comienzan.

El texto de invitación fue: "Hola, cómo estás? Somos estudiantes de la EUCD, estamos realizando la tesis de grado. Nuestro tema es Diseño de lencería y su vínculo con el cuerpo, nuestras tutoras son Sofía Martínez y Rita Soria. Estamos invitando a distintas diseñadoras para realizar entrevistas, nos interesa saber cual es tu visión al respecto del tema. Aguardamos comentarios y esperamos contar contigo. Gracias por tu tiempo, saluda atentamente. Inés y Lucía".

Las marcas que aceptaron ser entrevistadas fueron cinco: Anémona, Bralette, CatWalk, Loba, Nude, y se realizaron en el período de setiembre-octubre del 2018.

### OBJETIVO:

- | Conocer qué parámetros se tienen en cuenta a la hora de diseñar.
- | Cómo llevan a cabo la imagen de sus productos y cómo conquistan al usuario.

### PREGUNTAS

- 1 ¿Qué te sugiere la palabra lencería?
- 2 ¿Existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?  
**Si-** ¿Cuál es la diferencia?  
**No-** ¿Por qué crees que no hay diferencia?
- 3 ¿Qué tipo de materiales utilizas?
- 4 ¿Para qué momentos es la ropa que tu diseñas?
- 5 ¿Qué relación tiene la lencería con la intimidad?
- 6 ¿Qué relación tiene la lencería con el erotismo?
- 7 ¿Qué relación tiene la lencería con la seducción?
- 8 ¿Qué relación tiene la lencería con la sensualidad?
- 9 ¿Qué dicen tus clientas sobre el efecto de tu ropa sobre sí mismas y sobre sus parejas?

- 10** ¿Qué opinas sobre la lencería específicamente erótica?
- 11** ¿Cómo expresa la ropa interior los ideales de vida?
- 12** ¿Cómo se conjuga la existencia del afuera con una línea de ropa interior?
- 13** ¿Qué otros elementos inciden además del cuerpo y cómo se incorporan a tu línea de diseños?
- 14** ¿Cómo somos las uruguayas en cuanto a los colores en esto de la lencería?
- 15** A la hora de la producción de fotos, ¿Qué características corporales buscas en las modelos para tus campañas publicitarias?

Las diseñadoras entrevistadas provienen de diversos ámbitos de estudios, algunas provienen de la UTU, de la EUCD y otras de escuelas privadas de Diseño y de Comunicación. Esto incide en sus opiniones ya que sus discursos son diferentes respecto a la lencería y al cuerpo, partiendo de la premisa que sus educaciones y enfoques son distintos en cada Institución educativa.

Se observa que los nombres de cada marca son sugerentes, en cuanto al simbolismo femenino, resaltando a Loba y a CatWalk con mayor conceptualización por el significado del nombre. Asimismo por los atributos que aportan los productos a comercializar. Cabe destacar que la marca no solo es su nombre, sino que también es el producto, cómo lo vende y publicita.

*\* Estas preguntas fueron extraídas del libro *Cuerpo Vestido y Cuerpo desvestido*, de Loy y Vidart -entrevista que le hicieron a Loreley Turielle (Srta. Peel)-.*

### **TRANSCRIPCIÓN AUDIO**

Número	Página
#1 Bralette	137
#2 Anémona	144
#3 Nude	148
#4 Catwalk	154
#5 Loba	160

### 1. ¿QUÉ TE SUGIERE LA PALABRA LENCERÍA?

<b>ANÉMONA</b>	"Sensualidad, comodidad...."	137
<b>BRALETTE</b>	"Sensualidad, ocasión especial, seducción, intimidad, seguridad...."	144
<b>CATWALK</b>	"Sensualidad, erotismo..."	148
<b>LOBA</b>	"Erotismo, negro, encaje, sensualidad..."	154
<b>NUDE</b>	"Segunda parte de uno mismo, segunda piel, comodidad...."	160

En cuanto a la primera pregunta de la entrevista: "¿Qué te sugiere la palabra lencería?", las respuestas de las diseñadoras son muy similares, si hay algo en lo que parecen estar de acuerdo es que la lencería les sugiere sensualidad. Muchas resaltan su importancia por ser de uso personal y es la primera capa textil que se encuentra en contacto con los órganos genitales y los senos. Hubo muchas otras apreciaciones al respecto como ser, encaje, o asociarla al color negro, pero lo que nos llamó la atención fue que solo una de ellas relaciona la lencería con el acto sexual, nombrando al mismo como "ocasión especial". La utilización de esta frase para nombrar al sexo, se hace repetitiva a lo largo de las entrevistas y la podemos encontrar en la mayoría de las entrevistadas. Esto demuestra entrelíneas que aún existe cierta timidez o tabú al hablar del sexo.

### 2. ¿EXISTE ALGUNA DIFERENCIA ENTRE LENCERÍA Y ROPA INTERIOR? ¿CUÁL?

<b>ANÉMONA</b>	"...es como una ropa interior pero más delicada..."	137
<b>BRALETTE</b>	"...si la lencería se usará como para todos los días pero para mí es todo lo mismo..."	144
<b>CATWALK</b>	"...para mi dentro de la lencería entra todo lo que es ropa interior..."	148
<b>LOBA</b>	"...la lencería...quiere transmitir algo más, la sexualidad..te lo puedes poner y sentirte sexy...."	154
<b>NUDE</b>	"...la ropa interior es como más básica, como más conservadora..."	160

En cuanto a si existe o no una diferencia entre ropa interior y lencería se observa que hay tres diseñadoras que marcan una clara diferencia. Para ellas la lencería es una prenda más delicada, que se utiliza para expresar la sexualidad. En otras palabras separan la lencería según su uso, haciendo hincapié en los atributos especiales que posee, como ser los materiales, así como también según las intenciones que se tenga con la prenda. De hecho una de las entrevistadas nos expresa "*...cuando te pones ropa interior no estas buscando lo mismo que cuando te pones lencería.*" (Loba, p. 161). Otras dos diseñadoras no resaltan grandes diferencias entre ropa interior y lencería.

Cada diseñadora tiene diferentes opiniones respecto de la lencería según sus funciones, algunas le adjudican un uso más pasional distinguiendo su propio producto de la ropa interior.

Existe un interés general en la comodidad de la prenda por parte de las diseñadoras, pero las dos profesionales provenientes de la UTU lo resaltan más aún. Si analizamos

la forma de construir la prenda en base a una moldería, la misma se construye con una tabla de talles que diferencia los cuerpos, precisamente según los talles. Nos preguntamos ¿No caemos es una *standard* de cuerpos?

### 3. ¿QUÉ TIPO DE MATERIALES UTILIZAS?

<b>ANÉMONA</b>	"Encaje, terciopelos, algodones, lycra..."	137
<b>BRALETTE</b>	"Puntilla elastizada, encaje, lycra de malla, lycra swim, algodón..."	144
<b>CATWALK</b>	"Lycra, algodón..."	148
<b>LOBA</b>	"Encaje, puntilla, microtul elastizado, velvet..."	154
<b>NUDE</b>	"Terciopelo, microtul, satén elastizado..."	161

Las diseñadoras utilizan prácticamente los mismos materiales para sus productos, de los cuales predomina el uso de lycra y de encajes. Entonces son materiales que con las transparencias, las texturas delicadas, acompañan la suavidad de la piel marcando la silueta curva de la mujer. Es aquí que destacamos de Saltzman al decir que los distintos materiales textiles dibujan diversas siluetas a diseñar.

Ponen énfasis en la búsqueda de materiales nobles, lo cual hace que el producto tenga un costo elevado. A su vez hay que agregarle la impronta personal de la marca, que es el valor estético y el diseño. Estamos hablando de productos que marcan un estatus social y conforman un determinado estilo de vida que implica el interés en el cuerpo y su belleza, así como también requiere de una inversión para resaltar los atributos corporales personales (como nos dice Bourdieu, el gusto expresado en el cuerpo).

**4. ¿PARA QUÉ MOMENTOS ES LA ROPA QUE TU DISEÑAS?**

<b>ANÉMONA</b>	"...la hago más como para el día a día pero sé que hay gente que la usa para momentos puntuales..."	137
<b>BRALETTE</b>	"hay piezas que son..para momentos especiales..la mayoría son para usar todos los días"	144
<b>CATWALK</b>	"...que puedas abarcar todo, capaz que es de una parte de más intimidad con otra persona o consigo misma, pero también que lo puedas usar diariamente sintiéndote bien contigo misma.."	148
<b>LOBA</b>	"Para todos los días. Hay prendas que capaz que sí que son un poco más jugadas, como los arneses, o los portaliñas.."	154
<b>NUDE</b>	"mucha gente que me ha comprado me dice que la utiliza todo el día...y otras...para momentos especiales o tener intimidad ... la diseñe pensando en vos usala cuando a vos te guste."	161

La mayoría de las diseñadoras de lencería, también son usuarias y nos cuentan que en general la lencería que diseñan es de uso diario, aunque podemos ver que cada una comenta determinadas excepciones respecto a sus prendas. Bralette hace una distinción de las prendas según la situación de uso, no utilizan las mismas prendas para ir al gimnasio que para ir al trabajo. Aquí podemos observar como las actividades que realizamos también condicionan nuestro vestir, confirmando la teoría de Boltanski que los diferentes usos sociales del cuerpo están condicionados por diversos factores pertenecientes a la lucha de clases.

En el uso de determinado tipo de lencería para diferentes situaciones nos expresaron que depende de cada cliente, igualmente distinguen un tipo de lencería más provocativa que de la tela de algodón como de uso diario.

Las diseñadoras entrevistadas tienen concepciones diferentes respecto a la lencería y lo hacen con un propósito diferente, por ejemplo al arnés, o a los portaliñas los excluyen del uso diario.

Se resalta el uso de la lencería asociado al bienestar personal. ¿De dónde proviene esta asociación? Tal vez la lencería juega un rol importante en la imagen personal.

### 5. ¿QUÉ RELACIÓN TIENE LA LENCERÍA CON LA INTIMIDAD?

<b>ANÉMONA</b>	"...a la hora de verse la mujer al espejo con la lencería se sienta linda... la haga sentir segura también en un momento íntimo."	138
<b>BRALETTE</b>	"Mucha... lo podés usar como un juego de seducción, aumenta muchísimo la seguridad"	144
<b>CATWALK</b>	"Para mí es empoderarse, sentirte más plena contigo misma como para con la intimidad como con una misma."	148
<b>LOBA</b>	"Todo, porque es íntimo. Aunque está bueno jugar como que la intimidad llegue al borde de lo público, como que hoy en día no hay una intimidad."	154
<b>NUDE</b>	"...bastante relación... a veces el hecho de ponerse algo más lindo, o algo que la haga sentir linda es como bueno la hace sentirse mejor..."	161

Al relacionar la lencería con la intimidad podemos ver que se confirma lo planteado por Loy y Vidart, como la cultura y la moda se meten tan intrínsecamente en la vida que genera cambios en costumbres y en los usos de la ropa. Por ejemplo Loba nos comenta "...esta bueno jugar como que la intimidad llegue al borde de lo público." (Loba, p. 161) Hoy en día, se pierde la barrera entre lo público y lo privado, lo vemos reflejado en el uso de soutien como top de salidas nocturnas. Asimismo podemos observar cómo han cambiado los hábitos de uso del vestir según la cultura. Como hace referencia Mauss que cada cultura tiene sus propias técnicas corporales y cómo las mismas se transmiten en el tiempo y cambian radicalmente. Las técnicas corporales varían según los modos de vida y la sociedad a la que pertenecemos.

En cuanto a la lencería, podemos ver que todas han destacado un realce de la seguridad personal a la hora de usarla. ¿Por qué la lencería hace sentir seguridad? Lo expresan como un empoderamiento, al sentirse más bella y sexy, y que esto ayuda mucho en la autoestima de la persona que lo usa. Aquí aparece la belleza corporal asociada a la seguridad personal, en tanto que es más aceptada. Es entonces que surge el diálogo entre la imagen pública de la belleza legitimada socialmente con la persona en su intimidad.

Algunas diseñadoras han vinculado el uso de la lencería con un fin particular, aquí podemos ver como la lencería juega siendo el aditamento corporal cultural, el cual dialoga directamente con el deseo. Con el deseo propio y el de la pareja. Asimismo no nos podemos olvidar de lo que exponen Loy y Vidart acerca de que a la mujer le han enseñado a ser deseable y a prepararse para el otro. Entonces, ¿la lencería no se afirma en esta construcción cultural de la mujer en base a lo que "debe ser"?

	<b>6. ¿QUÉ RELACIÓN TIENE LA LENCERÍA CON EL EROTISMO?</b>	<b>7. ¿QUÉ RELACIÓN TIENE LA LENCERÍA CON LA SEDUCCIÓN?</b>	<b>8. ¿QUÉ RELACIÓN TIENE LA LENCERÍA CON LA SENSUALIDAD?</b>	
<b>BRALETTE</b>	"Muchísimo. Hay muchas personas que tienen fetiche con la lencería, tengo clientes que me piden para sus esposas prendas más sugerentes, no sé, porque tienen picardía les juega muchísimo el erotismo.."	"Que no sea algo sexual, pero sí que sea sexy, sensual no sexual... todo influye en que seduzca o no la prenda"	"... jugamos mucho con lo sensual, pero no llevándolo a lo erótico, a lo sexual digamos... hacemos una combinación entre elegancia y sensual.."	138
<b>ANÉMONA</b>	"...depende de la lencería ¿no? Hay alguno que capaz que sí, a cierta gente le parece más erótica y la usa para momentos..."	"Medio como lo mismo, capaz. A mí me gusta la seducción de qué no muestre tanto..."	"Medio lo mismo en realidad... Si la persona se siente cómoda con la prenda, se va sentir segura, sensual.."	144
<b>NUDE</b>	"...que la mujer se destape un poco más viste...ponele arnés no hago pero está bueno para que mujeres demuestran esa parte suya."	" si bastante, por lo que te decía anteriormente, como que la mujer busca como sentirse más atractiva o gustarle más al hombre o a sí misma"	"es como lo mismo, cuando vos querés gustarte a vos misma haces lo mismo que cuando vas a gustarle a alguien más"	148
<b>CATWALK</b>	"Es la última capa antes de la total desnudez. Entonces es ese fetiche de ir llegando a... y es como el último velo"	"Como un arma de empoderamiento. Uno sentirse más a fin de poder lograr la seducción. O de ser seductor."	"Para mí la sensualidad y la seducción, uno viene a ser como la acción y lo otro es como lo mío propio. Pero yo igual me seduzco a mí "	154
<b>LOBA</b>	"La lencería para mí busca el erotismo"	"Con la seducción también. Si, van de la mano. Una busca... con la lencería busca la seducción."	"sentirse una loba es sentirse una mujer que vive su sensualidad por más de que tenga una pareja o no tenga una pareja, ya te ponés una bombacha loba y te erotizás con vos misma"	161

Cuando se preguntó acerca de la relación entre lencería y erotismo, sensualidad y seducción, en preguntas separadas, vemos que algunas de las entrevistadas no encuentran diferencias en los términos. Resaltamos que dos de ellas nos comentan lo mismo en las tres preguntas, por eso en nuestro análisis las hacemos juntas. Podemos ver que son términos que se relacionan entre sí, pero no son lo mismo.

***Erotismo: Pasión, Amor.***

***Seducción: Acción de seducir, hacer que una persona se sienta atraída por ella.***

***Sensual: Sensaciones producidas por los sentidos relacionado con ellas.***

Nos cuestionamos el por qué a nivel de internet cuando buscamos estas palabras por separado, en varias definiciones son adjetivos atribuidos sólo al sexo femenino, lo que nos enseña una sociedad centrada en el poder masculino.

Cada marca de diseño tiene sus concepciones respecto a los términos, por ejemplo en el caso de Bralette que asocia a la sexualidad a lo vulgar y la sensualidad a la elegancia.

Podemos observar una plena coincidencia en sus discursos en cuanto al valor de la lencería en la persona y en el cuerpo. Aparecen las palabras "juego", "fantasía" e "imaginar", en cómo la lencería influye en la dialéctica corporal a la hora de mostrar/ ocultar, y con lo público y lo privado, esto forma parte del seducir al otro.

Las entrevistadas expresan que al sexo opuesto le gusta jugar con la lencería, y fantasear con la prenda potenciada con la utilización de determinados materiales.

Las diseñadoras expresan una relación en cuanto al poder de la lencería como arma seductora, y el ser deseable como empoderamiento personal. Ser deseable para uno mismo como para el otro. Catwalk adjudica a la lencería ese poder de auto seducirse, cuando en realidad, en el lenguaje formal el seducir involucra por sí misma a otra persona.

Cabe destacar que se pone a la lencería como una herramienta de empoderamiento y de autoconfianza, relacionándola directamente con lo erótico y sexy. Pensamos que al ver una mujer con determinada lencería en los medios masivos de comunicación, que como modelo, tiene determinados atributos corporales, se puede pensar que al usar dicha lencería también se pasa a poseer los atributos del cuerpo de la modelo. Nos referimos al ejemplo ya explicado por Loy y Vidart en cuanto al cuerpo femenino como campaña publicitaria.

¿Será que existe el hábito de ver una mujer en lencería en los medios masivos de comunicación con determinados atributos corporales, y que su uso significa una extensión de los atributos de la modelo a la usuaria? Se trata de acercar ese cuerpo ideal al usuario a través de la prenda.

Podemos ver que en reiteradas ocasiones se repite el vínculo de la lencería con la autoestima personal y en cuanto al gustarse más. Nos preguntamos porqué se resalta mucho esto, ¿cuál es el problema?, ¿existe tanta disconformidad con el propio cuerpo?

Tal vez los ideales ofrecidos o vistos en los medios masivos de comunicación no se corresponden tanto con el cuerpo real femenino, generando una disconformidad.

La belleza es un valor cultural que se quiere imitar, que se persigue.

Siguiendo la teoría de Porzeczanski el cuerpo es utilizado como lienzo de expresión modelado según los ideales de vida en donde reflejan los conceptos de belleza y fealdad.

Asimismo, una diseñadora nos comenta las expresiones de las clientas buscando algo sexy y que no encuentran por su tamaño de senos, "estos soutienes horribles que no me gustan", vemos como las corporalidades que no están contempladas por el mercado son las que se salen del promedio. Como nos expresa Bourdieu, cuanto más lejos del ideal, más disconformidad personal.

**9. ¿QUÉ DICEN TUS CLIENTAS SOBRE EL EFECTO DE TU ROPA SOBRE SÍ MISMAS Y SOBRE SUS PAREJAS?**

<b>BRALETTE</b>	"A mí me quedó una frase que me dijo una, "me sentí segura con 45 años y pude reavivar la llama con mi marido...es uno de los propósitos más grande que tiene Bralette es ese, el de la seguridad, el de la comodidad con uno mismo"	139
<b>ANÉMONA</b>	"una vez que encuentran el soutien adecuado se van encantadas. No es por exagerar pero se van chochas, y cómo que eso... ya las ves diferente y eso está re bueno...Ha venido pero mandado por sus parejas. Viene con una foto..."	145
<b>NUDE</b>	"que les resulta re cómoda principalmente, ehm que les gusta la tela que uso, que no se, es como que hay algunas que se las ponen en el día a día y otras que se lo ponen, la dejan para esos momentos...ahí supongo que ya ahí le debe servir para gustarle a la otra persona, supongo"	149
<b>CATWALK</b>	"Me siento increíble, voy caminando por la calle en jogging y me siento re zarpada igual porque tengo la Catwalk abajo y está demás eso..."-no, es que viene mi novio que se fue de viaje tres meses " es como que ¿entendés? es como el aspecto sorpresa. "Me puse esto para vos" "	155
<b>LOBA</b>	"La comodidad y que se sientan consigo mismas bien, a gusto con las prendas...le causaba " ah, me lo puse y mi novio se murió, quedó loco" "o mi novia o..."	162

En cuanto al efecto que generan en el usuario, las prendas que diseñan, nos hacen comentarios super positivos, resaltando su particular interés en la preocupación por la comodidad y en lograr sentirse bien con uno mismo. Algunas diseñadoras nos comentan opiniones de sus clientes como en el caso de CatWalk, *"Me siento increíble, voy caminando por la calle en jogging y me siento re zarpada igual porque tengo la CatWalk abajo y esta demas eso"* (p. 155). , o como en el caso de Bralette que una cliente le agradeció el producto que hacía, ya que le significó un cambio, *"Me sentí segura con 45 años y pude reavivar la llama con mi marido"* (p. 139). Vemos que los comentarios de las clientas respecto a la lencería son muy positivos. Asimismo nos distinguen que tienen dos grandes tipos de usuarias, las que consumen siempre lencería para su vida diaria y las que solo la consumen para tener sexo. También nos comentan que los hombres le han comprado lencería a su pareja.

En general también vemos un discurso de más liberación de la mujer en relación al uso de la lencería. Nos comentan que eligen la lencería pensando en ellas mismas, o como se vean ellas, más sensuales. También resaltan la no utilización de determinados materiales como el aro, demostrando una conciencia en la historia opresora de la lencería en cuanto al cuerpo femenino.

*"Yo cuando di la historia de la lencería me quería matar cuando leía las cosas, eran como cárceles en el cuerpo, es una hostigación todo el día"* (Bralette, p. 139).

Entonces se adjudican cambios en la lencería, como el dejar de usar aro y *push up*, siendo primordial la comodidad de la persona. Aquí vemos expresado lo planteado por Mauss como los hábitos cambian con el tiempo y engloban un comportamiento corporal diferente, (Boltanski). Estos cambios sociales se reflejan en las prendas que usamos, pero aún así la imagen pública de una mujer con lencería no deja de estar sexualizada. Se resalta mucho el acto liberal que existe de sacarse una foto con la lencería de la marca y subirla a las redes sociales, según las diseñadoras esto refleja una mayor aceptación del propio cuerpo, como de lucirlo al público.

*"...todas se sacan fotos, todas se suben porque todas se ven a ellas mismas, buscan verse a ellas mismas bien, lindas, sensuales, parece..."* (Loba, p. 162).

Pero nos acordamos de Foucault y cómo actúa el poder, ¿No será otra forma de dominio? Tantos años con un discurso tabú de la sexualidad, que alrededor de esto se crearon instituciones generadoras de una sexualidad controlada, y que este mismo poder necesita de la revolución para auto-sustentarse. Un determinado discurso reiterativo genera la exacerbación opuesta respecto a eso que se quiere controlar. Pero esta acción del usuario ¿No será también autoafirmación en tanto que le guste al resto? Entonces, la elección de la lencería no será solo pensando en la propia persona, sino en el exterior. Porzecanski afirma que los discursos que se generan en cuanto a lo que es una persona, también dependen de la palabra del otro.

**10. ¿QUÉ OPINAS SOBRE LA LENCERÍA  
ESPECÍFICAMENTE ERÓTICA?**

<b>BRALETTE</b>	"Ah, me encanta, me fascina. Yo soy una persona que tendría diez mil trajes...Bueno, queremos hacer arneses en realidad, me gusta que haya ese sector en la lencería de lo erótico, se debería explotar muchísimo más."	140	Las diseñadoras nos dieron sus opiniones respecto a la lencería erótica, las que fueron muy diversas. Algunas distinguen la utilización de materiales determinados que conllevan una funcionalidad diferente de la prenda. Otras adjudican al cuerpo el carácter erótico y como la prenda logra potenciarlo, "...cualquier lencería puede llegar a ser erótica,....Capaz que un calzoncillo puede llegar a ser mucho más erótico que un soutien push up." (CatWalk, p. 155).
<b>ANÉMONA</b>	"todavía no llegué al encuentro para hacer ese tipo de lencería, no es algo que me nazca en realidad... Viste que es más con elásticos, menos prenda podríamos decir."	145	A otras la lencería erótica les encanta y les parece que abre la mente, y que tendría que haber más mercado para eso. Otras diseñadoras lo relacionan con el autoestima, al animarse o no a usar ese tipo de ropa. Como que el animarse a usar esas prendas fuera una cuestión de sentirse cómoda con el cuerpo de una. Asimismo encontramos a diseñadoras que no hacen lencería erótica pero porque no la usan, y se entrevé una cuota de osadía en el hecho de usarla, ¿Qué es lo que hace al acto liberado de asociar a el animarse a usar o no determinadas prendas? Tomando la teoría de Foucault en el sentido de quien legitima y quien desestima en la sociedad, y quien imparte el acto ordenado regulado de a quien se le permite o no hacerlo o usarlo, tomando como referencia el ideal corporal. A su vez Loy y Vidart afirman que son las tendencias comerciales las que dictaminan qué se cubre y que se descubre, así como también qué se utiliza y qué no.
<b>NUDE</b>	"...depende de cada mujer, cual es la que consideran más erótica, capaz que hay algunas que consideran más eróticas un arnés o algo por el estilo que muestre pero apenas, las que tapen mejor dicho, y otras capaz que consideran erótica otra cosa...mi opinión personal es que no la uso, porque es como un proceso también, ¿no? empezar a descubrirte a vos misma y empezar a animarte a usar otras cosas..."	149	
<b>CATWALK</b>	"...es como que tiene demasiada carga y capaz que cualquier lencería puede llegar a ser erótica. Era lo que decíamos. Capaz que un calzoncillo puede llegar a ser mucho más erótico que un soutien de pushup..."	155	En el caso de Anémona, expresa en la pregunta número 8 "A mí me gusta la seducción de qué no muestre tanto...", y en esta pregunta contestó «todavía no llegué al encuentro para hacer ese tipo de lencería, no es algo que me nazca en realidad..."(p. 145).. En el trabajo de campo se pudo observar que la prendas tienden a tapar mas, que no son tan sugerentes como las de las otras marcas, de hecho ella nos comentó que su marca era asociada a personas obesas. Entonces, ¿Puede influir el hecho de no tener un cuerpo hegemónico, el querer ocultarlo?
<b>LOBA</b>	"Mi opinión es que está demás, que hay que usar, que es...suma por todos lados, innova en la picardía de cada una, en sentirse diferente en la intimidad."	162	

**11. ¿CÓMO EXPRESA LA ROPA INTERIOR  
LOS IDEALES DE VIDA?**

<b>BRALETTE</b>	"Empoderamiento femenino. Esas dos palabras. En esas dos palabras se refleja todo, el estilo de mi vida o lo que queremos lograr."	140	<p>Con la pregunta que relacionaba los ideales de vida con la lencería, tuvimos algunos problemas, ya que algunas de las entrevistadas no entendían a qué se refería con ideal de vida. La gran mayoría nos respondió que apuntan al empoderamiento femenino, y que la mujer se tiene que animar a más, que hay que consumir más lencería erótica.</p> <p>Se plantean cambios en cuanto al uso de la prenda y a que sea más natural, sin agredir al cuerpo. Como vimos anteriormente se critica mucho el uso de push up y el aro, y se apuesta a realizar lencería sin eso. Aquí vemos como los estilos de vida y los intereses varían según la cultura y la época, estos cambios los vemos plasmados en los gustos, en las actitudes, en la ropa que usamos así como también se expresan en la lencería. Hay una necesidad de remarcar que las mujeres estamos cambiando ¿pero nos empodera la lencería? Es más liberal hoy que el cinturón de castidad, pero es seguir repitiendo los mismos patrones bajo otros roles de domino. A su vez dos de las diseñadoras nos marcan un discurso consciente con el medio ambiente en cuanto al desperdicio, también en cuanto a los materiales que se utilizan y la mano de obra nacional. Esto le agrega un plus al diseño. Esto nos habla de los hábitos de consumo de determinada clase social, que conlleva un determinado uso social corporal o ideal de vida a seguir.</p>
<b>ANÉMONA</b>	"Las prendas y las colecciones siempre las pienso como para que la mujer primero que nada se sienta segura, que es para mí la base. Y después capaz que hay líneas que se piensan más para que sean un poco más sensuales, por decir algo, pero ta, no sé bien."	146	
<b>NUDE</b>	"Y capaz que es como una meta un objetivo comprarse ropa interior, comprarse ropa más linda o más sexys o buscar marcas o también esto de apostar por lo nacional, la producción de acá... Hace que las mujeres tengan otra visión sobre la lencería, que capaz que es a lo que apunto yo no, lo que no busquen lo preformado, el push up que te aumenta no se tres talles si, y tratar de buscar de ser un poco más natural"	150	
<b>CATWALK</b>	"...lo de que en la comunicación intento no plasmar algún rostro o para...para que vos siempre te puedas sentir parte o siempre puedas sentir que vos podés ser una CatGirl (Es como una mujer audaz).."	155	
<b>LOBA</b>	"Al 100...Mi vida. más que nada a mí, lo que me hace reflejar es el proceso de diseño que las prendas que hago yo, trato de no generar residuos, los recortes los dono...los precios trato que no sean inaccesibles "	163	

**12. ¿CÓMO SE CONJUGA LA EXISTENCIA DEL AFUERA CON UNA LÍNEA DE ROPA INTERIOR?**

<b>BRALETTE</b>	Se omitió esta pregunta porque la entrevistada lo asoció a la pregunta anterior.	140
<b>ANÉMONA</b>	"Básicamente siempre lo hago para que sea interior y no que se muestre tanto, pero me ha pasado de personas que si lo usan para el exterior tipo TOPS capaz que la mayoría no pero hay alguna que se anima y sí lo usa pero no hago prendas pensando que jueguen los dos roles"	146
<b>NUDE</b>	"...veo chiquilinas que le encanta lo que hago pero no se compran porque no tienen push up o algo así, entonces ta estamos en un momento de transición y todo pero a la gente le cuesta."	151
<b>CATWALK</b>	"...es como siempre juega con que se muestre un poco pero hoy por hoy la tendencia en lencería es que se muestre un poco, entonces no sé si es propio mío o una tendencia que está circulando y yo la estoy tomando."	156
<b>LOBA</b>	"...se hace público, se deja entrever. Se deja entrever que es privado, pero te lo muestro."	163

Cuando preguntamos cómo conjugaba el mundo exterior con una línea de ropa interior, todas estuvieron de acuerdo en que la lencería juega con esa dualidad de los mundos, el de lo público y el de lo privado, nos han resaltado que esa línea está cada vez más difusa.

*"Me ha pasado de personas que si lo usan para el exterior tipo tops" (Anémona, p. 146).*

*"Hoy en día se rompe lo privado,... sigue siendo privado pero se abre una ventana para que puedas espiar" (Loba, p. 163).*

*"Siempre está abierta la puerta a que la gente empiece a mostrar lo privado" (CatWalk, p. 156).* Siguiendo la teoría de Saltzman que remarca que el textil conforma una dualidad funcional del espacio público y privado, en la cual se proyecta al cuerpo al exterior.

Aun así hay diferencias, algunas nos comentaron que su lencería no la hacen con un fin de que se luzca en el exterior, pero otras marcas, si tienen esa intención.

*"Porque yo capaz que estoy vestida, me levanto la polle-  
ra, te muestro la bombacha, o viene un viento y... y soy  
consciente que eso puede pasar y quiero que eso suceda."  
sucedá" (Catwalk, p. 156).* Asimismo hay una valoración de

astucia en ello, o conceptualmente como que hay que tener determinado valor para hacerlo, dando a entender que no todo el mundo lo puede hacer o se anima a hacer. Será cuestiones de costumbre o coraje ante determinadas situaciones.

Aparecen también nombradas las tendencias de moda y las marcas de diseño las toman en cuenta, ya que lo que está de moda se usa. Como nos decía Simmel en *Filosofía de la Moda*, que tiene un efecto de qué se quiere perseguir, e imitar con un fin de pertenecer y de sentirse parte, ya sea de un movimiento étnico o de una moda determinada. La moda es caprichosa y es una forma de regular las elecciones bajo determinados parámetros de gustos, es una moda de clase social.

Nuevamente podemos observar que aparecen las distintas convivencias con la lencería según la situación de uso y algunas otras, por necesidad.

*"Hoy voy a salir, me voy a poner una tanga", o "hoy me voy a poner una calza, tengo que ponerme una tanga porque se me va a marcar" (Catwalk, p. 156).*

Podemos ver que en ese imperativo de "tengo" es que juegan las construcciones culturales en cuanto a la belleza estética del cuerpo.

**13. ¿QUÉ OTROS ELEMENTOS INCIDEN  
ADEMÁS DEL CUERPO Y CÓMO SE  
INCORPORAN A TU LÍNEA DE DISEÑOS?**

<b>BRALETTE</b>	"...cuando busco inspirarme siempre pienso en el tipo de cuerpo que voy a beneficiar con la lencería porque hay distintos, entonces trato que sea todo uniforme con la naturaleza, me gusta mucho inspirarme en la naturaleza."	140
<b>ANÉMONA</b>	"En realidad no es como que en cada colección me inspiro en algo ni nada, si no trato de ver con los materiales que se consiguen acá, que es bastante complejo, tratar de crear algo que me guste y que crea que puede funcionar. No mucho más."	146
<b>NUDE</b>	"...lo que busco es usar apliques que no sean los tradicionales, por ejemplo, no quiero moñitas, no quiero perlititas, cositas así, por ejemplo, ahora voy a usar uno que es como un cuadrado de acero o los aros de acero o cosas así, pero no los típicos, detallecitos que no, muy nena...después busco combinar texturas y colores."	152
<b>CATWALK</b>	"Tendencias, por ejemplo o algo que me inspiró, puede ser, un libro, un cuadro, las telas más allá del cuerpo, es como que el material te dice para qué lado tiene que ir."	157
<b>LOBA</b>	"...en realidad la vara siempre pasa por mí, yo lo usaría así..."	164

En general vemos que cada marca de diseño busca diferenciarse de las marcas masivas, ya sea por los materiales, por inspiraciones o por contemplar el cuerpo natural del usuario. Bralette nos expresa que vincula la persona con la prenda, en cuanto a estilo de vida y a su comportamiento; ella, como diseñadora busca beneficiar al usuario con su producto. Moda distintiva que marca una distancia entre el consumo masivo de marcas industrialmente desarrolladas y el consumo de diseño de autor distinguido del resto (Simmel).

Aparece conjugado el gusto personal a nivel estético de modo caprichoso, con la utilización de tendencias de moda, ya sea para tomarla en cuenta o para oponerse a la misma.

*"...busco es usar apliques que no sean los tradicionales..." (Nude, p. 154).*

*"...crear algo que me guste y que crea que puede funcionar..." (Anémona, p. 146).*

*"La verdad que es re egoista pero siempre hago cosas que yo usaría, en realidad la vara siempre pasa por mí..." (Loba, p. 163).*

Podemos ver que existe el interés de crear la prenda con parámetros estéticos personales, como el ejemplo de CatWalk que tiene una tendencia fetichista y a veces le pone aros a la prenda por más que molesten, pero igualmente se los pone por lo que conlleva, siguiendo la teoría de Saltzman en la que menciona que los cierres y aperturas han tomado una significación erótica dependiendo del lugar donde se ubique la misma. "... tiene una carga instalada después de todos estos años que lleva a que una argolla ahí sea....no tiene nada que ver con el cuerpo..." (CatWalk, p. 157). Siguiendo la teoría de Loy y Vidart es que en el ejemplo expresado por CatWalk toma esa connotación ya que la sociedad es la que marca qué se muestra, que se destaca según la época y las normas, que están vinculadas al imaginario colectivo.

**14. ¿CÓMO SOMOS LAS URUGUAYAS EN CUANTO A LOS COLORES EN ESTO DE LA LENCERÍA?**

<b>BRALETTE</b>	"Uruguay es muy reservado aún, entonces generalmente busca colores más básicos como el negro, blanco, le gusta mucho el rojo, pero nada...."	140
<b>ANÉMONA</b>	"Bastante... En realidad tratas de poner otros colores, o sea, se quejan de los colores, hacés otros colores y vuelven a los clásicos, entonces me parece que son medio clásicas...negro a morir"	146
<b>NUDE</b>	"Eso, son muy conservadoras, como eso, siguen la tradición viste del blanco y negro, y ahora cuando se vino lo de la noche de la nostalgia, tipo cuando lo de la noche de la nostalgia, todo el mundo me decía, pah vas a ver que las mujeres re compran lencería bla bla bla, y yo ni ahí quise promocionar eso en realidad"	153
<b>CATWALK</b>	"Negro, negro, negro, negro, negro. Hice algunos colores alguna vez y no funcionó nada y volví al negro."	157
<b>LOBA</b>	"Ah, no sé. A mí me gusta el negro, siempre. Y el rojo....Blanco un poco sí, pero además acá en Uruguay no hay muchos colores que puedas encontrar."	164

Respecto al uso de colores en la consumidora uruguaya vemos que hay una opinión general de que es clásica, siempre se usan los mismos colores: negro, rojo y blanco. Inclusive tienen como catalogado que esos colores son los tradicionales. Asimismo aparece nombrada la marca masiva de ropa interior SISI como el ejemplo del consumo exacerbado de lencería en tonos rojo y negro asociado a la noche de la nostalgia. ¿Por qué se da este fenómeno? Nostalgia, la palabra lo dice todo, recuerdos... esta noche fue pensada para el público adulto ya establecido socialmente o que cumplen en ciertos puntos con el mandato social, y es el recuerdo de la juventud, del deseo sexual, de la diversión y de la salida. De nuevo aparece la juventud como deseo social general a perseguir, como plantean los autores del libro *Cuerpo vestido y Cuerpo desvestido*.

**15. A LA HORA DE LA PRODUCCIÓN DE FOTOS, ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS CORPORALES BUSCAS EN LAS MODELOS PARA TUS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS?**

<b>BRALETTE</b>	"...fotos con mujeres reales, en realidad. A veces nos es más difícil porque llegado el momento no se animan tanto pero nos gusta porque...cada una de las chicas, fue innato, no tuvimos que decirle nada, cada una era, como que sentía que era cómodo, el otro que le quedaba sexy y como cada uno era parte de su personalidad."	141	<b>LOBA</b>	"...las chicas que han sido de modelos siempre son amigas mías... justo ella era re flaca, re modelo, otras campañas he sido yo, otra amiga que es más rellenita, tiene pila de lola, es más: me gustaría hacer una producción con alguien más rellenita, con alguien bien gordita, con una flaquita también, con todo."	164
<b>ANÉMONA</b>	"...más o menos tenemos ya un par que siempre hacen las fotos con nosotras, y no trato de hacer fotos con una gurisa demasiado delgada, en realidad. Siempre es de un cuerpo medio, por decir algo, para arriba."	147			
<b>NUDE</b>	"...nunca la había visto y resultó que la chiquilina era flaca, estaba toda marcada, pero yo no buscaba eso, no me importaba, y ahora para esta ocasión voy a contratar a otra que es como más gordita, tiene más físico, no me importa que sea flaca, que sea común y corriente."	153			
<b>CATWALK</b>	"Como de gata. Sin miedo. Un poco sexual por un lado, que no tenga miedo a mostrarse sexual y que tenga ganas de mostrarse porque con quien no tenga ganas de mostrarse es muy difícil trabajar."	158			

Existe un discurso general de aceptar la diversidad corporal, un discurso super positivo, está más en voga y en auge esa conciencia social. Pero el hecho de cómo afectan las campañas publicitarias en el ser mujer como objeto, no se critica expresamente.

Hay un fin de legitimar determinada contracultura con el fin económico de aumentar las ventas. Por ejemplo Bralette realizó un proceso de selección en cuanto a las mujeres que participaron en una campaña pregonando la inclusividad y diversidad corporal.

Se resalta una gran diferencia con lo que ocurría años antes respecto al mismo tema, por ejemplo, Anémona nos comenta que cuando arrancó con su primera línea hace 6 años quiso poner de modelos solo mujeres *"rellenitas"* y que eso no fue muy bien visto, ya que las chicas delgadas pensaron que era exclusivo de plus size, y nos resalta como al revés no sucede. *"...tuvimos un rechazo....,hace seis años no estaba todo esto del plus size, ni de aceptarse tanto"* (Anémona, p. 147).

Se habló también de que el mercado no contempla al adulto mayor en cuanto a las campañas publicitarias, como si hubiera perdido la sexualidad en un afán de perseguir esa juventud como ideal social expresada en la teoría de Loy y Vidart.

Y que también no contempla en general diversos tamaños corporales. En las marcas masivas por ejemplo: SISI, se dificulta conseguir un tamaño plus size. Hablando de que el mercado en general no contempla cuerpos que salgan de los valores *"armónicos"*, lo cual genera un conflicto.

Otras diseñadoras buscan que la modelo que elijan para representar su marca tenga actitud, de entender los valores de la marca, y que no les interesa tanto el cuerpo, pero si vemos los historiales de diversas publicidades de lencería, destacamos la utilización de modelos flacas en su amplia mayoría, y también mirando los talles de las prendas que tienen a comercializar, son todos talles chicos.

Se destaca mucho el que buscan a alguien que sea confiado consigo mismo y que no tenga pudor para las fotos publicitarias de la marca. *"Cómo cuando te sentís insegura, ya sea en la foto, o cuando te sentís insegura con tu propio cuerpo no te va gustar el resultado y no está bueno publicarlo, si no te gusta el resultado, a la persona. Entonces esas fotos siempre se quedan en la nada"* (CatWalk, p. 158)

# ENTREVISTAS USUARIAS

## OBJETIVO

- | Dilucidar qué existe en el imaginario colectivo respecto a la lencería.
- | Qué conceptos tiene respecto a su propia imagen corporal y como la lencería afecta en ello.

## CUESTIONARIO

- 1** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?
- 2** ¿Existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?  
**Si-** ¿Cuál es la diferencia?  
**No-** ¿Por qué crees que no hay diferencia?
- 3** ¿En qué piensas cuando vas en busca de lencería?
- 4** ¿Cómo son y qué aspectos tiene que tener las prendas de lencería a la hora de comprar?
- 5** ¿Con qué frecuencia compras lencería?
- 6** ¿Te han regalado lencería alguna vez?
- 7** ¿Cómo son las prendas de lencería que te regalan?
- 8** ¿Quién te las regala?

- 9** ¿Existen momentos particulares de uso de la lencería?
- 10** ¿Cuáles?
- 11** ¿Qué expectativas tienes cuando usas lencería?
- 12** ¿Cómo te sentís con el uso de lencería?
- 13** ¿Cambia algo cuando usas lencería con tu pareja?
- 14** ¿Cómo te sentís con tu imagen corporal?
- 15** ¿Cómo crees que afecta el uso de lencería a la imagen corporal?
- 16** ¿Cómo te sentís con el uso de lencería en tu cuerpo?
- 17** Tres conceptos para vos que sean vitales en la lencería

Las usuarias entrevistadas fueron 10: Natalia, Pia, Estefanía, Luciana, Maite, María Noel, Sofía, Valentina, Andrea, Ana Paula

Las usuarias entrevistadas son del sexo femenino que provienen de diversos medios socioeconómicos culturales. Esto nos pone en diálogo con una gran cantidad de opiniones respecto al tema y podemos ver los diferentes puntos de vista, según su edad, profesión, educación, tiempos libres, etcétera. Nos pone en diálogo la lencería y el cuidado corporal con diferentes contextos sociales.

#### **TRANSCRIPCIÓN AUDIO**

Número	Página
#1 Natalia	166
#2 Pía	172
#3 Ana Paula	176
#4 Estefanía	178
#5 Luciana	180
#6 Maite	184
#7 María Noel	187
#8 Sofía	191
#9 Valentina	194
#10 Andrea	197

### 1. ¿QUÉ LES SUGIERE LA PALABRA LENCERÍA?

<b>NATALIA</b>	"...es como algo sensual pero elegante..."	166
<b>PIA</b>	"Intimidad, sexualidad...como más "hot""	172
<b>ANA PAULA</b>	"...ropa interior pero como más refinada..."	176
<b>ESTEFANÍA</b>	"...sensación de que es una palabra fina..."	178
<b>LUCIANA</b>	"...sexy..."	180
<b>MAITE</b>	"...pienso en cuerpo..."	184
<b>MARIA NOEL</b>	"...erótico, erotismo..."	187
<b>SOFÍA</b>	"...para ocasiones, como algo sexy..."	191
<b>VALENTINA</b>	"...sensualidad por sobre todas las cosas..."	194
<b>ANDREA</b>	"...erótico, erótica..."	197

Respecto a la primer pregunta de la entrevista: ¿Qué les sugiere la palabra lencería?, vemos que todas manejan los mismos adjetivos: sensual, sexy, erótica.

En su amplia mayoría se asocia la lencería al juego de seducir así como también a algo distinguido, que resalta del resto. También vemos asociada la lencería a la intimidad personal y para ocasiones especiales, tiene una carga cultural de gran misticismo y fantasía ya que se involucra con el encuentro sexual.

Siguiendo las afirmaciones de Loy y Vidart es que a la lencería se le adjudica un rol especial en el imaginario colectivo comparándola con algo afrodisíaco.

**2. ¿EXISTE ALGUNA DIFERENCIA ENTRE LENCERÍA Y ROPA INTERIOR?**

<b>NATALIA</b>	"...ropa interior,..no le vas a dar tanta importancia,..lencería algo más, instrumentado, más armado, más pensado..."	166
<b>PIA</b>	"...ropa interior me parece algo más... cotidiano pero lencería capaz que es ponerle un poco más de empeño."	172
<b>ANA PAULA</b>	"...lencería como algo más con encaje.."	176
<b>ESTEFANÍA</b>	"...la lencería me da más elegante... la ropa interior me parece algo más de todos los días....ropa interior de algodón..."	178
<b>LUCIANA</b>	"...la lencería es ropa mas sexy.."	180
<b>MAITE</b>	"...lencería lo vinculo más como algo más sensual o con un juego de erotismo....ropa interior es más de lo funcional..."	184
<b>MARIA NOEL</b>	"...lencería ..,me parece como un encaje,..más relacionado con la seducción..ropa interior, es como lo más cotidiano..."	187
<b>SOFÍA</b>	"...el tipo de tela..y en los diseños, el tipo, no es lo mismo una bombacha de algodón que una colaless..con encajes..."	191
<b>VALENTINA</b>	"...lencería tiene como una connotación más erótica....más para la noche para la cama..."	194
<b>ANDREA</b>	"...ropa interior la asocio a algo... más casual,..la lencería a algo más estético, a una tela más específica."	197

Algunas usuarias la consumen siempre, otras no tanto, o en alguna ocasión especial, pero si, están de acuerdo en que hay diferencias entre lencería y ropa interior. Podemos ver expresada esta diferencia según funcionalidades, que implica un pensar diferente así como un agregado de intencionalidad, de búsquedas personales respecto a otra persona. Siguiendo la teoría de Loy y Vidart la lencería genera un resultado positivo en cuanto a la belleza personal, es un aditamento corporal que maximiza la sexualidad.

*"Y en los diseños también, el tipo, no es lo mismo una bombacha de algodón que una colaless con no se que, no se cuanto, eso..." (Sofía, p. 192)*

La ropa interior aparece asociada más al uso casual, a la vida cotidiana y la lencería es más para la noche. Siguiendo la teoría de Mauss en que utilizar ropa interior en la cotidianidad es un hábito colectivo que engloba determinado tipo de educación, urbanidad, sociedad y moda.

Llama la atención un contraste entre la ropa interior como más cómoda que la lencería, en contraposición a lo que expresan las diseñadoras que su búsqueda primera de la lencería es la comodidad de la prenda. Tal vez la usuaria no se refiere a las marcas de diseño en particular, sino a las masivas, o tal vez sienta incómoda la lencería en su propio cuerpo. Asimismo vemos plasmada la diferencia marcada según los materiales utilizados en la prenda. Andrea nos contesta a la pregunta de la diferencia entre ropa interior y lencería resaltando la importancia de los materiales y la comodidad.

*"De telas también es verdad, más de algodón y las otras no, y también como la función, como una cosa más cómoda y lo otro más delicado a una situación específica, ponerse lencería..." (Andrea, p. 197)*

Trayendo la teoría de Saltzman es que el diseñador brinda una respuesta según su mirada del entorno, es así que utiliza determinados textiles a la hora de diseñar la lencería, que las telas sean suaves y en algunos casos transparentes para el juego sexual.

### 3. ¿EN QUÉ PIENSAS CUANDO VAS EN BUSCA DE LENCERÍA?

<b>NATALIA</b>	"...prendas pensadas que tengan onda,..que me haga sentir sexy.. que sea cómodo,..identificarse con la prenda,..prendas de autor.."	167
<b>PIA</b>	"...siempre voy por comodidad,.. dependiendo un poco para que,.. algo más lindo.."	172
<b>ANA PAULA</b>	"Comodidad, y que sea lindo,.."	176
<b>ESTEFANÍA</b>	"...pienso en que me guste, a mi generalmente me gusta lo que sea colaless...."	178
<b>LUCIANA</b>	"...es como un estereotipo...está como enmarcado en colores...que son como más sensuales como el rojo...materiales...los encajes.."	180
<b>MAITE</b>	"...depende también cómo para qué.."	184
<b>MARIA NOEL</b>	"En erotismo,..en una noche para darle algún toque ahí, en encaje pienso."	187
<b>SOFÍA</b>	"...comodidad y sentirme como un poco más sexy o más no sé, que me guste, que me haga.."	191
<b>VALENTINA</b>	"Insinuar...como lo sensual, como me llama a los clarito, como a lo nice."	194
<b>ANDREA</b>	"...me preocupa un poco el talle... que no me aprete...que me quede cómodo,..no soy muy sofisticada con la lencería.."	197

Cuando preguntamos a las usuarias en que piensan cuando van en busca de esa lencería, hay varias apreciaciones similares. Búsqueda de comodidad y sentirse más atractiva. Todas nos dicen que varía según el uso que le vayan a dar a la prenda, varía la elección de la misma.

Aquí vemos la correlatividad con los diseñadores, en cuanto a las situaciones de uso. Las usuarias cambian de prendas dependiendo de las funciones en el día, o del contexto social económico al que pertenecen o se vinculan. Algunas de las entrevistadas distinguen que hay lencería más delicada para usos más puntuales.

*"A veces que necesitas algo re específico, onda, necesitas ir a una fiesta y necesitas algo que no marque, que no tenga costura...," (Maite, p. 184)*

Una de las usuarias que es vendedora en Bralette, nos comenta que busca identificarse con la prenda y empoderarse con su uso, sentirse bien y sexy. A otras usuarias les gustan el diseño y que sea original, consumen diseño de autor ya que tiene ese plus de novedoso y da determinado estatus social como afirma Simmel en su teoría que el vestido no solo habla de su valor estético, sino que nos habla de determinado estatus socioeconómico.

Siguiendo la teoría de Loy y Vidart es que hay una búsqueda del usuario con la lencería relacionado con lo mítico, que al utilizarla consigue una transformación emocional.

**4. ¿CÓMO SON Y QUÉ ASPECTOS TIENE QUE TENER LAS PRENDAS DE LENCERÍA A LA HORA DE COMPRAR?**

<b>NATALIA</b>	"...me gusta mucho el encaje, me encanta jugar con las transparencias...que se vea."	168
<b>PIA</b>	"...te entran por los ojos yo que sé...que me guste, así de una,...la comodidad.... depende de lo que tengas ganas....tipo encaje..."	172
<b>ANA PAULA</b>	"...me gustan que sean cola less o coulotte...que no me aprete, y sostenes es variado, me gusta..push up....también sin aro, sin relleno."	176
<b>ESTEFANÍA</b>	"...me fijo que estéticamente me atraiga.... algún color que me guste...diseño lindo.. tenga transparencia..que sea original.... esta marca Bralette."	178
<b>LUCIANA</b>	"...todo depende...hacer sentir sexy...hacer sentir cómoda...lo que te quede bien en el cuerpo...lo que quieres mostrar...lo que no quieres mostrar."	180
<b>MAITE</b>	"...lo que más valoro es la comodidad.. cuando chica,si,...que se viera bien o como una imposición de que tenía que usar...le gustaba a mis parejas..."	184
<b>MARIA NOEL</b>	"...Tienen que ser cómodas...sean prácticas,... hay lencerías,...que son re lindas de diseño y eso pero que son una tranza..."	188
<b>SOFÍA</b>	"...depende para que lo quieras usar... que sea cómoda...,a veces, tienen costuras o cosas que molestan...los colores..."	191

<b>VALENTINA</b>	"...la lencería tiene una connotación de tabú...grosero la forma en que se vende... la noche de la nostalgia...salen todas las vidrieras...gatos alzados"	194
<b>ANDREA</b>	"...no se si alguna vez he ido a comprar lencería, y de aspecto, de que te quede cómoda."	197

Todas las respuestas fueron interpretadas distintamente, algunas buscan comodidad, otras varían su lencería dependiendo de la indumentaria, otras la catalogan según las actividades que realicen o en su ánimo. Otras no le dan tanta importancia a la lencería en sí. Aparece el planteo de que la lencería cambia según lo que se quiera mostrar u ocultar y con quien se vaya a compartir.

En cuanto a los aspectos hay muchas que expresan que les encanta insinuar o utilizar transparencias, asimismo algunas chicas nos comentan que no usan soutien, o que no usan con aros y push up. Esto nos demuestra que existe una demanda con respuesta positiva a los cambios sociales vistos y aplicados por las diseñadoras en sus productos. Se mantiene una concordancia con el mismo tipo de discurso del cuerpo y de la mujer, más liberador. Ahora bien, una de las chicas nos comenta que existe aún un tabú con el sexo y que puede verse a nivel de publicidad. Es el sexo super explícito, que se muestra para la noche de la nostalgia, es ese boom, como si fuera la noche públicamente permitida para el encuentro sexual. ¿Reguladora de una situación o de una acción? como el planteo de Foucault sobre la regularización de la sexualidad, en base a cómo tiene que ser llevada la misma y en qué contextos.

*"Es como bastante explícito, grosero la forma en que se vende al público como, ponele, la noche de la nostalgia, tipo guaa guaa!/, salen todas las vidrieras, que somos todas unas gatos alzados, es como, ¿no?" (Valentina, p. 194)*

### 5. ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRAS LENCERÍA?

<b>NATALIA</b>	"Casi una vez al mes."	168
<b>PIA</b>	"...de acorde a la necesidad...una vez cada dos meses...yo creo que si tuviera más..así plata, capaz que si me gusta ir...y comprarme otro conjunto..."	172
<b>ANA PAULA</b>	"Fa, re poco...hago como un surtido cada seis meses..."	176
<b>ESTEFANÍA</b>	"No se una vez por año..."	178
<b>LUCIANA</b>	"...la verdad que soy madre... porque lencería para madres no existe...una vez cada dos meses..el soutien ya cambia la frecuencia..."	181
<b>MAITE</b>	"Cada unos meses"	184
<b>MARIA NOEL</b>	"No, no mucho..."	188
<b>SOFÍA</b>	"Poca...en realidad si tuviera más dinero compraria mas..."	192
<b>VALENTINA</b>	"...re poca..amaría comprar más pero sale caro..."	195
<b>ANDREA</b>	"Bastante poca la verdad...ayer le pedí a mi mamá que me comprara bombachas..."	197

Todas marcan una tendencia general a comprar lencería muy de vez en cuando, porque es cara, o sea, no está asociado su uso con la vida diaria, quizás por eso su importancia inmediata queda relegada ante otros consumos. Algunas desearían comprarse de todo, a otras no les interesa tanto. Podemos observar que la lencería es un producto que marca un estatus social, por lo tanto es un producto que marca determinado uso del cuerpo e intereses. La usuaria que compra más lencería lo hace una vez al mes, y es una usuaria que trabaja en un local de lencería de autor.

Es en los diferentes estilos de vida que vemos reflejados los diversos intereses con la lencería e importancia que se le da a la misma, también vemos los diferentes usos sociales del cuerpo. Se confirma el diverso interés respecto a la lencería y al cuidado estético, dependiendo de los hábitos y el estilo de vida de las usuarias. Esto se involucra con lo planteado por Boltanski y Bourdieu que según el estilo de vida que se tenga, aparecen determinados hábitos y determinado discurso del cuerpo, o uso social del mismo.

En lo que sí están todas de acuerdo es en que usamos lencería en algún momento para el sexo o para seducir a otra persona.

Nos llamó la atención una chica que es madre primeriza y tiene un bebé de 11 meses, nos comenta, "*... de lencería ni me hables ¿no?, porque lencería para madres no existe, básicamente.*" (Luciana, p. 181)

Es como que el ser madre no permite o no se ve sensual, o sexualmente atractiva, de hecho hay pocas campañas de lencería destinadas a la maternidad. Podemos destacar la campaña realizada por Srta. Peel en el año 2015, que retrataba a madres embarazadas, igualmente destacamos que las modelos, no eran cualquier mujer embarazada, eran modelos, esbeltas sin estrías y super delgadas, con esto nos muestran un determinado tipo de maternidad. Es aquí que traemos la teoría de Loy y Vidart en la que los medios masivos de comunicación hacen visibles ideologías de nuestra sociedad en cuanto a ideales corporales, ideales de vida y máximas de consumo.

**6. ¿TE HAN REGALADO LENCERÍA ALGUNA VEZ?  
// ¿CÓMO SON LAS PRENDAS DE LENCERÍA QUE  
TE REGALAN? // ¿QUIÉN TE LAS REGALA?**

<b>NATALIA</b>	"De lo que yo considero lencería no...me regalaron unas amigas un conjunto..."	168
<b>PIA</b>	"Mi abuela Marta me regala...cosas divinas con encaje..."	172
<b>ANA PAULA</b>	"No es un regalo que me hagan, mi madre creo que fue la última que me regaló una bombacha."	176
<b>ESTEFANÍA</b>	"No que yo me acuerde..."	178
<b>LUCIANA</b>	"...si, capaz que en algún cumpleaños...mi pareja me regale...lo tuve que cambiar...con algún encaje..."	181
<b>MAITE</b>	"...si depende de quien te las regale,... mi mamá me regala cuando va a SISL...me han regalado parejas, me he regalado con amigas...tipo corset...portaliga..medias de red"	185
<b>MARIA NOEL</b>	"...creo que no...es mas para mi que para ellos..."	188
<b>SOFÍA</b>	"No...a la gente le da vergüenza regalar eso..."	192
<b>VALENTINA</b>	"Si a full, todas mis parejas me regalan porque saben que me gusta... mi mamá, a veces me regala, no tan hot...medias de liga, corset, portaligas, conjuntos, baby doll"	195
<b>ANDREA</b>	"Si, me han regalado...me las regaló mi mamá y mis dos novios."	198

Cabe destacar que a la gran mayoría le han regalado lencería y distinguen entre los que te regala tu pareja y una madre. Al parecer la lencería elegida por la pareja suele ser mucho más sugerente, erótica y sexual. Varios hombres regalan lencería a sus parejas, una de las usuarias resalta que todas sus parejas le han regalado lencería.

Pia nos cuenta que la que le regala prendas de lencería es la abuela Marta *"Mi abuela es una cra eligiendo, y le pega. Le pega conmigo...porque aparte vos capaz pensas en una abuela y decís "ah te va a regalar un calzón"....No, me regala cosas divinas con encaje."* (Pia, p. 172). Podemos ver que muchas otras no recuerdan si les han regalado, o si lo han hecho lo han tenido que cambiar, porque no les quedaba bien.

Claramente se resalta la diferencia entre regalar ropa casual o lencería. ¿Será que el vínculo es más íntimo y conlleva otra importancia u otro cuidado?.

El estilo comentado de las prendas que se obsequian como ya hemos visto varía según quien la regala pero cuando provienen de la pareja se resaltan los conjuntos, el corsé, y el baby doll con una connotación muy sensual. ¿Este tipo de regalo conlleva una determinada intención de su uso previamente marcada? ¿Es personal o es para ambos?

**7. ¿EXISTEN MOMENTOS PARTICULARES  
DE USO DE LA LENCERÍA? // ¿CUÁLES?**

<b>NATALIA</b>	".....porque dentro de todo provocas un poco...hay momentos particulares si porque los potencias digamos...los momentos de intimidad con la pareja..."	168
<b>PIA</b>	"...depende de cada persona...yo creo que hay veces que no tengo ganas...si tenés alguna cita, alguna cosa que tenes ganas de ponerte más linda..."	173
<b>ANA PAULA</b>	"...entiendo que te lo venden como algo así para una ocasión especial....sino tenes pareja sexual usas cualquier calzón o sino te arreglas un poco más.."	176
<b>ESTEFANÍA</b>	"..y si..y si tenés una cita o alguna cosa capaz que si..."	178
<b>LUCIANA</b>	"Si, obvio...y para mostrar a un segundo que no es solo para vos... sino que también te quieres sentir bella para mostrarle a alguien más..."	181

<b>MAITE</b>	"Si...cuando preparas el cuerpo para salir, o para encontrarse con alguien..."	185
<b>MARIA NOEL</b>	"Yo generalmente la uso, o si salgo,...sino antes de ... para la previa sexual..."	188
<b>SOFÍA</b>	"Si creo que si...y bueno creo que son de una noche hot... ayuda a la pareja..."	192
<b>VALENTINA</b>	"Si, yo creo que esta bueno darle como momentos también, si hablamos de la pareja creo que esta bueno tener ese destape cuando la noche..."	195
<b>ANDREA</b>	"Y si, que se yo, mis novios me han regalado cosas que les gustan a ellos en realidad...me los pongo cuando estoy con ellos, y después son muy incómodos..."	198

A las usuarias se les preguntó si había un momento de uso particular de la lencería y en su gran mayoría la respuesta fue que sí. Entonces podemos decir que las usuarias encuentran a la lencería con connotaciones a situaciones particulares asociadas a la belleza, a estar prolija y al sentirse bien.

Al pedir que nos nombren cuáles serían esos momentos de uso, en todas aparece la relación del ponerse linda, vestirse y prepararse para otra persona. En esto influye mucho la lencería, ya que se relaciona o con la pareja, o con una cita, o una noche de salida que no saben cómo puede terminar.

"Y si, que se yo, mis novios me han regalado cosas que le gustan a ellos, y después son muy incómodas y no cumplen ninguna función." (Andrea, p. 198)

"...si tienes alguna alguna cita, alguna cosa que tenes ganas de ponerte mas linda..." (Pia, p. 173) "...que no es solo para vos,...para mostrar a alguien....esta ese cliché que es como algo, no se que, que supuestamente gustaría...." (Luciana, p. 198)

*"Yo generalmente, la uso, o si salgo,..., para la previa sexual." (María Noel, p. 188)*

*"Y si..y si tenes una cita o alguna cosa capaz que sí..." (Estefanía, p. 178)*

*"...cuando preparas el cuerpo para salir o para encontrarse con alguien, es distinto a cuando estás como cuando estás contigo misma,...hay momentos que prestas mucha más atención a estar prolija y hay otros momentos que ta, yo que sé, cuando estas menstruando, la verdad que priorizas otras cosas capaz..." (Maite, p. 185)*

Aquí vemos lo que expresan Loy y Vidart en el libro *Cuerpo Vestido y Cuerpo desvestido*, la mujer en general se prepara para el otro, se prepara para agradar y gustar. Mujer objeto asociado a la belleza, en donde el juego de la lencería se ve íntimamente involucrado en el aprontarse para compartir el propio cuerpo con otra persona, en un vínculo sexo afectivo. Aquí también aparece asociado el concepto de Bourdieu respecto al cuerpo, el mismo es presentado como un producto de consumo, en el cual reflejamos nuestros comportamientos, creencias, actividades e intenciones.

**9. ¿QUÉ EXPECTATIVAS TIENES  
CUANDO USAS LENCERÍA?**

<b>NATALIA</b>	"Si es un momento de intimidad yo te quiero provocar un aneurisma básicamente, quiero hacer daño...lo provocho y es verdad.."	169
<b>PIA</b>	"...verme, que me guste...depende del momento...para compartir un momento con alguien...."	173
<b>ANA PAULA</b>	"...que me quede cómoda...con la pareja es más lindo tener lencería que tener una bombacha cualquiera..."	177
<b>ESTEFANÍA</b>	"...que me quede linda...no pienso en la comodidad...viste que una tiene sus temas con el cuerpo y hay veces que decis pah si tuviera esto así..."	178
<b>LUCIANA</b>	"Yo comodidad sentirme linda y bueno ta...poder mostrarme diferente y no como todos los días..."	182
<b>MAITE</b>	"...de seducción..y como un uso más sensual...como preparar ese cuerpo, como mostrarlo de una forma, como jugar con que parte quedan al descubierto y cuáles no..."	186
<b>MARIA NOEL</b>	"...sentirme mas gata yo capaz, ya perdí la expectativa con ilusionar a los hombres..."	189
<b>SOFÍA</b>	"...tenes expectativas que a la otra persona le guste también..."	192

<b>VALENTINA</b>	"...No, no me genera expectativas, si lo uso con un fin, de bueno en la noche salgo con mi novio, bueno si..."	195
<b>ANDREA</b>	"...y si la verdad que es una mierda, pero la verdad que si, son esas cosas que te pones en lugar de seducir..."	198

En cuanto a las expectativas que tienen las usuarias con la lencería, son las de atraer a otra persona, de sentirse más linda una misma y de poder seducir al otro. Podemos resaltar que solo una entrevistada nos respondió que buscaba únicamente la comodidad de la prenda, como es el caso de Ana, pero a la mayoría les interesa provocar ciertas reacciones en el encuentro sexual. Siguiendo la teoría de Saltzman, podemos decir que la lencería se diseña para utilizar y modificar el cuerpo según el contexto específico.

*"...yo en los momentos de intimidad yo busco infartar,...me encanta lo que me pongo y me da terrible confianza..." (Natalia, p. 169)*

Cabe destacar que con el uso de la lencería vemos cómo se potencia el deseo y el placer sexual. Asimismo aparecen dos comentarios opuestos de usuarias, Andrea que es flaca y tiene un cuerpo bastante hegemónico y no se hace problema, y en el caso de Ana Paula que sí, busca que no se salten los rollitos, como que no se siente muy conforme con su cuerpo y busca prendas de lencería que la favorezcan.

Vemos como la lencería repercute en la seguridad personal de quien la usa, entonces podemos afirmar que su utilidad involucra la palabra del otro. Siguiendo la teoría de Porzecanski en cómo la imagen corporal personal es construida también por el afuera y por la sociedad, por lo tanto el discurso del otro es importante ya que lo hace legítimo socialmente.

## 10. ¿CÓMO TE SENTÍS CON EL USO DE LENCERÍA?

<b>NATALIA</b>	"Pah, diosa, me encantó y me encanta, es como que me potencia"	169
<b>PIA</b>	"Linda...o depende del momento puede ser así como más sexy....si es para compartir el momento con alguien también que se de cuenta que no tenes el mismo soutien..."	173
<b>ANA PAULA</b>	"Me gusta, pero no cambia mucho mi percepción de mi cuerpo."	177
<b>ESTEFANÍA</b>	"Es raro, porque siento que me gusta pero me da como cosa a veces, es como un sentimiento doble...viste que uno tiene como sus temas con el cuerpo..."	178
<b>LUCIANA</b>	"...según...no se si es cómodo...te hace sentir más sexy....pero son dos cosas que estan medias contradictorias...es como que no se conjuga..."	182
<b>MAITE</b>	"...cómoda y muchas veces...te llevas como fiascos....que si te queda incomodo te quieres matar..."	186
<b>MARIA NOEL</b>	"...también a veces, un poco tímida, por eso de nunca excederse de más ¿no?, como...no sé, soy más natural..."	189
<b>SOFÍA</b>	"Ah, está demás o que te elogien, "ay, qué lindo que esto que tenés puesto", no sé, eso esta bueno."	192

<b>VALENTINA</b>	"Re bien, me encanta, me encanta...me siento mas linda,....creo que potencia en el otro, entonces me siento re cómoda."	195
<b>ANDREA</b>	"...a veces me siento cómoda, siento que tengo un cuerpo bastante hegemónico..."	198

Algunas de las entrevistadas nos comentan que la lencería generalmente no es cómoda, que no se ha logrado conjugar lo sexy y sensual con la comodidad. Aparecen dos apreciaciones diferentes, que puestas entre sí, no pueden convivir.

Cabe destacar que vemos nuevamente expresado como la lencería potencia la belleza personal, asimismo se comienza a entrever que aparecen inseguridades personales del propio cuerpo ¿será por sentirse lejos del ideal corporal?. Bourdieu y Porzecanski plantean que puede haber mayor disconformidad personal respecto al cuerpo, cuanto más alejados estemos del ideal alineado y legitimado socialmente.

Se observa que hay un esfuerzo por utilizar la prenda con un fin más allá de la comodidad, en tanto al otro le guste.

**11. ¿CAMBIA ALGO CUANDO USAS  
LENCERÍA CON TU PAREJA?**

<b>NATALIA</b>	"Obviamente..no uso una cosa que no sea en conjunto si no uso un conjunto viste la remerita con el culotte, que es un caballito de batalla..."	169
<b>PIA</b>	"...en algunos momentos lo tratas de usar como para innovar o sorprender..depende de la pareja, depende de vos..."	173
<b>ANA PAULA</b>	"Si, yo creo que sí, es más lindo tener lencería...yo he recibido halagos onda fah que lindo eso, nunca me dijeron pah que linda esa bombacha y era una cualquiera"	177
<b>ESTEFANÍA</b>	"No nada, es lo mismo, no se para que invierto....capaz que me dice "Ah! mira", pero es como si nada, un embole."	179
<b>LUCIANA</b>	"Que pregunta!...si capaz que se dan cuenta pero no es algo, un ritual que tengamos muy...., tendríamos que empezar a...., a experimentar más..."	182
<b>MAITE</b>	"Y si, lo pienso mucho como las primeras veces que estás con alguien, como hay algo de mostrarse por primera vez..."	186
<b>MARIA NOEL</b>	"me dice, "que linda que estas, nunca había visto eso, no sé qué", ta, si lo que quieras pero después es como que dura un segundo...después la desnudez es la clave"	189
<b>SOFÍA</b>	"Si, a veces, si. Si, algunas veces puntuales, si."	192

<b>VALENTINA</b>	"Re bien, yo creo que suma...pero que la imaginación y al otro le generan un millón de esas cosas..."	195
<b>ANDREA</b>	"...igual muchas veces, me siento muy sarpada, no soy yo, es como que me lo pongo, en el momento que me lo puedo sacar, me lo saco, es como, me lo pongo para un personaje"	198

En relación al uso de lencería con la pareja, la mayoría están de acuerdo de que cambia el comportamiento y han recibido comentarios positivos al respecto. Algunas no le encuentran grandes diferencias, por ejemplo Valentina nos dice que ha tenido parejas que si le han dicho que se ponga determinadas prendas, es ahí donde comienza a actuar la imaginación y eso genera millones de emociones en la otra persona. Aparece asociado a preparar el cuerpo con el factor sorpresa o para un primer encuentro, tomando en cuenta estar prolija para la primera impresión.

En el caso de Estefanía pasaría lo contrario, nos comenta que se prepara para ese encuentro y es como si nada, entonces el tener esa expectativa y que no lo expresen produce frustración.

Muchas entrevistadas opinan que hay que utilizar más la lencería con la pareja para cambiar la rutina. Aquí aparece la lencería como estímulo de cambio encarnando un personaje, se alimenta del deseo de romper con el acto repetitivo y ordenado de la vida diaria. Mencionando la teoría de Zambrini cuando dice que el cambio constante es un rasgo cultural principal de la cultura capitalista. Asimismo podemos nombrar a Simmel que también dice, cómo la moda marca diversos aspectos de nuestra vida y es un modelo en el cual existe el placer por sentirse diferente y autoafirmarse. ¿Por qué para cambiar la rutina sexual, es que la mujer tiene que realizar ese cambio en el atuendo? Es aquí que Bourdieu resalta que los hábitos corporales dependen de las condiciones sociales de producción en tanto seas hombre o mujer. Asimismo Federici confirma que los hábitos corporales o comportamientos de la mujer son condicionados por la lucha de clases y su situación en la historia.

## 12. ¿CÓMO TE SENTÍS CON TU IMAGEN CORPORAL?

<b>NATALIA</b>	"Estoy que me parto, me encanto (risas)"	170
<b>PIA</b>	"Bien, yo estoy conforme"	173
<b>ANA PAULA</b>	"Y tengo mis traumas, ¿no? que tengo este rollito, de hecho el no usar elástico va en eso, ¿no? que me marca rollitos"	177
<b>ESTEFANÍA</b>	"...en realidad en mi vida en general nunca estuve conforme, pero ...después dejé de prestarle tanta atención,..ahora mas de grande...uno madura o algo así..."	179
<b>LUCIANA</b>	"Bien, justamente ahora no tan cómoda....me siento mejor desnuda..."	183
<b>MAITE</b>	"Bastante cómoda, pero también me pasa como que....muchas de las cosas como de lo que antes creía verse bien, como ha cambiado con el tiempo..."	186
<b>MARIA NOEL</b>	"Bien. Me gusta, me gustó sí, me siento cómoda..."	189
<b>SOFÍA</b>	"Bien, yo que sé, bueno, en realidad, creo que siempre todas queremos estar como..., un poquito mejor, baa, no sé, sí, yo soy media exigente pero en general, bien."	192
<b>VALENTINA</b>	"Bien. Es parte de mi vida porque soy bailarina y la estética juega un montón, compito, entonces claramente mi cuerpo compite contra otros..."	195

<b>ANDREA</b>	"...me siento bien, pero me manejo en un mundo en que la gente tiene un cuerpo muy particular y específico, que es el mundo de la danza, que no es el mío, que capaz que para el resto de las mujeres si soy hegemónica, pero no para la danza, entonces a veces me pasa que me siento incómoda, pero como todas más o menos."	198
---------------	--	-----

Les preguntamos a las usuarias cómo se sentían con su propia imagen corporal y nos encontramos con atributos positivos. Vemos que las entrevistadas adjudican la extrema preocupación por la imagen corporal a una edad más adolescente e inmadura. Se adjudica a cierta madurez el despreocuparse por su propia imagen. Entonces podemos argüir que tal vez las campañas publicitarias del cuerpo perfecto ¿afecta más en edades tempranas? ¿Como en la adolescencia? Según Foucault los discursos reguladores de la sexualidad y su accionar se destacan más que nada en la niñez y en la adolescencia, por lo tanto cuando se hace un discurso de la sexualidad involucra un discurso del cuerpo. Cabe destacar que actualmente estamos en un momento histórico particular, en un auge del nuevo feminismo el cual pregona la comodidad corporal y la aceptación personal.

Igualmente muchas nos comunicaron que siempre encuentran algún detalle que no les gusta de su cuerpo, y que es difícil llegar a esa conformidad.

*"...creo que siempre todas queremos estar...,un poquito mejor,..." (Sofía, p. 192)*

Podemos ver que aquí influye el ideal corporal social, porque ¿qué sería estar un poquito mejor? ¿Bajo qué parámetros?, según la construcción social de la belleza corporal actual.

La concepción personal de la imagen corporal varía según la actividad que realice la persona. Por ejemplo en el caso de Valentina y Andrea que son bailarinas, están trabajando el cuerpo constantemente, por lo tanto son más correlativas al ideal social corporal. Asimismo dentro de ese grupo social tienen más exigencias respecto al cuerpo ya que es su herramienta de trabajo.

**13. ¿CÓMO CREES QUE AFECTA EL USO DE LENCERÍA A LA IMAGEN CORPORAL?**

<b>NATALIA</b>	"Todo, yo creo que es todo, es parte y de todo, es lo primero que te pones, salgas o no de tu casa es lo primero que te pones, y ya es como que te condiciona un poco, mismo si ya estás cómoda o incómoda con la ropa interior o lencería..."	<b>170</b>
<b>PIA</b>	"...cada una elige...con lo que se siente bien, entonces sería positivo..tratar.. de destacar....la pantomima que hacemos...estamos re condicionadas...la imagen la imponen para el otro..."	<b>173</b>
<b>ANA PAULA</b>	"Yo que se, depende, yo como uso siempre más o menos el mismo formato, uso el formato que se que me favorece, no uso ni en pedo un hilo dental..."	<b>177</b>
<b>ESTEFANÍA</b>	"...es como algo especial...te hace sentir bien...diferente...como más atractivo."	<b>179</b>
<b>LUCIANA</b>	"Yo creo que es algo más de cabeza..."	<b>183</b>
<b>MAITE</b>	"...si creo que afecta....nada tiene que ver con lo que proyectamos que es un cuerpo bello y como lo proyectamos y esa lencería juega mucho con eso..."	<b>186</b>
<b>MARIA NOEL</b>	"la lencería en un momento me ayuda como a componer eso más sensual, ¿no?, delicado, lo delicado, lo sensual, le da como ese componente, sacando ese momento de vergüencita de decir, "ay, capaz que", que pensara el otro, o de no caer en eso de personaje de hacerme la gata, yo que sé, pero ta en eso."	<b>189</b>

<b>SOFÍA</b>	“...si vos te ves bien seguramente, lo que te pongas te va a hacer sentir bien pero si hay algo que te gusta te vas a ver mucho mejor, es como..., va en tus ojos..”	<b>193</b>
<b>VALENTINA</b>	“Sensualidad...yo creo que lindas formas porque la lencería.... es tan variada que se adapta a los cuerpos,...es más un tema de actitud o de sacar el tabú....”	<b>195</b>
<b>ANDREA</b>	“...me parece que es un poco fuerte como que es una imagen íntima también, o sea, para una verse en lencería, tiene que ver mucho el cuerpo, entonces si muchas veces la lencería, ...o casi siempre está asociada a determinados cuerpos entonces cuando vos te ves o cuando vos usas eso, estas poniendo a dialogar con ese estereotipo también, entonces creo que re afecta si, sobre todo porque no es que te pones una campera, te pones algo que te hace verte desnuda casi...”	<b>198</b>

prenda a la usuaria. Asimismo la disconformidad puede estar dada porque se sienten más lejos de ese cuerpo armónico hegemónico, como dice Bourdieu.

“...si creo que afecta si, que nada tiene que ver con lo que proyectamos que es un cuerpo bello y como lo proyectamos y esa lencería juega mucho en eso,...y creo que a veces puede servir para construir más confianza y sentirte mas cómoda....sobre todo por el bombardeo de imagen del exterior puede ser super contraproducente...” (Maite, p. 186)

*“...la lencería...está asociada a determinados tipos de cuerpo entonces cuando vos te ves o usas, estas poniendote a dialogar con ese estereotipo también...” (Andrea, p. 198)*

Después tenemos el caso de algunas usuarias que dicen que depende de la persona y que va más en cada una, si una se siente bien con su cuerpo la lencería lo potencia, y si se siente mal puede jugar a favor, ya que al verse en lencería se sienten más sensual. La lencería es vista como un valor agregado, como una herramienta que transforma y hace sentir a la persona bien consigo misma.

*“...es como algo especial,...te hace sentir bien,...” (Estefania, p. 179)*

Las usuarias encuentran gran relación en cómo afecta la lencería en la imagen corporal, pero entre ellas varían los discursos. Algunas lo ven positivo y bueno y otras lo relacionan a las campañas publicitarias y no lo ven tan positivo.

Tenemos el caso de tres usuarias que nos comentan que estamos todos bombardeados por grandes ideales corporales que usan esa lencería, y como una persona al usarla puede sentirse capaz de alcanzar ese ideal, o puede generar el efecto opuesto, de sentirse más incómoda aún. En la teoría de Loy y Vidart en el efecto de extensión de los atributos corporales que se generan y se traspasan a través de la

**14. ¿CÓMO TE SENTÍS CON EL USO  
DE LENCERÍA EN TU CUERPO?**

<b>NATALIA</b>	"estoy re a gusto y yo se que soy re flaquita y todo pero me gusta, me gusta ser toda así petit lolitas chiquitas y todo muy chiquito me encanta y ta yo lo exploto"	170
<b>PIA</b>	"Bien, muy bien, cómoda."	174
<b>ANA PAULA</b>	Se contesta con la pregunta número 12	177
<b>ESTEFANÍA</b>	"Más atractiva"	179
<b>LUCIANA</b>	"Como un payasito...."	183
<b>MAITE</b>	Se contesta con la pregunta número 12	187
<b>MARIA NOEL</b>	"...un poco tímida, por eso de nunca excederme de más ¿no?, como...no sé, soy más natural..."	190
<b>SOFÍA</b>	Se contesta con la pregunta número 12	193
<b>VALENTINA</b>	"Bien"	196
<b>ANDREA</b>	"Eso me siento rara, no es algo que me haga sentir natural"	198

Cuando se les preguntó ¿cómo se sienten con el uso de lencería? se observa una gran variedad de respuestas. Por un lado encontramos las que se sienten a gusto, y por otro lado las que no tanto. Aparecen las palabras "payasito" y el no sentirse natural. Asimismo estas dos entrevistadas al utilizar terminología, marcan un claro rechazo al uso de lencería en esas situaciones exponiendolo como algo ridículo y no sentir naturalidad, como el forzar la situación para compartir con el otro.

¿Qué sería natural? como dice Lévi-Strauss la naturaleza del hombre es cultural, entonces lo natural es socialmente construido. Es por esto que el uso de lencería para determinadas ocasiones es producto de la cultura.

**15. TRES CONCEPTOS PARA VOS QUE SEAN VITALES EN LA LENCERÍA**

<b>NATALIA</b>	"...tiene que tener un pienso, tiene que ser cómoda, soy muy básica en eso, y si es negra mejor..."	170	<b>VALENTINA</b>	"...encaje....comodidad porque a veces, también es incómodo...."	196
<b>PIA</b>	"...comodidad.... suavidad...que no apriete..."	174	<b>ANDREA</b>	"No se pienso que tiene que ser cómoda, versátil, no se si es la palabra pero, como que pueda ser para todos los cuerpos, ¿qué otra palabra podría ser? feminista."	198
<b>ANA PAULA</b>	"Comodidad, estética, em...no se me ocurre otro, capaz que color..."	177			
<b>ESTEFANÍA</b>	"...diseño original....tela linda...de calidad...color que me quede bien... azul..."	179			
<b>LUCIANA</b>	"...me gustaría que fueran cómodas...sensuales, no vulgares..."	183			
<b>MAITE</b>	"Comodidad, funcionalidad.... confianza..."	187			
<b>MARIA NOEL</b>	"...comodidad tendría que ser, no es, para mi es fundamental pero no sé si para la lencería lo es, no sé, si son tan cómodos, me parece que no...La estética, tiene que ser bella, a lo visual, tiene que ser bella, obvio, todo ayuda a mejorar tu forma, ¿no?...texturas sean lindas de tocar..."	190			
<b>SOFÍA</b>	"Calidez, en cuanto a telas tejidos... comodidad seguro...Y no sé, tienen que ser cosas delicadas...si querés usarlo para llamar la atención de otra persona, le den ganas de ver que es lo que pasa detrás de ahí. O que cuando se toca, que se pueda sentir o que no sea puro rellenos o ese tipo de cosas..."	193			

Las usuarias nos nombraron conceptos que a su criterio tiene que tener la lencería, entre los que destacamos por amplia mayoría la comodidad como lo primordial.

Nos dan a entender que la lencería en general no es muy cómoda y muchas veces molesta. También resaltan que la prenda este pensada, que conlleve un diseño y que sea estéticamente linda y sensual.

Solo una de las usuarias nos nombró el concepto feminismo para la lencería, lo cual nos dejó pensando en ¿cómo sería una lencería feminista?

## APRECIACIONES GENERALES DE LAS HERRAMIENTAS DE LAS ENTREVISTAS

- | En cuanto a las preguntas realizadas en las entrevistas, percibimos cierta incomodidad o vergüenza expresada en risas, por parte de las entrevistadas, indiferentemente de si es usuaria o no, vemos como el tema sexualidad, más allá de la liberación sigue siendo un tema tabú y complejo. Tal vez haya aquí un prejuicio, o cierta vergüenza. También puede estar dada por el grado de exposición de la entrevistada, tal vez por el hecho de ser grabada.
- | Creemos que no se logró debatir el rol social de la mujer y cómo influye en su cuerpo, no obstante al hablar de las campañas publicitarias, aparecen ciertas percepciones de esto en las diseñadoras en cuanto a sus marcas.
- | La mayoría de las diseñadoras resaltan que la comodidad de la lencería es primordial. Las usuarias también dicen que la comodidad es muy importante pero reconocen que la lencería no es muy cómoda, pero que la usan igual. ¿Por qué? Aquí podemos ver cómo la cultura nos marca y aunque la bombacha o la lencería nos resulte incómoda la usamos igual. (Loy y Vidart: 2008)
- | Notamos carencias previas a la creación, ya sea de su marca, o de la lencería que realiza. En general vemos que una vez realizado el modelo se busca que este cumpla con los requisitos de determinado objetivo.
- | Hay una tendencia a seguir la economía hegemónica dominante que es Occidente.

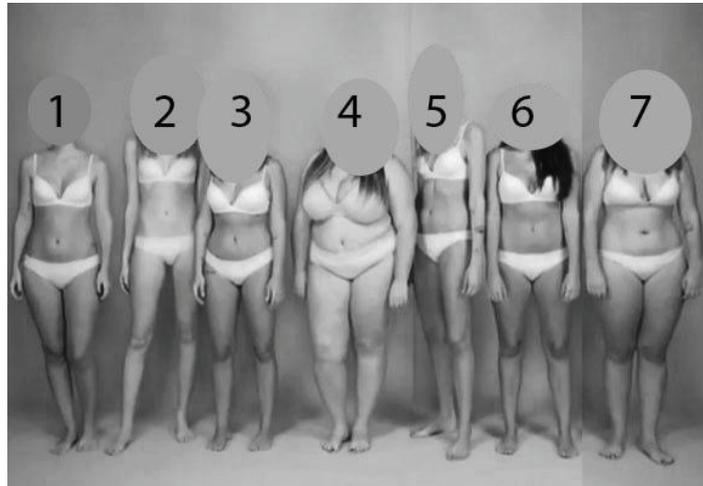


## 1\_B ANÁLISIS DE LA IMAGEN

Al final de las entrevistas de ambas, diseñadoras y usuarias, hicimos un juego visual de imágenes en el cual se le pidió a la entrevistada que eligiera una silueta que las representara y otra respecto a un texto determinado de un perfil de persona.

### 1.

En la primera instancia era respecto a su propia imagen corporal y con cuál silueta se sentían más identificadas. Esta foto fue elegida con cuerpos diversos entre sí, ya que para poder elegir es necesario hacer visible al ojo humano las distintas características corporales que existen entre ellas.



Los resultados de la primera asociación de su propio cuerpo a una silueta de la imagen son los siguientes:

### 1.A IDENTIFICACIÓN CON UN CUERPO

#### USUARIAS

NATALIA	2
ESTEFANIA	5
PIA	6
LUCIANA	7
MAITE	3
VALENTINA	3
ANDREA	1
SOFIA	5
MARIA NOEL	5
ANA PAULA	1

#### MARCAS

BRALETTE	1
LOBA	5
CATWALK	5
NUDE	3
ANÉMONA	4

De las quince personas entrevistadas cinco personas se identificaron con la silueta número 5, tres personas con la número 3, tres personas con la silueta número 1, e individualmente aparecen seleccionadas las siluetas número 2, 6, 7, y 4 respectivamente. En este trabajo de campo se pudo observar que la gran mayoría de las entrevistadas perciben su cuerpo más grande del que realmente tienen.

Recordamos una de las herramientas ya usadas y explicadas en el libro de Pruzinsky, la cual comenta que generalmente la mujer se ve más lejos del ideal corporal del que realmente está. Lo que nos genera la duda de ¿cuál es el problema real?, ¿por qué la mujer asocia su cuerpo real a una representación más grande de lo que es? ¿será que existe una gran distorsión entre el cuerpo real y el cuerpo cultural?

¿Quizás las exigencias sociales, y ese “deber ser” que se le impone a la mujer en cuanto a cuidados estéticos y de salud corresponde a esta construcción de los cuerpos y de cómo los percibimos?

2.

Luego se les leía un texto de un perfil de una persona y se les pedía que se asocie a una de las siluetas de la imagen anterior. Se utilizó un solo texto descriptivo con atributos asociados a la representación de un cuerpo hegemónico de nuestra sociedad.

*"Mujer activa y curiosa, que toma sus propias decisiones. Le interesa el arte y el mundo del diseño. Le gusta estar a la moda y sentirse cómoda con lo que usa. En su tiempo libre sale a bailar con amigas y escuchar música."*

2.A IDENTIFICACIÓN CON EL TEXTO

USUARIAS

NATALIA	2
ESTEFANIA	3
PIA	3
LUCIANA	1
MAITE	3
VALENTINA	4
ANDREA	7
SOFIA	6
MARIA NOEL	6
ANA PAULA	7

MARCAS

BRALETTE	1
LOBA	1
CATWALK	4
NUDE	5
ANÉMONA	3

De las entrevistadas cuatro eligieron la silueta número 3 como asociada al texto, tres de las entrevistadas eligieron la número 1, dos de las entrevistadas eligieron la número 6, dos eligieron la silueta número 4, otras dos la silueta número 7, e individualmente aparecen seleccionadas las siluetas número 2 y 5.

La gran mayoría asoció la descripción a una silueta delgada, de mujer esbelta, por lo tanto con cualidades positivas como las expresadas en el texto.

Se asocia a una mujer libre, activa e independiente con la delgadez y con un determinado tipo de cuerpo armónico, correspondiente a los valores estéticos y de belleza socio-culturales de occidente. Aquí podemos ver el constructo social del cuerpo de la mujer y que atributos legitiman determinado tipo de cuerpo.

3.

Como última parte del juego visual de la entrevista se les pedía que se identificaran con una de las cinco imágenes de campañas publicitarias de marcas de lencería y que argumentaran el por qué. Las fotografías elegidas fueron de Catwalk, Srta. Peel y Majo Rey, en ellas se encuentra una diversidad de cuerpos, pose, colores y diseño de lencería, entorno y actitud. Asimismo las diversas fotografías de las campañas publicitarias muestran diferentes ideales de vida y metas que tiene cada marca respecto al usuario.



Los resultados de esta última selección fueron:

2. B IDENTIFICACIÓN CON UNA MARCA

USUARIAS

NATALIA	4
ESTEFANIA	2
PIA	1
LUCIANA	4
MAITE	3
VALENTINA	2
ANDREA	4
SOFIA	5
MARIA NOEL	3
ANA PAULA	4

MARCAS

BRALETTE	4
LOBA	2
CATWALK	2
NUDE	1
ANÉMONA	5

Cinco de las entrevistadas respondieron que se identificaron con la foto número 4 de las marcas, siguiendo la número 2 con la misma cantidad.

Éstas imágenes son dos perfiles de marcas muy distintas, pero destacamos que las dos nos muestran figuras de mujeres esbeltas. En general la número 4 fue elegida por la comodidad que vemos reflejada en la modelo de la foto, su actitud desafiante y el contexto del hogar, en contraposición a la 2 que la eligieron por la actitud de mujer divertida, atrevida y como una chica *"man-eater"*.

Cabe destacar que a diferentes fotografías aparecen asociados conceptos de empoderamiento, y de libertad, con lo cual cada marca representa un ideal de vida, una forma de estar en la sociedad que responde a determinados valores culturales de clase social.

Dos personas eligieron la fotografía número 5 de las campañas y dos eligieron la número 1. Tenemos dos contextos bastante parecidos, de hogar y de tipo de lencería. Podemos ver que las corporalidades son extremadamente diferentes, y también las personas que eligieron estas imágenes son diferentes.

Las que eligieron la imagen número 1 son chicas delgadas que justifican su elección en cuanto a las poses de como se mostraba la marca y por la prenda, de color blanco y de encaje. Las dos entrevistadas que eligieron la imagen número 5 son chicas más corpulentas, según los parámetros de belleza que venden en las campañas publicitarias. Se resaltó la intimidad del momento fotográfico como punto a favor para ser elegida, así como también la prenda que tiene puesta y la pose. Tiene una pose cómoda y de la vida diaria, esto nos refleja que muchas mujeres buscan esa comodidad con la lencería y que de hecho se publicita como tal, aunque como ya hemos visto, las usuarias nos confirman que aún no se conjugó bien estas dos variables.

Solo dos de las entrevistadas eligieron la número 3, y no se resaltó el hecho de haber elegido a una mujer cuya corporalidad está lejos del ideal de belleza social, sino que se destaca el entorno natural de la imagen.

## 2. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO

Otro instrumento creado para concretar la etapa de trabajo de campo, fue realizar un cuestionario online a través de Google Docs. Este cuestionario fue publicado y compartido el primero de Abril de 2019 y en tres semanas se obtuvo 150 respuestas. El cuestionario fue realizado para todo público, indistintamente del sexo y la edad.

La introducción a realizar el cuestionario fue la siguiente:

“¡Hola! Somos estudiantes de la Escuela Universitaria Centro de Diseño, perfil textil-indumentaria, y estamos realizando la Tesis de Grado. Nuestro tema es Diseño de lencería y su vínculo con el cuerpo.

Agradecemos enormemente si nos podrias contestar estas preguntas para la investigación de campo.”

Esta herramienta nos permitió evaluar la imagen corporal desde una dimensión perceptual, y desde una dimensión cognitiva y afectiva de la imagen subjetiva en cuanto a actitudes.

Se dividió en tres secciones:

- 1** La primera vinculada a la silueta a través de un texto descriptivo, observando las construcciones mentales de la representación del cuerpo de otra persona.
- 2** La segunda sección pertenece a fotografías de campañas publicitarias vinculadas estrechamente con las representaciones mentales del propio cuerpo y del imaginario colectivo. Dichas fotografías fueron elegidas de acuerdo a las campañas publicitarias de las marcas de lencería de Diseño de autor por destacarse la utilización de prendas originales y realizar producciones publicitarias distintas a las marcas masivas. Asimismo porque se vio plasmado en las entrevistadas un interés general en la lencería innovadora. Luego se les pedía que justificara esa identificación eligiendo una de las opciones brindadas por el cuestionario, las mismas eran: Lencería, Color de lencería, Cuerpo, Entorno, Pose, Actitud, Ninguna y Otra. Al finalizar la sección dos, se preguntaba cuál de las imágenes había llamado más la atención.

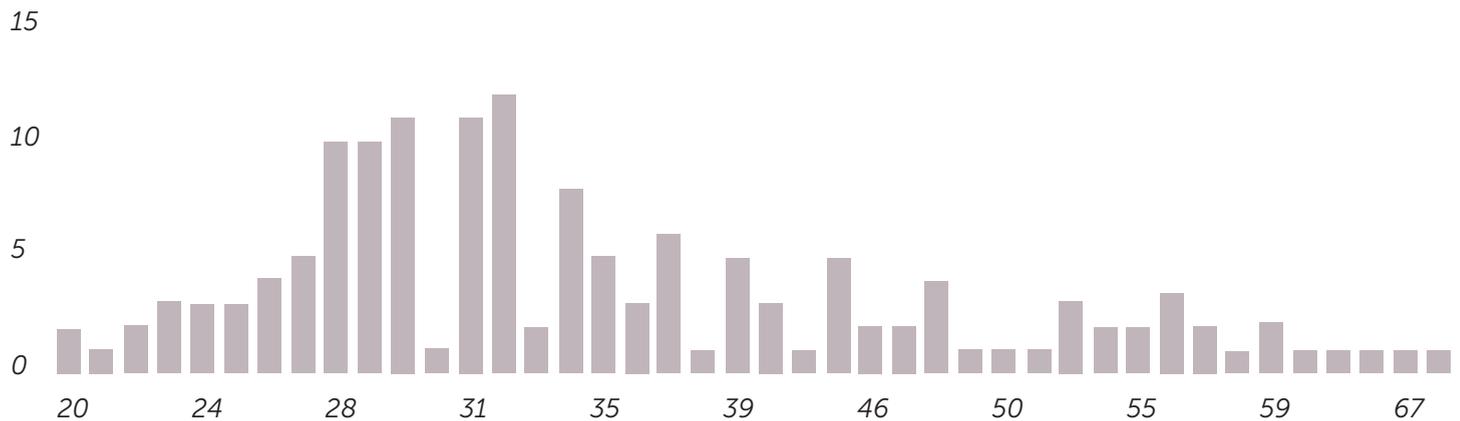
**3** En la sección tres se analiza los vínculos entre la imagen corporal creada y el uso de prendas de lencería. Para la cual se utilizaron fotografías de marcas masivas como SI SI y dos fotografías de marcas de diseño de autor. Fue pertinente poner una fotografía de marcas masivas para poder comparar y visibilizar que los discursos respecto al cuerpo de la mujer no varían. Asimismo estas fotografías se asocian a diversos adjetivos de los cuales el encuestado tenía que elegir. Los mismos eran:

Atracción, Humillación, Sexual, Hipocresía, Sexista, Ofensiva, Seducción, Erotismo y Otra.

El rango de edades que más realizó la encuesta va de los 28 a los 32 años.

Referencias de porcentajes:

- | 100% equivalente a 150 respuestas
- | 50% equivalente a 75 respuestas
- | 10% equivalente a 15 personas
- | 2% equivalente a 3 personas

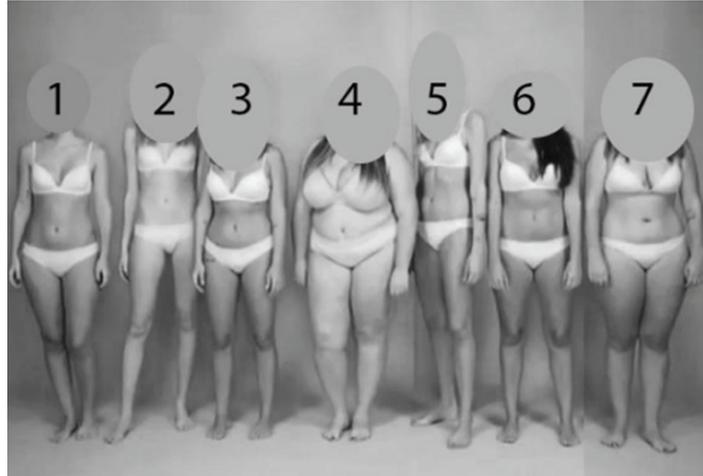


## SECCIÓN 1: SILUETAS

En la primera pregunta se buscó averiguar si los valores del cuerpo hegemónico coinciden con los del texto descriptivo.

*“¿A cuál de las siguientes siluetas corresponde la siguiente descripción?”*

*Mujer activa y curiosa, que toma sus propias decisiones. Le interesa participar y apoyar los cambios sociales actuales, a través del arte y el diseño. Le gusta sentirse cómoda con lo que usa. En su tiempo libre sale a bailar con amigas y escuchar música.”*

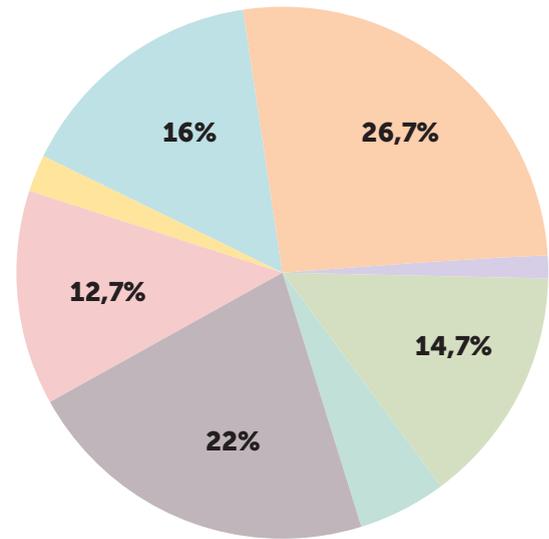


El 26,7% que serían 40 respuestas optaron por la número 7. En segundo lugar con 22% (33 respuestas) optaron por la número 3.

Existe una gran diferencia respecto a los resultados arrojados en el mismo juego realizado en las entrevistas a diseñadoras y usuarias. Hay que tener en cuenta que esta encuesta fue respondida por hombres también.

¿Tal vez el público está más habituado actualmente a ver cuerpos más diversos en las campañas publicitarias y por eso no eligió los cuerpos del modelo hegemónico?

Es importante destacar que las menos seleccionadas, ocho respuestas a la número 2 y tres respuestas a la número 5, son los cuerpos más flacos y altos de las siete siluetas de mujeres que había para elegir.



## SECCIÓN 2: FOTOGRAFÍAS

La segunda pregunta fue

*“¿Con cuál de las siguientes fotografías te identificas?”*



Observamos que la identificación con una imagen corporal y su entorno de una campaña publicitaria es con la número 4, las prendas son negras, de encaje y con poca transparencia, un modelo culotte y soutien.

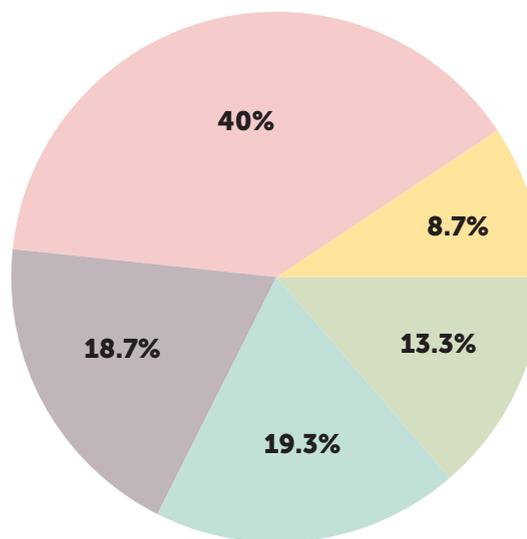
El cuerpo es un intermedio entre flaca y gorda, una modelo con un cuerpo “real” pero dentro de ciertos márgenes de belleza. La pose nos habla de tranquilidad, perfil bajo, bastante plácida, sentada con manos bajas en una cama en un escenario casual de recién despierta, pelo atado y lentes. Los lentes nos denota un signo de lectura. Esta imagen obtuvo el 40% de las respuestas (60).

La imagen que menos se sintieron identificadas fue la número 1, esta imagen demuestra destreza, jovial, atrevimiento y erotismo. Usa una gargantilla negra en el cuello, un collar “tipo de perro”, un top negro deportivo, una bombacha de

tiro alto cavada y tiene unas piernas largas con la piel resaltada por un brillo emulando “sudor”. La pose hace presente actividad para llamar la atención.

Ante estos resultados podemos ver que aún existe el tabú sexual, ya que la foto más aceptada es en una pose donde no se demuestra una carga sexual. Cuanto más atrevida y poco inocente es la pose o la foto genera más controversia social. O tal vez no se acostumbra a ver una mujer con ese aspecto de “man-eater” en lencería, sino más bien en una actitud más reservada y pudorosa, más “naif”.

El 8,7% respondió ninguna, que pueden ser hombres ya que las fotos son todas mujeres.

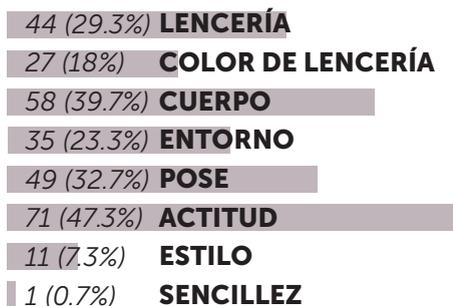


La siguiente pregunta está relacionada con la anterior:

*“¿Cuáles son los elementos que hacen a esa identificación?”*

Las opciones eran: Lencería, Color de lencería, Cuerpo, Entorno, Pose, Actitud, Ninguna (solo en caso de respuesta anterior: Ninguna), Otra.

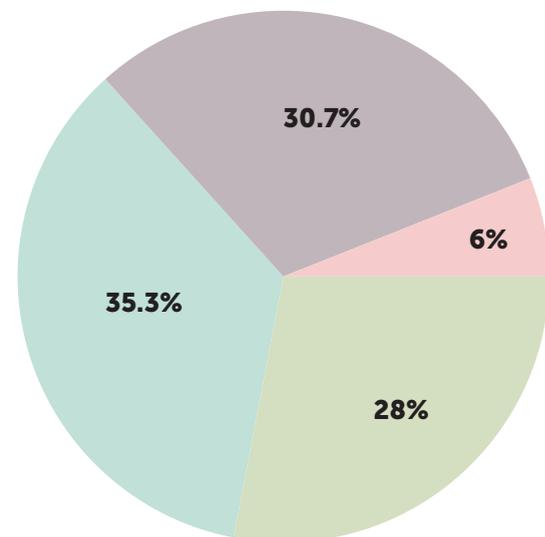
Observamos que el 71% de las respuestas fueron por la Actitud, la siguiente con el 58% fue por el cuerpo, y en tercer lugar la Pose con 49%, entonces podemos concluir que lo que menos importa en la lencería es la lencería misma, ya que el color y la lencería fue lo que menos se eligió al igual que el entorno. Podemos confirmar que las imágenes publicitarias de lencería nos venden un cuerpo y una forma de ser mujer. La lencería es creadora de un ideal de mujer a seguir, de un cuerpo específico a seguir, ya que esta identificación nos refleja parte de nuestra sociedad y nuestra cultura a través de una imagen corporal.



En la última pregunta de esta sección, es interesante la relación con las dos anteriores:

*“¿Cuál de las imágenes anteriores te llamó más la atención?”*

La que más llamó la atención es la imagen número 2, que es la imagen de una mujer gorda y sensual. Esta imagen no representa un cuerpo dentro de los parámetros de belleza hegemónicos, quizás es por eso que llama la atención. Podemos decir que las modelos utilizadas en imágenes de campaña publicitaria y más aún de lencería, todas cumplen con el ideal de belleza corporal de la sociedad, el cuerpo hegemónico. Las imágenes que menos llamaron la atención son justamente las de cuerpo idílico.



## SECCIÓN 3: CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

La última pregunta es

*“¿Con qué concepto asocias la imagen?”*

Se mostraban tres imágenes de distintas campañas publicitarias a nivel local. En cada imagen las opciones a elegir fueron: Atracción, Humillación, Sexual, Hipocresía, Sexista, Ofensiva, Seducción, Erotismo, Otra.

Acá observamos que los medios visuales de moda, reflejan la ideología de nuestra sociedad a través de un cuerpo. La propia cultura diseña el cuerpo y es creadora de discursos con diferentes conceptos, afirmando lo que expresan Loy y Vidart en el libro *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido*.

**A**

La primer imagen es de SISI, una mujer joven, de pelo largo castaño, con maquillaje, de ojos claros y piel clara, mirada con sonrisa y su rostro de perfil, cuerpo flaco, con senos grandes, y con una de sus manos tocando flores tonos rosa y verde claro, la lencería es de encaje blanco.



Ante esta imagen la opción más elegida con el 51% es el concepto de Seducción. En segundo lugar se eligió con alrededor del 21% Erotismo y Atracción. Cabe destacar que una mujer en lencería está asociada directamente con la seducción, involucrando a otra persona. Asimismo siguiendo la teoría de Loy y Vidart que una mujer con una linda cara y maquillada puede vender cualquier cosa, en este caso utiliza su cuerpo para comercializar el producto que es la lencería. Estos primeros tres conceptos podríamos decir que pertenecen a la misma familia, pero a su vez con el mismo porcentaje casi de 30% encontramos que se asocia a una publicidad sexista, donde este porcentaje de respuestas siente y/o piensa que contiene estereotipos de género.

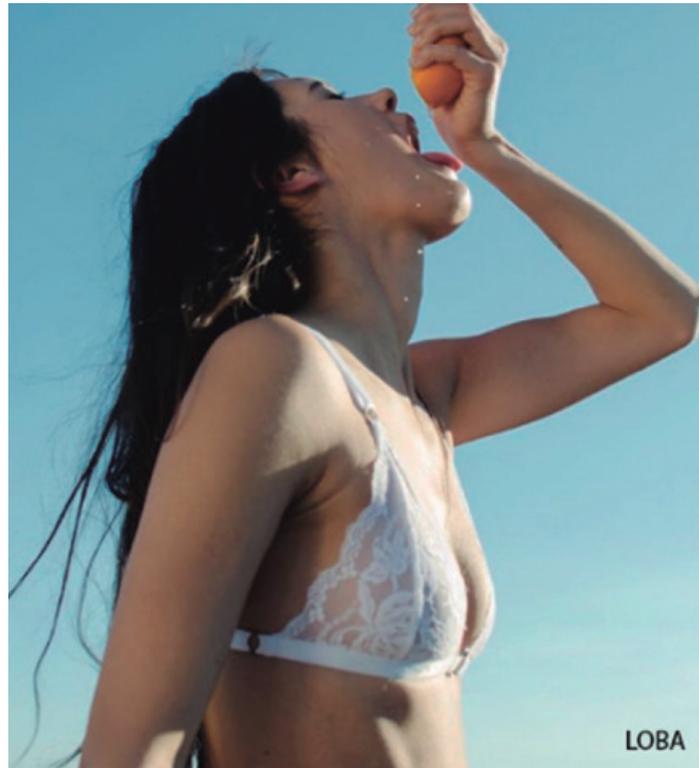
Las opciones menos contempladas en orden fueron Humillación, Ofensiva, Hipocresía.

Además se manejaron conceptos, como Cliché, Mal Gusto, Conservadurismo, Natural, Naive, Racista, Realidad, Falsa frescura, Delicadeza, Comercial, Publicidad, Marketing, conceptos que entran en la familia de Sexista, y como conceptos como Natural y Realidad se camuflan en esta norma impuesta de cómo tiene que ser una mujer, su cuerpo y su entorno a través de lencería.



**B**

La siguiente imagen es de LOBA, aparece una mujer joven, de la cintura para arriba, pelo lacio castaño oscuro, piel blanca, sin maquillaje, postura de perfil, cuerpo flaco con busto pequeño y está con una mano exprimiendo una naranja en su boca. Ella se encuentra de boca abierta y ojos cerrados, de la lencería solo se ve el soutien que es de encaje y de color blanco.



En esta imagen, la opción más elegida con el 34% fue Erotismo, pero no muy lejos con el 30% se optó por Sexual, y a su vez también aparece como Sexista con el 26%.

Las que menos se eligieron fueron Hipocresía y Ofensivo.

En Otras, las respuestas que se brindaron fueron: Sed, Poder, Natural, Imagen natural, Situación natural, Verano, calor, playa, Foto Mala, Bizarro, Nada.

Es una imagen sumamente sugerente en la cual se presenta una chica destacando la oralidad del placer y reafirmando con los ojos cerrados. Podemos ver que a nivel social en las campañas publicitarias de lencería está en juego el erotismo. La imagen nos demuestra una actitud, una forma de llevar la lencería y de mostrar el cuerpo respecto a la prenda que se está utilizando.

18 (12%)	<b>ATRACCIÓN</b>
15 (10%)	<b>HUMILLACIÓN</b>
45 (30%)	<b>SEXUAL</b>
7 (4.7%)	<b>HIPOCRESÍA</b>
39 (26%)	<b>SEXISTA</b>
12 (8%)	<b>OFENSIVO</b>
26 (17.3%)	<b>SEDUCCIÓN</b>
51 (34%)	<b>EROTISMO</b>
2 (1.3%)	<b>SED</b>
1 (0.7%)	<b>PODER</b>
1 (0.7%)	<b>NATURAL</b>
1 (0.7%)	<b>INSTINTO SEXUAL SUPERVIVENCIA</b>
1 (0.7%)	<b>DESPARPAJO</b>
1 (0.7%)	<b>VERANO, CALOR, PLAYA</b>
1 (0.7%)	<b>FOTO MALA</b>
1 (0.7%)	<b>BIZARRO</b>
1 (0.7%)	<b>NADA</b>

**C**

La última imagen publicitaria es de NUDE, vemos una mujer joven, recostada en un sillón leyendo un libro, pelo lacio morocho, piel blanca y maquillada. La boca entreabierta como cualquier pose de modelo, la lencería es de terciopelo color verde azulado, y adornos de encaje blanco, se prende adelante. La modelo es delgada y de busto pequeño.



El 37% de las respuestas fue al concepto Seducción, y siguiendo en un promedio de 21% se eligió Sexista, Atracción y Erotismo. Como se venía dando en las anteriores imágenes Humillación y Ofensivo son las que menos se eligió.

En la opción de Otra aparecen los conceptos de Marketing, Ordinaria, Veterana, Ordinarietà, Discriminación, Tranquilidad, Bolazo, Comodidad, Cinismo, Nada.

En las tres imágenes las opciones menos elegidas son Hipocresía, Ofensivo y Humillación, dando a entender que la sociedad acepta y existe un hábito en ver a las mujeres en lencería.

Cabe destacar que los conceptos más elegidos fueron Atracción, Seducción, Erotismo y Sexista.

El sexo siempre fue una herramienta para generar discursos en base a determinados comportamientos, por lo tanto el sexo vende. La mujer disfrazada como mercancía sexual se sigue utilizando como campaña publicitaria de venta y la lencería no escapa a la regla. Entonces una mujer en lencería es atractiva y seduce al público, más allá de la lencería, es por el cuerpo, y el discurso del sexo corresponde a determinado tipo de cuerpo.

Podemos afirmar que a muchos les parece sexista, entonces encontramos un público consciente con ganas de cambiar esta situación. Al expresar que es sexista estamos hablando de una conciencia desde la mirada de género en el cual deducimos que las campañas de lencería están realizadas bajo conceptos patriarcales.



## **AUTOCRÍTICA DE LAS HERRAMIENTAS VISUALES DE INVESTIGACIÓN**

En el juego de las imágenes realizado al final de las entrevistas, en la segunda parte donde las entrevistadas debían asociar un texto a una de las figuras que se mostraban en la imagen, surgieron varias aristas. Tenían que elegir una de las 7 siluetas retratadas, esto era una condición imperativa de nosotras, en el rol de entrevistadoras. En esta asociación, las entrevistadas dijeron en primer lugar que cualquiera de las siluetas podía coincidir con el texto, pero estaban obligadas a elegir una. La mayoría eligió a las más delgadas o armónicas.



**I**

**04**

**REFLEXIONES**

## **REFLEXIONES**

La tesis surge por cuestionarnos y preguntarnos por qué usamos lencería y para quién. Se problematiza socialmente la cultura de la imagen y cómo se vincula la lencería con el cuerpo, en los significados y simbolismos existentes del cuerpo de la mujer. Es un tema que atraviesa el campo social, cultural, la lucha de clases, etcétera.

Para desarrollar los objetivos planteados, se exponen diversas teorías de diferentes disciplinas para explicar el comportamiento del hombre en sociedad y la situación de la mujer en la historia y en la actualidad. Asimismo las entrevistas y herramientas utilizadas para el trabajo de campo fueron formuladas basándose en los objetivos, que luego pudimos observar que efectivamente se cumplen.

Existe un interés histórico por el modelado del cuerpo femenino con la vestimenta, inclusive utilizando la lencería como primera forma de sometimiento, del cuerpo natural al cuerpo cultural. Es por esto que el vínculo de la lencería con el cuerpo ha generado discursos sociales sobre el cuerpo de la mujer y cómo debe presentarse en sociedad, un ejemplo de esto son las campañas publicitarias.

Traemos lo expresado por las entrevistadas en cuanto al efecto que produce el uso de la lencería: algunas opinan que las empodera y otras piensan que emulan un personaje. Podemos observar que se trata de seguir un ideal publicitario con determinados tipos de discursos, sobre el cuerpo y cómo llevarlo. No en vano, en el cuestionario realizado online, cuando se preguntaron los factores que produjeron la elección de la foto, la opción más elegida fue la del cuerpo de la modelo y el entorno, ni el color, ni la prenda de lencería en sí.

Entonces cuando se va comprar lencería, se busca algo más que la prenda en sí. Se busca un modelo a seguir, que conlleva determinado tipo de idiosincrasia, así como también se piensa en el cuidado personal. Esto varía según la clase social y el estilo de vida de la compradora. En las entrevistas se nota

como las usuarias tienen diferentes intereses con respecto al uso de la lencería y cambia sustancialmente dependiendo de sus actividades diarias o su profesión.

En el trabajo de campo aparece la lencería asociada al bienestar personal, con lo cual nos preguntamos el por qué. Podemos argüir que se asocia a que la mujer se siente más sexy, porque la lencería juega con el deseo y el placer del desnudo que implica el sexo. Asimismo como afirman Loy y Vidart, a la mujer se le enseña a gustarle al otro, por esto la lencería tiene una carga importante en el bienestar personal. Esto implica determinada preocupación por el cuidado estético personal. Es en este sentido, que los objetivos y la investigación del marco teórico se confirman con el trabajo de campo realizado, ya que podemos afirmar la teoría de que la mujer se prepara culturalmente para ser deseada; demostrado en el cuestionario online.

También aparece asociada la belleza corporal a la seguridad personal, aquí vemos dos variables íntimamente involucradas, por un lado la imagen pública socialmente legítima, y por el otro la imagen personal. Cabe destacar que la imagen publicitaria condiciona los modos de vestir, así como también el uso social del cuerpo. Nos muestra un ideal de vida a seguir.

Asimismo en el trabajo de campo se resalta que la lencería “ayuda” a la autoestima personal, con lo cual nos preguntamos el por qué de esta asociación.

Podemos deducir que los ideales corporales ofrecidos en las campañas publicitarias o en los medios masivos de comunicación no corresponden con el cuerpo real femenino, generando disconformidad en las mujeres hacia el suyo propio. Cabe destacar que son las tendencias comerciales de moda las que dictaminan qué se utiliza, qué se cubre o descubre, y qué cuerpo y estilo de vida es legítimo en la sociedad.

La lencería en general aparece asociada a la fantasía sexual. La gran mayoría de las entrevistadas lo asocian con el encuentro sexual, lo que implica preparar el cuerpo para ese momento.

Podemos observar que el cuerpo es un objeto de consumo, en el cual vemos reflejado nuestras creencias, gustos y comportamientos, confirmando que el uso de lencería es una técnica corporal con el fin de resaltar los atributos sexuales femeninos.

Las campañas de lencería actuales muestran diferentes tipos de cuerpos. Se ha ganado terreno en aceptar esta diversidad corporal y plasmarla como modelo publicitario. Pero nos surge la duda de cómo hacer una campaña de lencería sin sexualizar o erotizar a la mujer y cómo llevarla a cabo. La mujer en lencería ya está sexualizada en nuestra sociedad. Las imágenes de las campañas publicitarias de lencería siguen siendo de una mujer vista y creada desde el machismo y para el hombre.

Por otro lado, destacamos que esta diversidad corporal es utilizada por el capitalismo como forma de incrementar ventas. Entonces la liberación sexual apropiada por el capitalismo no hizo más que profundizar la objetualización de la mujer sexualmente. Las vedettes, son un claro ejemplo de eso, la mujer es libre porque puede mostrar los senos, pero puede mostrarlos en tanto sea para el consumo masculino.

Es mayor liberación que el cinturón de castidad de la época medieval, pero socialmente sigue siendo la mujer un objeto de placer y no un sujeto de derecho. Asimismo según los resultados arrojados por el cuestionario online se puede apreciar que el sexo sigue siendo una herramienta para vender, y genera discursos en base a determinados comportamientos. Cabe destacar que a la hora de elegir una imagen se ha destacado la belleza de la modelo. Se plantea que la mujer disfrazada como mercancía sexual se sigue utilizando en campañas publicitarias, pero ¿Cuál es la respuesta? ¿Guardarse? ¿Cuál es la estrategia política? ¿Prácticas sororas? ¿No moralizar? Una respuesta puede ser no moralizar eso, hacerlo en tanto, acto de libertad.

La forma de cambiar esta situación va a llevar mucho tiempo, ya que desde la infancia en el núcleo familiar, en la escuela y en el barrio nos marcan los roles en la sociedad.

La cultura es creadora de discursos entorno al cuerpo y por ende es la que diseña al cuerpo.



**I**

**05**

**BIBLIOGRAFÍA**

**DISEÑANDO EL CUERPO**  
**BIBLIOGRAFÍA**

- | Avellaneda, D. (2007). *Debajo del vestido y por encima de la piel...historia de la ropa interior femenina*. Buenos Aires: Ediciones Nobuko
- | Boltanski, L. (1975). *Los usos sociales del cuerpo (Segunda parte)*. Argentina: Ediciones Periferia
- | Bourdieu, P. (1986). *Materiales de Sociología Crítica*. Madrid: Ediciones La Piqueta.
- | Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. París: Éditions du Seuil
- | Butler, J. (1999). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. New York: RouUedge
- | Cruz, M. (2012). *Los medios masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa*. Cuba: Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/25298/1/14-Reflexi%C3%B3n%2001.pdf>
- | Douglas, M. (1970). *Símbolos naturales. Exploraciones en cosmología*. Madrid: Alianza Editorial
- | Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- | Federici, S. (2004). *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Madrid: Traficantes de sueños
- | Federici, S. (2012). *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Madrid: Traficantes de sueños
- | Foucault, M. (1984). *Historia de la sexualidad I, la voluntad del saber*. México: Siglo XXI Ediciones S.A.
- | Harris, M. (1990). *Antropología Cultural*. Madrid: Alianza Editorial
- | Loy, A. y Vidart, D. (2008). *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido, antropología de la ropa interior femenina*. Montevideo: Ediciones Banda Oriental
- | Lévi-Strauss, C. (1985). *La estructuras elementales del parentesco (I)*. Barcelona: Planeta de Agostini
- | Mauss, M. (1971). *Sociología y Antropología*. Madrid: Editorial Tecnos
- | Néret, G. (1998). *1000 Dessous, a History of Lingerie*. Colonia, Alemania: Taschen
- | Norton, K y Olds. (1996). *T Antropométrica*. Rosario: Biosystem (Dr Juan Carlos Mazza ed. en español)
- | Piveteau, E. (2005). *Apenas vestida*. Paris: Fitaway
- | Porzecanski, T. (2008). *El cuerpo y sus Espejos (Comp.)*. Montevideo: Planeta
- | Pruzinsky, T. (1990). *Body Image*. UK: Ediciones Gulford Publication
- | Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós SAICF
- | Simmel, G. (1914). *Filosofía de la moda*. Madrid: Casimiro Libros
- | Squicciarino, N. (1986). *El vestido habla*. Madrid: Ediciones cátedra S.A.
- | Veblen, T. (1899). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid: Alianza Editorial
- | Zambrini, L. (2009). *Moda de vestir de la identidad de género: reflexiones sobre marcas culturales en el cuerpo*.

## BIBLIOGRAFÍA DE IMÁGENES

**Figura 1:** Escultura de la Venus de Willendorf. Austria  
Imagen extraída de Internet. Disponible en [http ... wikipedia.org/wiki/Venus\\_de\\_Willendorf.jpg](http://es.wikipedia.org/wiki/Venus_de_Willendorf.jpg)

**Figura 2:** Tres mujeres. Cueva de "La Vieja". Levante Español  
Imagen extraída de la página número 98 del libro *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido, antropología de la ropa interior femenina*. de Loy y Vidart.

**Figura 3:** Ídolo femenino de terracota. Sumer  
Imagen extraída de la página número 100 del libro *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido, antropología de la ropa interior femenina* de Loy y Vidart.

**Figura 4:** Danzarina y dos músicas. Antiguo Egipto  
Imagen extraída de la página 26 del libro *1000 Dessous, a History of Lingerie* de Néret

**Figura 5:** Diosa de la serpiente. Creta  
Imagen extraída de la página 25 del libro *1000 Dessous, a History of Lingerie* de Néret

**Figura 6:** Bikini arcaico. Mosaico siciliano  
Imagen extraída de la página número 37 del libro *Cuerpo vestido, cuerpo desvestido, antropología de la ropa interior femenina* de Loy y Vidart.

**Figura 7:** Diosa Madre. Actual Turquía  
Imagen extraída de Internet. Disponible en [https://es.wikipedia.org/wiki/Mujer\\_sentada\\_de\\_%C3%87atalh%C3%B6y%C3%BCk](https://es.wikipedia.org/wiki/Mujer_sentada_de_%C3%87atalh%C3%B6y%C3%BCk)

**Figura 8:** Tribu amazónica  
Imagen extraída de Internet. Disponible en <https://mundo.sputniknews.com/salud/201807101080302038-resolucion-papilla-ninos-amamantamiento/>

**Figura 9:** Etiopía, 2013  
Imagen extraída de Internet. Disponible en <https://deposi-tpotos.com/24320987/stock-photo-african-women.html>

**Figura 10:** Dibujo del pañal encontrado como parte del ajuar funerario en la tumba de Tutankamón  
Imagen extraída de la página número 27 del libro *Debajo del vestido y por encima de la piel...Historia de la ropa interior femenina* de Avellaneda.

**Figura 11:** Mujer con corsé, fotografía de Philippe Vaurès Santamaría  
Imagen extraída de la página 50 del libro *Apenas vestida* de Piveteau.

**Figura 12:** Apodesmos. Grecia  
Imagen extraída de la página número 33 del libro *Debajo del vestido y por encima de la piel...Historia de la ropa interior femenina* de Avellaneda.

**Figura 13:** Corsé abierto y comprimido, 1750  
Imagen extraída de la página 43 del libro *1000 Dessous, a History of Lingerie* de Néret

**Figura 14:** Imagen de la película *Gone with the Wind* by Victor Fleming, 1939  
Imagen extraída de la página 379 del libro *1000 Dessous, a History of Lingerie* de Néret

**Figura 15:** Cintura de avispa, 1893.  
Imagen extraída de la página 59 del libro 1000 Dessous, a History of Lingerie de Néret

**Figura 16:** Diseño del primer soutien patentado por Jacob en 1914  
Imagen extraída de Internet. Disponible en <https://www.nuevamujer.com/actualidad/2014/02/12/100-anos-del-brasier.html>

**Figura 17:** Greta Garbo, 1931  
Imagen extraída de Internet. Disponible en [https://br.wikipedia.org/wiki/Greta\\_Garbo](https://br.wikipedia.org/wiki/Greta_Garbo)

**Figura 18:** Diseño del catálogo de Catanzaro´s de 1997-1998. Fotografía de Christophe Mourthé  
Imagen extraída de la página 566 del libro 1000 Dessous, a History of Lingerie de Néret

**Figura 19:** Las mujeres modelaban la silueta con un polisón, 1880  
Imagen extraída de la página número 106 del libro Debajo del vestido y por encima de la piel...Historia de la ropa interior femenina de Avellaneda.

**Figura 20:** Mujer esteatopígica de la tribu khoikhoi (hottentotes)  
Imagen extraída de Internet. Disponible en <https://es.wikipedia.org/wiki/Esteatopigia>

**Figura 21:** Polisón tapicero. "La moda en la restauración, 1868-1890", Museo del Traje, Madrid  
Imagen extraída de Internet. Disponible en <https://laaletheiadezorba.wordpress.com/2016/05/16/el-estilo-tapicero-y-el-polison/>

**Figura 22:** Pareja faraónica. La mujer usa calzones.  
Antiguo Egipto  
Imagen extraída de la página número 99 del libro Cuerpo vestido, cuerpo desvestido, antropología de la ropa interior femenina de Loy y Vidart.

**Figura 23:** Mujer con portaliqas, fotografía de Philippe Vaurès Santamaría  
Imagen extraída de la página 158 del libro Apenas vestida de Piveteau.

**Figura 24:** Mujer con medias inspiradas en un corsé antiguo  
Imagen extraída de la página 319 del libro 1000 Dessous, a History of Lingerie de Néret

**Figura 25:** Transformación de la silueta en la vestimenta desde 1775 al 2000  
Imagen extraída de las páginas 20 a la 23 del libro Diseño de Moda de Jenkyn Jones

**Figura 26:** "Mejorador de busto alemán o un busto hecho por encargo"  
Imagen extraída de la página 91 del libro 1000 Dessous, a History of Lingerie de Néret

**Figura 27:** Lili St Cyr, antigua artista francesa de striptease, lanzó con éxito la venta de lencería por correo  
Imagen extraída de la página 91 del libro 1000 Dessous, a History of Lingerie de Néret

**I**

**06**

**ANEXOS**

## ENTREVISTAS A DISEÑADORAS

### Referencias

**E:** Entrevistadora 1

**E2:** Entrevistadora 2

**D:** Entrevistada (diseñadora)

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #1 BRALETTE

**E:** Bueno, ¿qué te sugiere a vos la palabra lencería?

**D:** Lencería me sugiere sensualidad, ocasiones especiales, me sugiere seducción, seguridad, intimidad, muchas palabras en general.

**E:** Ahí va ¿y te parece que existe una diferencia entre la lencería y la ropa interior?

**D:** Puede llegar a haber una diferencia, si la lencería se usara como para todos los días pero para mí es todo lo mismo, o sea, estoy más cerca de esa respuesta que la que son cosas distintas.

**E:** Bien, ¿qué tipo de materiales utilizas en general?

**D:** Utilizo mucho encaje, mucha puntilla elastizada, es lo que más utilizo, Lycra de malla, Lycra swim, algodón, mucho algodón más que nada para las bombachas y para las copas de algunos soutien, y básicamente eso. Lo principal es la puntilla elastizada.

**E:** Ahí va. ¿Para qué momentos sería la ropa que diseñas? Por decir alguno...

**D:** En este caso, si hay piezas que son especiales como para momentos especiales, ocasiones... sin embargo la mayoría son para usar todos los días en distintos momentos como, para ir a trabajar, hay prendas que las utilizas como para ir al gimnasio, pero sí....

**E:** O sea, ¿crees que cambia a veces la forma de la lencería? ¿En realidad depende a donde vayas por ejemplo la lencería que te pongas?

**D:** Si, por supuesto. Sí, sí. Cada mujer creo que tiene en su cajón con lo que va a trabajar, con lo que va al

gimnasio, con las prendas que van...Igual abarca bastante porque son prendas tan cómodas que vos podés usar tanto como para ir a trabajar muchas horas, para hacer deporte, y también por qué no, una cena o para una ocasión especial o para salir, digamos. A mí me pasa que muchas veces digo "ay no, son muy delicados como para llevarlos al trabajo" sí pero son cómodos y a mí me gustan, entonces los uso todo el tiempo.

**E:** Ahí va

**D:** Y la diferencia entre otro tipo de ropa interior es eso de que esta prenda la podés usar tanto para el día como para la noche, para trabajar o para salir, o sea son versátiles.

**E:** Bien, ¿qué relación te parece que tiene la lencería con la intimidad?

**D:** Mucha, mucha, porque para mi intimidad es algo que va acompañado con lo que te pongas, es cómo... lo podés usar como un juego de seducción, aumenta muchísimo la seguridad la prenda interior que use, no usás cualquier ropa interior entonces...Bueno, en el caso de las novias, que es la noche de bodas ¿cuánto tiempo está buscando el ajuar y que combine y todo eso? O sea que es muy importante el tema de la intimidad, la ropa interior es muy importante.

**E:** Tiene mucha relación con cómo te sientas también ¿no?

**D:** Por supuesto. Creo que puedes usar la lencería más linda del universo y hecha por personas increíbles, los maestros de lencería pero, si lo interior no está bien creo que no sirve.

**E:** Claro ¿Y qué relación tendría con el erotismo?

**D:** ¿La ropa interior, lencería?

Muchísimo. Hay muchas personas que tienen fetiche con la lencería, tengo clientes que me piden para sus esposas prendas más sugerentes, no sé, porque tienen picardía les

juega muchísimo el erotismo, es muy fantasioso digamos, se ha utilizado hace años el tema de la ropa interior como parte del erotismo...

**E:** Sin duda... ¿Y con la seducción? ¿La relación con la lencería y la seducción también pasaría por ahí?

**D:** Claro, por supuesto. Según qué tipo de lencería. Hay ropa interior que para nada seduce, son demasiado... no sé si básicos, también va en el tipo de prenda, en el tipo de tela, para mí va en eso. No toda la ropa interior seduce, y me han venido a decir que "usa una ropa interior, como soy plus size" me han dicho chicas con plus size que no seduce, "no me siento bien, no me gusta"

**E:** Yo soy la grande... (Risas)

**D:** Claro, me dicen "esos sostenes horribles que no me gustan", que no son sexys.

Entonces claro, la idea es que no, que sea sexy. Que no sea algo sexual, pero sí que sea sexy, sensual no sexual. Hay una gran diferencia en eso y el tipo de tela que uses, cómo lo haces en el proceso, todo influye en que seduzca o no la prenda.

**E:** Ahí va ¿Y qué relación también tiene con la sexualidad, la lencería?

**D:** Bueno, ahí va más al erotismo...

**E:** Ah, la sensualidad, perdón. Más o menos se confunden.

(Risas)

**D:** Nosotros jugamos mucho con lo sensual, pero no llevándolo a lo erótico, a lo sexual digamos... provocativo y sexy pero hasta ahí. Es insinuador pero nada más, para que quede justamente lo que vos me decías, lo erótico. Justamente para que quede un poco para la imaginación, entonces tapamos, o sea, usamos mucho encaje que se transparenta pero no se ve, entonces también va el juego

de la imaginación, que sea sexy, que sea muy fino, hacemos una combinación entre elegancia y sensual, que no siempre sale bien, y bueno, siempre mantenemos como una...

**E:** Claro, eso de tapar pero destapar también, como toda esa intriga que hay con el cuerpo y que zonas están ocultas o a la vista, o al semi vista que es como... ¿Y qué dicen tus clientas, si te han dicho alguna vez, sobre el efecto de la ropa interior en sí mismas? O en sus parejas, o si hay algún, no sé... si te han dicho...

**D:** Sí, me han dicho, tengo una buena comunicación con mis clientas, tenemos en realidad. Todo el equipo de trabajo tenemos, porque tenemos esa conexión como amistad, siempre vienen y se sientan a...

**E:** Está buenísimo, como re comodidad en verdad...Uno viene y se expresa...

**E2:** Siento que te sentís como más exclusiva...esto de... ¿qué es lo que quiero?, qué es lo que me podes brindar.

**D:** Exacto, pero va en todo, para mí no es solamente un producto, para mí la atención es muy importante, primordial. Yo puedo ir a la mejor tienda, si me atienden mal yo no vuelvo.

Por suerte he logrado construir un equipo de trabajo que acompaña todo eso, porque Natalia que trabaja conmigo es excelente y de verdad que es increíble cómo trata a las clientas, como si fueran sus amigas, calculo que en algún momento se van a ir a comer todas juntas.

Me han dicho... las clientas me han dicho cosas muy lindas, me han dicho que bueno... A mí me quedó una frase que me dijo una «me sentí segura con 45 años y pude reavivar la llama con mi marido» se había comprado un montón de cosas, después encargó un poco más, y me sorprende mucho y me alegra de verdad que gente que antes usaba un push up por tener poca lola, por tener pocos senos ahora dejó de usarlos, los tiró a la basura literalmente y empezó a usar bralette y se sienten seguras con su tamaño, es muy importante eso, que te sientas seguro, que tu cuerpo lo aceptes, y que claro... Es muy importante que te digan eso.

Yo digo «Wau», es uno de los propósitos más grande que tiene bralette es ese, el de la seguridad, el de la comodidad con uno mismo, y saber que se puede hacer o lograr simplemente con una prenda es sumamente gratificante.

**E:** Que demás, que lindo tener esa devolución...

**E2:** Si, en realidad, salado cómo... llegar a aceptarse con tu cuerpo.

**D:** Claro, eso es fundamental. Y hay mucha historia en lo que es la historia de la lencería en general. ¿Se acuerdan de los corsé? con fierro...

**E:** Hay pila de tabús también...incluso nosotras con antecedentes que hemos leído y todo, obviamente la gente está al tanto pero como que antes en realidad la lencería era cómo... no seductora si no que represora del cuerpo, por así decirlo ¿no? y no era una cosa de liberación si no que todo lo contrario, entonces hoy en día tiene una carga que es cómo... por suerte diferente en ese plano.

**D:** Exactamente, yo cuando di la historia de la lencería me quería matar cuando leía las cosas, eran como cárceles en el cuerpo, es una hostigación todo el día, entonces estudiando, en realidad yo hice el taller de lencería justamente ya pensando en... Lo que nunca pensé es que me iba a convencer tanto de jamás usar aro ¿entendés? como estoy ahora. Ahora no hago absolutamente nada de aro, le busco la vuelta con los elásticos, con el tipo de tela para que sea más firme, para que se sostenga más, pero aro jamás. Porque el aro sigue siendo metal, y yo... tuve mi época de usar aro... no sé, tú tienes capas, pero yo no tenía nada de seno y sigo teniendo... y no puedo usar aro ¿para sostener qué? algo que no...

**E2:** Si, yo re usaba y ahora...

**E:** Yo usaba y me lastimaba, me quedaba enorme, me aumentaba obviamente porque siempre el aro viene acompañado con el push up...y por más almohadilla que yo sacara, si aquello está todo forrado así, es imposible, invia-

ble...quedaba como con el doble y sinceramente no me gustaba, pero en sí mirando en el mercado, te digo casas grandes, *SíSí*, no diseños de autor, si no más chinada, no hay y en realidad siguen trayendo esas cosas.

**D:** Si, sigue habiendo mercado todavía. Sigue habiendo...por suerte las mujeres...Viste que hay todo un movimiento, con los cambios que se están dando en la mujer, con sus derechos, que está peleando, que estuvo en represión mucho tiempo, casi toda su vida. Y ahora se está dando un cambio, entonces a nivel emocional, en todos los aspectos, inclusive en la ropa que usa, inclusive en la ropa interior porque de verdad quiere sentirse cómoda y quiere liberarse de todo, romper cadenas con todo. Nosotros queremos acompañar ese cambio, entonces por eso es "no al aro" en realidad perdemos muchas clientas porque vienen « ah no pero no me siento...» En algún momento vas a querer probarte, una cosa es... y de a poco vas a ir soltando esa cultura que es una cultura de aro, de push up, de todo... nos hicimos costumbre a usar algo que en realidad no es natural porque tener un pedazo de metal todo el tiempo incrustado no es cómodo, te puedes acostumbrar también a la comodidad, nosotros nos acostumbramos a eso, a que la gente venga y nos diga «estoy cómoda, estoy chocha» y no lo vamos a cambiar. Porque si queremos hacer una diferencia hagamos una diferencia importante. Con eso tenemos un tema....

**E:** Si, obvio. ¿Qué opinas sobre la lencería específicamente erótica?

**D:** Ah, me encanta, me fascina. Yo soy una persona que tendría diez mil trajes...Bueno, queremos hacer arneses en realidad, me gusta que haya ese sector en la lencería de lo erótico, se debería explotar muchísimo más. Acá en Uruguay no hay tantas casas, no hay tanto diseño nacional de lencería erótica, no hay, es muy poquito y casi nada y debería ser bien explotado porque creo que hay mercado.

**E:** ¿Cómo se expresa la ropa interior que vos diseñás con algún ideal de vida? Una meta, un deseo tuyo personal...

**D:** Empoderamiento femenino. Esas dos palabras. En esas dos palabras se refleja todo, el estilo de mi vida o lo que queremos lograr.

**E:** ¿Qué otros elementos inciden además del cuerpo, -en realidad, y en los diseños tuyos que hacés - y cómo los incorporas a tu línea de ropa?

**D:** Bueno, generalmente cuando busco inspirarme siempre pienso en el tipo de cuerpo que voy a beneficiar con la lencería porque hay distintos, entonces trato que sea todo uniforme con la naturaleza, me gusta mucho inspirarme en la naturaleza. Y que sean colores como el negro, el blanco, mucho crudo, que lo podés encontrar en cualquier lado, pero básicamente sí, me baso en las personas, en el tipo de cuerpos, a veces un diseño va muy acompañado con la personalidad de alguien que conozco y digo «este brallete te quedaría espectacular» y después lo replico y queda así tal cual. Generalmente siempre empieza con algún regalo que tengo que hacer especialmente para alguien y se hace... Porque mucho tiene que ver la personalidad que lo usa, la persona que lo usa influye mucho.

**E:** Bien ¿Cómo son las uruguayas te parece, en cuanto a colores, con la lencería?

**D:** Bueno así, negro, rojo, blanco y no mucho más. Hay alguna más atrevida que le gusta el azul pero muy...el público digamos, consumidor de lencería acá en Uruguay es muy reservado aún, entonces generalmente busca colores más básicos como el negro, blanco, le gusta mucho el rojo, pero nada....

**E:**Nada fuera de eso....

**D:** Un rosa pálido, son muy reservados con el tema de colores.

**E:** Y a la hora de producción de fotos ¿qué características corporales -por lo general, si tenés alguna en particular- te gusta para las campañas?

**D:** Bueno, nosotros hemos experimentado dos tipos de campañas. Las campañas que se da la oportunidad de hacer con una modelo específica y otras que hemos hecho mediante castings, con modelos o no modelos, de la vida cotidiana. Son las que más disfrutamos en realidad. Nos encanta hacer ese tipo de fotos con mujeres reales, en realidad. A veces nos es más difícil porque llegado el momento no se animan tanto pero nos gusta porque... Hicimos un video el año pasado, donde hicimos un casting, se anotaron más de doscientas personas, experimentando la sensación...¿lo vieron ustedes?

**E:** No, no ahora lo quiero ver...

Y lo grandioso fue que se anotaron de todo tipos de mujeres de distintas áreas laborales, de todo fue... y cada una de las chicas, fue innato, no tuvimos que decirle nada, cada una era, como que sentía que era cómodo, el otro que le quedaba sexy y como cada uno era parte de su personalidad. Por eso lo de hoy que te decía que era muy importante la personalidad porque refleja mucho y quedó espectacular. Lo hice con BLANC una productora que trabaja en SINERGIA. En su momento fueron horas y horas de rodaje y parecía que hubiesen pasado dos horas. Fue muy divertido, el casting estuvo muy lindo, ninguna de las que quedó eran modelos, en realidad se anotaron algunas pero no era lo que buscábamos en realidad. Siempre estamos tratando que sea versátil, así como el producto, que sea bastante versátil el tema de las campañas, no te miento, hemos hecho algún que otro producción, son pocas las que hemos hecho con modelos, sí nos han pedido modelos publicitarias o de agencias, ropa como para sacarse, ellas tienen un book que hacerse y necesitan ropa, y después sí, nos dan algunas fotos y las publicamos, pero tratamos de que no sean imágenes... inclusive las que subimos a Instagram son fotos tipo selfie sacadas de clientas o amigas pero no... Bralette es para todas y queremos reflejarlo también en temas de comunicación, si decimos Bralette es para todas y después pasamos solamente fotos con flaquitas es como qué... Les muestro el vídeo, les va encantar...

Bueno quería hacer otro en realidad porque me gustó tanto, tanto el video que me gustaría hacer otro más, pero le quiero dar más hincapié al tema del Plus Size que sé que no hay...

**E:** No, no hay (Risas) ( *Ven el video. Audio del Video* )

**E2:** Está buenísimo, mal...

**D:** Las chicas como que acompañaban lo que decían...Por ejemplo el romántico...Romántico no estaba pero para mí el amor tenía que estar, y juega mucho con eso, el amor y todo... Esta chica, la última, es una maestra de jardinera, vive en el interior, inclusive creo que vive en el campo, en un pueblo lejano y era como que concordaba todo, su manera de ser era todo romántica, era cómo sí, sos vos. Y la chica de jardinera, Cami es una genia. Ella irradiaba seguridad en los poros, seguridad le salía por todos lados, seguridad, era como Waw! no conocí persona más segura. Y tiene una frase que lo dijo ella o siempre lo escribe que dice que "no hay mujer más sexy que la mujer segura de sí misma". Esa mujer es sexy y segura por donde la mires. Le gustan mucho los arneses, inclusive ella hizo una colección de arneses en su momento y daba todo. La comodidad, la diversión, la chica con las pecas que era una locura, o sea, súper divertido, la verdad que nos encantó

**E:** Y la producción también, las imágenes todo, la estética...

**D:** Yo he estado en otros trabajos y la verdad para nada se pasa también, fue como muy lindo, el lugar, la locación, todo estaba bien y creo que se mostró, se veía en el video que no era actuado, las chicas estaban...

**E:** Se sentían así...

**D:** Y bueno quedamos todas amigas con ellas.

**E2:** Que demás, me encanta, re lindo...

**E:** ¿Y está publicado en algún lugar el video?

**D:** Si, está en las redes. El año pasado en diciembre fue. Imagínate nosotras en octubre, noviembre lo estábamos haciendo y en diciembre lo sacamos. Tuvo repercusiones, estuvo lindo. Aparte lo había imaginado así, me gustó que fuera tal cual y que se hiciera un casting eligiendo a... fue fácil en realidad porque iba cada una con su personalidad...me hubiese gustado hacer con mujeres más adultas, teníamos un par que eran unas genias y bueno al final, no fue un tema de decisión de nosotros si no que no estaban realmente seguras porque una cosa es... es un video. Capaz que una foto es un poquito más fácil, pero un video les da un poquito más de vergüenza.

**E:** ¿Y qué pasa por ejemplo... me tiro, capaz... con el adulto mayor? No sé, porqué...

**D:** Es un territorio para explotar...

**E:** Salado, acá no hay nada, ni una campaña con alguien ¿y qué? perdió la sexualidad capaz que su foco de vida está por otro lado... Es raro ¿no? ¿Qué pasa ahí?

**E:** Hay un... Bueno, justamente una mujer, con el tema del cambio, inclusive se está interesando en la lencería una persona con más de cincuenta y cinco años seguro, o sea, cincuenta y cinco años es joven, pero estamos hablando de una persona... Han venido personas con más de sesenta años a buscar su ropa interior, entonces hay un mercado que se puede explotar, obviamente con mucha delicadeza porque no es que les queda cualquier ropa interior cómoda ni con el sostén que necesitan. Entonces claro, con mucho cuidado, yo creo que hay que hacer una investigación bastante... con el tema de los modelos, material que usar... qué eso es lo que lleva más tiempo, qué es lo que me pasó a mí... yo los plus size estuve pila de tiempo buscando, que elástico podía ser para que quedara cómodo, para que sostuviera la tela, cómo hacer para que quede prolijo también y que no aprete mucho... la idea es que sea una prenda para usar todo el día, mucho rato y que vos te sientas cómoda pero con sostén también. Y bueno, sacamos unos ahí, y están buenísimos, lo que

tengo que hacer es replicarlos. De hecho se lo ofrecimos a *Sísí*, se lo ofrecimos cómo una...porque nosotros también vendemos al por mayor a distintas tiendas y tuve una reunión con ellos y me pareció que era un producto como para que pueda comercializarse a nivel nacional pero masivamente porque veo que hay, en el mercado no hay sustitutos de ese tipo, plus size que no sean, que sean cómodos y que sostengan... Generalmente tienen aro, si no tienen aro no sostienen, y tienen que ser sí o sí de buena calidad.

**E:** Yo por ejemplo, me he comprado uno, el último que me compré en *Sísí*, era grande la copa todo bien, pero tenía aro que los saqué, los volé pero ¿qué pasa? no me sostienen en realidad porque el elástico es tan finito, el de acá y todo... que si te lo ponés para arriba, justamente para que te levante... te corta acá ¿entendés? una cosa espantosa, entonces o son todos chicos los que tengo o, como eso, no sostienen nada y siempre se te escapa una lola, por ejemplo... tiene un escote muy abierto pero el elástico de acá no ajusta tanto.

**D:** ¿Qué talle sos tú? ¿120?

**E:** Ponéle que sí, pero yo siempre uso chicos...

**D:** Además tenés poco contorno, lo que yo veo, vos sos chiquita..

**E:** Chiquita de contorno pero tengo mucha base de seno en realidad.

**D:** Eso es re difícil para vos, encontrar un soutien.

**E2:** Todos me quedan largos hasta acá, todos me quedan re chicos de contorno, pero así... no uso, me pongo cuando me quiero ver un poquito... pero si no, ya está.

**D:** A mí me pasa también, tengo más contorno que copa pero bueno eso se soluciona. Con un contorno más... Nosotros hacemos a medida, que se le puede poner un contorno más chico, copa más grande o viceversa, es un

servicio que brinda Bralette pero salvo Victoria Secret que vende tamaño de copa y tamaño de contorno, acá no he visto. Puede ser que...

**E:** Para, ¿acá está Victoria Secret? Yo no tengo ni idea...

**D:** No, pero sí los que llegan acá en realidad, porque los compras por Internet o en el Free Shop sí venden por tamaño de copa y por tamaño de contorno, que eso en realidad es ideal porque si no... Y en Uruguay pasa mucho de que tienen poco contorno y mucho busto o viceversa y hay un montón de casos y que sean chicas de acá también...Entonces el conjunto no podés comprar... y decís ¿ay, pero no se pueden intercambiar? Y te matan. Con el bikini ni te digo...

**E:** A mí me arruina...Bueno, las preguntas ya está, ahora viene una parte...

**E2:** es un juego en realidad. Tiene dentro estas siluetas ¿vos con cuál te identificas?

**D:** ¿Con cuál me identifico? Que difícil... Con la uno.

**E2:** Ahora te leo un texto y también, con cual identificarías tu cuerpo...Mujer activa y curiosa que toma sus propias decisiones, le interesa el arte y el mundo del diseño, le gusta estar a la moda y sentirse cómoda con lo que usa. En su tiempo libre sale a bailar con amigas y escuchar música.

¿Quieres leerlo de nuevo o algo?

**D:** En realidad podría ser cualquiera pero como me sentí tan identificada, sería el uno.

**E2:** Y dentro de estas fotos, también lo mismo, ¿con cuál te identificas?

**D:** Son campañas...Me gusta... estas dos últimas me gustan, son cotidianas, súper cotidianas.

**E2:** Y, ¿alguna de las dos?

**D:** Me gusta esta

**E2:** ¿Y cuáles son los elementos que hacen a esa identificación?

**D:** El entorno...

**E:** ¿Cuál es la que elegiste, la cuatro?

**D:** ¿Ves que tiene como un encaje? después tiene todo un estilo bastante vintage, combina todo, el pelo, todo, por eso, por un tema estético también, la pose... tiene tatuajes, todo, me gusta. No es una pose, acá están haciendo más pose, acá está como solamente apoyada. Está más relajada eso me llama pila la atención, la cara también, puede ser cualquier persona.

**E:** Muchísimas gracias. Demás.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #2 ANÉMONA

**E:** Bueno... La presencia de esto, le ponemos algo ahí... Vos sos Anémona ¿No? ¿Qué te sugiere a vos la palabra lencería?

**D:** ¿Que pienso yo cuando pienso en lencería?

**E:** Si, exacto

**D:** Lencería es para mí sensualidad pero también comodidad, una prenda que la persona se sienta cómoda, se siente como una. Y que es importante. Muchos creemos que la lencería es menos que la ropa que se ve pero es la prenda más importante, creo.

**E:** ¿Y por qué?

**D:** Porque en realidad creo que la prenda que te ponés debajo del todo, es cómo no sé cómo decirte, pero es la que en cierta forma va a marcar como te veas afuera. La ropa interior si te ajusta mucho, después te figura el cuerpo y eso se ve de afuera. Creo que es...No sé si está como denigrada pero es como un segundo plano.

**E:** Bien. ¿Te parece que existe alguna diferencia entre ropa interior y lencería?

**D:** Creo que lencería está como más relacionada a lo que es encaje, es como una ropa interior pero más delicada. Y capaz que la ropa interior es más de algodón o todo otro mundo que no sea lo más delicado....

**E:** O sea ¿involucrarían situaciones distintas?

**D:** Sí, capaz que sí.

**E:** ¿Qué tipo de materiales utilizas?

**D:** Uso encajes, terciopelos, algodones, lycras, por ahí en cuanto a la materia prima. Después los elásticos y todo eso.

**E:** Ahí va ¿Para qué momentos es la ropa que vos diseñas?

**D:** En realidad depende mucho de la clienta porque lo hago de encaje, la hago más como para el día a día pero sé que hay gente que la usa para momentos puntuales, no es como una prenda que usa día a día. Después, justo ahora no tengo pero, hago de algodón también que esa sí creo que es como para uso más cotidiano y después hago la colección «Velvet» que era como más puntual para casos más especiales o también los Baby doll y los Bodys que son para situaciones puntuales.

**E:** ¿Qué relación tiene la lencería con la intimidad?

**D:** Con la intimidad depende de... cómo....

**E:** No sé, como vos te sentís, cómo....

**D:** Para mí está bueno que la mujer se sienta cómoda con la lencería. Lo más íntimo, eso. No sé si va por ahí pero a la hora de verse la mujer al espejo con la lencería se sienta linda, por decir algo así, y que eso también la haga sentir segura también en un momento íntimo.

**E:** Perfecto... ¿y qué relación tiene con el erotismo?

**D:** Si, depende de la lencería ¿no? Hay alguno que capaz que sí, a cierta gente le parece más erótica y la usa para momentos...

**E:** ¿Y cuál sería la erótica?

**D:** ¿En mi caso? Los Baby Doll capaz, la transparencia de las gasas y eso.

**E:** Bien ¿y qué relación tiene la lencería con la seducción?

**D:** Medio como lo mismo, capaz. A mí me gusta la seducción de qué no muestre tanto, por decir algo. La transparencia,

la prenda que cubra más pero que sugiera, digamos. No que sea demasiado cavado y eso y eso está visto como muy sensual y no sé qué, creo que es más lindo lo otro y juega y seduce más lo otro.

**E:** Ahí va ¿y con la sensualidad?

**D:** Sí, no sé. Medio lo mismo en realidad. Creo igual que es parte todo de lo mismo. Si la persona se siente cómoda con la prenda, se va sentir segura, sensual y con no sé... No sé si sería fuerza, pero con ganas de ser sensual y seducir

**E:** ¿Y ante un espejo por ejemplo?

**D:** Claro, pero por eso. Si la mujer se ve y se siente algo que le queda lindo, que ella considera que le queda cómodo, es como que ella se va sentir más sensual y más segura a la vez.

**E:** Ahí va. Bien.

¿Qué dicen tus clientas sobre el efecto de tu ropa interior en sí mismas?

**D:** Es como medio repetitivo, pero en realidad me pasa pila más que nada con los soutienes que es una prenda bastante conflictiva y difícil de dar con el talle, que yo hago talles más grandes de lo común podríamos decir, y una vez que encuentran el soutien adecuado se van encantadas. No es por exagerar pero se van chochas, y cómo que eso... ya las ves diferente y eso está re bueno.

**E:** ¿Y sobre las parejas o algo?

**D:** Nunca nadie me hizo un comentario así alusivo...

**E:** Pero la gente que viene a comprar por esa noche puntual o algo...

**E2:** o es más sobre ellas quizá...

**D:** En realidad, nadie me dice «vengo a comprar esto»

**E:** No, obviamente...Pero yo que sé. Capaz que vino el novio de alguna o algo... ¿has tenido público masculino que compre algo a alguien?

**D:** Ha venido pero mandado por sus parejas. Viene con una foto y dicen...

**E:** Ah, me muero... El recado

**D:** Mi pareja siempre compra acá, y traen varias fotos y te dicen «lleva este, este y este « algo así...

**E:** ¿No para regalar?

**D:** No, no...En realidad no.

**E:** ¿Y qué opinión te merece a ti la lencería específicamente erótica? O sea para el encuentro...

**D:** No sé, no es algo que a mí me nazca hacerlo, todavía no llegué al encuentro con esa lencería puntual, pero está demás que haya gente lo que haga ¿no? yo todavía no llegué al encuentro para hacer ese tipo de lencería, no es algo que me nazca en realidad.

**E:** Pero los tuyos con encaje ¿no representarían capaz esa...?

**D:** No sé si es porque yo ya lo tengo naturalizado y no me parece, o porque veo... Conozco marcas que las relaciono más con erotismo que lo mío...

**E:** Ahí va ¿cuáles serían por ejemplo?

**D:** Los nombres no lo sé, pero la estética sí. Viste que es más con elásticos, menos prenda podríamos decir.

**E:** ¿La de los arneses, por ejemplo?

**D:** Sí, ahí va.

**E:** ¿Cómo expresa la ropa interior los ideales de vida? El deseo por ejemplo, una meta, cómo eso...cómo se conjuga.

**D:** Ay, no sabría. No sé.

**E:** Claro, en realidad es como el desear algo. Yo que sé, un ideal de vida es como una meta que yo tengo

**D:** Con la lencería.... No sé. No sabría qué responder.

**E2:** No sé, capaz que crear otra línea de, otra cosa que te gustaría, hablando más sobre la lencería capaz...

**E:** No, no no. En realidad es más lo que ella hace, como se traduce en esos ideales de vida. Si tiene una meta, por ejemplo. Si tenés una meta....

**D:** Pero ¿mío?

**E:** No, no,no. De la lencería que tu haces, que diseñas. Si tiene por ejemplo alguna línea que tenga alguna meta con algún fin, erótico, encuentro, o no sé, de sentir a la mujer segura de otra forma o más gata... O cómo eso... Puede ser a futuro también esa idea de vida.

**D:** Las prendas y las colecciones siempre las pienso como para que la mujer primero que nada se sienta segura, que es para mí la base. Y después capaz que hay líneas que se piensan más para que sean un poco más sensuales, por decir algo, pero ta, no sé bien.

**E:** Está bien. ¿Y cómo se conjuga la existencia del afuera, por ejemplo, con una ropa interior? O sea dentro de lo público, lo privado, la forma de consumir.

**D:** A ver...

**E:** Por ejemplo, si vos usarías algo cómo TOPS... en la lencería, esa línea que se pierde y a la hora de...

**D:** ¿Para que sea más visible?

**E:** Claro, sí.

**E2:** Que se te vea, estás con la musculosa y...

**E:** Cómo se conjuga en tu trabajo esa...

**D:** Básicamente siempre lo hago para que sea interior y no que se muestre tanto, pero me ha pasado de personas que si lo usan para el exterior tipo TOPS capaz que la mayoría no pero hay alguna que se anima y si lo usa pero no hago prendas pensando que jueguen los dos roles. Que sea visible el interior, en sí, no. Por ahora no he hecho ninguna pensando en eso.

**E:** Y en cuanto al consumo ¿cuál más te llevan?

**D:** Los soutienes con aro

**E:** ¿Y velvett?

**D:** Más que nada encaje...Es lo que más se lleva.

**E:** Bien ¿qué otros elementos inciden aparte del cuerpo y cómo se incorporan en tus diseños? Qué otra cosa influye, más allá del cuerpo que obvio, los talles y todo eso, ¿qué otra cosa influye para que vos diseñes estas cosas?

**D:** En realidad no es como que en cada colección me inspiro en algo ni nada, si no trato de ver con los materiales que se consiguen acá, que es bastante complejo, tratar de crear algo que me guste y que crea que puede funcionar. No mucho más.

**E:** Bien, bueno ¿cómo son las uruguayas en cuanto a los colores en la lencería?

**D:** Bastante... En realidad tratas de poner otros colores, o sea, se quejan de los colores, hacés otros colores y vuelven a los clásicos, entonces me parece que son medio clásicas.

**E2:** ¿y qué colores son esos clásicos?

**D:** Negro a morir, capaz que algún blanco... Este año hice otros colores y no sé, creí que iban a gustar más o el color que yo creí que iba a gustar más no fue y fue el verde que es como más oscuro de última, y es parecido a algo más clásico.

**E:** Ahí va. Y a la hora de producción de fotos ¿Qué características corporales buscás para tus campañas? para que represente a tu marca.

**D:** Bien, tratamos de buscar todo tipo de mujeres pero más o menos tenemos ya un par que siempre hacen las fotos con nosotras, y no trato de hacer fotos con una gurisa demasiado delgada, en realidad. Siempre es de un cuerpo medio, por decir algo, para arriba. Al principio cuando arrancamos, la idea era que solo hubiese gurias rellenitas por decirlo de alguna manera y tuvimos ahí como un rechazo... no como un rechazo pero nosotros cuando arrancamos, hace seis años no estaba todo esto del plus size ni de aceptarse ni tanto, y llevamos a una feria, me acuerdo, fotos, con estas gurias y era encasillado que era ropa solo para este tipo de mujeres y no para todas. Yo hago varios talles en realidad. Y ahí tuve que rever y sacar fotos con gurias capaz que eran más delgadas para que entendieran que era algo más global y no tan focalizado. Y eso estuvo salado porque, generalmente cuando ves un catálogo las modelos son más delgadas pero capaz que una persona más rellenita cree que hay para ella. Pero no a la inversa, entonces no funcionaba y tuvimos que rever eso, entonces tratamos de que sea variado.

**E2:** Re bien resuelto de buscarle la vuelta y no quedarte con el sistema ese, que te encasilla que las modelos tienen que ser de determinada forma.

**D:** Claro, además al menos desde que empezamos no era una batalla que estábamos contra este tipo de modelos y no a favor de éste si no que ta, pero sí visibilizar capaz más uno que no estaba tan visibilizado.

**E2:** Buenísimo. Bueno, las preguntas ya están. Y tenemos una especie de juego, en realidad dentro de estas imágenes, ¿con cuál te identificas? ¿Con cuál silueta, con cual cuerpo te identificas vos?

**D:** ¿Yo o la marca?

**E:** Vos

**D:** Qué difícil...Con estas dos

**E2:** Con la 4 y la 7 ¿y si tuvieras que elegir una?

**D:** Esta capaz.

**E2:** La 4. Bien

**E2:** Y ahora, utilizando estas mismas imágenes, te leo un texto que es el texto de una mujer «X» y lo mismo, con cuál la identificas, con qué cuerpo...

**D:** Bien

**E2:** Mujer activa y curiosa que toma sus propias decisiones, le interesa el arte y el mundo del diseño, le gusta estar a la moda y sentirse cómoda con lo que usa. En su tiempo libre sale a bailar con amigas y escuchar música.

**D:** ¿Y la tengo que identificar con una sola?

**E2:** Si, si podés.

**D:** Yo que sé, por decir una. Igual me parece que podría ser cualquiera, pero por decir una, digo esta.

**E2:** La tres. Muy bien. Y esta es la misma que la primera pero ¿con cuál te identificas?. Pero ya suman otras cosas, la actitud, el entorno...

**D:** Con esta, capaz.

**E2:** Bien ¿y cuáles son los elementos que hacen esa identificación para vos?

**D:** La pose tal vez, las prendas que tienen puestas, el pelo

**E2:** Bien, perfecto, sería la...5.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #3 NUDE

**E:** Qué te sugiere a vos la palabra lencería?

**D:** Lencería es como una segunda parte de uno mismo, como una segunda piel, siempre me gusta y siempre dije pah esto está genial para usarlo, pero capaz que hay cosas que no soy ideales para usar como una segunda piel y hay otras que sí

**E:** Claro

**D:** Principalmente por eso, por la comodidad, por cómo te sentís vos misma.

**E:** Ahí va, te parece que existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?

**D:** Siento que la ropa interior es como más básica, como más capaz conservadora, y la lencería como no se como para expresarte un poco más.

**E:** Claro

**D:** Eso es lo que más siento

**E:** Ahí va

**E:** Qué tipo de materiales usas?

**D:** En realidad saqué la primera colección, que utilicé mucho terciopelo, me enamoré del terciopelo y lo quise aplicar en todo, creo que dos conjuntos solo no tenían terciopelo, el resto tenían todos, después microtut y satén elastizado, en realidad quería conseguir seda pero es mucho más complicado, más caro, y dije el satén es la mejor réplica, por decirlo de alguna manera y eso no lo utilicé en la primer colección pero lo voy a utilizar ahora, si son esas tres telas.

**E:** Bien, y para qué momentos es la ropa que vos diseñás?

**D:** Ehm, es difícil de decirlo porque mucha gente que me ha comprado me dice que la utiliza todo el día, para ir a trabajar o lo que sea, pero hay otras que me han dicho que no, solo para, que normalmente usan como la ropa interior, la más básica y para momentos especiales o tener intimidad ese tipo de lencería. Yo no la diseñe pensando en ninguna de esas, bueno la diseñe pensando en vos usala cuando a vos te guste.

**E:** Claro

**D:** Cuando vos te sientas con ganas, usala, esa era mi idea en realidad.

**E:** Bien, qué relación tiene la lencería con la intimidad?

**D:** Ehm, bastante, con la intimidad comparado con el momento que vas a estar con alguien, no?

**E:** Sí sí, o con vos mismo igual.

**D:** Me parece que tiene bastante relación, creo que era es la pregunta, qué relación tiene? me parece que tiene bastante relación porque es parte de como vos te mostrás, viste que la gente tiene pila de problemas con la autoestima, con todo eso y a veces el hecho de ponerse algo más lindo, o algo que la haga sentir linda es como bueno la hace sentirse mejor, y bueno esa es una de las partes, de las relaciones que tiene, y otra es como no se, como una extensión de vos.

**E:** Ahí va, si como otra piel. Este, y qué relación te parece que tiene el erotismo la lencería?

**D:** Si, no me parece exactamente lo que yo hago pero, ta, está bueno que..para me perdí, con el erotismo, jaja me perdí, eh...

**E:** Cómo toda esa cosa...media cachonda, los arneses

**D:** Si, claro por ese lado si es lo que te iba a decir, hay cosas que capaz que da para un poco más, aunque haya que la mujer se destape un poco más viste que, o quizás haya mujer que vayan para ese lado y hay otras que no pero no se en realidad no me lo puse a pensar en eso, cómo hacer parte del erotismo más osado, a esa parte no me la puse a pensar, pero ta, está bueno que la gente se empiece a destapar esa parte más interior o algo así que sacar eso y capaz que la lencería la ayuda a, o la lencería o todas las cosas que se pueden usar, ponele arnés no hago pero está bueno para que mujeres demuestran esa parte suya.

**E:** Ahí va, este, y qué relación tiene la lencería con la seducción?

**D:** Mmm bastante, si bastante, por lo que te decía anteriormente, como que la mujer busca cómo sentirse más atractiva o gustarle más al hombre o a si misma, y que la lencería hace parte de eso, viste que, yo lo que estoy viendo ahora, en Instagram, está re de moda sacarse fotos en ropa interior, o por lo menos eso veo yo, potenciales clientas que, es como parte del mostrarse, como le queda ese bralette o ahora se usan más la de tiro alto o las de cavado más alto, entonces eso también les gusta mostrarlo a eso, a las mujeres hoy en día, y no me acuerdo cuál era la pregunta pero

**E:** Si con la seducción, va por ahí

**D:** Ah ta, entonces si es como parte de eso, el mostrar y sentirse más sexy, o algo así, no me gusta usar mucho la palabra sexy pero ta eso

(Risas)

**E:** Y con la sensualidad?

**D:** Más o menos lo mismo, no me acuerdo igual mucho la diferencia entre sensualidad y lo otro, pero...no venía preparada para esto jaja

**E:** Yo creo que la seducción es hacia otra persona

**D:** Si claro

**E:** y la sensualidad como algo más personal.

**D:** Si puede ser, em, si...es como, es como lo mismo, cuando vos querés gustarte a vos misma haces lo mismo que cuando vas a gustarle a alguien más, me parece a mi, entonces es como buscás lo mismo.

**E:** Si capaz que ahí socialmente aparece el adjetivo de «ay, que sensual» o no?

**D:** Que sería más o menos lo mismo que sexy no? supongo.

**E:** Si

**D:** Si, capaz que ustedes que están estudiando saben más.

**E:** No no no, si si. Estem..qué dicen tus clientas sobre el efecto de tu ropa sobre si mismas?

**D:** Ehm, que les resulta re cómoda principalmente, ehm que les gusta la tela que uso, que no se, es como que hay algunas que se las ponen en el día a día y otras que se lo ponen, la dejan para esos momentos, y ta.

**E:** Y esos momentos en la pareja, cómo ha repercutido, tenés idea? o..

**D:** No lo sé, tanto no se, pero ahí supongo que ya ahí le debe servir para gustarle a la otra persona, supongo.

**E:** Como un arma a jugar.

**D:** Si algo así.

**E:** Ponele, si no?

Si claro, y qué opinas sobre la lencería específicamente erótica?

**D:** Como por ejemplo?

**E:** La que es solo tipo de momento de sexo o..

**D:** Mmm, lo que pasa que también depende de cada mujer, cual es la que consideran más erótica, capaz que hay algunas que consideran más eróticas un arnés o algo por el estilo que muestre pero apenas, las que tapen mejor dicho, y otras capaz que consideran erótica otra cosa.

**E:** Claro, si si.

**D:** Y..me repetís la pregunta?

**E:** Sí, para, qué opinás de la lencería específicamente erótica? en realidad

**D:** Ah ta, eso, mi opinión personal es que no la uso, porque es como un proceso también, no? empezar a descubrirte a vos misma y empezar a animarte a usar otras cosas y que también van en conjunto de la consideración de vos misma, por ejemplo, si te gustas pila, te re gusta tu cuerpo, sea como sea, la forma que tenga, digo está buenísimo, lo re usas, ahora, si hay una mujer eh no sé, por ejemplo yo tengo un problema con mi panza por decirte algo, capaz que no lo uso, porque no se, no me gusta como se ve la panza, entonces ta no la uso, y ta, como que va también con eso, con la autoestima.

**E:** Y cómo te parece que expresa la ropa interior los ideales de vida? así como una meta, un deseo.

**D:** Los ideales de vida? cómo lo expresa? Con respecto a..

**E:** Una meta, un deseo.

**D:** Sí, yo creo que hay mujeres que no les da importancia a la lencería, es como que a la ropa interior más bien, como que es algo que tienen que usar pero lo usan y no le dan importante.

**E:** Les da igual.

**D:** No se compran, que me ha pasado pila eso, que me dicen conocidas, «ay yo no me compro nunca» no se que, no se cuanto, ta, y hay gente que trata de tener todo el ropero de lencería como es algo que capaz que cobran y enseguida se compran.

**E:** Como algo de todos los días, no?

**D:** Si, que me pasaba a mi en realidad, jaja en un principio vivía cerca de 18, en un momento que yo no se compraba en SISI ponele, ta ...y me acuerdo pasar todos los días porque tenía que ir a estudiar por ahí, y pasaba y creo que cada vez que no se mis viejos me daban plata, porque yo no soy de acá, soy de Minas, entonces cada vez que mis viejos me daban plata yo iba y me compraba.

**E:** Claro, un caramelo algo así,

**D:** Si mal, era algo que siempre me tenía que comprar, ta y por eso, cada una lo ve de diferente manera.

**D:** Si obvio.

**D:** Y capaz que es como una meta un objetivo comprarse ropa interior, comprarse ropa más linda o más sexys o buscar marcas o también esto de apostar por lo nacional, la producción de acá.

**E:** Es verdad.

**D:** Hace que las mujeres tengan otra visión sobre la lencería, que capaz que es a lo que apunto yo no, lo que no busquen lo preformado, el push up que te aumenta no se tres talles sí, y tratar de buscar de ser un poco más natural, que yo, es un proceso que también yo lo estoy haciendo. Mira que yo siempre usé con aro por lo menos, y no tengo nada, pero por usar jaja, y es como un proceso que también estoy haciendo que es no no, y empecé a hacer cosas para mi y las estoy empezando a usar de esa manera porque no quiero, no está bueno todas esas cosas.

**E:** Y te sentís mejor?

**D:** Si obvio, principalmente por la comodidad.

**E:** Claro.

**D:** Los aros, los push up, en la adolescente se le salía y te pinchaban.

**E:** Si si, y como lo seguíamos usando porque..ni tengo, pero se me rompían e igual.

**D:** Si, por tener el push up ese

**E:** Yo ponele que no podría no usar soutien por una cuestión de que tengo mucho pero a mi por ejemplo un push y un aro no me sirven ni en pedo, precisamente lo que no quiero es mas jajaj y lo que los que tienen mayor cavidad de soutienes son esos, no entiendo por qué pero es así.

**E2:** Se está haciendo ese cambio, atravesarlo.

**D:** Más cuando sos media adolescente y todo eso que decís, no tengo nada y querías tener más porque viste que las minas de la tele, tenían más y ay no quiero tener más.

**E:** Claro.

**D:** La época de las operaciones y eso, y ahora estamos como en otro momento viste, como en otro momento de decir, bueno no basta esas cosas...(no entiendo) jajaj trata de sentirte vos cómoda y nada más.

**E:** Tal cual.

**D:** Claro.

**E:** Igual te parece que el exterior busca un poco eso también?

**D:** El exterior, qué decís, la sociedad?

**E:** Claro, si.

**D:** Que busca que..

**E:** Cómo ese ideal, Como ese ideal corporal

**D:** Si claro obvio, si, lo vemos en todos lados pero igual estamos en un momento de transición, me parece a mi, estamos en..no sé si a todo el mundo le llega, tengo amigas por ejemplo que son muy cerradas en ese sentido, «ay no jamás usaría esto sin push up o sin aro» yo que se, viste y veo chiquilinas que le encanta lo que hago pero no se compran porque no tienen push up o algo así, entonces ta estamos en un momento de transición y todo pero a la gente le cuesta, le cuesta salir de eso, y obviamente que todo lo que bombardea y todo lo demás, bueno por suerte ahora no está showmach, pero cuando estaba showmach todas querían ser como esas minas que estaban ahí.

**E:** Claro

**D:** Obviamente que nos quieren meter todo eso en la cabeza, pero bueno no se. se trata de escapar un poco

**E:** Estem, y cómo se conjuga te parece a vos, el afuera con una línea de ropa interior? a nivel de consumo, por ejemplo.

**D:** Guíame un poco más

**E:** Tipo el afuera, tipo lo público y lo privado, no? como que mostrar y qué no y a nivel de consumo, en cuanto a qué se busca en realidad con esa, cómo se conjuga esa existencia del interior tuyo y el afuera, a través de la lencería en realidad.

**D:** Ehm, no sé capaz que se busca un poco seguir las tendencias, se busca, supongo que sentirte bien con vos pero a su vez buscar las tendencias, por ejemplo, no se, si se usan los bralette ahora que están de moda todo lo que son bralette, las minas van a querer todas bralette o lo que sea, o usar algo que está más de moda, porque ahora el bralette se usa con todo, porque te lo pones abajo de una remera, te lo poner abajo de ...y lo mostras igual y está todo

bien y, bueno capaz que el tema yo que sé de los colores, y todo eso, buscar los colores que te gustan y que también esté bueno en la lencería

**E:** Claro

**D:** No se, no se si respondo a tu pregunta igual pero.. si es un poco eso si, va por ahí, como esa cosa de qué límite tiene el adentro tuyo y el afuera en realidad.

**D:** Es que siempre se mezcla, porque estamos bombardeados por todo.

**E:** Claro

**D:** Por más que digamos «no soy una mina consumista» o lo que sea, siempre terminas consumiendo algo de lo que te quieren decir que es tendencia o lo que está de moda entonces en algún momento lo haces.

**E:** Ahí va

**D:** Me parece a mi y ta

**E:** Y las tendencias no soy un poco de occidente, todo, en realidad y se trae todo para acá

**D:** Y si

**E:** Es un poco así si. Igual acá llega tarde también, no?

**E:** Si obvio

**D:** Pero igual estamos en un momento que se le da mucha importancia, como a la moda, a todas esas cosas, aunque sea diferente a lo de antes, pero como que se le da importancia, si bien se le deja de lado un poco los estereotipos, que hay marcas que apuntan mucho a eso, pero igual se sigue llegando a eso. Por ejemplo, yo veía marcas que o por lo menos lo que a mi me gustó desde el principio, cómo hacer algo colorido, no quiero hacer solo blanco, negro o rojo en algún momento viste que hay marcas que usan

mucho el rojo y ta, yo odio el rojo en la lencería, entonces como que quise salir un poco del blanco y negro, si bien tengo cosas blancas y negras, pero quiero tener algo colorido, por ejemplo si te pones un buzo que es bordó, puedes usar algo abajo que es bordó, o verde o amarillo, o lo que sea, y hay marcas que quieren salir de lo que son los estereotipos pero igualmente siguen usando el blanco y negro y también lo que me pasó que una chiquilina me dijo pah estaría buenísimo, o sea me encanta, pero para un local, que vende todo lencería, Aralis, en el shopping, tiene todas las marcas que son de diseño

**E:** Mirá

**D:** Entonces yo me reuní con ella, me encanta, está buenísimo, pero el tema es que la mujer uruguaya se compra mucho lo clásico, el blanco, el negro, el beige, el no se que, pero capaz que es un público que compra eso y no se, a mi no me ha pasado entendes. Hice un conjunto verde petróleo, y fue de los primeros que se terminó

**E:** Mirá

**D:** y les re encantó, justamente capaz que es por eso porque no hay mucho de ese color

**D:** Claro

**E:** Algo así

Ahí va, estem, qué otros elementos inciden, además del cuerpo y cómo se incorporan en tu línea de diseños?

**D:** Para repetirme la pregunta

**E:** Qué otros elementos inciden, además del cuerpo y cómo se incorporan a tus diseños?

**D:** Ehm, elementos y lo que busco es usar apliques que no sean los tradicionales, por ejemplo, no quiero moñitas, no quiero perlititas, cositas así, por ejemplo, ahora voy a

usar uno que es como un cuadrado de acero o los aros de acero o cosas así, pero no los típicos, detallecitos que no, muy nena

E: No

D: Y después lo que busco es combinar texturas y combinar colores

E: Ahí va

D: Por ejemplo, microtul con terciopelo, hebilla con terciopelo que hice ahora, o encaje, ahora voy a usar lycra con encaje, em me gusta combinar

E: Ahí va. Estem, cómo son las uruguayas en cuanto a los colores, que ta igualmente recién lo decías

D: Eso, son muy conservadoras, como eso, siguen la tradición viste del blanco y negro, y ahora cuando se vino lo de la noche de la nostalgia, tipo cuando lo de la noche de la nostalgia, todo el mundo me decía, pah vas a ver que las mujeres re compran lencería bla bla bla, y yo ni ahí quise promocionar eso en realidad, porque mi público no se si le importa tanto eso, a parte que yo no iba a vender nada rojo, porque no tengo nada rojo, no iba a vender nada blanco porque no tengo nada blanco, entonces era como..para qué voy a promocionarlo.

E: Claro

D: Y, viste que si vos seguís como lo que te dice SI SI, tenes que vender negro y rojo, para la noche de la nostalgia y ta no no, para nada, y como que son esos colores los tradicionales y ta yo creo que si, igual como que el público más joven apunta a usar otro tipo de cosas, claro o capaz que cierto sector o cierto público, capaz que las jóvenes más conservadoras o lo que sean siguen usando los blancos y los negros, el beige, el color piel que le llaman jajaj

E: Si si

D: Bien

E: Y a la hora de las producciones de fotos, qué características corporales te interesan para tus campañas?

D: Te cuento, por ahora la única sesión que hice fue con una sola chica, que en realidad era conocida, y como no tenía plata, la elegí a ella, no me importaba el cuerpo que tenía, no importaba, vos venís, tenés total libertad y le dije total libertad, yo no tenía ni idea del cuerpo que ella tenía, no? era simplemente conocía como sabía que no me iba a cobrar nada, le dije o sea, en realidad era prima de una amiga, y nunca la había visto y resultó que la chiquilina era flaca, estaba toda marcada, pero yo no buscaba eso, no me importaba, y ahora para esta ocasión voy a contratar a otra que es como más gordita, tiene más físico, no me importa que sea flaca, que sea común y corriente.

**E:** Normal

**D:** Como vos la ves en todos lados, en la calle, no tiene porque ser una modelo o ninguna nada viste no busco que sea modelo tampoco, busco una chiquilina común y corriente, si le pinta hacerlo bien, por ejemplo la que voy a contratar ahora le dije la vi en Instagram que lleva, o sea hice un sorteo, entonces ella participó y me llamó la atención y le stalkee el Instagram.

**E:** Obvio

**D:** Y le digo, le mandé un mensaje en seguida a ver si le pintaba hacerlo, me gustó el perfil que la mina tenía y ta ella se copó y me dijo que si jaja

**E:** Buenísimo

**D:** Por eso, no busco mina perfecta ni nada que se le parezca porque no, porque la que lo va a usar seguramente no sea perfecta, y qué es la perfección también?

jajaja total

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #4 CATWALK

**D:** Igual de seguir el tema es súper difícil ¿no? Nosotras lo fuimos cambiando hasta que ya llegamos a... ¿Ya están grabando?

**E:** Cálmate, no pasa nada. Bueno, a ver... Empiezo con una primera pregunta ¿qué te parece a vos la palabra lencería?

**D:** Lencería... me sugiere erotismo, sensualidad, me sugiere todo lo que entra... Me da vergüenza que estén grabando (Risas)

**E:** Mirá que esto igual lo vamos a ver nosotras y en ningún lado...

**D:** Para mí dentro de lencería entra todo lo que es ropa interior, ropa de dormir, calcetería y es como un gran espectro que están todas dentro de la lencería. Lo más común sería la ropa interior, lo más inmediato a nuestras partes más íntimas. Eso también juega un rol importante, es lo que está en primer contacto con tu género...

**E:** ¿Qué tipo de materiales utilizas por lo general?

**D:** Por lo general uso muchísima lycra, pero mejor debería ser el algodón ¿no? por una cuestión de sudoración, de natural, de que absorben un montón, de que no se estiran tanto. Pero ta, la lycra es fiel.

**E:** ¿Para qué momentos es la ropa que vos diseñás?

**D:** Tiene todos los momentos en realidad. La idea de mi emprendimiento es que puedas abarcar todo, capaz que de una parte de más intimidad con otra persona o consigo misma, pero también que lo puedes usar diariamente sintiéndote bien contigo misma ¿no? buscar que calce que vos te sientas cómoda, de que las telas... por eso es que algunas son de algodón y otras son de lycra cómo para

intentar que las de algodón sean más de esas diarias o buscarle una vuelta de rosca para que también sumen en ese momento de intimidad.

**E:** Ahí va. ¿Qué relación tiene la lencería con la intimidad?

**D:** Creo que juega un rol más de apoyo y de empoderamiento. Para mí es empoderarse, sentirte más plena contigo misma como para con la intimidad como con una misma.

**E:** ¿Y qué relación tiene la lencería con el erotismo?

**D:** Es que juega como carácter de fetiche, me parece. Un montón. Eso de sacar o no sacar. Es la última capa antes de la total desnudez. Entonces es ese fetiche de ir llegando a... y es cómo el último velo. Para mí es eso.

**E:** ¿Y con la seducción, qué relación tiene?

**D:** Cómo eso. Como un arma de empoderamiento. Uno sentirse más a fin de poder lograr la seducción. O de ser seductor.

**E:** ¿Y qué relación tiene la lencería con la sensualidad por así decirlo

**D:** Me parece que todo juega con una parte para mí, lo voy a decir en sucio. Es medio difícil la diferencia entre la sensualidad y la seducción ¿no?

**E:** Bueno no, la seducción es al otro y la sensualidad en realidad es uno mismo.

**D:** Pero la sensualidad me parece que es capaz más inherente a uno y la seducción es cuando yo hago la acción, frente a mi o frente al otro. Mi concepto.

**E:** Claro, ahí va. Sí, yo creo que seducir es hacia la otra persona y la sensualidad es más personal en realidad. Si me siento sensual o no ¿entendés? y si a los ojos del otro vos podés llegar a ser sensual o no. Yo creo que va más por uno...

**D:** Y ahora de nuevo la pregunta...

**E:** ¿Qué relación tiene la lencería con la sensualidad?

**D:** Yo creo que es más el fin de, no sé cómo decirlo. Para mí la sensualidad y la seducción, uno viene a ser como la acción y lo otro es como lo mío propio. Pero yo igual me seduzco a mí misma. Realizó la acción, por eso siento que la seducción no es para el otro, la seducción es tanto para el otro como para mí y la sensualidad está en mí.

**E:** Claro. Sí, es que es eso.

**D:** Entonces siento que la lencería en el tema de la sensualidad es simplemente, si lo querés tomar como un apoyo, o no. Hay gente que no, pero en este mundo en el que vivimos en la sociedad, es cómo un factor cómo de que cuanto más sensual capaz, o que sensual eres con ese calzoncillo o que sensual eres con ese conjunto de encaje, ¿entendés? también me parece que lleva a la carga de fetiche otra vez.

**E:** Claro

**D:** De eso, de que es una mina con un calzoncillo puede ser tipo tan sensual como con un encaje y un *pushup*. Es como un arma. Un arma no, una herramienta.

**E:** Bien. ¿Qué dicen tus clientes sobre el efecto de su ropa sobre sí mismas?

**D:** Generalmente, lo que más tomo de lo que me dicen es que se sienten muy bien consigo mismas. Muchas veces vienen a comprarse algo porque tienen una cita o que se yo, o muchas cosas, pero hay un montón que son «me siento re zarpada». Me siento increíble, voy caminando por la calle en *jogging* y me siento re zarpada igual porque tengo la Catwalk abajo y está demás eso.

**E:** ¿Y sobre sus parejas en realidad?

**D:** ¿Qué dicen?

**E:** Si

**D:** Si, a veces cambia lo que eligen. Como «no, este le va a gustar más». En ese plan. Y hay muchas también... para mí las que más vienen por las parejas son las personas que menos pensarías que compran ropa interior. Qué es bien que lo compran para brindar un momento a la otra persona. Vos venís a comprar este tipo de lencería, que a veces no, pero a veces...»no, es que viene mi novio que se fue de viaje tres meses «es cómo que ¿entendés? es como el aspecto sorpresa. «Me puse esto para vos» Pero y hay muchas cosas que ellos mandan fotos, por ejemplo, y ellos vienen y lo compran o hay muchos hombres que vienen y compran, para regalar. Que ahí siempre son el mismo modelo, también. Que es la que no tiene cola.

**E:** Ahí va, la de las tiras...

**D:** Una vez un novio que compró un calzón gigante, medio porno de los 80's.

**E:** ¿Qué opinás sobre la lencería específicamente erótica?

**D:** Que opino... Pasa que a la lencería particularmente erótica se la carga de tanta, tanta ilusión. Como que me voy a poner esto y va ser la mejor noche de mi vida o que se yo. O voy a filmar un video, es cómo que tiene demasiada carga y capaz que cualquier lencería puede llegar a ser erótica. Era lo que decíamos. Capaz que un calzoncillo puede llegar a ser mucho más erótico que un soutien de pushup, y que te lo pongas vos ese, vos a ser la interfaz que vas hacer que eso sea erótico o no.

**E:** Está bien. ¿Cómo expresa la ropa interior los ideales de vida en realidad?

**D:** Pará, dejame pensarla. Para mi apuesta porque... ¿ideales de vida a qué te referís?

**E:** Y como los valores de la sociedad en sí, tipo... el consumo...

D: Bueno, en realidad lo primero, si lo decís por ese lado, intento que todo sea consciente mente de todos los procesos ¿no? ya sea, si lo hago yo, las prendas que yo hago las realizo con mis manos, cada parte está cuidada y cada parte vos podés ser consciente cuando lo consumís, el proceso. De qué está hecho acá, de qué está hecho con mano de obra nacional, o si no de intentar que sea mano de obra nacional, y después no sé, como cierta revalorización del pasado también. No descartando moldes, calces, y otras cosas que yo siempre tomo de cosas vintage. No sé, compro cosas vintage les saco el molde porque siento que en otra época había mucho más trabajo de la pieza, del calce y de otras cosas y me parece que eso se ve y quien lo consume lo sabe. «siento que estoy en los 80»s» o esas cosas así, lo siento. También es un rol de empoderamiento, juega un rol de empoderamiento y eso me gusta. Cada persona que viene vuelve o no vuelve, pero se va contenta y se va contenta, con más confianza en sí misma...

E: Es eso, más allá del consumo...

D: También eso, mi comunicación intenta ser siempre cómo anónima, para no relegar a ningún sector, a ninguna persona.

E: El ideal en general es a lo que aspira, el ideal de la sociedad, no sé. En la sociedad, mujer independiente o que se yo. Cómo relacionarías la lencería ahí más allá del consumo en sí, por ejemplo.

D: Muy difícil estas preguntas. Para mí sí, es como eso, de hacerlo por uno, también lo de que en la comunicación intento no plasmar algún rostro o para... para que vos siempre te puedas sentir parte o siempre puedas sentir que vos podés ser una CatGirl o...

E: ¿Y qué es ser una Cat Girl? por ejemplo

D: Es medio fiero por un lado, que está bueno, y es súper naïf por otro. Va por el lado de sentirte «la propia» por decirlo de alguna forma, en cualquiera de las situaciones. Yo si pelo, y pelo culo y me saco una foto o no.

Capaz que tengo 5 capas arriba pero me sigo sintiendo igual. Es como una mujer audaz. Eso es. Siento también que todas las mujeres somos audaces en esta sociedad de hoy en día, es medio difícil que el sistema no te coma si no sos audaz.

E: Sí.

D: Entonces, si obvio Cat Girl es un concepto que yo tengo, pero todas vamos de la mano de Cat girl, tu madre, mi madre, todas. Capaz que vos no te sientas una, es como... es a donde está la mujer hoy en Uruguay me parece.

E: ¿Cómo se conjuga el afuera con una línea de ropa interior?

D: ¿El afuera me visto o cómo la gente me ve?

E: El tuyo, el visto con el afuera. Con el consumo, las salidas, todo eso.

D: No entendí

E: Lo público y lo privado, vendría a ser eso. Cómo conjugar el afuera, lo exterior a nosotros...

D: Pero ¿lo que yo intento plasmar o lo que el cliente veo, o yo como usuario?

E: Claro, en tu línea de ropa interior. Cómo lo conjugas a eso.

D: Claro, pero en mi vida o...

E: No, en vos no. En tus diseños en realidad. Si juegan con lo público y lo privado...

D: Siempre juegan con lo público y lo privado, siempre tienen como línea de «te muestro o no te muestro» o de que las prendas siempre están pensadas como para que sea vea alguna parte de la prenda en la cotidiana, o que lo diga. O siempre está abierta la puerta a que la gente empiece a

mostrar lo privado y te mande por ejemplo. Ahora tengo una bombacha y tengo un pantalón, ahora justo tengo un *joggin*, pero hoy tenía un pantalón más bajo y se veía, entonces es como siempre juega con que se muestre un poco pero hoy por hoy la tendencia en lencería es que se muestre un poco, entonces no sé si es propio mío o una tendencia que está circulando y yo la estoy tomando. La idea es que siempre, en Catwalk el ámbito privado, que el ámbito público empiece a tomar de lo privado y a empezar a fusionarse de tal modo que tampoco haya un límite, que la línea sea difusa. Porque yo capaz que estoy vestida, me levanto la pollera, te muestro la bombacha, o viene un viento y... y soy consciente que eso puede pasar y quiero que eso suceda. Hacer cada vez más borroso el límite para que tampoco sea catalogado como una prenda interior. Si no es como una prenda interior sí, de vestir.

**E:** Bien. O sea no está ni bien ni mal, es tu opinión.

**D:** Es muy compleja esa pregunta. Siento que no tengo nada claro de mi marca

**E:** No, pero...

**D:** Es que es verdad, es algo que yo voy construyendo y que tampoco es que lo pienso cuando lo hago.

**E:** Es que sí obvio. También puede ser la insistencia del afuera, el día a día, el convivir, la ropa que uno se pone, si no es la misma...

**D:** Es que claro, «hoy no me voy a poner esta, hoy quiero estar súper cómoda porque se me viene un día re zarpado» y bueno, siempre se empieza a conjugar. Apenas te levantás lo vas visualizando. O «hoy voy a salir, me voy a poner una tanga»

**E:** Claro, ahí va.

**E2:** U hoy me voy a poner una calza, tengo que ponerme una tanga porque se me va a marcar.

**D:** Claro, ahí va. Hay veces que son cosas de lo que vos querés y a veces son cosas de lo que necesitás.

**E:** Claro. ¿Qué otros elementos inciden además del cuerpo, y cómo se incorporan en tu línea de diseño? ¿Qué otras cosas tomas?

**D:** Tendencias, por ejemplo o algo que me inspiró, puede ser, un libro, un cuadro, las telas más allá del cuerpo, es cómo que el material te dice para qué lado tiene que ir. Eso muchas veces como diseñador lo sabes, que el material te orienta a veces mucho más que la idea que tenés en la cabeza. O eso, capaz que es una prenda exterior que decís» como estaría que hubiese un *soutien* que se vea en el escote o que tenga qué se yo, hombreras» Va más allá de...o deformar ese cuerpo. Después más allá de ese cuerpo está eso, que sea un poco fetichista, o no. Onda, le quiero poner esto. No tiene nada que ver con el cuerpo, es para que... tiene una carga instalada después de todos estos años que lleva a que una argolla ahí sea... no tiene nada que ver con el cuerpo, capaz que es hasta incómoda, pero está ahí o la puse ahí.

**E:** Claro, para mostrar determinadas partes, o no. ¿Cómo somos las uruguayas en cuanto a los colores, en lencería?

**D:** Negro, negro, negro, negro, negro. Hice algunos colores alguna vez y no funcionó nada y volví al negro.

**E2:** Es que el negro está demás.

**E:** A mí me encantan los colores.

**D:** Yo digo, he hecho algunas cosas que me han funcionado en colores...

**E:** ¿Cuáles?

**D:** Rosadito, hice blanco...No sé si es que mi público no lo consume o... yo creo que es mi público el que no lo consume y...

**E:** ¿Y cuál es tu público?

**D:** Mi público quién es...

**E:** O como es esa mujer

**D:** Yo creo que es una mujer joven, pero que ya puede comprarse sus propias cosas. Así que vendría a ser cómo desde los 22, si tengo que poner una edad, podría ser 18, podría ser 16 pero es como que no tiene mucha plata suya cómo para tener ropa interior. No todos trabajan a partir de los 18, me di cuenta, como uno. Y hasta los 35, 38. Cómo fuerte hasta los 28. De los 22 a los 28 va mi público. Llega hasta los 38, obviamente hay casos que me ha comprado gente mucho más grande, pero no es mi público. Generalmente consumen mucho las redes y lo que pasa afuera y lo quieren tener acá. Y acá no hay tanta oferta entonces creo que hacen a lo que yo propongo. Y eso, es público que consume diseño, que consume arte también pero que a su vez valora otro tipo de calces. Que calce medio porneta Moria Casan o algo medio así, porque es *trash* por un lado y es *vintage* por otro entonces es cómo la mezcla de eso. Y hay todo un público que ahora estoy conociendo que es un poquito más tranqui, más *Soft* por decir de alguna manera. Y que estoy transitando adentrarme a ese mundo que fue medio por decante. Me empezaron a consumir las prendas más tranqui, y fue bueno ta, vamos a explorar acá. Público más amplio en realidad, no dejar lo otro de lado porque es lo que le da la esencia a la marca pero veamos cual es el gran consumidor también.

**E:** ¿A la hora de producción de fotos, que características corporales buscás en la modelo, o en algo?

**D:** Características corporales, cómo que no busco mucho.

**E:** ¿En actitud?

**D:** En actitud sí. Busco que tenga actitud la persona. Al ser cómo anónima la foto, anónima no porque, se ven los tatuajes, todo el cuerpo, a veces las nombro si ellas están

de acuerdo, si no están de acuerdo no las nombro, pero es cómo que todo el mundo se presta porque no está tu cara. Y ahí está la situación a la que yo me enfrento. Tenés un tatuaje en el pecho, se te ve, pero no está tu cara, todo el mundo sabe que sos vos, quién te conoce sabe que sos vos porque lo tenés en el pecho, te lo veo todo el tiempo porque tenés una camisa y está acá. Pero como que con la cara... Sin estar la cara te sentís refugiada en ese anonimato que no es anonimato en realidad, porque es evidente que sos vos. Pero ta, busco como una actitud y el cuerpo me es un poco indiferente. Por defecto a veces siempre han terminado siendo más modelos, pero poco a poco intento tomar otros tipos de cuerpos y...

**E:** Y ¿Cuál es la actitud que buscás?

**D:** Cómo de gata. Sin miedo. Un poco sexual por un lado, que no tenga miedo a mostrarse sexual y que tenga ganas de mostrarse porque con quien no tenga ganas de mostrarse es muy difícil trabajar y me di cuenta de eso. «Sí obvio, re hacemos unas fotos»... Hay gente que se mira... es gente un poco egocéntrica de por sí la que se hace fotos. Yo entiendo, más cuando hay fotos del cuerpo, porque vos tenés que trabajarlo, ¿entendés? Yo no te puedo decir ponete así, te saco una foto y te queda, vos sabés porque te miraste la cola porque te la miraste 50 veces en el día, porque te mirás todo el tiempo la cola y sabés cuál es el mejor ángulo y todo, entonces terminan siendo un poco egocéntricas y quieren que las vean. No sé cómo sería...

También que todo ese trabajo se luzca... También con su propio cuerpo... Que es una persona que está muy bien con su propio cuerpo o si no, no terminan sabiendo, lo que te digo. Cómo cuando te sentís insegura, ya sea en la foto, o cuando te sentís insegura con tu propio cuerpo no te va gustar el resultado y no está bueno publicarlo, si no te gusta el resultado, a la persona. Entonces esas fotos siempre se quedan en la nada. También busco tener una llegada con esa persona, también he hecho cosas que he dejado las prendas y que

hagan fotos y no me ha gustado mucho el resultado, pero como, o no conocés a la fotógrafa o no conocés a la modelo, o vos cómo que podés tener más cosas en el camino. Me gusta conocer la persona para transmitirle lo que es Catwalk para mí. Catwalk para mí es algo donde todo vale. Capaz que no vale hoy, pero si me lo planteás hacemos la vuelta para que en noviembre valga. Entonces a eso es lo que iba, valen los *softs*, va lo *hardocre*, va una persona trans, va cualquier persona. Es un universo en el cual todas las posibilidades son viables, de alguna manera. Hay que hacerlo fluir para que vaya hasta ahí. Volviendo a la pregunta. Qué tenga actitud, que se quiera mostrar, que se sienta segura consigo misma y no mucho más que eso en realidad. Y que le entren mis prendas pequeñas (Risas)

**E:** ¿Tenés muchos talles?

**D:** Tengo talles del 1 al 3 y algunas prendas en talle 4. Estoy intentando ampliarla y ampliar la morfología también. Más que los talles. Modificar los calces para que sean más contemplativos.

**E2:** Sí, a mí me resulta muy difícil. De espaldas siempre me quedan súper apretados y de tetas me quedan gigantes los que me quedan bien de contorno. Realmente hoy tengo un topsito porque me lo puse, pero ando con un *soutine* toda mi...pero me gustaría usar, es cómo algo que.

**D:** Yo dejé de usar *soutine* por mucho tiempo y ahora volví a usarlo, pero ta, porque estoy con Catwalk y tal, y me crecieron las tetas también, entonces quedé necesitando usar un poco más. La capacidad de buscar... las formas son sobre todo para mí. Puede ser un talle 3 pero tener una forma que sea la peor para... yo he hecho, por ejemplo un bando que tengo que es re normal que me lo han pedido en talles grandes, pero que queda feo igual, o sea lo he hecho... por ejemplo te lo hago para vos, tu contorno, pero termina capaz que haciéndote un único seno ¿entendés? porque te lo hace todo así. Es como que tengo que investigar, adentrarme en la formas, en la morfología.

**E:** Bien. Bueno divino, muchísimas gracias.

**D:** ¿En serio ya terminó?

**E:** Sí. Ahora viene una parte de juego y más..

**D:** Ay espero que les sirva porque yo no sé...

**E2:** Dentro de estas siluetas, vos ¿con cuál te sentís identificada?

**D:** De, ¿mía?

**E2:** Vos, sí.

**D:** Con la 5. O con la 1.

**E2:** ¿Esto lo grabo?

**E:** Bueno que quede ahí grabado

**E:** Igual creo que es más fácil anotar.

**E2:** Y, utilizando esta misma imagen, te leo un texto que es una descripción de una mujer y con cuál la identificarías. Mujer activa y curiosa que toma sus propias decisiones, le interesa el arte y el mundo del diseño, le gusta estar a la moda y sentirse cómoda con lo que usa, en su tiempo libre sale a bailar con amigas y escuchar música.

**D:** Podría ser cualquiera

**E:** Pero hay alguna que te...

**D:** ¿Qué me demás eso? La 4 me está llamando más la atención desde hoy.

**E2:** Y con estas, ¿con cuál de las siguientes fotos te identificas?

**D:** Con la 2.

**E:** Obvio.

**E2:** Capaz que podríamos cambiar y no poner la de la propia marca

**D:** La eliminamos (Risas)

**E:** No, está bien. Y cuales son los elementos que hacen a esa identificación y la actitud.

**E.:** Perfecto, listo. Es cortito

**D:** Más juegos tienen que hacer.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #5 LOBA

**D:** Y que se les dio por hacer...

**E:** En realidad estábamos enfocadas con el cuerpo, y cómo la lencería al ser la primera prenda, refleja lo que es el diseño del cuerpo, algo así. No sé si ahí alcanzará a grabar o algo así... Acá mismo.

**D:** Ya hice un Excel, te lo mandé por correo. No me gusta escucharme en las grabaciones

**E:** Ah, bueno, dale.

**D:** ¿Ya entrevistaron a alguien más?

**E:** De diseñadoras... No, de diseñadoras no. Tu eres la primera, entrevistamos a

alguna usuaria pero, es como que recién arrancamos las entrevistas.

Bueno, contame ¿qué te sugiere la palabra lencería?

**D:** Qué difícil. Erotismo, negro, encaje, sensualidad.

**E:** Ahí va ¿te parece que existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?

**D:** Sí

**E:** Y ¿cuál sería?

**D:** Me parece que la lencería tiene un...quiere transmitir algo más, la sexualidad...

no necesariamente que sea para un momento especial que te lo ponés para una noche de pasión, si no que te lo podés poner y sentirte sexy.

**E:** Ahí va, como con vos misma.

**D:** Obviamente, y la ropa interior también te sentís diferente con vos misma, me

parece que cuando te pones ropa interior no estás buscando lo mismo que cuando te ponés lencería. Por más que la lencería te la podés poner para otros días también, yo para cuando hago los diseños no pienso que es para ponerte en un momento en especial. No, te lo ponés todos los días porque siempre pinta, obvio. No es que un día decís, yo que sé... Busco que sean cómodas para todos los días pero que tengan ese plus también de que sea erótico.

**E:** ¿Y qué tipo de materiales utilizas para las prendas?

**D:** Uso encaje, puntilla, microtul elastizado, velvet que es el peludito

**E:** Ahí va, sería como el plush o algo así

**D:** Claro, el plush...este tiene como un brillo, un poco más de brillo el velvet, el plush es más peludo me parece. Y lycra.

**E:** ¿Y para qué momento hacés la ropa?

**D:** Para todos los días. Hay prendas que capaz que sí que son un poco más jugadas, cómo los arneses, o los porta ligas pero después las bombachas y los bralettes es cómo para usar todos los días porque las telas se pueden poner en el lava ropa perfectamente, no marcan, son cómodos.

**E:** Bien. ¿Y qué relación tiene la lencería con la intimidad?

**D:** Todo, porque es íntimo. Aunque está bueno jugar como que la intimidad llegue al

borde de lo público, como que hoy en día no hay una intimidad.

**E:** Sí, claro.

**D:** Entonces lo íntimo ya toma otro protagonismo y juega a ser íntimo pero no.

**E:** Ahí va, como mostrar una parte...

**D:** Claro.

**E:** ¿Qué relación tiene la lencería con el erotismo?

**D:** Todo, para mí. Es como un juego también. Yo que sé... ¿cómo es la pregunta?

**E:** O sea, qué relación tiene la lencería con el erotismo.

**D:** La lencería para mí busca el erotismo

**E:** Claro. Bien. ¿Y con la seducción?

**D:** Con la seducción también. Si, van de la mano. Una busca... con la lencería busca la seducción.

**E:** Claro, vos buscás como provocar determinadas sensaciones.

**D:** Claro, tal cual.

**E:** Y también con la sensualidad entonces, sería...

**D:** Claro, sí, es todo un conjunto que una cuando busca determinadas prendas, busca ponerse esas prendas y sentirse una loba que para mí loba, el nombre refiere a muchas cosas pero sentirse una loba es sentirse una mujer que vive su sensualidad por más de que tenga una pareja o no tenga una pareja, ya te ponés una bombacha loba y te erotizás con vos misma. Te sentís qué...

**E:** Claro, porque quizá la seducción es más hacia otro y la sensualidad capaz que es más personal en realidad...

**D:** Claro, te ponés una prenda para sentirte linda. Obvio porque a veces una puede tener una bombacha de algodón común y corriente e igual sentirse sensual y sexualizar a otro, pero la lencería cómo un juego también.

**E:** Hay un punto ahí como que tiene cierta diferencia ¿no?

**D:** Claro, obvio. Tiene un punto pero cómo que con la lencería es un plus, jugás, es un plus extra a la que seduce. No sé, es muy filosófico se me está complicando, pero ta.

**E:** Está bien (Risas)

¿Qué dicen tus clientas sobre el efecto de tu ropa sobre sí mismas?

**D:** Les encanta. Hay muchas que les gusta como calza las prendas, la comodidad,

para mí la comodidad, obvio, siempre es lo más importante, siempre cuando uno

diseña como diseñador es que a la otra persona le quede cómodo, por más que

hagas unos zapatos hermosos o cualquier cosa, si te queda cómodo...

**E2:** Si no puedes caminar con eso...

**D:** No tiene sentido, y así con todo. La comodidad y que se sientan consigo mismas bien, a gusto con las prendas y hay gente que me dice, una clienta me dijo que siente buena onda, buena energía con la prenda, que siente que fue hecha con cariño y que se lo transmite eso. Eso es lo mejor que me han dicho.

**E:** ¿Y respecto a sus cuerpos, ellas mismas?

**D:** Bien, viste que yo en el perfil trato de transmitir todo tipo de cuerpos. No hay un estereotipo de nada, ni tampoco género, si me compra una chica trans, o un chico, lo que

sea, tanto como una chica flaca, gorda, no hay edad, no marco.. O sea lo usa mi madre por ejemplo, se lo vendí a amigas de mi madre por ejemplo, amigas de mi madre, adolescentes, yo que sé.

**E:** Bien, y el efecto en cuanto a sus parejas... ¿Te han contado o algo?

**D:** Sabes que alguna vez, alguna me contó, pero nunca me han contado hacia el otro lo que le causaba « ah, me lo puse y mi novio se murió, quedó loco» «o mi novia o..» siempre me dicen que a ellas les encanta y me mandan... claro, porque hoy en día me parece que está mucho más, la mujer, como se siente ella, con la lencería, cómo se ve, todas se sacan fotos, todas se suben porque todas se ven a ellas mismas, buscan verse a ellas mismas bien, lindas, sensuales, me parece. ¿Me explico?

**E:** Sí, sí.

**D:** Más que «a mi novio le encantó». No, a mí me encantó. Me encanta como me

queda, me encanta este arnés, esta bombacha me queda... pero a ellas, siempre. Lo que sienten ellas como clientes, como usuarias.

**E:** Ahí va. ¿Cuál es tu opinión sobre la lencería específicamente erótica?

**D:** Mi opinión es que está demás, que hay que usar, que es...suma por todos lados, innova en la picardía de cada una, en sentirse diferente en la intimidad.

Para... ¿Cómo fue?

**E:** No, eso, que qué opinas sobre la lencería erótica.

**D:** Ahí va. Me parece que está bueno que te abre la mente, te abre como a otras...adentro de las cuatro paredes, de un colchón que pase lo que sea, y mientras las cosas sumen para ese momento, genial.

**E:** Bien. ¿Y cómo expresa la ropa interior que tu haces los ideales de vida?

**D:** Al 100...Mi vida. más que nada a mí, lo que me hace reflejar es el proceso de diseño que las prendas que hago yo, trato de no generar residuos, los recortes los dono, los pongo en un grupo que se llama «si lo venís a buscar es tuyo» en Facebook, lo que sobre lo doy, los precios trato que no sean inaccesibles porque no me parece que... quiero que si lo puedo comprar yo que lo compren... lo veo con mi vara, si yo no puedo pagar que lo puedan pagar mi entorno, las mujeres como yo y...Me pierdo...

**E:** Nada, eso. Está bien. Como expresa la ropa interior tus ideales de vida.

**D:** Y transmitir eso, el empoderamiento de la sexualidad femenina que no tiene que ver con los tipos de cuerpo ni la edad, ni nada. La mujer está totalmente abierta cada vez más a todo y probando todo lo que tiene para probar, y la lencería es una veta más de todo lo que está pasando, que haya tanto auge de lencería ahora es algo que demuestra que la mujer vive su intimidad de otra manera y ta... Eso.

**E:** Bien. ¿Cómo se conjuga la existencia del afuera con una línea de ropa interior?

**D:** La existencia del afuera...

**E:** Eso de lo privado y lo público, vendría por ahí...Cómo se conjuga lo que es la ropa interior...

**D:** Explícame un poco más

**E:** Cómo se conjuga, a la hora del consumo, todo lo que pasa afuera y que afecta en

realidad a la hora de diseñar una línea de ropa interior, pensando en lo que puede ser visible desde la lencería al exterior.

**D:** Claro. No sé cómo explicarte pero va eso de... Hoy en día se rompe lo privado, no es que se rompe, sigue siendo privado pero se abre una ventana para que puedas espiar, aunque lo vean un millón de personas pero es cómo lo privado, se hace público pero no se hace público, se deja entrever. Se deja entrever que es privado, pero te lo muestro. Entonces, hay prendas que llevan a eso como por ejemplo que salís y las chicas usan Bralettes para salir con una camisa o usan Bodys o usan prendas que antes eran para la intimidad ahora se llevan a usar, más cotidianamente, al salir...O chicas que usan Bralettes con una remera o una camisa y se les ve y ta. También los arnés, cosas como que se mezcla la prenda íntima con lo que se puede mostrar y con lo que no.

**E:** Bien ¿Qué otros elementos inciden además del cuerpo y cómo se incorporan a tu línea de diseño?

**D:** Por ejemplo cómo...

**E:** Para diseñar en realidad

**D:** ¿Qué elementos tomo?

**E:** Claro. Como los incorporas más allá del cuerpo, si bien, obviamente lo tomás en cuenta, que otras cosas inciden en que tu hagas este tipo de lencería o...

**D:** No sé. Siempre busco...Siempre el fin es el cuerpo, siempre. Sí. No entiendo a dónde va la pregunta, perdón, se ve que hoy no estoy tan...

**E:** Tranqui. Nada...

**D:** Repetímela igual

**E:** Es: qué otros elementos inciden, además del cuerpo, como se incorporan a tu línea de diseño, o sea, si influye un público que haga alguna otra actividad o... o sea, más allá del cuerpo. Es obvio que se tiene en cuenta, no sé... está hecha para chicas jóvenes u otras actividades, o qué te inspira en realidad hacer este tipo de diseños.

**D:** La verdad que es re egoísta pero siempre hago cosas que yo usaría, en realidad la vara siempre pasa por mí, yo lo usaría así, ta. Chau. No sé. Eso es lo que... o las clientas que yo identifico si las usarían, pero siempre pasa por mí. Si yo la usaría lo hago, cómo que no me pongo en el lugar de otra que tiene, no sé... Por ejemplo una embarazada que quiera hacer una línea maternal, nó, no sé. Ni idea. Nunca dí una teta, no sé lo que es una teta... no voy hacer... ponéle. Siempre para mí la vara, soy yo. Si a mí me gusta, y a mí me queda bien lo hago, si no, no se lo impulso. Porque no sé, yo qué sé.

Soy mi público también, lo hago pensando para mí, entonces...

**E:** Bien. ¿Y cómo son las uruguayas en cuanto a los colores, en la lencería?

**D:** Ah, no sé. A mí me gusta el negro, siempre. Y el rojo.

**E:** ¿Y el público que te consume, en general?

**D:** Yo hago esos colores básicamente. También hago rosa, pero no tiene tanta salida el rosa. Blanco un poco sí, pero además acá en Uruguay no hay muchos colores que puedas encontrar. Puntilla amarilla o puntilla azul o puntilla, entonces al no haber tanto te reduce a comprar siempre lo mismo. Y por el tema de elásticos también. Capaz decís "que lindo hacer un conjunto amarillo". Hermoso. ¿Dónde consigo elástico amarillo?

Ya te lo borras del mapa porque no hay entonces, capaz que conseguís un poco pero después querés volver a hacer más, eso limita mucho. El tema de los...que tenés que acotarte a lo que hay, pero está bueno también porque yo pienso que cuanto menos recurso más ingenio. Entonces, te aprendés a manejar con lo que hay, con lo que hay podés hacer un montón de cosas.

**E:** Y a la hora de producción de fotos ¿qué características corporales por lo general tienen tus modelos para tus campañas?

**D:** Bueno, las chicas que han sido de modelos siempre son amigas mías. La que quiera se hace, lo importante es que ella se sienta cómoda, que no tenga pudor, ni nada.

Lo han hecho, la última que lo hizo fue una amiga de la chica con la que vivo, una amiga mía con la que comparto. Justo ella era re flaca, re modelo pero en otras campañas he sido yo, otra amiga que es más rellenita, tiene pila de lola, es más: me gustaría hacer una producción con alguien más rellenita, con alguien bien gordita, con una flaquita también, con todo. Porque yo necesito que mi clienta se sienta identificada con lo que está viendo, porque si no, no va querer usar eso y además la sensualidad no tiene nada que ver con la forma del cuerpo, ni con la forma, ni si te falta un brazo, un dedo o si sós o tenés alguna enfermedad ni nada. Cuanto más pueda abarcar todo el espectro de mujeres que hay, mejor.

**E:** Bien y ahora tenemos lo de... ¿Lo querés plantear vos?

**E2:** Bueno, si te preguntan...Ahora tenemos, en realidad es.

**D:** ¿Ustedes piensan hacer lencería después también?

**E:** No

**D:** ¿Y qué piensan hacer después?

**E:** Ni idea. Veremos. En realidad esto es una investigación de campo, a ver si sale algo.

**E2:** a ver que sale en realidad...

Dentro de estas siluetas, ¿con cuál te identificás vos?

**D:** Ay, no me doy mucho cuenta. Pero creo que puede ser la 5. O la 2 pero la dos está... yo soy muy flaca, pero me parece más que la 5. Es muy alta igual la 5 (risas) O la 3, podría ser más. No sé, qué difícil. La 5 capaz.

**E2:** Bien. Perfecto. Te voy a leer un texto en realidad y también, utilizando esas, con cuál identificás el texto.

Mujer activa y curiosa que toma sus propias decisiones, le interesa el arte y el mundo del diseño. Le gusta estar a la moda y sentirse cómoda con lo que usa, en su tiempo libre sale a bailar con amigas y escuchar música. ¿Cuál decís de estas mujeres que corresponde con la descripción?

**D:** A ver, decímelo de nuevo.

**E2:** Te lo digo de nuevo: Mujer activa y curiosa que toma sus propias decisiones, le

interesa el arte y el mundo del diseño. Le gusta estar a la moda y sentirse cómoda con lo que usa, en su tiempo libre sale a bailar con amigas y escuchar música.

**D:** Puede ser la 1 y la 3

**E:** Bien. Y después...

**E2:** Y después, con estas imágenes, en realidad...

**E:** No, no. Era una pregunta, pensé que era texto ahora también.

**E2:** No, no el texto es a lo último.

¿Con cuál de las siguientes fotos te identificas? Sea por la actitud, por el cuerpo, por lo

que vos elijas en realidad...

**D:** Con esta y esta.

**E2:** Con la 2 y 6.

Y ¿cuáles son los elementos que hacen a esta identificación?

**D:** Las poses, y cómo la locación. Los ladrillos....Igual esta también me gusta mucho, la 3.

**E y E2:** Bien. Perfecto. Muchísimas gracias.

## ENTREVISTAS A USUARIAS

*E: Entrevistadora 1*

*E2: Entrevistadora 2*

*U: Usuaría*

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #1 NATALIA

*U:* Bien.

*E:* ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

*U:* Ay, en realidad es como algo sensual pero elegante, la palabra lencería para mi es elegancia, es algo super sensual pero sin dejar de lado siempre lo elegante, nada vulgar, nada exuberante, o sea, la lencería para mi es la de los años 30, es un outfit realmente pensado para seducir pero sin perder la elegancia.

*E:* Ahí va, ta. ¿Existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?

*U:* Eh, si. Para mi..

*E:* ¿Cuál sería?

*U:* Número uno, desde el consumidor lo que busca, si vos buscas ropa interior ya te marca que es algo que ... una capa va a tapar la otra, es ropa interior, ya te lo está demarcando la definición, es algo que no le vas a dar tanta importancia, ta, o sea es muy poco pensado, o sea digamos dentro de lo que es un outfit, o sea, no lo considero, sería para mi la mejor definición de lo que a mi me gusta, ahí va, lencería, sería la lencería algo más, instrumentado, más armado, más pensado, y más como un outfit, no deja de ser, no deja de ser moda, no deje de ser vanguardia, es otro tipo de vestimenta, la ropa interior es como algo más, para mi es, digamos, era eso que te te ponías cuando eras chica, el soutien de deportista, de nadador..

*E:* Ahí va si.

*U:* Eso que no estaba pensado, era simplemente funcional.

*E:* O como la bombacha ancha.

**E2:** Siii.

**U:** Es algo que, ojo no quiero, con todo esto no quiero decir que no sea cómodo, yo a lo que voy a es la intención.

**E:** Claro.

**U:** A lo que uno piensa, a lo que viene haciendo, son modas, son todas formas de expresión, todo todo, uno cuando se proyecta al mundo, se expresa.

**E:** Ahí va.

**U:** y creo que también, a lo que uno piensa, a lo que viene haciendo, son modas, son todas formas de expresión, todo todo, uno cuando se proyecta al mundo, se expresa.

**E:** Ahí va. y creo que también eso también va, la ropa interior para mi es algo que le estas bajando categoría.

**E:** Claro.

**U:** Sería más lo que me gusta a mi, o lo que realmente consumo es la lencería.

**E:** Ahí va.

**U:** Y consumo literalmente lencería.

**E:** Si.

**U:** No me vas a ver con una parte de abajo que no vaya con la de arriba.

**E:** Ah, en conjunto.

**U:** Lo tengo puesto, si si, nunca.

**E:** ¿En qué piensas cuándo vas a buscar lencería?

**U:** Antes hace mucho mucho tiempo que no acá en Uruguay no había mucha oferta, yo me quedaba con lo

cómodo, la lencería no era algo más que no fuera funcional, rozando la ropa interior, me encantaba todo, que fuera un toquecito femenino y sexy, pero no era algo realmente pensado osado que uno se empodera de lo que usa.

**E:** Si si.

**U:** De un tiempo a esta parte que la oferta como que hay más casas de, hay más gente que diseña y es como que ta, lo que busco es eso prendas pensadas que tengan onda, que materialicen lo que una persona te quiere decir, es que está bueno, porque es eso, cada oferta genera su propia demanda, si vos me ofreces esto tiene que tener 110 de vos, y nada me gusta mucho la lencería de autor, no me compa lo genérico, pero ta ponele, podemos caer en las marcas de los shoppings, digamos mayoristas.

**E:** Así como SISI, o Marianne ponele.

**U:** Cosas que en realidad traen productor de otros países, sin desmerecer a.. digamos los productos, porque todos los consumimos y está bien pero lo que yo busco un tiempo a esta parte es que esté lindo, que me haga sentir sexy, independientemente del momento, que sea cómodo, que sea mío, que tenga algo que yo diga esto es re Natalia, esto no es Natalia, eso es re Natalia, ¿entendes? ta, identificarse con la prenda, y que además como busco prendas de autor que hablen también, una cosa que me encanta es que me pregunten de ¿dónde es? Me encanta, me encanta, me encanta, porque además, o sea además que o sea fomentas la publicidad del diseño uruguayo, no solo uso prendo de acá, de otros mismo que no es por competencia pero para que se conozcan, no todos tenemos el mismo punto de vista, la misma visión y lo que quieres proyectar, porque de repente hay algo, a mi me encanta todo lo que hacen acá, en Bralette me fascina todo, pero a mi no me vas a ver con esto, me vas a ver con uno negro, ¿me entendes? eso, y ta siempre el tema de los colores muy básica con los colores, negro negro negro y algún blanco, negro negro negro rojo, negro negro negro bordó, es como que ta.

**E:** Si, el negro.

**U:** El negro es como que me siento identificada que sea así y cómodo .

**E:** Ahí va. ¿Cómo son y qué aspectos tiene que tener las prendas de lencería para vos?

**U:** Eso, en la forma de cómo está hecho, me gusta mucho el encaje, me encanta jugar con las transparencias, me encanta que se juegue con las transparencias, más allá que se pueda cuidar como en estos casos que se cuidan ciertos detalles que no se transparenten justo en el pezón y eso pero me encanta, o sea creo que falta en el mercado encaje, falta en el mercado que se vea.

**E:** Transparencias decís.

**U:** Si, que se vea, jugarse un poco, hay mucho preformado, mucha lycra, mucha lycra mala pero falta encaje y falta esto que no tenga preformado, el aro.

**E2:** No no (risas).

**E:** ¿Con qué frecuencia compras?

**U:** Casi una vez al mes.

**E:** Bueno bien.

**U:** Todo lo que sea lencería, ¿dentro de la lencería entran las medias verdad? o sea ¿estamos de acuerdo?

**E:** Ta si si.

**U:** Todo lo que son medias de encaje, portaliga, esto es un conjunto es una tanga, es un camisolín.

**E:** Claro.

**U:** Sola igual se duerme en bolas, se duerme. Proyectando para los vecinos porque se duerme en bolas.

**E2:** Que bien.

**E:** Te han regalado lencería alguna vez.

**U:** ¿Si me han regalado? Jes para mi cumple, eeh...¿me han regalado lencería? de lo que yo considero lencería, no, solo Jes para mi cumpleaños, y fechas más allá de cuando ella estaba trabajando en su casa, viste cuando recién hacía.

**E:** Si.

**U:** Que no vendía tanto, que era de creaciones de ella, pero de regalo, padres novios amigas, me regalaron unas amigas un conjunto también.

**E2:** ¿Pero eran las que te identificaban a vos?

**U:** No, me regalaron un conjunto y fue lo cambiaste, fue regalar algo para tener un monto para cambiar listo.

**U:** Claro obvio.

**E:** ¿Existe momentos particulares del uso de la lencería?

**U:** ¿Existe momentos particulares del uso de la lencería? pero yo creo que existen momentos que potencian esa lencería, yo soy fatala, me ven la cara, para mi es un arma claramente, pero un arma en lo privado y para sentirme yo comoda mismo ahora porque estamos todos tapados pero ya en el verano me van a ver yo estoy de bralette todo el tiempo, esteron todo lo que quieras, se ve y tengo cero drama me encanta porque dentro de todo provocas un poco y me encanta y todo lo que sea mostrar es a favor y es que hay momentos particulares si porque los potencias digamos los levantas.

**E:** ¿Cuáles serían?

**U:** Los momentos de intimidad con la pareja o mismo nada mejor que , no se si les ha pasado, pero yo en verano después de un día de laburo de estudio, llegar a tu casa en verano darte una ducha y agarrar una copita de vino ponerte una buena música y ponerte un babydoll o un camisolin de esos bien sueltos yo soy lo más, soy feliz.

**E:** Obvio.

**U:** No se necesita más nada.

**E:** Que bien.

**U:** Total.

**E2:** Salado.

**E:** ¿Qué expectativas tenes cuándo usas la lencería?

**U:** Expectativas ¿en qué sentido?

**E:** Para vos o para el resto o con alguien.

**U:** Ah, ¿lo que le puede llegar a provocar lo que me pongo?

**E:** Si.

**E:** O sea.

**U:** Si es un momento de intimidad yo te quiero provocar un aneurisma básicamente, quiero hacer daño.

**E:** (Risas)

**U:** Obvios que si, jaja lo provocó y es verdad, pero aparte hay una cosa que me gusta es estar con alguien que le guste y lo aproveche y ta, en este momento estoy con alguien que además usa la palabra lencería, que además un tipo que use la palabra lencería es muy raro.

**E:** Claro.

**U:** Entonces ta, yo le estoy sacando todo el jugo que se pueda.

**E:** Obvio.

**U:** Sinceramente si, yo en los momentos de intimidad yo busco infartar, ya sea porque a mi me da cierta, me en-

canta lo que me pongo y me da terrible confianza y ta me pongo freaky porque a demás, porque al otro lo transmite y la otra persona, hasta ahora nunca me han dicho «pah sacate eso» pero con doble sentido no no no, y en un momento del día día que se pueda llegar a ver, como es el bralette de tiritas que se vea pero que, sugerir pero no mostrar, busco empujar la barrera del otro entendes, es eso el sentido insinuar pero no mostrar, ir socialmente capaz también empujando las barreras del otro, está buenísimo que te sientas cómodo con lo que te pones, lo que sea, ahora porque estoy re tapada, pero estoy que me parto.

**E:** (Risas)

**U:** Es que tipo es así, no no, es como que ta, lo que me gusta del público femenino, de la gente las minas en general, es que lo reciben bien, por ahora no he visto una mina que me diga pah entendes, te pregunta ay que de más que te queda a mi.. a vos te va a quedar igual o mejor.

**E:** Claro.

**U:** También potencias al otro.

**E:** Si si.

**U:** Eso está bueno.

**E:** ¿Cómo te sentís usando la lencería?

**U:** Pah, diosa, me encantó y me encanta, es como que me potencia.

**E:** ¿Cambia algo cuando usas la lencería con tu pareja?

**U:** Obviamente, pero eso es un más es ..no uso una cosa que no sea en conjunto si no uso un conjunto viste la remerita con el culotte, que es un caballito de batalla que por reivindicando los 90 eh..siempre eso , es medio inconsciente pero lo cuido, aunque sea algo medio, tipo una remerita y culotte pero de encaje ...

**E:** Eso no.

**U:** Todo lindo y ta.

**E:** Obvio.

**U:** Inconscientemente lo tengo re calculado.

**E:** Claro.

**U:** Ya me sale.

**U:** Claro, es parte de la rutina, la lencería, es parte de la rutina.

**E:** ¿Y con tu imagen corporal cómo te sentís?

**U:** Estoy que me parto, me encanto (risas).

**E:** ¿Y haces a cosas al respecto?

**U:** No, la verdad es que nací con una bendición que es comer y no engordar y me encanta comer.

**E2:** (Risas) que divino.

**U:** Hay gente que afirma que eso es un super poder tipo hombre x y tengo que explotarlo y como mucho mucho pero no engordo por suerte porque estoy segura que con otro físico me sentiría igual, pero con el que tengo ahora que tengo 33 años estoy re a gusto y yo se que soy re flaquita y todo pero me gusta, me gusta ser toda así petit lolitas chiquitas y todo muy chiquito me encanta y ta yo lo exploto.

Y vos me ves así y decís pero tenes terrible, me encanta.

**E:** Esta buenísimo.

**U:** Para el audio no, tenes un tag gap que le dicen en estados unidos un agujero entre las piernas que en realidad es así son dos palos, es un metro de palo, es un metro de pierna y a mi me encanta.

**E2:** Claro si si (risas) está buenísimo.

**E:** Para, y ¿cómo crees que afecta el uso de lencería en la imagen corporal?

**U:** Todo, yo creo que es todo, es parte y de todo, es lo primero que te pones, salgas o no de tu casa es lo primero que te pones, y ya es como que te condiciona un poco, mismo si ya estás cómoda o incómoda con la ropa interior o lencería, camión, tanga, culotte, lo que sea si estás incómoda, estás mal todo el día.

**E:** Para, ¿y cambia según a donde vayas? por ejemplo.

**U:** ¿Cambia en lo que vaya en qué sentido?

**E:** La lencería que te pones, cambia por ejemplo en determinado por ejemplo si vas al médico si vas a ..

**U:** No no, todo infarta, no tengo un...

**E:** Para hacer deporte.

**U:** Para hacer deporte la única diferencia es que los que uso los tops estos que ... acá no hay mucho para contener, pero ta son solo los top y el culote de encaje, no no no cambia mismo ir a la ginecóloga es un viaje rojo encaje.

**E:** Obvio. Bueno ta.

**U:** Si.

**E:** ¿Cómo te sentís con el uso de lencería en tu cuerpo que ya lo habíamos hablado

y tres conceptos que para vos sean vitales que tiene que tener la prenda de lencería?

**U:** Tiene que ser pensada, muy craneada, lo que el diseñador quiere proyectar para que se entienda al consumidor, ta tiene que tener un pienso, tiene que ser cómoda, soy muy básica en eso, y si es negra mejor, pero eso no vale ehh, no

se tiene que tener, bueno lo otro que me gusta mucho son los materiales de un tiempo a esta parte que estoy del otro lado, veo que los materiales que uno consume en otros lados que traen de china o x, no son buenos y tienen un tiempo útil corto y lo tenes que cuidar mucho la prenda y aún cuidandola se empomada, entonces también he aprendido todo lo que es diseño y todo lo que tiene el pienso de una persona va a tener un costo entonces ya no lo miro como un gasto sino como una inversión, ta, o sea ta, ta entonces yo en este momento estoy invirtiendo este dinero en esta prenda que tiene todo lo qe a mi me gusta y ta obvio la cuido y lo que sea pero que el material también me ayude, porque sinceramente de agarrar y me ha pasado de agarrar encajes de las bombachas que ustedes deben saber que se empieza a deshilar.

**E:** Si si si.

**U:** No puede pasar, no puede pasar en ningún momento, de eso seguro, pero creo que nada más, tiene que ser negro, negro, pero ta eso serían los tres, un pienso, que tenga materiales fieles y que sean cómodos, y creo que eso también va dentro del pienso porque más allá ... que el diseñador pueda hacer que está de más que quiera que llegue que está de más, que la otra persona se lo pueda poner y que lo pueda explotar, no solo en determinados momentos más allá que hay prendas para determinados momentos, pero si que sea ponible y cómoda y que de más y tenes un collarín, pero que el collarín sea regulable, que no te mate sacandolo, y la tanga si ta pero que la tanga también sea regulable, todas esas cosas que creo que te ayudan más a que vos, eh, creo que vos si encontrás una prenda que vos te guste te quede cómoda, te potencia, mal sarpado, lo veo con las chicas acá, o sea te ayuda y te levanta pila entonces trasladarlo eso, que la mina cuando vaya se pruebe lo que sea que sea cien por ciento feliz y si ves que tiene un detalle para mejor, nosotros alimentamos pila el feedback eso es medular, medular porque de repente un determinado elástico no va con determinado alargue por el tema de que del ancho del elástico y le tira por acá, y eso se traspasa

al diseño y que sea funcional realmente entendes, que lo pueda usar, porque el concepto de lencería generalmente lo piensa para.

**E2:** Me lo pongo aunque esté incómoda.

**E:** Y después claro.

**U:** Si total me lo voy a poner dos segundos, y nooo. Sabes lo que es tener un babydoll puesto desde las 4 de la tarde entendes, es una bomba de tiempo, y para mi es divino, creo que la gente piensa en lencería y piensa en algo para una noche hot y ya está y no no no , es más creo que deberían hacer un ejercicio de agarrar y ponerte un babydoll un camisolín un yo que sé, de estos un topcito con culote mirarte en el espejo y estar todo el puto día así en tu casa, trabajar así en la computadora, mira la tele, cocina, lavá la cocina, todo así, y vas a ver, es como que hay una desconexión de las minas con el cuerpo y es como ta no nos estamos apreciando lo que deberíamos, entonces...a mi me dice mi pareja que me encanta andar en bolas, si me encanta, estoy muy cómoda en bolas, si fuera por mi, si fuera verano los doce meses, yo andaría en bolas.

**E:** Perfecto.

**U:** Básicamente pero ta, me gustaría que por lo que veo acá que fuera más general, no te digo que andes en bolas, pero una cuestión hace tanto y ojo mira que yo soy consciente que capaz no todas las prendas me quedan como deberían quedarle al maniquí o al banner o al catálogo y me quedan como me quedan a mi, y me encanta.

**E:** Obvio.

**U:** Y eso creo que ta, creo que es lo que logra la lencería cuando vos la disfrutas, creo que vos la disfrutas, no quejarse tanto de lo que yo que sé, si te queda esto mal o yo que sé, se puede arreglar no se puede arreglar un talle más o talle menos, x pero disfrutate.

**E:** Bueno bien.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #2 PÍA

**E:** ¿Qué te sugiere a vos la palabra lencería?

**U:** Intimidad, sexualidad también. Me parece como eso, como más «hot» que decirle ropa interior.

**E:** Ahí va... La segunda pregunta es ¿existe una diferencia entre la lencería y la ropa interior?

**U:** Sí, no sé si existe, pero creo que eso que tenemos como...que te digan ropa interior me parece algo más... no se si decirlo cotidiano pero «lencería» capaz que es ponerle un poco más de empeño...

**E:** Ahí va, obvio. ¿Y qué decís, que todos los días usas lencería o ropa interior o es «indistintivo» a donde vayas por ejemplo?

**U:** Ehhh...capaz cambia pero o sea, estaría bien decir que uso lencería todos los días. No está en mi vocabulario capaz como costumbre.

**E:** Ahí va, bien. ¿En qué pensás cuando vas en busca de la lencería?

**U:** Ehhh... depende. Si eso, si tengo la lencería como un término... si lo tuviera como cotidiano, que fuera lo mismo, siempre voy por comodidad, punto número uno. Después a veces dependiendo un poco para qué, o en qué momento de mi vida que por ejemplo... sí soutien bombacha es lo mismo. Comodidad o un poco más de, algo más lindo, algo...capaz según las ganas que tenga yo también.

**E:** Claro, ahí va, bien. ¿Cómo son y qué aspecto tienen que tener las prendas de lencería a la hora de comprarlas?

**U:** Mmm nada, obviamente te entran por los ojos yo que sé... Que me guste, así de una eso seguro...y después al probarlo. Para mi la comodidad es como lo primero,y después eso depende lo que tenga ganas, las telas.

**E:** Ahí va. ¿Pero en qué? Tipo encaje...

**U:** Sí, encaje. Encaje me gusta mucho y si no, algodón no uso mucho, debería usar más. Y uso ¿como es? La micro-fibra, la de las «Prili» y eso...

**E:** Tipo..lycra, algo de eso...

**U:** Como que entre esas telas...

**E:** Bien. ¿Con qué frecuencia compras lencería?

**U:** Pah... de acorde a la necesidad (Risas) . Sí, no tengo como un...pero, si te tengo que poner un algo... una vez cada dos meses. Yo que se... pero sí, espaciado...

**E:** No, claro, porque hay gente que... hay personas que te dicen que es como un caramelo... que van y compran...¿entendes?

**U:** A ver...pensemos en la plata. Yo creo que si tuviera más, así plata, capaz que si me gusta ir y ver que hay de nuevo y comprarme otro conjunto. Me gusta, es algo que me gusta comprar.

**E:** ¿Siempre es en conjunto?

**U:** No. No, no siempre.

**E:** ¿Te han regalado alguna vez lencería?

**U:** Mi abuela Marta (Risas). Mi abuela es una cra eligiendo, y le pega. Le pega conmigo...Porque aparte vos capaz pensas en una abuela y decís «ah te va a regalar un calzón»...No, me regala cosas divinas con encaje. Un conjunto blanco blanco me regaló re lindo... Creo que la única que me regaló (Risas) después no, voy yo.

**E:** Ta. Bueno, ¿Cómo son las prendas de lencería que te regalan?

**U:** Eso, o conjunto así de encaje, que es el estilo de la abuela. O si no, ahí sí solo bombachas tipo algodón o microfibra.

**E:** Ahí va, no de encaje tipo tanga o algo...

**U:** No, más clásico.

**E:** Claro. Quién te la regala ya dijiste: la abuela. Eh... tu abuela, me encanta (Risas).

¿Existen momentos particulares para el uso de la lencería?

**U:** Depende de cada persona. Capaz que hay gente que... ponele sigo insistiendo con la comodidad, que le es cómodo usar un encaje todos los días. Yo creo que hay veces que no tengo ganas...

**E:** Claro.

**U:** Sí, puede haber momentos que...

**E:** ¿Cuáles son?

**U:** Más ganas de usar por ejemplo encaje, hablando de encaje...Y capaz que eso, si tenes ahí alguna cita, alguna cosa que tenes ganas de ponerte más linda por decirlo de alguna manera.

**E:** Ahí va.

**U:** Igual como que ta yo no tengo remarcado así «solo esta la uso para esto»...

**E:** Ahí va, bien. ¿Qué expectativas tenes cuando usas lencería?

**U:** (Risas) ¿De qué estamos hablando? Eh... yo que sé... verme, que me guste y que me sienta viste?

**E:** ¿Cómo te sentís, mejor?

**U:** Linda, sí yo que sé, o depende el momento puede ser así como más sexy o... Y ta obviamente si es para compartir un momento con alguien también que se de cuenta que no tenes el mismo soutien de todos los días... yo que se...

**E:** Claro, como tener ese cuidado digamos...

**U:** Nunca había pensado tantas cosas sobre la lencería (Risas) Ahora voy a empezar a tener en cuenta a ver....

**E:** ¿Cambia algo cuando usas lencería con tu pareja o en algún momento te sucedió que cambiara algo o que...?

**U:** No, creo que a veces eso: como que lo...en algunos momentos quizá lo tratas de usar como para o innovar o sorprender o...depende de todo, depende de la pareja, depende de vos...pero puede ser...

**E:** ¿Cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** Bien, yo estoy conforme.

**E:** ¿Cómo crees que afecta el uso de la lencería en la imagen corporal?

**U:** Eh, creo que cada una elige más o menos con lo que se siente bien, entonces sería positivo. Creo yo que me miro al espejo con algo que me compro y que me gustó y decís «pah mirá, me queda bien» o «¡que divina que estoy!» «que culo» (Risas) «mirá lo poquito que tengo queda precioso con esto»... Claro tratar de también eso capaz, de destacar...ahora se me vino a la mente que hace ya un tiempo como que empecé a usar menos relleno y esas cosas, que capaz que antes siempre estaba como preocupada por todo lo que era push up y todo eso... Y ahora al revés, me gusta mucho más verme con eso así... mismo con los bikinis...

**E:** Claro en las mallas pasa lo mismo...

**U:** Con menos, y ta, y es lo que tenés y punto que con todo eso...

**E:** Claro...sí, obvio...

**U:** La pantomima esa que hacemos...

**E:** (Risas) ¿Cómo te sentís con el uso de la lencería en tu cuerpo?

**U:** Bien, muy bien, cómoda.

**E:** Muy bien gracias (Risas).

**U:** Te agradezco por todo (Risas).

**E:** Contame que pensas...(Risas).

**U:** No, bien... Me gusta.

**E:** Bueno, tres conceptos que para vos sean vitales que tiene que tener una prenda de lencería.

**U:** Insisto: comodidad punto número uno. Eh suavidad podría decir también... Eh, no se si va relacionado con eso también, como que no se note a veces busco... En costuras que no apriete... ahí va... esas tres cosas creo que son importantes...

**E:** Muy bien, esto es todo por hoy...

**U:** Podemos seguir charlando igual eh...

**E:** Si quieres decir algo más...

**U:** No, no se en que pregunta quedé pensando...que sí que a veces, que creo que estamos re condicionados... Viste que la lencería... la imagen que imponen para el otro...es cierto... Eh... Eh...

**E:** ¿Siempre como prestando un momento para el otro en realidad? Porque no es tampoco ni siquiera, o sea...

**U:** Una sabe que a veces empieza a salir con alguien y dice «ay me voy a ir comprar algo porque...» y es cierto...

**E:** Claro, yo a veces he leído cosas por ejemplo en un libro, en el de Loy y Vidart lo leí, como describía todo eso... Y en un momento se me vino realmente la imagen de una mujer en un paquete de regalo... onda como a la muñeca de la torta viste? Que es tipo «wooo» y ¿acá estoy?.

**U:** Personalmente creo que he tenido momentos de más marcado sí, obviamente. Solamente para cuando estoy con alguien y no para, no para andar...

**E:** Claro...

**U:** Creo que eso...

**E:** Eso lo hablamos hace poco... que yo te dije ¿pa que me voy a poner?

**U:** ...y que yo te dije «para mi también».

**E:** Me dice «ay para vos!» «Ta, pero si nadie me lo va a ver, me pongo el calzón viejo, no me importa» (Risas)

**U:** Obvio, queda más cómodo.

**E:** Nosotras nos compramos unos soutienes en BS AS, eso que..

**E2:** Divino para nosotras.

**E:** Bueno ta no importa, de tela de toda de colores, de colores diferentes.

**U:** ¡Me encanta!

**E:** Con las tiritas, de qué eran? Tipo encaje, encaje no, no se.

**E:** Un elástico brillante.

**U:** Era re lindo, de vistoso, y claro en principio lo ves y decís lo vas a usar, ¿cuándo? y después empezó el verano y qué cuándo, ta lo uso, siempre y ando con él siempre, y me gusta.

**U2:** Ese es más común me parece.

**E:** Para mi, ese conjuntito.

**E:** (Risas)

**U:** Pero no es un encaje.

**E:** Claro, no es la puntilla, claro, el cosito transparencia.

**U:** Pero ponele, pienso ahora ahora si, como en una ropa interiores clave, tengo un soutien de encaje rojo también, y no lo uso siempre, solo si voy a estar con alguien o si lo uso si voy a salir a bailar, no me lo pongo para todos los días, si por las dudas.

**E:** (Risas)

**U:** Claro.

**E:** Nunca sabés.

**E2:** Los comentarios extras son bárbaros.

**E:** (Risas)

**U:** Pero a ver, si a mi me ves todos los días, el 80% de los días tengo los Prili, que es comodidad.

**E:** Si obvio.

**U:** Claro.

**E:** Si.

**U:** Y por un tema que a veces mis remeras son más abiertas o más transparentes, entonces prefiero que se me vea esto y no la puntilla.

**E:** Ahora están más de moda los arnés, ¿viste?

**U:** ¿Cuáles son?

**E:** Los que son tiras, aros, y ta en realidad es como para el coito, obvio. Es como, no te vas a poner un arnés y una remera supongo, ¿no? No tiene.

**U:** Si se te cae, es que yo no tengo mucho, viste.

**E:** Para el sexo en realidad, o sea no es como un soutien, solo te deja la lola al aire, entendes y son tiras.

**U:** Son como marcas.

**E:** Marcas.

**U:** La ropa interior a veces dura poco puesta.

**E:** Y si. (risas)

**U:** Mayoría de las veces, te diré.

**E:** Si.

**U:** Capaz que te matas eligiendo el coso, yo que sé, por eso te digo, yo he tenido situaciones de esas, ay que lindo, vas y elegís, me encanta a mi ir y ver y cuando esperas que el otro lo aprecie y no lo aprecie una mierda y en dos segundos.

**U2:** O dos segunditos.

**E:** Si, pero es feo cuando le tenes que decirle a alguien, ay ¿viste? por lo menos que te lo digan.

**U:** Igual siempre la primera instancia, visual está, por más que no dure nada esta

**E:** Si es cierto, porque me ha pasado de indagar, la tenía la otra vez, te diste cuenta? Si ya sabía, la otra vez la había visto también.

**E:** Claro obvio, o sea, si, estem.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #3 ANA PAULA

**E:** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

**U:** Ay que pregunta difícil, lencería me sugiere ropa interior pero como más refinada, como más linda, no cualquier bombacha de algodón.

**E:** ¿Cuál sería la diferencia?

**U:** Esa sería, me imagino lencería como algo más con encaje, sin elástico que aprete y lo demás con elastiquitos.

**E:** ¿En qué piensas cuando vas en búsqueda de la lencería?

**U:** Comodidad, y que sea lindo, pero sobre todo comodidad, no me gusta que tenga elástico por ejemplo que me apreten en ningún lado.

**E:** ¿Cómo son y qué aspectos tienen que tener las prendas a la hora de comprarlas? Además de eso de los elásticos.

**U:** En bombachas me gustan que sean colaless o culoteless creo que se dice así y que sea medio anchito arriba, de eso que no me aprete, y soutienes es variado, me gusta a veces push up o a veces también sin aro, sin relleno.

**E:** Ahí va, bien, y ¿tienen un uso distinto?

**U:** Em..en realidad no, no debería, pero yo que se, depende.

**E:** ¿Pero vos lo usas para cosas distintas?

**U:** Em, depende, yo que se, no es que me ponga ropa interior linda solamente si voy a tener actividad sexual digamos, pero es como también como me siento ese día, depende mucho de mi ánimo, si estoy como bajón, capaz que me gusta arreglarme ponerme ropa linda, lencería, y si estoy media bajón capaz que me pongo cualquier bombacha que encuentro por ahí.

**E:** ¿Con qué frecuencia compras lencería?

**U:** Fa, re poco.

**E:** ¿Si?

**U:** Si, salado.

**E:** Un estimativo más o menos.

**U:** Ponele que me compre, hago como un surtido zarpado cada seis meses o más y después ta (Risas).

**E:** ¿Te han regalado?

**U:** No es un regalo que me hagan, mi madre creo que fue la última que me regaló una bombacha y fue hace como cinco años ponele.

**E:** ¿Pero te gustó?

**U:** En navidad, no no me gustó, la típica bombacha rosada de navidad, horrible.

**E:** Ahí va .

**U:** (Risas) salado.

**E:** ¿Te parece que existen momentos particulares para el uso de lencería?

**U:** Creo que mmm, en mi no, pero entiendo que te lo venden como algo así para una ocasión especial o como para las fiestas, o para la noche de la nostalgia que se usan determinados colores o también para, o sea, o sea si no tenes pareja sexual usas cualquier calzón o sino te arreglás un poco más.

**E:** Claro.

**U:** Pero no, no me pasa a mi, como les decía me gusta usas lo que se me da la gana en cualquier momento.

**E:** ¿Qué expectativas tenes cuando usas lencería?

**U:** Que me quede cómoda más que nada.

**E:** Y ¿estético?

**U:** No se, no tengo, comodidad más que nada.

**E:** ¿Y cómo te sentís con el uso cuando lo usas y te miras al espejo?

**U:** Me gusta, pero no cambia mucho mi percepción de mi cuerpo.

**E:** Pero le aporta en realidad, o sea ¿crees que le aparta algo?

**U:** Si, queda más lindo, si.

**E:** Con la pareja, ¿cambia algo el uso de la lencería?

**U:** Si, yo creo que si, es más lindo tener lencería que tener una bombacha cualquiera.

**E:** Y ¿en qué sentido?

**U:** Yo que sé, capaz que es más lindo, yo he recibido halagos onda fah que lindo eso, nunca me dijeron pah que linda esa bombacha y era una cualquiera.

**E:** Claro obvio.

**U:** Si cuando es lencería.

**E:** Ahí va, y ¿cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** ¿Usando lencería?

**E:** Si, o en general.

**U:** Y tengo mis traumas, ¿no? que tengo este rollito, de hecho el no usar elástico va en eso, ¿no? que me marca rollitos.

**E:** Claro.

**U:** La pancita, la cola caída, la celulitis.

**E:** Las cosas de la vida.

**U:** Si.

**E:** ¿Cómo crees que afecta el uso de la lencería en la imagen corporal?

**U:** Em.. yo que se, depende, yo como uso siempre más o menos el mismo formato, uso el formato que se que me favorece, no uso ni en pedo un hilo dental.

**E:** Claro.

**U:** Porque no me queda bien pero después lo demás es como parecido, me siento cómoda, me gusta como me queda.

**E:** Bien, ¿tres conceptos que para vos sean vitales en la lencería?

**U:** Comodidad, estética, em...no se me ocurre otro, capaz que color, pero tampoco es relevante.

**E:** ¿Eso del color cómo es?

**U:** Yo que sé, no me gusta usar ponele...siempre uso blanco negro rojo, pero blanco en invierno ponele no me gusta, me gusta más como me queda en verano cuando estoy con un colorcito, y después nada más, estem, o tratar que no se me note la bombacha o la ropa interior si me pongo un pantalón blanco que no se trasluzca, no me gusta que se vea.

**E:** Claro.

**U:** Bueno bien.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #4 ESTEFANÍA

**E:** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

**U:** Lencería me da la sensación de que es una palabra fina, que tiene encaje, no me imagino lencería un soutien de algodón por ejemplo.

**E:** Claro.

**U:** Algo que sea así como medio satinado, con encaje, la típica lycra con eso.

**E:** Este..¿te parece que existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?

**U:** Si, por eso la lencería me da más elegante entre comillas, me da como no se la ropa interior me parece algo más de todos los días, o sea, se que son lo mismo pero encuentro diferencia si puede ser ropa interior de algodón pero lencería no creo que sea de algodón.

**E:** ¿En qué piensas cuando vas en búsqueda de lencería?

**U:** Mmm..no pienso que me guste, a mi generalmente me gusta lo que sea colales o algo así de esa onda, no me gusta cosas muy grandes ni nada de eso.

**E:** Claro, estem, ¿cómo son y qué aspectos tienen que tener las prendas a la hora de comprar?

**U:** Y tiene que ser, no pienso en la comodidad en la lencería, en cambio en la ropa interior que uso todos los días si, pero cuando voy a comprar lencería me fijo que estéticamente me atraiga, que sea de algún color que me guste y que tenga un diseño lindo, me fijo en eso.

**E:** Ahí va, y ¿cuál sería el diseño tipo?

**U:** Em.. no se tendría que ver, pero me gusta que si de repente tenga alguna transparencia o que, no se, que sea original, por ejemplo ahora, vieron esta marca bralette.

**E:** Si.

**U:** Bueno, estem, me encantan esas cosas que tiene que se te atan al cuello, o que tienen varios breteles, me compré uno que tiene unos voladitos acá, me gusta que sea original, me embola el típico soutien de cosos anchos, no me lo compraría, me gusta finito.

**E:** ¿Con qué frecuencia compras lencería?

**U:** Ah no muy frecuentemente, eh..no se una vez por año, cada mitad de año, yo que sé no mucho.

**E:** Claro, ¿te han regalado lencería alguna vez?

**U:** No..que yo me acuerde no.

**E:** ¿Existen momentos particulares del uso de lencería?

**U:** Y si..y si tenes una cita o alguna cosa capaz que si, y si no capaz que un día que tengas ganas de yo que se, para vos misma estar diferente te la pones o cuando de repente usas alguna blusa que pueda hacer juego con eso, con los breteles, hay algunos que son cruzados o algo, pero no lo usaría para ir a trabajar ponele.

**E:** Ta, estem, ¿qué expectativas tenes cuando usas lencería?

**U:** ¿Qué expectativas tengo? que me quede linda, a veces no me es posible y a veces si, pero no, esa es mi expectativa, que estéticamente me guste, no pienso en la comodidad.

**E:** Y ¿cómo te sentís al usarla? al espejo..

**U:** Es raro, porque siento que me gusta pero me da como cosa a veces, es como un sentimiento doble, me pasa eso.

**E:** ¿Cosa cómo? por la sociedad o cosa de vos.

**U:** Por mi, viste que uno tiene como sus temas con el cuerpo y hay veces que decís pah si tuviera esto así, me gustaría como me quedara, pero igual la tela es linda, no se como que me conformo por ese lado.

**E:** Ahí va.

**U:** Algo así.

**E:** ¿Y cambia algo con usas lencería con tu pareja?

**U:** No nada, es lo mismo, no se para que invierto ponele (Risas)..capaz que me dice "ah mira", pero es como si nada, un embole.

**E:** ¿Cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** Bien, en realidad en mi vida en general nunca estuve conforme, pero como que después dejé de prestarle tanta atención, este ahora más de grande, ¿no? viste cuando estás tipo a los veinte capaz que estás más complicada, y hoy me siento bien ponele cuando viene el verano y veo ciertas cosas jaja capaz que me da ganas de ir al gimnasio y no voy, pero tampoco me estreso como me estresaba antes, ahora ya como que no me importa tanto.

**E:** Ahí va.

**U:** Uno madura o algo así.

**E:** ¿Cómo crees que afecta el uso de la lencería en la imagen corporal, propia?

**U:** ¿En el resto de las personas?

**E:** Si, o a nivel personal también.

**U:** ¿Cómo creo que afecte? Creo que es como algo especial, es algo que no te pones muy seguido, entonces te hace sentir bien, yo que sé, diferente, es como que si te pusieras un vestido que usas todos los días, la ropa de trabajo, y un día vas a salir y te pones algo lindo, yo que se.

Como más atractivo.

**E2:** Si si.

**E:** Ahí va, estem..ta, ¿cómo te sentís con el uso de la lencería en tu cuerpo? ta es como eso.

**U:** Eso si.

**E:** Estem, tres conceptos que para vos sean vitales en la lencería.

**U:** Tiene que tener un diseño original, tienen que tener una tela linda si es posible de calidad porque si llega a ser, viste esos encajes que se te empiezan a saltar todos los elásticos, ta ya fue. Eso y ¿después qué más? y que sea un color que me quede bien.

**E:** ¿Cuál sería?

**U:** Ahí va, si el típico el negro me gusta y el rojo también, después me acuerdo del otro día que fui a Srta. Peel, y me probé uno lila que yo decía "pah que divino" y me lo probé y era como horrendo en mi, entonces el color creo que influye mucho también en cómo te sentís, ponele en verano te gusta más un blanco y por ejemplo cada vez que voy a buscar algo azul no hay, azul es como un color, azul marino ese viste a mi me encanta el azul y no lo suelo encontrar.

**E:** Bien, de preguntas ya estaría.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #5 LUCIANA

**E:** A ver, ¿qué te sugiere a vos la palabra lencería?

**U:** Bueno, en realidad, lencería a mí, me llama más a ropa sexy interior, porque claro, ropa interior lo llamo más a todo el conjunto pero lencería ya es ..., lo veo más como ropa más sexy pero ropa interior.

**E:** Ahí va, ¿te parece que existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior, entonces?

**U:** Claro.

**E:** Bien, ¿y cuál sería?

**U:** Que la lencería es, me parece a mí, ropa más sexy, por ejemplo,...bueno ta.

**E:** ¿Alguna característica?

**U:** Y, no sé, encaje, lencería, ehh, pero más que nada ropa así, capaz que no comodidad, capaz que no para todo el día, ni para todos los usos que tenga la ropa interior pero bueno, ta, para ocasiones especiales o para cuando uno se quiera sentir como más sexy.

**E:** Ahí va. ¿En qué pensás cuando vas en busca de lencería?

**U:** ¿Qué pienso? ... no sé, porque es como un estereotipo ¿no? está como un enmarcado en colores, justamente que son como más sensuales como el rojo, el negro, materiales como son los encajes, o cosas más brillosas como un satén o cosas de esas.

**E:** ¿Cómo son y qué aspecto tienen que tener las prendas de lencería a la hora de comprar, en realidad, en los cuales, no sé, ¿cómo atributos en los cuales vos te fijás?

**U:** Si, ehh... todo depende también me parece que, no tanto en lo que te pueda hacer sentir sexy sino en lo que te pueda hacer sentir cómoda y lo que te quede bien en sí en el cuerpo, ¿no?, lo que querés mostrar o lo que no querés mostrar.

**E:** Ahí va, ¿con qué frecuencia compras lencería?

**U:** (risas) la verdad que ... soy madre, hace once meses recién cumplidos y sinceramente de lencería ni hablemos, ¿no?, porque lencería para madres no existe, básicamente, estaría genial poder tener alguna ropa interior que sea como intermedia también, entre lo convencional ...

**E:** Pero ¿por qué decís eso de ser madre?, ¿te cambió mucho el cuerpo en realidad?, ¿la ropa?

**U:** La practicidad de amamantar y quieras o no quieras no hay. Lencería maternal no existe, o sea, podés tener una ropa interior que este ayudando a que sea más práctico el tema de amamantar pero de lencería ni en pedo, o sea,...

**E:** Todo de algodón.

**U:** La ropa interior si, si no, yo tengo el mismo soutien desde que nació Salvador del mismo color, 50, pero lo mismo, es más tipo, he probado otros y tampoco me ha funcionado, los aros no me han funcionado, no hay, no hay, encontré uno de algodón que era práctico y no sé qué y ta, lo estoy usando, es más, al principio yo decía, ay no, ni en pedo, eso es tipo, antiestético, me deja las tetas horribles, ehhh, tipo no lo voy a usar, ni en pedo, si cualquier soutien te lo corres para el costado y se acabó y después te das cuenta que es funcional, supe funcional y bueno, ta, capaz que sí, se podría cambiar muchas cosas pero ta, es lo que hay, de los tres que hay, ta, uno encontré que me parece que es ideal y ese fui comprando de a uno, desde que nació Salvador tengo un montón pero iguales, todos del mismo color, ni siquiera, hay negro, entendés, ¿no?.

**E:** Pero para ponerle una frecuencia, ¿cuántos comprarías tipo de lencería?, ¿por qué bombachas también capaz que compras de otro estilo?

**U:** Si, bombachas si, bombachas si no es lo mismo, de bombachas uso cosas más sexy, más así de lencería, ponete y me gusta, me gusta, no soy del bombachudo, me gusta más tipo usar lencería, no tan extravagante pero algo como que, ta, que sea cómodo.

**E:** Ahí va.

**U:** Y, ta, si compro, eso sí compro, por lo menos, una vez cada dos meses se compra algo, el soutien ya cambia la frecuencia.

**E:** Claro, ¿te han regalado, alguna vez, lencería?

**U:** En realidad, si, capaz que en algún cumpleaños, me han regalado tipo soutien y bombacha capaz, pero....

**E:** ¿y cómo sería?

**U:** Pero no, así, específicamente como para una noche sexy o... que yo que sé, mi pareja me regale no, capaz, yo lo elijo y ellos me regalan pero no es tipo ahh... o capaz alguna vez me regalaron, que ni siquiera use, ¿entendes?

**E:** Claro, no te gusto.

**U:** Porque es como que no... o lo tuve que cambiar, porque además yo, tengo el cuerpo, tengo bastante busto y no es cualquier cosa que me cabe.

**E:** No obvio, ¿y con las prendas que te han regalado?, las pocas veces...

**U:** Y yo creo que una también, tipo, se acostumbra a una cosa y es re difícil salir, como la comodidad de tener... estar segura de que...

**E:** Si, como de adaptarse a la prenda.

**U:** Si, de que no sé.

**E:** De saber que te queda bien y te gusta y...

**U:** Esa bombacha no te marca, esa bombacha no te molesta, te queda bien de tamaño, de no sé qué, de todo, es como ta, y cuando uno tiene bastante busto, también es difícil ponerse cualquier cosa, o sea, no, no existe ponerse cualquier cosa. Hay algún soutien que te gusta y como que es difícil no ponerte así eso siempre porque le agarras esa comodidad.

**E:** ¿Y cómo son las prendas que te han regalado?, por ejemplo, ponete, algunas.

**U:** Y yo que sé, viste, que lo clásico es tipo, no sé, aros, push up, yo no uso.

**E:** Claro.

**U:** Si uso, uso aros pero sin relleno y todo, todo lo que yo uso es sin relleno, por ejemplo.

**E:** Claro.

**U:** Y ta, mecho también, no cosas que sean muy ehh, tampoco difíciles ni nada pero, yo que sé, capaz que con algún encaje, me he hecho algunos soutienes, y eso, que ta, también.

**E:** ¿Vos?

**U:** A medida, no, si me lo he confeccionado yo pero viste, te lo haces más a medida

**E:** ¿Te parece que existen momentos particulares del uso de la lencería?

**U:** Si, obvio, como hoy hablábamos...

**E:** ¿Cuáles? Por ejemplo.

**U:** Y para mostrar a un segundo, que no es solo para vos, capaz, la lencería, sino que también, te querés sentir bella para mostrarle a alguien. Y no sé, esta ese cliché que es como algo, no sé qué, que supuestamente gustaría, o sea, yo nunca le pregunte a alguien si te gustaría, tipo, no se es como, cuanto menos mejor, ¿no?, no sé, no sé, si pasas mucho tiempo con la lencería puesta ¿no?

**E:** Claro, ¿Qué expectativas....

**U:** Pero también está bueno darle ahí un ...

**E:** Si, obvio, ¿qué expectativas tenés, cuando usas la lencería?, como, ¿qué es lo que esperas?

**U:** Yo, comodidad, sentirme linda y bueno ta, y si también poder mostrarme diferente y no como todos los días.

**E:** Claro, sentir ese cambio, tener como una impronta ahí.

**U:** ..interesante.

**E:** Bien.

**U:** Después también hemos comprado algunas cosas, que vos decís, que, en realidad, por ejemplo, he comprado pero ni siquiera he usado, tipo, para despedidas de solteras.

**E:** ¿Portaligas o cosas?

**U:** Si, portaligas nunca en la vida me puse, no sé, o unas tangas que tienen como, no sé, conejitos o piel de conejito, moñito, abierto acá, abierto allá, todas esas cosas que nunca las terminamos de usar ¿no?

**E:** Claro.

**U:** No soy de... yo creo que está buenísimo pero hay que también ponerle mucho tiempo a todo eso que....

**E:** Si, obvio. ¿Cómo te sentís con el uso de la lencería?

**U:** Según, yo creo que capaz, ehh... no sé, ¿Cómo me siento de comodidad?

**E:** Si.

**U:** No sé, no sé si es cómodo, de... bueno de, capaz, de, no sé, de eso que te hace sentir más sexy, te hace sentir... eso sí, pero ta, es como hay dos cosas ¿no?, que están medias contradictorias capaz, estaría bueno, capaz, algo que sea cómodo y al mismo tiempo que te haga sentir sexy pero... pero, sinceramente, es medio contradictorio ahí el tema, hay dos cosas que se hacen sentir al mismo tiempo.

**E:** Claro, ¿vos decís que, por ejemplo, lo que te hace sentir sexy, en realidad, no es cómodo?

**U:** Si, eso, es como que no se conjuga.

**E:** No hay esa opción.

**U:** Podrías llegar a conseguir o sentir después de probar muchas cosas capaz, algo que sí te haga sentir súper sexy y que sea súper cómodo pero sinceramente, para un cuerpo que no es el ideal o no estas totalmente cómoda con tu cuerpo, no sé, si, si lo puedo sentir o si puedo sentirme totalmente cómoda y sexy.

**E:** Bien. ¿Cambia algo cuando usas lencería con tu pareja?

**U:** ¡que pregunta! (Risas)

**U:** No sé, yo como dije recién, nunca le pregunté. Yo que sé, no sé. Si capaz que se dan cuenta y eso pero no es algo, un ritual que tengamos muy tendríamos que empezar a..., a experimentar más. Yo creo que en algún momento, tipo, uno empieza también a darle más picor a la relación y se empieza a usar o alguna vez pero no es una cosa que sea tipo tan constante.

**E:** Ahí va, o con otras experiencias igual, ¿te ha pasado? No sé, otra pareja o algo, ¿Cómo de haber encontrado una diferencia en el uso?

**U:** Yo que sé, alguna vez que me compré una tanga diferente, ahh, si digo algo pero en realidad, es como...

**E:** Claro, ¿no era relevante de la situación?

**U:** O sea, nunca me... no sé, me puse un body, un portaligas nunca, ¿entendés?, entonces, no puedo hablar de eso.

**E:** Ta, pero tampoco no es necesario ni un body, ni un corsé, ni nada, sino de un soutien y una bombacha, también que... ¿no?, ta, estoy hablando, ta.

**U:** Bueno, pero ta, sí.

**E:** ¿Cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** Bueno, justamente ahora no tan cómoda pero ta, tampoco es que me sienta re incomoda, me siento mejor desnuda con lencería que no estoy, no sé, acostumbrada o que me moleste en un lugar o me corte en otro lugar, o sea, esas cosas.

**E:** Bien, ¿Cómo crees que afecta el uso de la lencería a la imagen corporal en sí?

**U:** Yo creo que es algo más de cabeza, que de otra cosa, simplemente, ta, eso voy a decir.

**E:** Bueno

**U:** No sé, yo prefiero el cuerpo desnudo y ta, me siento más cómoda y...

**E:** ¿Y cómo vos te sentís usando lencería, las veces que has usado?

**U:** Como un payasito, no sé, ponele, no tanto, porque yo mi ropa interior ya no es tampoco de abuela, ¿entendés?

**E:** Claro.

**U:** Entonces, si me pongo, capaz, mucha cosa que piense justamente en ahh, me voy a poner esto para ser sexual, para una ocasión especial, capaz que me sentiría media como payasito si pero, tipo ta, no es que yo no use una ropa interior que se asemeje un poco más a la lencería.

**E:** Ahí va. ¿Tres conceptos que para vos sean vitales, en realidad, de la lencería?

**U:** ¿Que sean vitales o que me gustaría que sean vitales? Que me gustaría, me gustaría que, por ejemplo, sean cómodas, me gustaría que sean..., no sé, cómodas, sensuales, no vulgares, porque a veces, son vulgares no sensuales porque tienen como mucho menos demas y bueno y no sé, que favorezca el cuerpo, o sea, no sé, en qué sentido, pero ta, eso.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #6 MAITE

**E:** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

**U:** Lencería, bueno yo estoy como tomada por porque estaba estudiando esas cosas, es como que pienso en cuerpo enseguida, como en diversos cuerpos. Si quieren que me explique, me explico, empiezo a inventar.

**E:** Si obvio, como quieras, lo que vos pienses que es para vos.

**U:** Si, pienso en cuerpo, medio viaje igual porque no lo pensé como muy en primera persona, lo pienso como diseñar lencería, no lo pensé como muy particular, pero..

**E:** Ahí va, bien, em..y ¿te parece que existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?

**U:** Si, no se muy bien porque, supongo que lencería lo vinculó más como algo más sensual o con un juego de erotismo, no se bien porqué, ropa interior es más como.. si, no tiene eso tanto como un juego de seducción, es más como el uso, más de lo funcional.

**E:** Ahí va.

**U:** No se, lo vinculo.

**E:** Si obvio, este..y ¿qué piensas cuando vas en búsqueda de lencería?

**U:** Bueno depende también como para qué..eh, primero que es algo que me tengo que comprar yo para mi, como que no creo que alguien más pueda comprar para mi lencería y ta también supongo que pienso en el material, la forma, en que me quede cómodo, estoy pensando, ahora si en primera persona, ir a comprarme yo, si, en los materiales, en la forma que tienen, como calza en el cuerpo, depende también el uso que le vaya a dar, eh..

**E:** Ahí va, decís como que tienen diferentes situaciones.

**U:** Si obvio, si. Si, una cosa es pensar comprarse algo como para todos los días, y que yo que sé, que lo tenes que lavar y yo que sé, y después como que tenes piezas más delicadas o como cosas más para usos puntuales, también como relacionado a todo esto de seducir o no se, y también pienso por ejemplo a veces que necesitas algo re-específico, onda, necesitas ir a una fiesta y necesitas algo que no marque, que no tenga costura, que no tenga elástico, como que ta, ahí también hay.

**E:** Claro, ahí va, este..¿cómo son y qué aspectos tienen que tener las prendas de lencería a la hora de comprar, en realidad?

**U:** Eh..para, cuándo decimos lencería, decimos ¿como bombacha y soutien o es..?

**E:** Puede incluir medias, lo que sea, pero..

**U:** ¿Si? no, por ejemplo, yo hace mucho tiempo que no uso soutien o uso sin nada, sin ningún tipo de aro, copa, relleno, ni nada.

**E:** Ahí va.

**U:** De hecho, cuando más enteros más cómodos me queda, eh..qué tiene..la pregunta era, ¿qué tiene que tener?

**E:** Claro, ¿qué aspectos valoras vos, en realidad, de las prendas de lencería a la hora de comprarlas?

**U:** Creo que hoy en día lo que más valoro es la comodidad, lo primero es la comodidad. Creo que cuando era más chica, si, ponía como antes eh, que se viera bien o como una imposición de qué tenía que usar o de que le gustaban a mis parejas o alguna cosa así y ahora no, es algo como más de comodidad, que también me doy cuenta que ha

cambiado mi criterio de comodidad de cuando era chica a ahora, ahí va, antes por ejemplo, no podía no salir sin un soutien sin relleno y ahora ya directamente.

**E:** Nos pasó a todas (Risas).

**U:** O pienso que ahora uso pantalones de tiro alto, entonces también me queda cómoda ropa interior de tiro más alto.

**E:** Claro, ahí va. Eh..¿con qué frecuencia compras lencería?

**U:** No se, em..cada unos meses.

**E:** ¿Cada mes?

**U:** No, cada unos meses.

**E:** Ah, ahí va, ta.

¿Te han regalado alguna vez?

**U:** Si también.

**E:** Estem..y ¿cómo son las prendas que te han regalado?

**U:** Bueno depende de quién te lo regale (Risas)..

**E:** Claro, ahí va.

**U:** Porque mi mamá me regala cuando va a SISI, consigue una bombacha un par de medias y también me han regalado parejas, me he regalado con amigas, en plan tipo año nuevo, bombacha rosada o en plan, no se, o prendas, ahí va, prendas como de diseño, de ir como una galería, una galería del virrey, de esas que tienen como...ahí si pienso de que..capaz que alguna amiga me regaló alguna bombacha linda (Risas).

Bombacha traje ¿te han regalado?

**U:** ¿Cómo?

**E:** Trajecito, body o cosas así..

**U:** Si si.

**E:** Ahí va.

**U:** No las he usado mucho.

**E:** (Risas)

**U:** Si si, tipo corsé, tengo tipo un corsé, un porta liga, medias de red si me han regalado y uso, no se si entra en la categoría de lencería.

Si entra.

**U:** Bueno ta, medias si, me compro muy seguido y me regalaran seguido también, es como más que me gusta.

Ahí va.

**E:** ¿Existen momentos particulares, te parece, para el uso de la lencería?

**U:** Si.

**E:** Ahí va, y ¿cuáles serían esos momentos?

**U:** Ehm..claro no, como que ahí se me empieza a desdibujar que entra en la categoría de lencería, pero me doy cuenta que si, depende bien como de uso, de una cosa es como la ropa más cotidiana, otra cosa es como más como ropa para salir, claro, cuando preparas el cuerpo para salir, o para encontrarse con alguien, es distinto a cuando estas como cuando estás contigo misma, claro jaja ehm..o si te vas de viaje o si tenes alguna actividad, como que hay momentos que prestas mucha más atención a estar prolija y hay otros momentos que ta, yo que sé, cuando estas menstruando, la verdad que priorizas otras cosas capaz, como ver comodidad.

**E:** Si obvio. ¿Qué expectativas tenes cuándo usas lencería?

**U:** ¿Qué expectativas tengo? Bueno tiene que ver también con el uso, como con estas ocasiones, a veces que si, que busco como verme bien, ahí va, como preparar el cuerpo para que te vean otros también, sentirme cómoda, también hay todo un juego de mostrar algunas partes, de acentuar otra, ehm o sutilezas, mostrar o el uso de telas con transparencias, también como esos, detalles que llevan la mirada o la atención a algún lugar, ehm, ¿cuál era la pregunta? me perdí.

**E:** Eso, ¿qué expectativas tenes cuando usas lencería?

**U:** A ta ahí va por eso, hay, como que si se me ocurre como el momento ehm, de seducción y como un uso más sensual, tiene que ver con eso también, como preparar ese cuerpo, como mostrarlo de una forma, como jugar con que parte quedan al descubierto y que partes no, y que parte se muestran y que parte no, incluso hay lencerías que tienen como aperturas especiales que se abrochan adelante o atrás o se cierran, y con lazos, me parece que hay un juego con eso y ta, después lo asocio a un uso más cotidiano, que ahí si, pienso en otras cosas como la comodidad y que sea fácil de lavar, de que..

**E:** Claro, y ¿cómo te sentís al momento de usarla, en realidad, en el momento del uso de la lencería?

**U:** Y..cómoda y muchas veces como que te llevas como fiascos, que te compras cosas que no están buenas y está salado porque es algo que lo usas todo el tiempo, está tan cerca del cuerpo y durante tanto tiempo y le das un uso continuo, que si te queda incómodo te quieres matar, te acordás. (Risas)

**E2:** Me ha pasado mil veces.

**E:** Odio las que tienen la costura en el medio.

**U:** ¡Ay noo! me compré un culotte precioso todo de encaje, con una costura en el medio que no, tee..

**E:** Violación (Risas).

**E2:** Es espantoso.

**U:** Pero ta, después nunca más te compras.

**E:** Claro.

**U:** (Risas)

**E:** Escucha, y ¿cambia algo el uso de la lencería cuando estás con la pareja? En alguna experiencia que hayas tenido o algo..

**U:** Y si, lo pienso pienso mucho como las primeras veces que estas con alguien, como hay algo de mostrarse por primera vez, o recuerdo de conjuntos que me haya comprado para alguna noche o que me hayan regalado, ahí si hay como una cuestión puesta en eso, después como todo en la movida que se vuelve más cotidiano y rutinario como que ta..pierde un poco su magia.

**E:** Y ¿cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** Bastante cómoda, pero también me pasa como que.. muchas de las cosas como de lo que antes creía verse bien, como ha cambiado con el tiempo, como las percepciones de lo que es un lindo cuerpo y como siento mi cuerpo han cambiado en el tiempo, siento que cada vez me siento en un lugar más cómodo pero igual obvio que tengo conflictos y temas ahí.

**E:** Claro

¿Cómo crees que afecta el uso de la lencería en la imagen corporal?

**U:** Y...si creo que afecta si, que nada tiene que ver con lo que proyectamos que es un cuerpo bello y cómo lo proyectamos y esa lencería juega mucho en eso, como en esto de ocultar alguna parte y resaltar otras, de apretar, de marcar...y creo que a veces puede servir para construir

más confianza y sentirte más cómoda y a veces también, sobre todo por el bombardeo de imagen del exterior puede ser super contraproducente, y como todo el mundo de la lencería esta muy tomado por eso.

**E:** Si.

**U:** Creo que últimamente ha habido más como una tendencia a generar, no se, con Srta. Peel, de una campaña publicitaria que tuvo, ta de mostrar otros cuerpos y otras posibilidades pero igual ta, esta como todo muy tomado por el mal.

**E:** Bien, tres conceptos que para vos sean vitales en la lencería, o como que tiene que tener.

**U:** Tipo conceptos como comodidad?

**E:** Por ejemplo.

**U:** Comodidad, funcionalidad, y no se, asoció como que confianza pero tal vez se fue a otro lugar.

**E:** No, está bien.

De preguntas no hay más.

## **TRANSCRIPCIÓN AUDIO #7 MARÍA NOEL**

**E:** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

**U:** La palabra lencería esa, me sugiere como... algo erótico, erotismo.

**E:** Bien, ¿Existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?

**U:** Esa, capaz que me decís lencería y voy mas a algo, me parece como un encaje, como algo más relacionado con la seducción y la ropa interior puede ser eso también pero ... la lencería también puede ser otro, me imagino, no sé el concepto, a mi cerebro le pasa eso. Ropa interior, es como lo mas cotidiano ¿no?, lo que usas en cualquier momento, que no tiene tanto que ver con el erotismo sino con la funcionalidad.

**E:** Bien, ta esta bien. ¿En qué pensás cuando vas en busca de lencería?

**U:** En erotismo, (risas).

**E:** Bien, no, mira que está bien.

**U:** Pienso en eso, en una noche para darle algún toque ahí, en encaje pienso.

**E:** Bien. ¿Cómo son y qué aspecto tienen que tener la prendas de lencería a la hora de comprarlas?

**U:** Tienen que ser cómodas, porque hay lencerías muy cómodas, prefiero que sean prácticas también, lo cual a veces...no es tal.

**E:** Prácticas, ¿en qué sentido?

**U:** Porque hay lencerías que, por ejemplo, tienen muchos ganchitos y un montón de cosas ¿no?, que en realidad, están divinas pero de lencería una de las claves es cuando te lo sacan y eso caga todo, viste.

**E:** Para que no puedan (risas)-

**E:** Claro, a veces te pasa con el broche más fácil del planeta, pasa. Y los hombres pobres que creen, baa yo por eso no estoy con hombres, pero creen que tienen que saber hacerlo y la puta madre! Es muy gracioso, igual es divertido. Pero hay lencerías, viste, que tienen como...

**E:** Si.

**U:** Que son re lindas de diseño y eso pero que son una tranza, igual a veces me las compro. Eso, tienen que ser cómodas, no soporto, por ejemplo, las que tienen la parte para la vulva chiquitita...

**E:** Si, si.

**U:** ...Esa me enloquece el cerebro.

**E:** Con la costura en el medio, que es un bajón.

**U:** ¿Qué te pasó?, ¿qué hiciste?

**E:** Bien. ¿Con qué frecuencia compras lencería?

**U:** Mmm, no, no mucho.

**E:** Más o menos un..., ¿una vez cada tres meses, no sé, menos?

**U:** No, menos, mucho menos.

**E:** ¿Dos veces al año?

**U:** Capaz, ni idea.

**E:** Ahí va, ta.

**U:** No, lo que pasa que es una frecuencia más relacionada con, con una necesidad de ese acto o algo.

**E:** Bien.

**U:** Y que pase como por ahí, es decir, yo que sé, porque, en realidad, en mi vida sexual, los hombres con los que estoy no ocupa un lugar principal, entonces, no es que sea algo que digas todo el tiempo estoy, me compro una cosa linda, una vez al año y esta immaculada porque la use tres veces en cuatro años.

**E:** ¿Solo lo usas para momentos de encuentros o...?

**U:** Claro, que alguna vez que necesite, que yo este como uhh..., entonces, ahí necesite como para...

**E:** Bien, demás. ¿Te regalaron alguna vez lencería?

**U:** ¿Me regalaron alguna vez lencería?, creo que no.

**E:** Es lo que digo, ando con hippies mugrientos.

**U:** Hippies no, pero no les interesa mucho. Es más para mí que para ellos.

**E:** Ta, y también eso es válido ¿no?

**U:** Si.

**E:** No solamente para los demás.

**E:** Ta, ¿Existe algún momento particular del uso de la lencería?, ¿Cuáles?

**U:** ¿Eh?

**E:** ¿Existe algún momento particular del uso de la lencería?

**U:** Yo generalmente, la uso, o si salgo, igual siempre termino en lo más cómodo, alguna vez, capaz, que me..., depende de eso, de si yo necesito algún soporte, así, ¿se entiende?, más guau pero muy poco y sino antes de..., para la previa sexual.

**E:** Bien. ¿Y qué expectativas tenés cuando usas lencería?, ¿Tenés alguna expectativa?

**U:** No, sentirme más gata yo, capaz, ya perdí la expectativa con ilusionar a los hombres. Lo que sí, me doy cuenta que los tipos con los que ando, pueden decir, "ayy que lindo", capaz que alguna cosa, ¿no?, ta, a Raúl, ya sé lo que le gusta, que color, que esto, y me va a decir, "ay que linda que estas con esto" pero no es...

**E:** Lo principal

**U:** Claro.

**E:** ni el principio tampoco, o sea, cuando recién arrancaron tampoco era principal como...

**U:** No, no, los hombres con los que estoy les gusta más las..., les atrae algo, ponele, ahora que estuve soltera, tenía un body precioso y al pibe le re atrajo de..., nunca había visto pero no es tipo, mal, que se vuelve como el fetiche, me dice, "que linda que estas, nunca había visto eso, no sé qué", ta, si lo que quieras pero después es como que dura...

**E:** Un segundo.

**U:** Claro, después la desnudez es la clave.

**E:** Bien. ¿Cómo te sentís vos con el uso de lencería?, que es más o menos lo ya igual algo comentabas.

**U:** Si, así, también a veces, un poco tímida, por eso de nunca excederme de más ¿no?, como..., no sé, soy más natural, creo, entonces, viste si en determinadas cosas...

**E:** Más bien pensando en varias entrevistas que, que somos todas distintas, hay personas que es al revés, la lencería las empodera y lo que decís es como lo contrario, a vos te da como más cosita usar la lencería que otras personas como, ta, nada, yo no puedo comentar, te condiciono.

**U:** No, no importa.

**E:** ¿Cambia algo cuando usas lencería con tu pareja?, ta, más o menos igual eso ya lo comentaste.

**E:** ¿Cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** Bien. Me gusta, me gusto sí, me siento cómoda, obvio si me pongo como detallista en muchas cosas, te puedo decir un montón de cosas pero en general, así, me siento como cómoda.

**E:** Demás.

**U:** Si, creo que vivo el cuerpo desde lugares también, donde la estética..., o sea, me siento como con la estético pero mi cuerpo lo vivo desde muchos más lugares que la estética, entonces, como es un cuerpo, jovial, sano, que tiene capacidad de movimiento, que yo lo siento que es sensual, en el movimiento ¿no?, ehh, me animo a explorarlo desde el placer, todas esas cosas me hacen vivirlo como con mucha comodidad.

**E:** Bien.

**U:** A veces, me pasa de que me viene el tare de..., si la teta, que si, no sé, la raya de la celulitis pero..., o si el rollo pero..., o estoy muy flaca pero ta, a esta altura de la vida me siento más madura con todo ese tema.

**E:** Bien, demás. ¿Y cómo crees que afecta el uso de la lencería a la imagen corporal?

**U:** ¿En general?

**E:** Si.

**U:** ¿Socialmente?

**E:** Si. O de vos también, ¿no?

**U:** En mi, siento eso, que la lencería en un momento me ayuda como a componer eso más sensual, ¿no?, delicado, lo delicado, lo sensual, le da como ese componente, sacando ese momento de vergüencita de decir, "ay, capaz que", que pensara el otro, o de no caer en eso de personaje de hacerme la gata, yo que sé, pero ta en eso.

Socialmente, creo que debe ayudar a muchas mujeres en ese sentido, quieras o no alimenta el erotismo, y supongo que esta todo lo otro ¿no?, la lencería relacionada con el súper lomo y que eso genera bastante sufrimiento, porque quién puede ponerse la lencería ¿no?, y que quede bonita está asociado mucho a las curvas, si vas a cualquier casa de lencería, las fotos son de súper cuerpos, está asociado, bueno, no sé, Uruguay, Claudia Fernández, que tiene sus cosas de lencería ¿no?, construye determinado tipo de mujeres, a veces, que supongo que a las que no tienen ese súper cuerpo como todo, las debe ...

**E:** Claro, es que te venden un cuerpo, no te venden como la lencería.

**U:** Claro, no hay una educación más de que las telas o determinadas cosas tienen que ver con despertar la erótica sino que tienen que ver con crear una imagen, eso sí, esta de menos.

**E:** Si, claro.

**E:** ¿Y tres conceptos para vos, que sean vitales en la lencería?

**U:** ¿Conceptos?

**E:** Tipo, comodidad, funcionalidad, conceptos así.

**U:** Bueno, si comodidad tendría que ser, no es, para mi es fundamental pero no sé si para la lencería lo es, no sé, si son tan cómodos, me parece que no, yo creo que no.

**E:** Bien.

**U:** Muchos aros, cosas, a mi el aro me queda cómodo porque me acostumbre pero aro, cosas, corsé, no sé, si es lo cómodo, menos para el acto sexual, al menos que te quedes con la ropa y no sé tampoco pero debería ser.

La estética, tiene que ser bella, a lo visual, tiene que ser bella, obvio, todo ayuda a mejorar tu forma, ¿no?, una cosa así, pensando en esto del corsé o del aro que te levante las tetas, esta como para potenciar la figura, no sé, si es bueno o malo pero es.

Y capaz que las telas ¿no?, una cosa importante es las telas, el encaje puede ser, o podrían hacer cosas más de tacto ¿no?

**E:** ¿Cómo tacto?, ¿Tipo texturas?

**U:** Si, que las texturas sean lindas de tocar. Supongo que en la tela lo que más importa es el encaje, es lo que más importa.

**E:** Está bien.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #8 SOFÍA

**E:** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

**U:** No sé, ¿puedo decir cualquier cosa?

**E:** Si, obvio, obvio, sentite vos, cómoda en serio

**U:** Eee, ¿la palabra lencería?, no sé, me sugiere algo como, para ocasiones, como algo sexy o algo...

**E:** Bien.

**U:** No sé, como más..., no de todos los días pero...

**E:** Ta, entonces, ¿te parece que existe una diferencia entre lencería y ropa interior?

**U:** Si.

**E:** Bien, ¿y cuál sería esa diferencia?

**U:** Quizás, el tipo de tela.

**E:** Bien.

**U:** Que, es que no sé muy bien pero me imagino que...

**E:** Ta, pero vos usas lencería o ropa interior y notas esa diferencia.

**U:** Bueno, ponele, que la lencería que uso si podríamos llamarla lencería, si, en realidad, últimamente estoy tratando de cambiar mi, mi, no sé, el tipo de ropa interior que estoy usando pero sí, sí, creo que va más en la tela.

**E:** ¿En la tela?

**U:** Si. Y en los diseños también, el tipo, no es lo mismo una bombacha de algodón que una colales con no se que, con encajes o no sé que, no sé cuánto, eso.

**E:** Esta bien. ¿En qué pensás cuando vas en busca de lencería?, ahora con este cambio que decís.

**U:** Ahora, en realidad, estoy buscando comodidad y sentirme como un poco más sexy o más no sé, que me guste, que me haga..., no sé, que me vea con algo que en realidad, no estaba acostumbrada a usar porque siempre use cosas de algodón o cosas lisas, bueno, en realidad, tiendo a buscar cosas lisas pero, en realidad, no sé, como alguna transparencia o algo, no sé, cosas distintas a lo de siempre que me está aburriendo un poco.

**E:** ¿Salís en busca de lencería?

**U:** Si.

**E:** ¿Cómo son y qué aspecto tienen que tener las prendas de lencería a la hora de comprar?, ta, eso comodidad que ya lo dijiste.

**U:** ¿Cómo son y qué aspectos?

**E:** Si. ¿Cómo son y qué aspectos?

**U:** Ay, lo que pasa que depende para que lo quieras usar.

**E:** Ta, pero la lencería, lo que vas en busca de lencería.

**U:** Bueno, que sea cómoda si o que no me pique, por ejemplo, a veces, tienen costuras o cosas que molestan, no sé si es esa la pregunta, en realidad.

**E:** Lo que vos sientas y que aspectos tienen que tener a la hora de..., no sé, en esto..., pila de diseños, bueno, ta, esto es lo que me gusta.

**U:** Quizás, bueno, sí, no sé, los colores o..., es que no sé, en realidad, que otra cosa podría..., el precio, me imagino, que sea algo, que sea bastante accesible.

**E:** Claro, más accesible. ¿Y con qué frecuencia compras?

**U:** Ah, poca.

**E:** Cada...

**U:** En realidad, si tuviera más dinero compraría más porque...

**E:** Bien. Pero ¿cada seis meses, un mes?

**U:** Bueno, últimamente, que lo que más he comprado son soutienes, capaz, que cada dos meses, por ahí.

**E:** Bien. ¿Y te han regalado lencería alguna vez?

**U:** No.

**E:** A pocas personas igual. Entonces, evitamos esta pregunta.

**U:** Que a la gente le da vergüenza regalar eso.

**E:** Si, no sé.

**U:** Cuando es gente de mucha confianza debe ser.

**E:** Las personas que hemos entrevistado, es tipo, si pero no le embocan a lo que le gusta y ta. ¿Existen momentos particulares del uso de la lencería?

**U:** Si, creo que si.

**E:** ¿Y cuáles son?

**U:** Y bueno creo que son de una noche hot, si pero esta bueno, ayuda a la pareja, esta demás.

**E:** ¿si?

**U:** Y, bueno, es que en realidad, bueno, también puedes usarlo en ..., si vas a salir o no sé, con el tipo de ropa que te pongas, no es que lo vayas a mostrar pero vos te puedes sentir de determinada forma, sabes que lo tenés y esta bueno para vos, no para nadie más.

**E:** Bien. ¿Y qué expectativas tenés cuando usas lencería?, ¿Tenés alguna expectativa?, así como eso, sentirte...

**U:** Si, esta demás que te vas a cambiar y ves como te queda y te gusta cómo te queda y ta, te sube un poco el autoestima o no sé o expectativas, bueno si capaz que a veces, tenés expectativas de que a la otra persona le guste también, si estas con una pareja o lo que sea.

**E:** ¿Y vos cómo te sentís con eso?

**U:** Ah, esta demás o que te elogien, "ay, qué lindo que esto que tenés puesto", no sé, eso esta bueno.

**E:** Si, obvio, esta demás. ¿Y cambia algo cuando usas lencería con tu pareja?

**U:** Si, a veces, si. Si, algunas veces puntuales, si.

**E:** Ahí va. Después si querés entras en detalles. ¿Cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** ¿Mi imagen?

**E:** Tu imagen corporal.

**U:** Bien, yo que sé, bueno, en realidad, creo que siempre todas queremos estar como..., un poquito mejor, baa, no sé, sí, yo soy media exigente pero en general, bien.

**E:** Bien. ¿Y cómo crees que afecte el uso de la lencería a la imagen corporal?, en general.

**U:** Eeeh.

**E:** Te lo leo de nuevo.

**U:** Si, es que estoy pensando porque no sé si es, si vos te ves bien seguramente, lo que te pongas te va a hacer sentir bien pero si hay algo que te gusta te vas a ver mucho mejor, es como..., va en tus ojos.

**E:** Ahí va, me gusta esa definición.

**U:** No, pero es que uno ve lo que quiere ver y si uno está contento consigo mismo, quizás se ponga algo y..., que encima le agrada y se va a ver mucho mejor, entonces, va a... ¿Cómo decía la pregunta?

**E:** ¿Cómo crees que afecte el uso de la lencería a la imagen corporal?

**U:** Si, no sé, en un sentido visual, en algo estético, en algo..., es que me parece que voy a repetir más de lo mismo.

**E:** Si, si, es que más o menos, es...

**U:** Me parece que es por ahí.

**E:** Bien, ta, si esta me parece que esta como media repetida porque es ¿Cómo te sentís con el uso de la lencería en tu cuerpo? Qué es eso.

¿Y tres conceptos para vos que sean vitales en la lencería?

**U:** Calidez, en cuanto a telas tejidos porque también, no está bueno ponerse cualquier cosa porque se nota cuando te pones cualquier...

**E:** Que estas incomoda o apretado.

**U:** O sea, una tela, si o el tipo de tela, lo ves, cuando es algo que no es de buena calidad, que eso ayuda, a veces mejor viste, porque los brillos, ese tipo de cosas que...

**E:** Bien .

**U:** No sé, me parece.

**E:** Si, si, dale, dale, dale.

**U:** Comodidad, ¿Cómo era?, ¿Qué más?

**E:** Tres conceptos vitales del uso de la lencería.

**U:** Si, la comodidad seguro, no sé, eso mismo que vos decís, si te aprieta, si no te aprieta, que no está bueno tener algo que después te re incomoda, todo el tiempo. Y no sé, tienen que ser cosas delicadas, como que sugieran pero que a su vez, demuestres que hay algo atrás de eso y que a la otra persona, si querés usarlo para llamar la atención de otra persona, le den ganas de ver que es lo que pasa detrás de ahí. O que cuando se toca, que se pueda sentir o que no sea puro rellenos o ese tipo de cosas.

**E:** Demás, buenísimo.

## TRANSCRIPCIÓN AUDIO #9 VALENTINA

**E:** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

**U:** Si, sensualidad por sobre todas las cosas, me sugiere encaje, cuerpo, como en general porque hoy por hoy creo que es mucho más amplio el espectro de lencería para todo tipo de mujeres y hasta para hombres también, que antes era mucho más acotado y obvio, siento que..., y la lencería la palabra me lleva como a lo íntimo, ¿no?, como a lo íntimo de la pareja o de la persona porque no tiene porque ser una pareja.

**E:** No, obvio.

**U:** Intimo tuyo.

**E:** ¿Te parece que existe alguna diferencia entre lencería y ropa interior?

**U:** Si, creo que la lencería tiene como una connotación más erótica ¿no?, como mas para la noche para la cama, aunque yo uso bombacha de lencería tipo de encaje en el cotidiano, creo que es re personal pero la lencería tiene como una connotación de noche...

**E:** Claro, si yo también he usado encaje en la cotidiana.

**U:** Claro, a full, porque me gusta cómo me queda y mas como no te marca, es como, esa onda.

**E:** ¿En qué pensás cuando buscas lencería, en realidad?

**U:** Insinuar, si, porque no me gusta lo explícito, entonces, creo que busco mas, si como insinuar, como lo sensual, como me llama a los clarito, como a lo nice.

**E:** Ahí va. ¿Cómo son y qué aspecto tienen que tener las prendas de lencería a la hora de comprarlas?

**U:** ¿Cómo?

**E:** Claro, ¿Qué aspecto estético o qué atributos tiene que tener la prenda que vos buscas, cuando buscas lencería, en realidad?

**U:** Creo que más bien es como la forma de colocarlo hacia el público, creo que es mucho más explícito y hasta bruto, a veces, como una lencería en un maniquí, tipo eee, así, como todas las lolas, viste, en ese sentido. Repetime la pregunta.

**E:** ¿Cómo son y qué aspecto tienen que tener las prendas de lencería a la hora de comprarlas?

**U:** Ahí va, entonces, como ya siento que de por si la lencería tiene una connotación de tabú, a veces, ¿no?, creo que si es más sutil, la forma de presentarla es como mucho más...

(Corte en la conversación)

**E:** Ta, decías eso de las lolas, del maniquí, como que eso es para lo íntimo.

**U:** ¿Cómo fue la pregunta?

**E:** ¿Cómo son y qué aspectos tiene que tener las prendas de lencería a la hora de comprarlas?

**U:** Bueno eso, creo que, bueno, nada lo que dije, eso que, a veces, es como bastante explícito, grosero la forma en que se vende al público como, ponele, la noche de la nostalgia, tipo guaa guaa!!, salen todas las vidrierías, que somos todas unas gatos alzados, es como, ¿no?, creo que es mucho más sutil y siempre tiene ese límite, lo que pasa, también, la sensualidad con lo sexual, es ese límite muy finito, que, a veces, puede ser sensualidad y súper delicado,

como te puedo decir unos pétalos de rosa o tipo el sado de poner un bikini rojo y otro negro en un cuerpo, como que re diferente.

**E:** Claro. ¿Con qué frecuencia compras lencería?

**U:** Re poca, amaría comprar más pero sale cara, a veces, hoy es más accesible igual comprar pero soy media...no, me compro poco.

**E:** Claro.

**U:** Ponele, así, un conjunto, tres al año.

**E:** Claro, ta. ¿Te han regalado alguna vez lencería?

**U:** Si, a full, todas mis parejas me regalan porque saben que me gusta y bueno, no, mi mamá, a veces, me regala, no tan hot, pero es de regalo.

**E:** ¿Y cómo son las prendas que te regalan?

**U:** Ponele, tengo medias de liga, tengo corsé, tengo portaligas, bueno conjuntos, tengo babydoll, tengo batas, todo tengo.

**E:** Divino.

**U:** Si, re tengo mal.

**E:** ¿Existen momentos particulares, te parece, para el uso de la lencería, en sí?

**U:** Si, yo creo que esta bueno darle, como momentos también, si hablamos de la pareja creo que esta bueno tener ese destape cuando la noche, capaz, se puede poner más linda o no, o simplemente personal, yo cuando me pongo lencería es porque me quiero sentir y ver linda y ta y punto, después lo que pase como que no me interesa, siento que me gusta, que me gusta cómo me queda.

**E:** Bien. ¿Qué expectativas tenés cuando usas lencería, en realidad?, ¿sí tenés alguna?

**U:** No, no me genera expectativas, si lo uso con un fin, de bueno, en la noche salgo con mi novio, bueno si, pero en general, no.

**E:** ¿Y cómo te sentís al usarla?

**U:** Re bien, me encanta, me encanta. Me seduce a mi porque yo me siento más linda, entonces, creo que potencia en el otro, entonces, me siento re cómoda.

**E:** Ahí va y en el otro ¿Cómo repercute?

**U:** Re bien, yo creo que suma el..., hasta algo tan simple como, ponele, a mi una vez mi pareja me dijo "ponete unas medias de red, solo unas medias de red", que es como una parte de lencería y que es como una bobada pero que a la imaginación y al otro le generan un millón de cosas, entonces, ta, como que también yo creo que, obvio, si tenes pones una lencería y estas así, ¿no?, es como que la actitud yo creo que también importa, capaz, a la hora de ponerte algo así, digamos.

**E:** Si, obvio. ¿Cómo te sentís vos con tu imagen corporal?

**U:** Bien. Es parte de mi vida porque soy bailarina y la estética juega un montón, compito, entonces, claramente mi cuerpo compite contra otros y más allá del tema estético por un tema de acondicionamiento físico mi cuerpo tiene que estar preparado para todo lo que yo hago, entonces, me siento bien, a veces, mejor, a veces, peor, no es una dieta cotidiana porque no lo puedo porque soy un ser humano, entonces, me cuesta pero me siento bien.

**E:** ¿Cómo crees que afecta el uso de la lencería a la imagen corporal, en realidad?, ¿Qué le aporta la lencería al cuerpo?

**U:** Sensualidad por sobre todas las cosas, yo creo que lindas formas porque la lencería también, hoy es tan variada que se adapta a los cuerpos, bueno, sino tenes el corsé, capaz,

tenés un soutien que no tiene push up y que se puede amoldar mucho más con un encaje re lindo, hay tanta variedad, que yo creo que hoy, como que se súper adapta la lencería a cualquier tipo de cuerpo, yo creo que es más un tema de actitud o de sacar el tabú y decir tipo, "sí, me recalzo un soutien de encaje, ¿Por qué no?", tipo, creo que es más eso que, bueno también, obvio, puede ser que te lo pongas y no te guste pero yo creo que encontrás algo que te quede bien y te guste.

**E:** Bien. ¿Y cómo te sentís con el uso de la lencería en tu cuerpo?

**U:** Bien.

**E:** ¿Y tres conceptos que para vos sean vitales de la lencería?, o sea, que tenga que tener.

**U:** ¿A nivel de...? ponele.

**E:** Lo que quieras, en realidad.

**U:** Que te diga, el encaje.

**E:** Si.

**U:** Como algo así, ¿está bien?

**E:** Si.

**U:** Si, yo creo que en mí, es como lencería-encaje, como el primer concepto que se me viene a la cabeza, después, también comodidad porque a veces, también es incómodo, ¿no?, como que no es cómodo ponerse un coso. Hay cosas que no son nada cómodas y... ¿Cómo era?, ¿tres conceptos de qué?

**E:** De que vos creas que la lencería tiene que tener, que son vitales.

**U:** Bien, comodidad, encaje, y...yo creo que ahora se trata con mucho más naturalidad, entonces, capaz que no diría

naturalidad porque como lo que hablábamos ¿no?, de ese pudor de decir tipo, "Y como te queda la lencería?", como eso, como fuera el tabú, o no sé si es el tabú pero no sé, así como tercer concepto.

**E:** Bueno, yo te lo digo porque sos vos, pero, hubieron varias diseñadoras que me dijeron tipo, yo que sé, en base a esto, "ah, para la noche puntual" o ¿Cómo era?, momento puntual.

**E:** Así era algo particular.

**E:** En vez de decir, el momento del coito, sexo, un momento puntual, como poniéndole una atmósfera, que decís tipo, guau.

**U:** Claro, del polvo, claro.

**E:** Claro, Zeus, no, a ver.

**U:** Claro.

**E:** Lo que pasa que son diseñadoras de éxito.

**U:** También tenés que fijar tu léxico.

**E:** Ahí está porque una usuaria que sea más vergonzosa, está todo bien, es como se siente ella pero ya alguien que hace diseño, no sé, hasta erótico.

**E:** Si, a mi me pareció súper extraño esa timidez a la hora de hablar alguien que sí, que realmente tiene una marca de algo supere erótico.

**U:** Claro, que te dedicas a eso, como un concepto más real.

**E:** Claro, y no puedas hablarlo, es como muy extraño.

**U:** Debe ser interesante escucharlas.

**E:** Esta demás, está buenísimo.

**E:** Ahí decís, hasta que punto sos consciente vos de lo que estás haciendo, en realidad. A mí me llama la atención todo lo que...

**U:** Y en estas cosas como que uno expone su privacidad.

**E:** Obvio.

**U:** Que la ropa interior es como...

**E:** No la ves, sino conoces a la persona nunca se la vas a ver.

**U:** Claro, exacto. Y te dice un montón del otro también.

**E:** Obvio.

## **TRANSCRIPCIÓN AUDIO #10 ANDREA**

**E:** ¿Qué te sugiere la palabra lencería?

**U:** Eh, ropa interior, encaje, erótico, lencería erótica, eh, no se pienso en bombachas, no tanto en soutienes.

**E:** Bien. ¿Existe alguna diferencia entre bombachas y ropa interior para vos?

**U:** Si, va no se, la ropa interior la asocio a algo más cómodo, más casual, y la lencería a algo más estético, a una tela más específica.

**E:** ¿La diferencia entonces sería de telas o hay alguna otra diferencia?

**U:** De telas también es verdad, más de algodón y las otras no, y también como la función, como una cosa más cómoda y lo otro más dedicado a una situación específica, ponerse lencería, no entiendo muy bien.

**E:** ¿Si vas en búsqueda de lencería en qué vas a búsqueda de ella, si vas a comprar?

**U:** Justo ayer compré ropa interior y me preocupa un poco el talle y eso que yo soy flaca, pero que no me aprete viste, porque me doy cuenta que el talle que debería ser para mí, que se me sale la carne, de manera apretada, algo que me preocupa siempre es que me quede cómodo, pero bueno no se cual es la diferencia, no se si alguna vez he ido a comprar lencería.

Y de aspecto, de que te quede cómoda, a veces, no soy muy sofisticada con la lencería, si no se, que me quede cómoda.

**E:** ¿Con qué frecuencia compras?

**U:** Bastante poca la verdad.

Ayer le pedí a mi mamá que me comprara bombachas.

**E:** Eso, la otra pregunta es, ¿te han regalado lencería alguna vez?

**U:** Si, me han regalado.

**E:** ¿Quién te las regala?

**U:** Me las regaló mi mamá, y mis dos novios también.

**E:** Y ¿existen momentos particulares del uso de la lencería?

**U:** Esta bueno responder esto con tu vieja acá (risas)

Y si, que se yo, mis novios me han regalado cosas que le gustan a ellos en realidad, me los pongo cuando estoy con ellos, y después son muy incómodas y no cumplen ninguna función, pero ...

**E:** ¿Vos tenés alguna expectativa cuando usas lencería?

**U:** (risas) y si la verdad que es una mierda, pero la verdad que si, son esas cosas que te ponen en ese lugar de seducir, de generar eso, y quizás sino te pasas capaz que no está tan bueno y no te sentís tan cómoda usándola.

**E:** Y eso, es como que me vas contestando la pregunta que viene, ¿cómo te sentís con el uso de la lencería vos?

**U:** Emm..yo que sé, a veces me siento cómoda, siento que tengo un cuerpo bastante hegemónico, porque soy flaca entonces de repente no tengo como mucha vuelta, igual muchas veces, me siento muy sarpada, no soy yo, es como que me lo pongo, en el momento que me lo puedo sacar, me lo saco, es como, me lo pongo para un personaje, digamos, no para ser yo.

**E:** Bien.Ta, también que lo nombrabas recién ¿cómo te sentís con tu imagen corporal?

**U:** Bien, yo que sé, digo de un tiempo a esta parte mejor, trato de estar lo más, me chupa un huevo todo, pero no, o sea, me siento bien, pero me manejo en un mundo en que la gente tiene un cuerpo muy particular y específico, que es el mundo de la danza, que no es el mío, que capaz que para el resto de las mujeres si soy hegemónica, pero no para la danza, entonces a veces me pasa que me siento incómoda, pero como todas más o menos. Si.

**E:** ¿Cómo crees que afecta el uso de la lencería en la imagen corporal?

**U:** Y me parece que es un poco fuerte como que es una imagen íntima también, o sea, para una verse en lencería, tiene que verse mucho el cuerpo, entonces si muchas veces la lencería, muchas veces no, siempre va, o casi siempre está asociada a determinados cuerpos entonces cuando vos te ves o cuando vos usas uso, estas poniendote a dialogar con ese estereotipo también, entonces creo que re afecta si, sobre todo porque no es que te pones una campera, te pones algo que te hace verte desnuda casi, no se si te estoy respondiendo.

**E:** Si Si si s.i

Ta, ¿cómo te sentís con el uso de lencería en tu cuerpo, si quieres aportar algo más de eso?

**U:** Eso me siento rara, no es algo que me haga sentir natural.

**E:** Si.

Tres conceptos que sean vitales para vos en la lencería.

**U:** No se pienso que tiene que ser cómoda, versátil, no se si es la palabra pero, com que pueda ser para todos los cuerpos, ¿qué otra palabra podría ser? feminista.

**E:** ¡Me encanta!

Muchísimas gracias.









**"SI ESTÁ EN UNA  
PUBLICIDAD, EN UN  
OBJETO, EN UN  
CONSUMO, NO ES  
EMPODERAMIENTO"**

**Matena Pichot - Furia Bebé**