



Trabajo Final de Grado:

Proyecto de diseño: “Revalorización y reinterpretación de la vestimenta gauchesca”

Carrera: Licenciatura en diseño de indumentaria y textil

Nombre y apellido alumno: María Guillermina Basualdo

Legajo: IND01221

Profesor: Ana Cubeiro

Lugar, mes y año: Córdoba, Marzo 2021

Resumen:

El presente Trabajo Final de Grado tiene como propósito la reinterpretación y revalorización de la vestimenta del gaucho criollo, personaje emblemático para la identidad argentina.

Para ello, se investigaron sus orígenes, su función en la historia y particularmente las tipologías, materiales y modos de uso de sus prendas y accesorios, con el objeto de adaptarlas a los gustos y necesidades de las mujeres contemporáneas, rompiendo con la mirada de género que tiene tradicionalmente esta figura.

Como resultado, se plantea el desarrollo de una colección, tomando como punto de partida sus principales características, articulándolas con diversas variaciones en formas y proporciones, para crear una marca femenina de ropa urbana que mantenga vivos los orígenes de nuestra cultura.

Palabras clave: Indumentaria femenina – Gaucho - Argentina- Moda urbana- Identidad cultural

Abstract:

This Final Degree Project has as its purpose the reinterpretation and revaluation of the dress of the Creole gaucho, emblematic character for the Argentine identity.

For this, its origins, its role in history and specifically the typologies, materials and modes of use of its garments and accessories were investigated, in order to adapt them to the tastes and needs of contemporary women, breaking with the gender perspective which traditionally has this figure.

As a result, the development of a collection is considered, taking as its starting point its main characteristics, articulating with various variations in shapes and proportions, to create a female urban clothing brand that keeps the origins of our culture alive.

Keywords: Women's clothing - Gaucho- Argentina- Urban fashion- Cultural identity

Índice:

Capítulo 1: Definición estratégica del proyecto:	6
1.1 Tema	6
1.2 Introducción al problema	6
1.3 Descomposición del problema	7
1.4 Objetivo	7
1.4.1 Objetivos específicos:	7
1.5 Justificación	8
Capítulo 2: Marco Teórico	9
2.1 Conceptos disparadores	10
2.1.1 ¿Qué es cultura?	10
2.1.2 ¿Qué es identidad?	10
2.1.3 Entonces, ¿Qué es identidad cultural?	11
2.2 Cultura Gauchesca	11
2.2.1 El gaucho criollo	11
2.2.2 Contexto y función social del criollismo	12
2.2.3 Indumentaria gauchesca: Vestuario Masculino	13
2.2.3.1 Primer periodo (1780-1820):	13
2.2.3.2 Segundo Periodo (1820-1870):	17
2.2.3.3 Tercer Periodo (1871-1920):	18
2.2.4 Indumentaria gauchesca: Vestuario Femenino	19
2.3 Diseño y Cultura en la Modernidad	20
2.3.1 Globalización, cultura y consumo	20
2.3.2 Diseño, tradición y patrimonio cultural	21
2.3.3 Concepciones contemporáneas sobre los estereotipos de género	22
Capítulo 3 – Metodología	25
3.1 Ficha técnica del diseño metodológico	25
3.2 Explicación del diseño metodológico	26
3.3 Diseño de los instrumentos que se implementarán en la investigación	27
3.3.1 Cuestionario (Encuesta):	27
3.3.2 Guía de pautas (entrevista):	28
3.3.3 Pautas de observación (Observación no participativa):	28
Capítulo 4 – Análisis de Resultados	29
4.1 Encuesta	29
4.1.1 Análisis	29
4.1.2 Conclusiones	31

4.2	Entrevista	31
4.2.1	Análisis	31
4.2.2	Conclusiones	32
4.3	Observación	32
4.3.1	Análisis	32
4.3.2	Conclusiones	33
Capítulo 5 – Concepto y Programa de Diseño		34
5.1	Concepto de diseño	34
5.1.1	Objetivo principal de aplicación	34
5.1.2	Objetivo específico de diseño:	34
5.2	Programa de diseño y/o requerimientos.....	34
5.3	Plan de trabajo o cronograma	36
Capítulo 6: Alternativas de diseño		40
6.1	Moodboard de inspiración	40
6.2	Moodboard de usuario	41
6.3	Cuadro de constantes y variables	43
6.4	Cuadro de tipologías	44
6.5	Colección	47
6.5.1	Conjunto 1	47
6.5.2	Conjunto 2	48
6.5.3	Conjunto 3	49
6.5.4	Conjunto 4	50
6.5.5	Conjunto 5	51
6.5.6	Conjunto 6	52
6.5.7	Conjunto 7	53
6.5.8	Conjunto 8	54
Capítulo 7: Propuesta Final de Diseño		55
7.1	Fichas técnicas	55
7.1.1	Conjunto 1:	55
7.1.2	Conjunto 2:	58
7.1.3	Conjunto 3:	61
7.1.4	Conjunto 4:	64
7.1.5	Conjunto 5:	67
7.1.6	Conjunto 6:	70
7.1.7	Conjunto 7:	73
7.1.8	Conjunto 8:	76

7.2	Carta de materiales y texturas	79
7.3	Prototipos	80
7.3.1	Conjunto 1.....	80
7.3.2	Conjunto 3.....	86
7.3.3	Conjunto 6.....	90
7.3.4	Conjunto 8.....	96
Capítulo 8: Propuesta Final de Marca		101
8.1	Identidad de Marca	101
8.2	Etiquetería y packaging	102
8.2.1	Etiquetas internas.....	102
8.2.2	Etiquetas externas	103
8.2.3	Packaging	105
8.3	Estrategias Productivas	106
8.4	Estrategias Comerciales.....	106
8.4.1	Comunicación:	106
8.4.2	Comercialización:.....	107
Capítulo 10: Conclusiones		113
Referencias Bibliográficas		114
Índice de Figuras		117
Índice de Tablas		118
Anexos.....		120
	Resultados encuesta anónima	120
	Entrevistas.....	126
	Entrevista 1	126
	Entrevista 2:	127
	Observación	128
	Cuadros comparativos	128
	Análisis de resultados	133

Capítulo 1: Definición estratégica del proyecto:

1.1 Tema

El siguiente proyecto, basado en la temática “Identidad: Marca País”, se dirigirá a la revalorización y actualización de la indumentaria usada por los gauchos argentinos.

1.2 Introducción al problema

Al estudiar la historia de nuestro país, nos encontramos indudablemente con la figura del “gaucho”, el cual, a pesar de ser muy cuestionado a lo largo del tiempo, se constituye aun hoy en día como un emblema de la identidad nacional argentina. “En parte, su atractivo se explica justamente porque conectaba con una búsqueda de la propia sociedad, que necesitaba asentar sus vínculos en algún sentimiento de pertenencia colectiva.”(Adamovsky, 2018, p.13).

Este personaje histórico se caracterizaba por numerosos símbolos y costumbres, entre los que destaca su nobleza y sencillez, su lucha contra las desigualdades y su vestimenta de “hombre de campo”, que en ese entonces ya se diferenciaba del habitante de las ciudades. Tal como señala Giordano (2009) “Ciudad y campo aparecen, por consiguiente, como dos polos que se integran en una nacionalidad que admite a “todos” y que legitima positivamente al gaucho rural como al inmigrante urbano” (p.1290.)

Sin embargo, en la actualidad muchos de estos símbolos que supieron darnos una identidad propia en tiempos pasados se han ido desdibujando y desapareciendo a causa de la globalización, donde muchas veces terminamos consumiendo objetos masivos cuya procedencia o razón de ser desconocemos. Es por eso que se plantea la importancia de volver a esos orígenes, caracterizados por la sencillez, simbología y funcionalidad de las vestimentas gauchas, sin dejar de integrar estas raíces a las tendencias contemporáneas, a lo que actualmente funciona como “autóctono”.

Como consecuencia, se aborda el problema de ¿Cómo crear una colección de indumentaria inspirada en la cultura gauchesca que forma parte de nuestra historia? y, ¿Cómo adaptarla a los gustos y necesidades contemporáneas, sin que sea visto como una vestimenta anacrónica?

La globalización implica una suerte de contradicción: la de unirse para luego diferenciarse. Para ello, muchas veces es necesario volver a las raíces: los profesionales de la moda también lo hacen. Es decir, exploran dentro de sus

territorios para observar y recrear su identidad y luego mostrarse al mundo.

(Colzani, 2014, p. 152).

1.3 Descomposición del problema

- ¿Cuáles eran las características de los gauchos? ¿Qué papel cumplieron en la formación de identidad de nuestro país?
- ¿Cuánto conocemos de los orígenes de nuestro país? ¿Cómo mantener vigentes las raíces de nuestra cultura?
- ¿Qué tipologías, prendas y accesorios usaban los gauchos? ¿Qué funciones y simbolismos cumplían? ¿De qué materiales estaban hechos?
- ¿Qué simbolizan los gauchos para la historia de Argentina? ¿Se puede decir que siguen existiendo?
- Actualmente, ¿Hay alguna característica de indumentaria que nos identifique como país y siga en uso tanto en las ciudades como en el campo?
- ¿Qué vestimenta se usa en la actualidad? ¿Responde a alguna cultura en particular?
- ¿Por qué es importante rescatar las tradiciones y no dejarlas en el olvido?
- ¿Qué contexto social rodea a la indumentaria en la actualidad? ¿Cuál era la realidad social en la que vivían los gauchos argentinos?

1.4 Objetivo

Crear una marca de indumentaria femenina moderna y funcional, tomando como inspiración las características y simbología de la vestimenta tradicional del gaucho argentino, con el propósito de mantener vigentes emblemas de nuestra cultura.

1.4.1 Objetivos específicos:

- Conocer en profundidad las características de la figura del gaucho y su papel en la identidad argentina
- Analizar y comparar las vestimentas gauchescas a través de las distintas épocas, para descubrir diferencias y similitudes
- Estudiar la indumentaria de los gauchos argentinos y las motivaciones de consumo actuales, para adaptarlos al contexto social y los materiales contemporáneos
- Promover el conocimiento y valor de nuestra historia y nuestro sentido de pertenencia, revalorizando nuestra identidad nacional frente a un mundo global y masivo

1.5 Justificación

El valor de este proyecto radica en la importancia que se le da a lo autóctono y originario, volviendo a nuestras raíces y reviviendo las tradiciones que supieron darnos unidad como país, para transformarlas a través una visión actual.

Un objeto con identidad es aquel que puede distinguirse de otros objetos, pues sigue una serie de patrones formales, materiales y técnicos-productivos, engendrados en el territorio –por la gente que lo habita– y, por lo tanto, reconocidos como propios. El diseño con identidad es aquel que coloca entre las variables en juego, en los procesos de configuración de objetos, esos rasgos distintivos, que representados en repertorios formales, materiales y técnicos, se transfieren a los objetos. (Porrúa, 2014, p.146).

Es fundamental saber de dónde venimos para valorar lo que somos y, ante las amenazas de un mundo globalizado que busca homogeneizarnos, seguir manteniendo nuestra individualidad y reforzar nuestro sentido de pertenencia

La diversidad, al ser inclusiva (y no excluyente), incluso de la global, emancipa (y no subordina), para construir (y no deconstruir) una identidad cultural propia, local, basada en la articulación de lo diverso. La colección de objetos, como sistema de representación, comunicación e identificación, es el referente simbólico que vincula a las personas como colectivo, es el símbolo de su identidad colectiva y lo que las cohesiona generando un sentimiento de pertenencia y de apropiación, posesión. (Porrúa, 2014, p.130).

Tomando consciencia de lo anterior, podemos fortalecer nuestra autenticidad, creando objetos culturales y funcionales que logren articularse en nuestra vida contemporánea, rompiendo con las tendencias masivas e impersonales y manteniendo una producción local para visibilizar y difundir aspectos que, si se dejan de lado, terminarían siendo olvidados.

El propósito es realizar diseños con sentido, los cuales, mediante la reinterpretación de las prendas tradicionales masculinas y su hibridación con las tendencias contemporáneas de indumentaria femenina, den lugar a nuevas tipologías y formas de uso que sirvan para que los argentinos valoren, conozcan y no olviden sus orígenes, permitiendo a su vez mostrarnos frente a los ojos extranjeros, de manera que tomen contacto conozcan nuestra historia, consiguiendo una inserción de lo local en lo global y viceversa.

Desarrollar la cultura en las sociedades contemporáneas, multiculturales y densamente interconectadas, no puede consistir en privilegiar una tradición, ni simplemente preservar un conjunto de tradiciones unificadas por un Estado como “cultura nacional”. El desarrollo más productivo es el que valora la riqueza de las diferencias, propicia la comunicación y el intercambio –interno y con el mundo– y contribuye a corregir las desigualdades. (García Canclini, 2005, pp. 2-3).

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1 Conceptos disparadores

2.1.1 ¿Qué es cultura?

La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo (Verhelst, 1994, citado en Molano, 2007, p.72)

Se puede considerar a la cultura como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Aunque existen diversas definiciones, todas coinciden en que es aquello que le da vida al ser humano: sus tradiciones, costumbres, fiestas, etc. (Molano, 2007).

Este concepto engloba, según Molano (2007), además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones. Se podría decir que tiene varias dimensiones y funciones sociales que generan:

- Un modo de vivir
- Cohesión social
- Creación de riqueza y empleo (Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales)
- Equilibrio territorial

2.1.2 ¿Qué es identidad?

En base a lo propuesto por Arévalo (2004), la identidad es el resultado de un hecho objetivo (el determinante geográfico- espacial, los datos históricos, condiciones socioeconómicas, etc.) y una construcción de naturaleza subjetiva (los sentimientos y afectos, la propia existencia vivencial, los valores, etc.)

La imagen de la identidad se conforma desde la percepción interior y desde la visión exterior. Por una parte está el cómo nos vemos (adscripción voluntaria), y por otra, el cómo nos perciben (identificación). Se fundamenta en la diferencia, en los procesos de alteridad o de diferenciación simbólica. (Arévalo, 2004.)

La identidad se construye en contacto con otros, en tanto la diferenciación respecto a esos otros es su esencia (Cerutti y González, 2008.)

Todos los sujetos tienen identidad, en tanto se diferencian de otros individuos; la identidad hace referencia a dos caras de una moneda implica inclusión y exclusión; es inclusión en tanto permite definir un "yo" respecto a otros, pero esta operación no es posible sin exclusión: "yo soy, el mismo que mis congéneres y progenitores, siendo al mismo tiempo otro que ellos, porque tengo mi originalidad particular y soy irremplazablemente yo mismo" (Morín, 1980, citado en Cerutti y González, 2008, p.79.)

2.1.3 Entonces, ¿Qué es identidad cultural?

Este concepto da cuenta de un sentido de pertenencia (identidad) a un grupo, con el cual se comparten rasgos como costumbres, valores, creencias, etc. (cultura). No es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior (Molano, 2007.)

Por ello sostenemos que, de acuerdo a la autora mencionada en el párrafo anterior, la identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y ayudan a construir el futuro.

2.2 Cultura Gauchesca

2.2.1 El gaucho criollo

La palabra gaucho comienza a aparecer a fines del siglo XVIII y principios del XIX en actas de cabildos y crónicas de viajeros. Tenía diversas acepciones: a) gaucho= paisano, campesino b) gaucho neto: hombre errante perseguido por la justicia. Sin embargo, a partir de la institucionalización del Día de la Tradición en la provincia de Buenos Aires, en 1939 se produjo un resurgimiento gauchesco impulsado por la intervención de las políticas gubernamentales que oficializaron la figura del gaucho como emblema (Sánchez, 2010; Garavaglia, 2003 y Villanueva, 2018.)

Se destacan sus destrezas ecuestres, sus habilidades como artesano del cuero, su resistencia física y también su indolencia y austeridad de vida. Muchos lo tildan de haragán,

pero podemos rescatar como un gran rasgo de su falta de necesidades: acostumbrado a vivir al aire libre y dormir en el suelo, se contenta con su suerte y, teniendo en cuenta que en la serie creciente de lujos humanos no hay punto que produzca contentamiento, podemos decir que su modo de vida es ciertamente más noble que si trabajara como esclavo de la mañana a la noche a fin de obtener otro alimento y otros adornos para vestirse (Sánchez, 2010.)

“Criollo”, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española: “Dicho de un hijo, y en general, de un descendiente de padres europeos, nacido en los antiguos territorios españoles de América y en algunas colonias europeas de dicho continente /Autóctono, propio, distintivo de un país hispanoamericano. El criollismo popular, por su parte, fue un conjunto de producciones culturales que tematizaban la vida de las clases populares presentes o pasadas a partir de alusiones a la figura del gaucho (Sánchez, 2010 y Adamovsky, 2018.)

2.2.2 Contexto y función social del criollismo

El criollismo popular uso la voz del gaucho para plantear una mirada crítica respecto al gobierno y las élites en un momento de grandes tensiones sociales (había un sentimiento criollo de haber sido postergados por su propio estado), expresando los padecimientos de la población rural (Adamovsky, 2018.)

Al mismo tiempo, el acelerado crecimiento económico provocó una concentración extremadamente desigual de la riqueza, generando revoluciones y como consecuencia, represiones sangrientas. Es por esto que, aunque los habitantes de las ciudades quizás no tuvieran que padecer lo mismo que los paisanos del campo, igualmente tenían motivos para identificarse con estos héroes que rechazaban las autoridades (Adamovsky, 2018.)

En ese ámbito, se veía a la masculinidad del gaucho como un valor superior contra los ricos o los gringos (parecen delicados, hijos de rico). Si un varón de clase acomodada era más que un pobre por su dinero, poder o cultura, en el terreno de la pelea, un pobre podía ser “más hombre” que un rico: otro motivo más para identificarse con el héroe gaucho violento y cuchillero (Adamovsky, 2018.)

En cuanto a los inmigrantes recién llegados, empaparse y adoptar la cultura gauchesca eran modos de integrarse a la comunidad local. El emblema del gaucho era inclusivo y fácilmente apropiable (no se exigía ninguna pureza de sangre, ninguna antigüedad en la

tierra), ayudando a procesar las tensiones del encuentro entre nativos e inmigrantes. Se suponía que el gaucho y el gringo eran antagónicos, pero la cultura los había hibridado (Adamovsky, 2018.)

Respecto a los gauchos negros y mestizos, en base a lo propuesto por Ezequiel Adamovsky (2018), el criollismo servía para canalizar las tensiones que surgían entre los atributos “raciales” disimiles entre los argentinos, en un contexto donde se invisibilizaba la descendencia ancestral no exclusivamente europea (los discursos oficiales sostenían que el pueblo argentino era étnicamente europeo)

Así, el criollismo sirvió como un canal para tematizar la heterogeneidad del pueblo argentino y conectar con una búsqueda de la propia sociedad, que necesitaba asentar sus vínculos en algún sentimiento de pertenencia colectiva. Permitió producir un “pueblo” (como un todo unificado) en donde antes no había y colaboró con el proceso de etnogénesis, en la búsqueda de un sentido de distintividad grupal a partir de la heterogénea población. (Adamovsky, 2018.)

Las élites y el estado proponían sus propias visiones de un “nosotros”, pero en esa búsqueda, se vieron forzadas a aceptar la figura del gaucho como emblema insoslayable. Este gaucho “oficial” (identificado con la figura de Martín Fierro, un “gaucho bueno”) pasaría de ser una figura delictiva, considerado un vagabundo y salteador de caminos, a constituirse en el arquetipo de la nacionalidad argentina (Adamovsky, 2018 y Garavaglia, 2003.)

2.2.3 Indumentaria gauchesca: Vestuario Masculino

2.2.3.1 Primer periodo (1780-1820): Según o Assunção (2016), corresponde a la desintegración de la sociedad colonial de acuerdo a los padrones españoles a su definición “criolla” o nacional. Los gauchos de esta época eran arrieros. A continuación, se describen las prendas más importantes:

1. **Bota de potro:** Tubo de cuero ancho, sin costuras, que ajustaba pierna y pie y cuyo borde superior de ajustaba bajo la rodilla mediante un tiento o una liga. Solía tener los dedos al descubierto pero también podía tenerlos tapados
 - Material/Color: Cuero sacado de las extremidades de caballos o vacunos. Podía dejarse pelo o no. Largo proceso de adaptación del material al pie

2. **Espuelas:** Atributo fundamental del jinete, más que un simple instrumento para comandar al caballo. Servía para ostentar, más que para mantener el equilibrio en el caballo. De hecho, se las debían sacar al entrar a las casas.
 - Material/Color: Plata, hierro
3. **Calzoncillos cribados:** Las piernas (que llegaban hasta media pierna) eran muy anchas y terminaban en un flecho, generalmente tenían una franja deshilada de la misma tela o un bordado. con una pretina delantera con tres o cuatro botones y atrás una doble presilla para regular el ancho de la cintura. Salía por debajo de los calzones y quedaba fuera de la bota
 - Materia/Color: De crea, de algodón o lino
4. **Calzón:** Cintura sin pretina, muy ajustado a las caderas y muslos, sin pinzas, ni raya, ni bolsillos. La abertura de adelante se cubría con una pieza en forma de pentágono invertido cosida solo en los dos lados de abajo, que se cerraba como una tapa. Las piernas llegaban al borde inferior de la rodilla. A los costados y casi hasta el medio del muslo tenían un corte (que podía cerrarse con botones) por donde salía el calzoncillo y podía ir bordado
 - Material/Color: Tela de grosor variable, según el destinatario y el momento de uso. Los de los hombres de campo eran de Bretaña ordinaria, de tripe colorado o azul, de bayeta (azul, roja, castaña, verde) o de pana (también de distintos colores)
5. **Poncho:** Es una pieza que puede considerarse de uso universal. Es una pieza rectangular (7 palmos de ancho y 12 de largo) con una abertura de un pie en el medio para pasar la cabeza. También hay algunos que tienen un cuello que se levanta (los patria) pero son los ricos los que lo usan. Sirve para cubrirse del frío y la lluvia, usarlo como capa cuando el tiempo es bueno, o como manta de noche
 - Material/Color: Según los tipos:
 - Apala: de lanilla de color natural o vicuña, castaño o amarronado con rayas amarillentas
 - Patria: el clásico poncho de bayeta con el anverso azul y el reverso en la misma tela, colorada
 - Calamaco: ponchito ordinario, redondeado y corto de color rojizo
 - Vichara: poncho de pobre, de tejido basto, gris oscuro o azul, con una franja negra o más oscura

6. **Pañuelo:** Generalmente cuadrado, de 75 a 85 cm de lado. Tenía varios usos: atado sobre la cabeza (haciendo de gorro o red para cubrir el cabello), anudado sobre el mentón o caído alrededor del cuello, cubriendo la espalda como un simple adorno, para atajar el sudor del rostro
- Material/Color: Estampado o liso, de seda u otra tela liviana, siempre de colores muy vivos: rojo, azul-cielo, verde, amarillo, blanco
7. **Sombrero:** Gacho o chambergo: redondo, blando y sin picos. De anchas alas y copa regular, generalmente con un largo barbijo
- Gorro de manga o frigio: especie de cono o tronco de tela
 - Panza de burra: forma cónica y con el borde doblado para formar el ala, angosta e irregularmente cabrada
 - De cuzco: de alas anchas, como un gacho per de diferente material
 - Pajilla: con variantes, generalmente pequeños, de alas cortas y copa chata. Llevaban habitualmente un largo barbijo
 - Material/Color:
 - Gacho o chambergo: de fieltro lana u otro pelo de mejor calidad. Barbijo de cinta de seda o terciopelo
 - Gorro de manga o frigio: de tela gruesa y basta (lana triple, bayeta, punto) de un color fuerte (rojo, verde, azul) y ribeteado o forrado en contraste vivo
 - Panza de burra: se obtenía cortando en redondo el cuero de las barrigas de las burras
 - De cuzco: pelo de vicuña y llama
 - Pajilla: hecho de finas hojas de palma, secas y blanqueadas, cortadas en delgadas tiras entretejidas. Barbijo de seda negra, rematado en una borla
8. **Chaleco:** Largo hasta más debajo de la cintura, entallado y con una pequeña faldeta. Con bolsillos con botón. Cerraban muy alto. Poco a poco se fueron haciendo más cortos y abiertos
- Material/Color: El frente de la misma tela de los calzones y chaqueta, o de otra más fina (calidad y grosor), generalmente de seda o terciopelo. La espalda de una tela más liviana y de menos calidad

9. **Chaqueta:** Primero fue bastante larga, ceñida a la cintura, con cuello y amplios faldones y dos grandes bolsillos con tapa y botón. Se cerraba al frente con varios botones. Más tarde, por comodidad, se hizo mucho más corta
- Materia/Color: tripe, bayeta, pana. Azul roja o verde, a veces el cuello y las vueltas de color diferente al resto
10. **Camisa:** Cuello enterizo y volcado (tipo blusa) formando una sola pieza con los hombros cosidos horizontalmente a varios cm. hacia el frente, espalda y mangas, formando “religiosa”. La unión de la pechera, espalda y mangas se hace en pliegues o frunces, en la pechera, a veces, los pliegues se marcaban más, como tablas. La abertura iba desde el cuello hasta el esternón y se cerraba con botones o cordones. En el extremo inferior tenía una presilla que servía para unirla con el calzoncillo. La pechera, como el cuello y los puños llevaba bordados o cribos (deshilados). Las mangas, bien anchas, se ceñían a las muñecas por los puños, dobles y cerrados con abotonadura de gemelos
- Material/Color: De textiles más o menos finos, según las posibilidades. Generalmente de algodón, creta o lino (hilo)

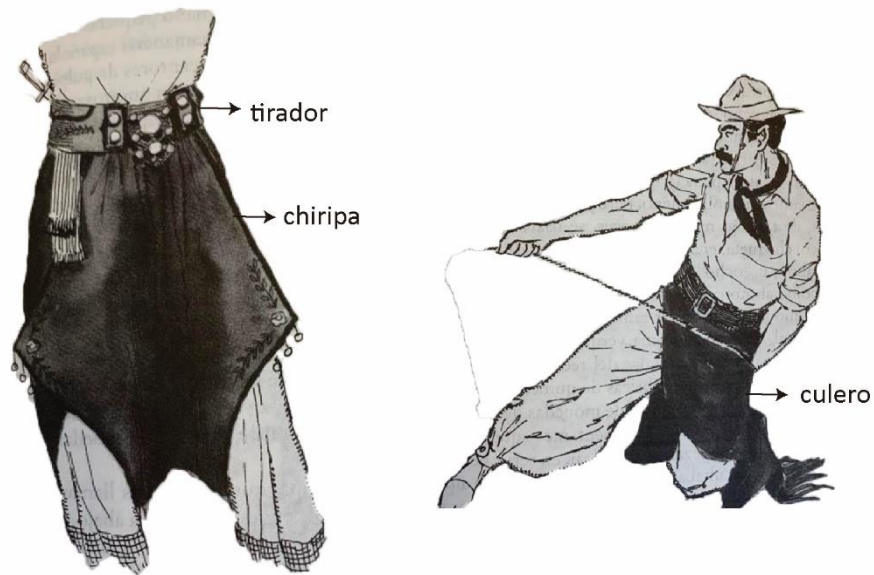
Figura N°1: Indumentaria masculina durante 1780-1820. Fuente: elaborado por el autor



2.2.3.2 Segundo Periodo (1820-1870): En base a lo escrito por o Assunção (2016), es un periodo de consolidación nacional. Guerras civiles y caudillismo. Las espuelas mantienen sus características formales pero se hacen en latón o bronce. El calzoncillo mantiene su forma, solo se alarga y ensancha. El calzón es sustituido por el chiripa. Camisa, chaleco, pañuelo y sombrero se mantienen con pequeñas variaciones en tamaño o materiales. A continuación, se describen las prendas más importantes:

1. **Chiripa:** Dos variantes: como una simple falda sujeta a la cintura, que da vuelta y media al cuerpo, cayendo hasta la media pierna o como un rectángulo pasado entre las piernas y sujetas sus cuatro puntas a la cintura, a modo de pañal o bragas (apto para equitación)
 - Material/Color: Paño de tela de telar, lana, algodón, bayeta, tripe, etc. de un solo color vivo. Provisto de flecos o monedas en sus puntas
2. **Tirador:** Es el elemento de sujeción (de 2 a 50 m. de largo), para sostener los calzones, el chiripa y la bombacha. Se llevaba en la cintura o más abajo, con la finalidad de proteger de los golpes punzantes. Tenía varios bolsillos, generalmente tres. Se ajustaban con una abotonadura grande, una o varias hebillas con tirillas o simplemente tiras atadas.
 - Material/ Color: Larga tira de tejido, de lana o de algodón y a veces también de seda, relativamente grueso y fuerte. También podía ser de cuero, que se forraba en seda o terciopelo. Podía ser de un solo color liso y fuerte (rojo, azul, verde, amarillo), tener rayas, guardas, flecos, bordados (a veces con mostacillas) o monedas (estas pasaron a ser reconocidas como “botones gauchescos” y servían tanto como protección metálica, como para llevar consigo su capital en efectivo).
3. **El culero:** rectángulo sujeto a la cintura con un cierre de botones o hebillas, que servía para proteger del roce del lazo y para apoyar al ovino y no ensuciarse. Era como un medio delantal, volcado sobre la pierna izquierda
 - Material/Color: Cuero fuerte

Figura N° 2: Indumentaria masculina durante 1820-1870. Fuente: elaborado por el autor

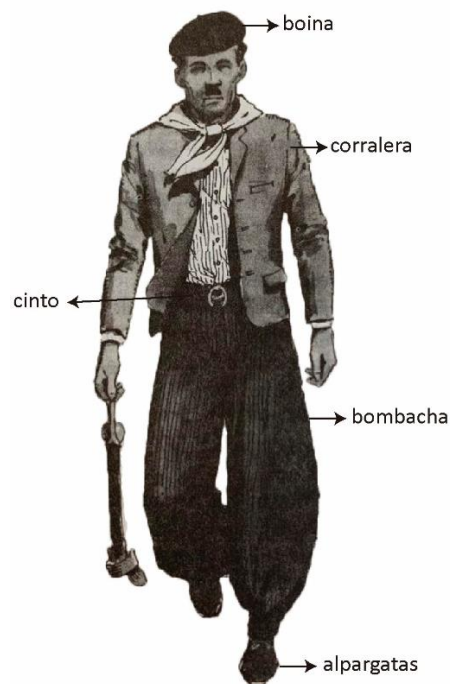


2.2.3.3 Tercer Periodo (1871-1920): De acuerdo a o Assunção (2016), es la era de la industria y tecnificación. El desarrollo de la agricultura y la transformación del “gaucho” en “paisano”. Se dan combinaciones de las prendas de todos los ciclos. Pero las prendas principales prendas son:

1. **Alpargata:** como una especie de zapatilla, que servía como prenda de trabajo y para practicar el famoso juego de la pelota. Liviana, elástica y de buen “agarre” al piso
 - Material/Color: Fuerte loneta con suela de cuerda de yute o cáñamo
2. **Corralera:** una chaqueta corta de uso rural, abierta, abrochada solo arriba con “abotonadura gauchesca”, a veces con puños dobles cerrados con gemelos, generalmente sin bolsillos.
 - Material/Color: Tela liviana, ribeteada con trencilla y bordada. Algunas tenían tablas, plisados, etc.
3. **Bombacha:** Herencia de Francia e Inglaterra, pero de origen turco. Especie de anchos pantalones, que podían ser de tres (muy ancha) o dos paños (más angosta)
 - Material/Color: gris mezclilla oscuro, negro, “bataraz” o “pied de poule” y más tarde de gabardina
4. **Cinto:** heredero del tirador, se cierra al frente con una o dos hebillas. Posee un gran bolsillo dorsal central, otro mediano sobre el costado izquierdo. A la derecha, bien al flanco, la pistolera (ya usaban armas de fuego) y, más adelante, sobre el mismo lado, un bolsillo pequeño para el reloj, llaves o “ el papel con la marca”

5. **Boina:** Gorro redondo que se ajusta perfectamente a la cabeza y se lleva echado adelante o volcado sobre una u otra oreja. En su centro un cordoncillo adornado con una borla o pompón, que cae lateralmente, contribuyendo a su elegancia
- Material/Color: Tela de lana o tejido. De color negro, rojo, blanco o azul ultramar con la borla contrastante

Figura N° 3: Indumentaria masculina durante 1871-1920. Fuente: elaborado por el autor



2.2.4 Indumentaria gauchesca: Vestuario Femenino

No hay mucha información sobre el vestuario de las mujeres, conocidas como “paisanas” o “chinas”, no tenían prendas muy particulares. A continuación un breve resumen, en base a lo propuesto por o Assunção (2016)

- **Primer Periodo:** usaban camisas con escote redondo fruncido, o cuadrado; se podía prender con botones o cintas en la espalda o frente y podía tener mangas con puños y puntillas. Debajo llevaban una o dos enaguas de lienzo con los bordes con puntillas. Se ponían, sobre la camisa, una pollera hasta media pierna, de un solo color vivo (rojo, azul o verde) con bordados y galones. Para cabalgar usaban sombrero y pañuelo
- **Segundo Periodo:** No cambia demasiado. Llevan camisa blanca con una falda de tela liviana ancha en las piernas y ceñida en la cintura y se le agrega un ponchito o una

manta. Las mujeres más acomodadas usaban chaquetas y blusas con cuello “bebe” y mangas jamón, sombreros tipo galera llamados “chimenea” y zapatos sin tacos de punta redonda.

- **Tercer Periodo:** Se siente la influencia de la moda internacional, que contribuye a aumentar su deseo de lucimiento. La pollera se alarga hasta el pie, la camisa es cubierta por una blusa con adornos y mangas largas, más angostas. El calzado con botitas de elástico o botoncillos al costado, o las alpargatas blancas con bordados en la capellada.

Figura N° 4: Indumentaria femenina durante 1780-1920. Fuente: elaborado por el autor



2.3 Diseño y Cultura en la Modernidad

2.3.1 Globalización, cultura y consumo

La globalización genera transformaciones en diferentes ámbitos, entre ellos la cultura y el consumo (Huber, 2002.)

Desde la cultura, el miedo a la globalización se debe a la creencia de que, con el tiempo, las multinacionales serán quienes nos impongan los patrones culturales (fenómeno llamado mcdonalización), tendiendo a una “homogeneización” de las culturas. Sin embargo, cada individuo, en su vínculo con las redes mundiales de comunicación, se constituye como un

agente de globalización, adecuando las importaciones culturales activamente a su contexto y dándole un significado diferente y propio, en lugar de absorberlas pasivamente (Huber, 2002.)

La identidad cultural es algo que se construye, y el consumo tiene un rol fundamental en esa construcción, ya que los productos tienen significados. Los bienes materiales sirven como símbolos que transmiten significados a la hora de “elegir” la identidad. Es a través de este flujo que se originan las “culturas híbridas” (Huber, 2002.)

Esto tiene su lado oscuro, ya que se hace difícil saber qué es lo propio, las identidades se desenlazan de lugares concretos y se pierden las certezas culturales. Sin embargo, la interacción entre lo global y lo local genera una infinita gama de alternativas para dar significado a nuestra existencia, diversificando nuestros mundos de vida. Es por eso que actualmente se tiende a un “renacimiento de la etnicidad”; en busca de recuperar las raíces de un pasado, pero influenciadas por los intercambios (Huber, 2002.)

2.3.2 Diseño, tradición y patrimonio cultural

Tradicición e innovación son categorías que están unidas mecánicamente. Continuar sin renovar es sólo repetir, mientras que innovar, sin el soporte del pasado, de la experiencia vivencial, puede equivaler a hacer castillos en la arena. Cualquier cambio se produce sobre un fondo de continuidad y cualquier permanencia incorpora variaciones. La tradición no consiste en la reproducción, o el calco prístino, del supuesto patrón original. La réplica del pasado no se realiza con toda fidelidad. La tradición se reactualiza y transforma continuamente (Arévalo, 2004, pp. 927-928.)

El patrimonio cultural de una sociedad está compuesto por los elementos y las expresiones más significativas y relevantes de una cultura, que se transmiten de una generación a otra e identifican a los individuos en contraste con otras realidades sociales. Puede ser tangible o intangible (Arévalo, 2004.)

La tradición es la parte del patrimonio cultural seleccionada en el tiempo con una función de uso en el presente, es decir, “la permanencia del pasado vivo en el presente”. Es una construcción social que se elabora desde el presente sobre el pasado (Arévalo, 2004.)

Estos conceptos poseen gran vulnerabilidad, ya que se ven amenazados por la globalización y la modernidad, donde se muestran deseos antagónicos de generalización (uniformidad, similitud de las vidas) y diferenciación (elementos separados, individuales). De aquí la necesidad urgente de preservarlos, y una de las maneras de hacerlo es transformando en formas tangibles su naturaleza intangible a fin de poder transmitirlos a otras generaciones y sociedades. Aquí es donde aparece la función del adorno, que “crea una síntesis muy específica de las grandes fuerzas convergentes y divergentes del individuo y la sociedad” (Simmel, 1950, citado en Entwistle, 2002, p. 135), permitiéndole forjar su identidad a través de su consumo (Arévalo, 2004 y Entwistle, 2002).

Al respecto, Morace (2009) habla acerca de la importancia de conocer nuestro *Genius Loci* (el talento y la energía propia de cada lugar) para delimitar nuestra identidad y, mediante la participación de lo local en lo global, lograr un punto de encuentro entre realidades diversas para dar lugar a algo diferente, transformando algo típico en algo original y único, no masificado.

Es aquí donde el diseñador, según Cunca (2019), en pos de mantener vigente el patrimonio cultural y las tradiciones, tiene la oportunidad de explorar los elementos y prácticas de la cultura de la cual forma parte, para generar productos con identidad local en un mundo donde “los pequeños detalles son los que todavía pueden marcar la diferencia” (Entwistle, 2002, p. 155.)

De esta manera, logrará una reinterpretación de los objetos, haciendo que se vinculen con los atributos de las culturas, haciéndolos perdurar en el tiempo a través de los valores que transmiten (Cunca, 2019.)

La ropa hace algo más que sencillamente atraer las miradas hacia el cuerpo y resaltar los signos corporales que los diferencian. Tiene la función de infundir sentido al cuerpo, al añadir capas de significados culturales, que, debido a estar tan próximas al cuerpo, se confunden como naturales (Entwistle, 2002, p.162.)

2.3.3 Concepciones contemporáneas sobre los estereotipos de género

Actualmente, podemos afirmar que existe un debate muy amplio en cuanto a los valores de igualdad, en vistas de un futuro que se rija por la superación de estereotipos y roles

adjudicados al género. En palabras de Wilson (1985, citado en Entwistle, 2002, p. 161) “la moda está obsesionada con el género, define una y otra vez las fronteras de género” Esto nos permite afirmar que dichas fronteras son completamente arbitrarias, y dependen del contexto histórico y cultural en el que se desarrollan. (Sánchez Baixauli, 2017 y Entwistle, 2002.)

En base a la tesis de Sánchez Baixauli (2017), podemos afirmar que existe un debate muy amplio en líneas de la comunicación construida alrededor de valores de igualdad. Ha sido gradualmente cuando se ha hecho cognoscible el gran error concebido al perfilar unos determinados roles asociados a cuestiones de género. Cada vez se ha evidenciado más y más el poder de la comunicación y la trascendencia de su influencia en la sociedad.

Los estereotipos indican que consideramos típico o característico de un grupo y nos ofrecen ejemplos concretos y accesibles de la ideología en la práctica.

Cuando examinamos estereotipos de categorías sociales como las mujeres, los jóvenes, los ancianos y grupos étnicos en los medios, analizamos costumbres culturales que tienen ramificaciones políticas y sociales significantes. (Francisco Amat y Moliner Miravet, 2011, p.152.)

“La indumentaria es uno de los ejemplos más inmediatos y eficaces del modo en que se les da género a los cuerpos, hombre o mujer” (Entwistle, 2002, p. 163). En relación a la moda, el origen de los cambios en los estereotipos se ha ido dando como consecuencia de numerosos factores sociales, económicos, políticos y culturales, entre los cuales se encuentra la incesante búsqueda de la “novedad” por parte de la misma. Es así como muchos diseñadores icónicos que comenzaron a introducir estos cuestionamientos. (Sánchez Baixauli, 2017 y Entwistle, 2002.)

Entre ellos, podemos nombrar a Coco Chanel, con la introducción de los pantalones en la indumentaria femenina; a Yves Saint Laurent, que diseñó un esmoquin para mujer; al movimiento hippie de los años 60, que pretendía romper las convencionalidades y buscar la igualdad de géneros y la comodidad y a la aparición de los vaqueros, usados por ambos sexos. Esto sería el inicio de una liberación de la identidad personal y llevaría a la reflexión sobre la innecesaria distinción de géneros. Sánchez Baixauli (2017)

Poco a poco, se han ido introduciendo conceptos como “ungendered” (ausencia de géneros) o “gender fluid” (difusión de la línea divisoria entre géneros), como consecuencia de un cambio en el paradigma tanto educacional como comunicativo, lo cual explicita la necesidad de los individuos de ser libres y elegir su identidad sin restricciones. Aunque los estereotipos sean difíciles de erradicar podemos, mediante el diseño y la comunicación, volver a darles forma. (Sánchez Baixauli, 2017.)

Finalmente, podemos confirmar gracias a la investigación, que el gaucho tuvo un papel fundamental a la hora de formar nuestra cultura, sirviendo como vinculo para que nuestro heterogéneo pueblo se una en un mismo sentimiento de pertenencia colectiva. Actualmente, la modernidad nos presenta un escenario totalmente diferente, donde hemos olvidado nuestros orígenes y simplemente consumimos "lo último" en busca del cambio constante, corriendo el riesgo de olvidar el patrimonio cultural que nos hizo ser quienes somos y supo darnos autonomía como nación. En cuanto a esto último, se nos presenta la oportunidad desde nuestro lugar de diseñadores, de transmitir esas tradiciones reflejándolas en objetos tangibles para que perduren en el tiempo a través de sus significados y se articulen con las tendencias y la sociedad contemporánea, combinando el pasado con el presente con el objetivo de evolucionar sin olvidar nuestras raíces.

Capítulo 3 – Metodología

3.1 Ficha técnica del diseño metodológico

Tabla N° 1: Ficha técnica entrevista. Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica de la investigación: Entrevista	
Enfoque	Cualitativo
Tipo de investigación	Exploratoria
Población	Conocedores de la cultura gauchesca
Muestra	2
Técnica de recolección de datos	Entrevista personal
Instrumentos de recolección de datos	Guía de pautas
Criterio Muestral	No probabilístico por propósitos

Tabla N° 2: Ficha técnica encuesta. Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica de la investigación: Encuesta	
Enfoque	Cuantitativo
Tipo de investigación	Descriptiva
Población	Mujeres argentinas de entre 25-50 años, clase media, de diferentes puntos del país
Muestra	75
Técnica de recolección de datos	Encuesta anónima a través de internet
Instrumentos de recolección de datos	Cuestionario de preguntas
Criterio Muestral	No probabilístico accidental

Tabla N° 3: Ficha técnica observación. Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica de la investigación: Observación	
Enfoque	Cualitativo
Tipo de investigación	Exploratoria
Corpus de análisis	Imágenes de gauchos extraídas de diversas fuentes
Muestra	16

Técnica de recolección de datos	Observación semi estructurada
Instrumentos de recolección de datos	Grilla de observación
Criterio Muestral	No probabilístico por propósitos

3.2 Explicación del diseño metodológico

Atendiendo a los interrogantes y la descomposición del problema hecha previamente, se escogió un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas para investigar y despejar dudas desde distintos puntos de vista.

En primer lugar se eligió realizar una entrevista a 2 hombres de aproximadamente 56 años, conocedores y estudiosos de la cultura gauchesca. Uno de ellos es Federico López Alzogaray, presidente de la Federación gaucha de Santiago del Estero, y el otro es Manuel Brandan, miembro de la Asociación Tradicionalista Gaucha. La intención es obtener información de estas personas, que representan a los “gauchos” de la actualidad y que conocen mucho sobre su historia, y también indagar sobre sus opiniones acerca de este emblema en relación al consumo y prácticas culturales contemporáneas.

Como segundo método se realizará una encuesta, dirigida a mujeres de entre 25-50 años, clase media, de diferentes provincias argentinas. Se las considera un posible público objetivo para la marca-país, debido a que es un rango intermedio entre personas más jóvenes (quienes probablemente estén más interesadas en el fast fashion y las tendencias pasajeras, sin tener mucho interés en la procedencia y significado de sus prendas) y más adultas (quienes han sido formadas de una manera más tradicional, siendo más conscientes de las costumbres criollas, y cuyas elecciones de consumo no se han visto tan influidas por la tecnología y la globalización).

Por último se analizará la indumentaria de diversas imágenes gauchescas a partir de su observación. Estas serán extraídas de distintas fuentes, detalladas a continuación:

- “Gauchos en las primeras postales fotográficas del s.XX” (libro de imágenes)
- “Almanaques de alpargatas” (ilustración de la época)
- Fotografías gauchos, por Aldo Sessa (gauchos contemporáneos)
- “Goofy se hace gaucho” (cortometraje)

El objetivo será examinar las prendas, su materialidad, colores y modo de uso según las épocas. Además, servirá para saber cuáles son los rasgos y vestimentas más conocidos y difundidos

3.3 Diseño de los instrumentos que se implementarán en la investigación

3.3.1 Cuestionario (Encuesta):

1. ¿Cuál es tu lugar de residencia? Buenos Aires/Córdoba/Rosario/Otra provincia
2. ¿Qué ocupación tiene? Estudiante/ Empleado/ Profesional/Desocupado
3. ¿Cómo es la zona en la que vive? Urbana/Rural
4. ¿Conoce la procedencia de las prendas que compra? Si/No/A veces
5. Al momento de comprar indumentaria, prioriza:
Precio/Calidad/Originalidad/Comodidad/Nacionalidad/Fabricación ética/Otra
6. ¿Tiene prendas de ropa que considere “autóctonas” (relacionadas a la cultura tradicional argentina. Ejemplo: ponchos, bombachas de gaucho, botas, alpargatas)?
Alguna/Ninguna/Más de una
7. ¿Le interesaría usar ropa inspirada en la vestimenta tradicional argentina? Si/No
8. ¿Consume indumentaria de marcas argentinas? Si/No
9. Si no lo hace, ¿por qué? Precios Altos/Desconocimiento/Otro
10. Al momento de salir de compras, ¿considera que todos los locales venden ropa parecida?
Si/No
11. ¿Qué opinión tiene sobre las vestimentas “de campo” (polleras largas, bombachas, alpargatas, camisas, ponchos, etc.)? Me gustan y las usaría/Me gustan y no las usaría/No me gustan
12. ¿Le gustaría usar indumentaria del sector masculino? Si/No
13. ¿Con que frecuencia compra ropa? Una vez por semana/ Una vez por mes/Dos veces por año/ Una vez por año/ Otra
14. ¿Dónde compra ropa? Shoppings/Tiendas/Internet/Catalogo/Otro
15. ¿Conoce alguna marca de indumentaria inspirada en los gauchos? Si/No
16. ¿Considera que el gaucho es un emblema de la cultura e identidad argentina? Si/No
17. ¿Cree que la imagen que tiene sobre el gaucho esta estereotipada? Si/No
18. Cuando ve a alguien con vestimentas “gauchescas”, ¿piensa que esta disfrazado? Si/No
19. ¿Considera que es importante mantener vigentes los orígenes de nuestra cultura? Si/No

3.3.2 Guía de pautas (entrevista):

- ¿Quiénes forman parte de la federación de gauchos? ¿Con que objetivo se fundó?
- ¿Qué actividades realizan?
- ¿Cuáles son sus intereses?
- ¿Por qué se visten como gauchos? ¿En dónde compran sus prendas?
- ¿Consideran que la figura del gaucho como emblema nacional se está perdiendo?
- ¿Cree que siguen existiendo los gauchos?
- ¿Qué opina de la indumentaria gauchesca?
- ¿Cómo eran los gauchos antes y como son ahora?
- ¿Qué opina de la indumentaria que se usa actualmente?
- ¿Cuál el rol de la "paisana" o mujer en la vida del gaucho?

3.3.3 Pautas de observación (Observación no participativa):

- Prendas: Silueta, Tipo de prenda/accesorio/calzado, color y apariencia del textil, largos
- Situación de uso

Capítulo 4 – Análisis de Resultados

4.1 Encuesta

4.1.1 Análisis

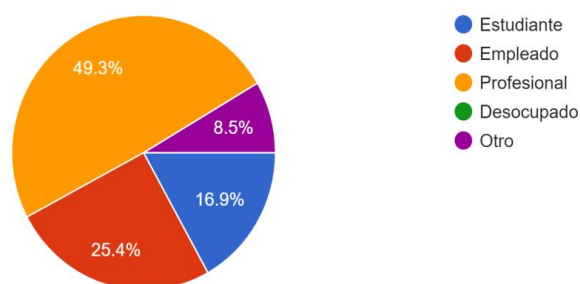
Basándonos en las respuestas obtenidas, podemos confirmar y refutar ciertas hipótesis que habían sido planteadas en el comienzo de la investigación:

En cuanto a las características personales de las encuestadas, la mayoría son de la provincia de Santiago del Estero, y en segundo lugar de Córdoba. Casi en su totalidad viven en zonas urbanas (94%) y son principalmente profesionales, empleadas o estudiantes. Esto nos permite inducir que son mujeres que trabajan o estudian, por lo tanto, no se dedican completamente a las tareas del hogar y tienen mayor participación social (a diferencia de las paisanas).

Figura N° 5: Ocupación de las mujeres encuestadas. Fuente: Elaboración propia

2. ¿Que ocupación tiene?

71 respuestas

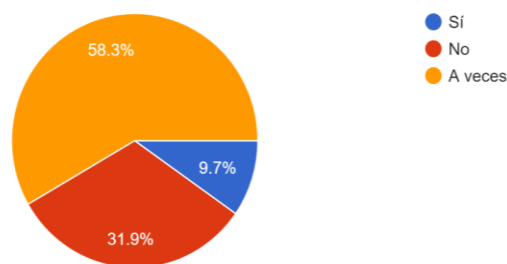


Respecto a sus tendencias de consumo, suelen comprar en tiendas, con frecuencia variable. La mayoría sabe “a veces” de donde proviene su ropa, pero casi un 32% no lo sabe. El hecho de que solo un 9% sepa la procedencia de la indumentaria que compra, nos da cuenta del desconocimiento que tenemos acerca de la historia y el significado de las prendas que usamos. Las características que se priorizan son la comodidad y calidad, seguidas por el precio y la moda. Casi en su totalidad consumen marcas argentinas, y quienes no lo hacen es, en gran parte, por desconocimiento.

Figura N° 6: Conocimiento sobre la procedencia de las prendas. Fuente: Elaboración propia

4. ¿Conoce la procedencia de las prendas que compra?

72 respuestas



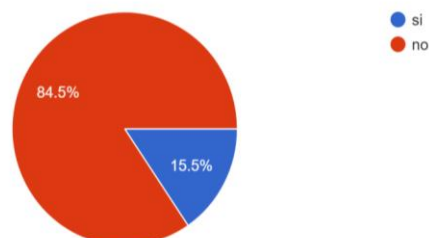
Las respuestas acerca de si les gustaría usar prendas del sector masculino fueron divididas: un 51% opina que no y un 49% que sí. En lo que gran parte de las encuestadas (88%) está de acuerdo, es en que al momento de salir de compras, opinan que todas las tiendas tienen ropa parecida.

Haciendo referencia a su conocimiento y opinión sobre la indumentaria gauchesca, pudimos averiguar que casi todas consideran que el gaucho es un emblema de la cultura argentina y que es importante mantener la vigencia de nuestros orígenes. El 60% de ellas conocen marcas inspiradas en los gauchos, sin embargo un 72% cree que tiene una imagen estereotipada de los mismos, a pesar de que, cuando ven a alguien vestido como tal, no piensan que esta disfrazado (a diferencia de los supuestos de los cuales partíamos al inicio de la investigación).

Figura N°7: Impresiones sobre las vestimentas gauchescas. Fuente: Elaboración propia

18. Cuando ve a alguien con vestimentas "gauchescas", ¿piensa que esta disfrazado?

71 respuestas



Al ser consultadas sobre su opinión acerca de las prendas “de campo”, las respuestas se dividieron entre “me gustan y las usaría” (52%) y “me gustan y no las usaría” (38%). No obstante, casi el 50% de las encuestadas sostuvo que le gustaría usar indumentaria inspirada en la vestimenta tradicional argentina, y solo el 16% que no.

4.1.2 Conclusiones

Algunas de las conclusiones a las que pudimos llegar basándonos en las opiniones de nuestro potencial público objetivo, son las siguientes:

- En su mayoría son mujeres que realizan diversas tareas (no solo son amas de casa), por lo tanto tienen mayor autonomía y están más comunicadas y al tanto de la vida social que las paisanas de épocas pasadas. Aunque vivan en el campo o en la ciudad, tienen mayores actividades, ya que el rol de la mujer ha cambiado.
- Es importante que las prendas realizadas muestren su procedencia y significado, para erradicar el desconocimiento existente, logrando así también que se identifiquen con la marca y el estilo.
- A la hora de diseñar, se deberá priorizar la comodidad y calidad, sin dejar de lado el precio e intentando que los productos se vendan en tiendas al alcance de nuestro público.
- Debido a las opiniones divididas al momento de hablar sobre las vestimentas “gauchescas” o “de campo”, será importante lograr diseños atractivos y originales (diferentes a los que se ven en todas las tiendas), para que las consumidoras se sientan cómodas usándolos, modernizando y reinterpretando la imagen típica y estereotipada del gaucho, teniendo en cuenta que no se la ve como un disfraz.

4.2 Entrevista

4.2.1 Análisis

En base a las respuestas obtenidas por los entrevistados, pudimos averiguar que los miembros de las asociaciones gauchas de cada región realizan diversos tipos de actividades (tales como participar de desfiles, realizar destrezas con animales, entre otras) y pudimos también conocer su objetivo: mantener vigente los emblemas y tradiciones de la identidad nacional criolla.

Respecto a la vestimenta gauchesca, tomamos conocimiento de que su principal característica es la comodidad, además de tener una gran carga simbólica y de ser útil para las actividades que realizan, destacándose entre ellas la bombacha y el poncho. Sin embargo,

la misma ha ido cambiando y transformándose a costa de los avances y cambios de la modernidad (otros materiales, otras formas de uso, etc.). Actualmente la indumentaria de este tipo se compra en talabarterías o debe mandarse a confeccionar a medida.

En cuanto al valor actual del emblema nacional, ambos coinciden en que siguen existiendo los gauchos, pero difieren en su vigencia: uno de los entrevistados sostiene que no se ha perdido y el otro considera que se está perdiendo poco a poco.

4.2.2 Conclusiones

- Las respuestas validan la hipótesis de que la indumentaria gauchesca es cómoda, y coinciden con los requerimientos de comodidad del público objetivo.
- Es fundamental la modernización de estas prendas para evitar su desaparición y desvalorización (hay que evitar que se use cualquier campera de procedencia extranjera que nada tenga que ver con nuestra cultura, simplemente por tener mayor difusión y variedad), realizando una reinterpretación actualizada, pero manteniendo la identidad.
- La indumentaria debe ser más accesible (no solo comercializarse en talabarterías y mucho menos confeccionarse a medida), manteniendo calidad alta y un precio razonable.

4.3 Observación

4.3.1 Análisis

Los cuadros comparativos completos con los resultados de la observación están en anexos, paginas 99-102.

Luego de la observación, podemos sostener que las siluetas más comunes son rectangular (cuando los ponchos son sueltos) y reloj de arena (generalmente cuando se marca la cintura con el tirador). En cuanto a los colores, no podemos definir un tono en particular debido a que las imágenes no son de gran calidad por ser antiguas. Entre ellos se destacan matices amarronados (principalmente marrón claro) y rojizos, además de variedades de azul y blanco grisáceo. Los accesorios varían según la época en la que se retrata al usuario, pero principalmente se ven sombrero, tirador y pañuelo. El calzado más usado son las botas. Respecto a la indumentaria, la camisa de mangas largas, el chiripa a media pierna, la bombacha hasta los tobillos y el poncho, son los protagonistas de la vida cotidiana, siendo usados en diversas situaciones rurales, principalmente para montar a caballo.

4.3.2 Conclusiones

- Debido a que la colección será de indumentaria, la camisa, el chiripa y la bombacha deberán ser las tipologías principales a reinterpretar. En cuanto a los accesorios, el culero será el complemento a reinterpretar.
- Los resultados también otorgan una guía para los colores de la colección: marrones, rojizos, verde y blanco (ningún color muy saturado ni llamativo).
- Las siluetas rectangulares y reloj de arena servirán como guías a la hora de diseñar.

Capítulo 5 – Concepto y Programa de Diseño

5.1 Concepto de diseño

5.1.1 Objetivo principal de aplicación: Diseñar indumentaria casual para mujeres de entre 25 y 50 años, tomando como inspiración las vestimentas de los gauchos criollos, para reinterpretarlas en base a las tendencias contemporáneas y mantener vigente su valor como figura emblemática de nuestro país.

5.1.2 Objetivo específico de diseño:

- Crear prendas originales, cómodas y funcionales a la vida del usuario potencial (mujer contemporánea.)
- Realizar una propuesta conceptual alrededor del gaucho, su significado simbólico, para lograr que los usuarios se involucren en el significado y la historia de lo que usan, rompiendo con las tendencias de homogeneización y consumo masivo.

5.2 Programa de diseño y/o requerimientos

Tabla N° 4: Programa de diseño. Fuente: Elaboración propia

CONDICIONANTE	REQUERIMIENTOS	PREMISAS
<ul style="list-style-type: none">• Diseñar indumentaria que impulse el conocimiento de los orígenes de nuestra cultura	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar una colección a partir del rediseño y adaptación contemporánea de las tipologías más características de los gauchos.• Realizar prendas originales y con significado, como contraposición a las tendencias de consumo masivo e impersonal	<ul style="list-style-type: none">• Reinterpretar la bombacha, camisa y chiripa (prendas más características), articulando estas tipologías con los rubros sastrería y casual wear y cambiando los materiales autóctonos por otros contemporáneos como gabardina, batista, bengalina, etc.; los cuales aportan mayor elasticidad y comodidad a las prendas.• Incluir accesorios característicos como culero

		<p>y cinturón (tradicionalmente tirador) en la colección</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guiarse principalmente de las siluetas rectangular y reloj de arena • Usar las tonalidades neutras, incluyendo principalmente variaciones de los tonos marrones y combinándolos con colores blancos, verdes y rojizos
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar indumentaria cómoda y funcional para las actividades que realizan las mujeres en su vida cotidiana 	<ul style="list-style-type: none"> • Usar textiles confortables y que permitan el movimiento. • Realizar prendas que puedan ser usadas en diferentes ocasiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar tejidos planos con elasticidad o textiles de punto como por ejemplo: batista, crepe, poplin, lino, bengalina, gabardina, sarga de algodón, pique de punto. • Usar textiles que se fabriquen industrialmente, para lograr disponibilidad de los mismos y precios accesibles. • Utilizar mecanismos como elásticos, cierres, botones, para dar versatilidad y comodidad, permitiendo a su vez el movimiento, fácil acceso y guardado de las prendas

<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el conocimiento y valoración de nuestra cultura a través de los productos y la identidad de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar elementos de comunicación y branding que expresen los valores de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar producción nacional • Usar materias primas nacionales • Colocar etiquetas y mantener una comunicación que den cuenta de la historia y el significado tradicional de cada prenda, para que argentinos y extranjeros conozcan los orígenes de la cultura criolla
---	---	---

5.3 Plan de trabajo o cronograma

Tabla N° 5: Plan de trabajo. Fuente: Elaboración propia

	TP1				TP2			TP3			TP4				
Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Diseño de portada				X											
Elección del tema			X												
Aprobación del tema			X												
Definición del problema				X											
Descomposición del problema				X											
Especificación de alcance y objetivos				X											
Justificación				X											

Referencias bibliograficas				X											
Correcciones TP1				X											
Búsqueda de información				X	X										
Redacción del marco teórico						X	X								
Ficha técnica del diseño metodológico							X								
Explicación del diseño metodológico							X								
Diseño de los instrumentos para la investigación							X								
Referencias bibliográficas							X								
Correcciones TP2							X								
Realización de la investigación								X	X						
Analisis de resultados de la investigación										X					
Concepto de diseño										X					

Programa de diseño y/o requerimientos										X					
Plan de trabajo o cronograma										X					
Referencias bibliográficas										X					
Anexos										X					
Correcciones TP3										X					
Resumen/ Abstract y palabras clave											X				
Índice											X				
Moodboards de concepto y de usuario											X				
Colección (figurines y descripción)												X			
Cuadros explicativos (constantes y variables)												X			
Definición técnica (fichas técnicas, de medidas, de materiales, de estampas)													X		

6.2 Moodboard de usuario

El usuario al que apunta la marca son mujeres de entre 25-50 años, tanto de Argentina como extranjeras, quienes están dispuestas a conocer tanto su cultura como culturas ajenas, disfrutando del hecho de tomar contacto con diferentes realidades y valorando la originalidad de lo individual y autóctono.

6.3 Cuadro de constantes y variables

The image displays two rows of fashion design variations, each with four distinct outfit concepts. Each concept is presented as a pair of front and back views of a model wearing a hat, with yellow and red lines indicating key design elements. Below each pair are icons for silhouettes, line types, modular length, tension points, and color palettes.


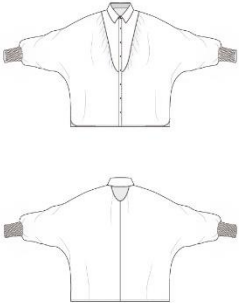
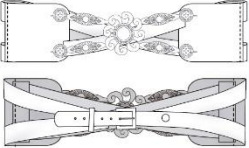
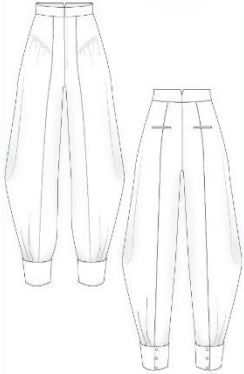

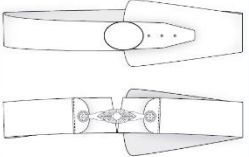
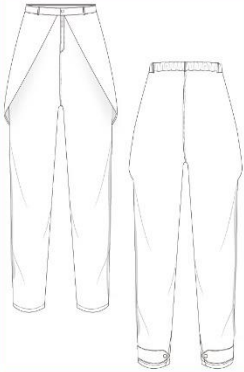
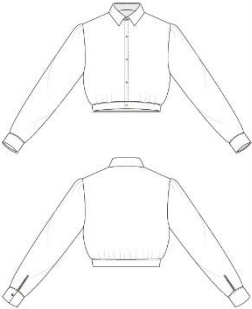
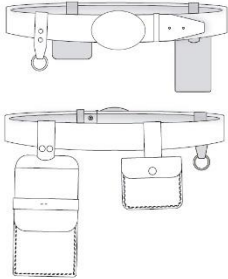
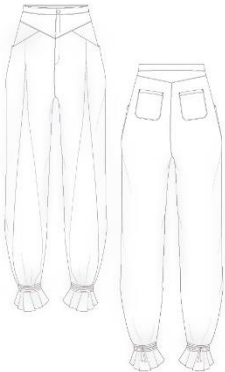
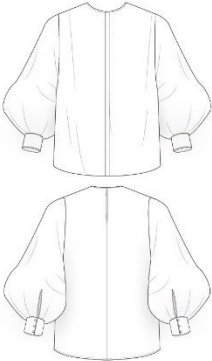
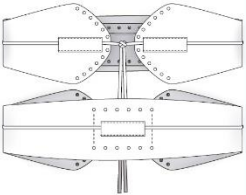
Row 1:

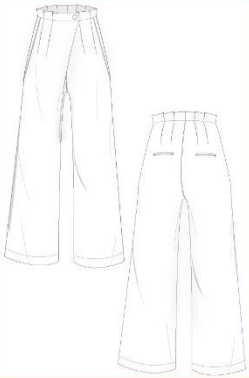
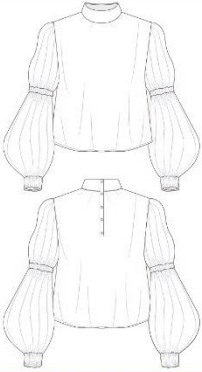
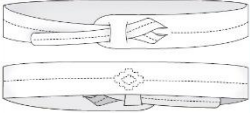


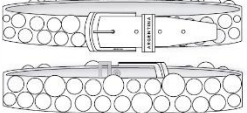

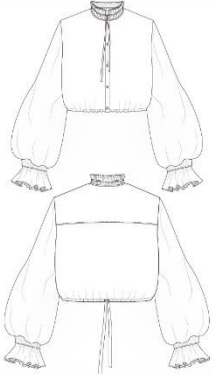
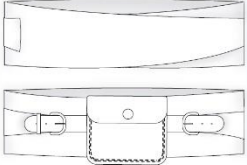

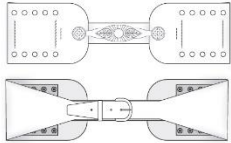
- Concept 1:** Light blue long-sleeved blouse with a high collar and wide-leg, pleated brown trousers. Silhouettes: hourglass, wide-leg, straight-leg, and straight-leg.
- Concept 2:** Light blue long-sleeved blouse with a high collar and dark green, straight-leg trousers. Lines: straight and curved. Modular length: indicated by a horizontal line.
- Concept 3:** Textured, long-sleeved blouse with a high collar and brown, straight-leg trousers. Tension point: indicated by a red rectangle.
- Concept 4:** Light blue long-sleeved blouse with a high collar and olive green, straight-leg trousers. Color palette: includes brown, white, dark green, light green, and black.

Row 2:

- Concept 1:** Light blue long-sleeved blouse with a high collar and brown, wide-leg trousers. Silhouettes: wide-leg, wide-leg, wide-leg, and straight-leg.
- Concept 2:** Light blue long-sleeved blouse with a high collar and dark green, wide-leg trousers. Lines: straight and curved. Modular length: indicated by a horizontal line.
- Concept 3:** Light blue long-sleeved blouse with a high collar and brown, wide-leg trousers. Tension point: indicated by a red rectangle.
- Concept 4:** Dark green long-sleeved blouse with a high collar and dark green, straight-leg trousers. Color palette: includes brown, white, dark green, light green, and black.

6.4 Cuadro de tipologías

	PANTALON	CAMISA	MONOPRENDA	CINTURON
CONJUNTO 1				
CONJUNTO 2				
CONJUNTO 3				
CONJUNTO 4				

	PANTALON	CAMISA	MONOPRENDA	CINTURON
CONJUNTO 5				
CONJUNTO 6				
CONJUNTO 7				
CONJUNTO 8				

6.5 Colección

6.5.1 Conjunto 1



6.5.2 Conjunto 2



6.5.3 Conjunto 3



6.5.4 Conjunto 4



6.5.5 Conjunto 5



6.5.6 Conjunto 6



6.5.7 Conjunto 7



6.5.8 Conjunto 8



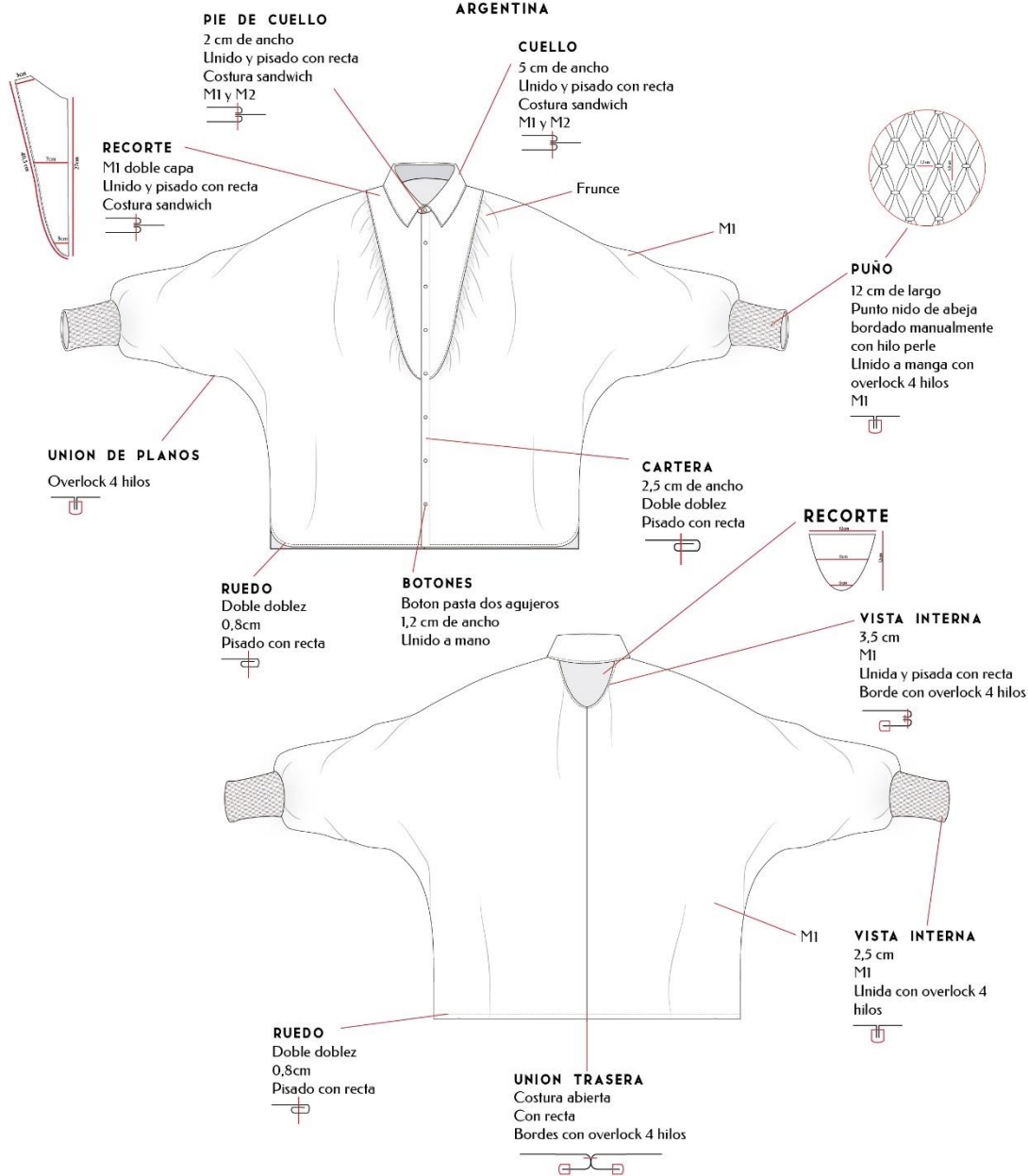
Capítulo 7: Propuesta Final de Diseño

7.1 Fichas técnicas

7.1.1 Conjunto 1:

ORIGEN

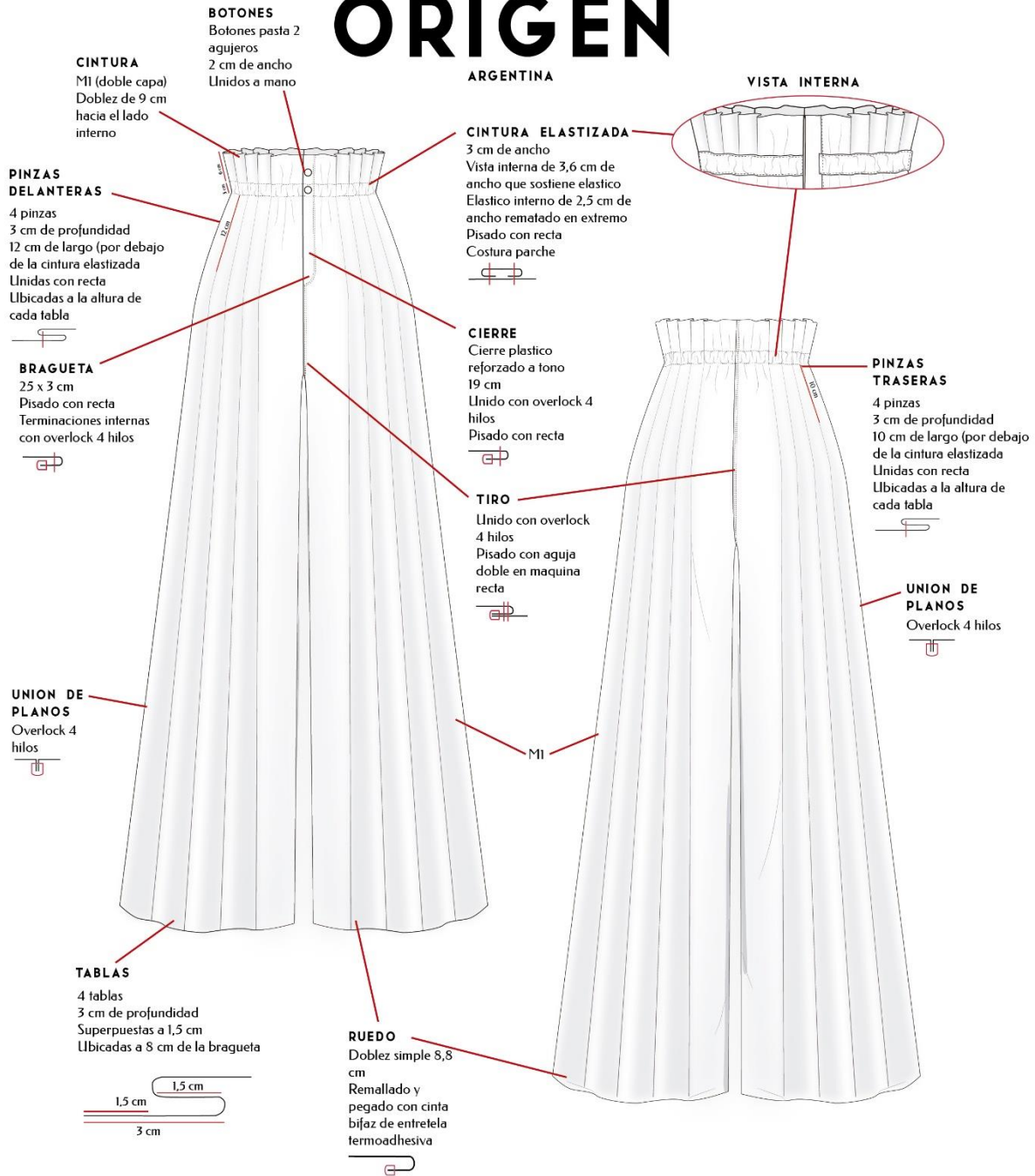
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Lino con foil M2: Entretela 45/50 gr	8 botones pasta 2 agujeros blancos	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliéster blanco (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Bordar con hilo perlé blanco (a tono) Toda la prenda esta realizada con M1 excepto los puntos donde se menciona una combinacion

ORIGEN

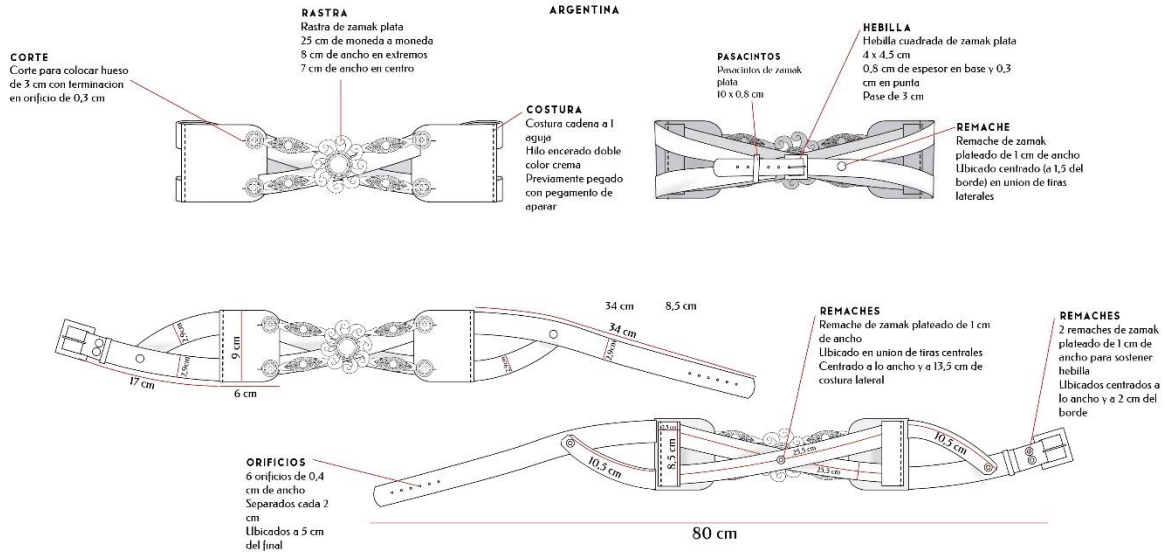
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
MI: Bengalina	Cinta bijaz de entretela termoadhesiva 2 botones pasta 2 agujeros marron claro (a tono) de 2 cm de ancho Cierre plastico reforzado marron claro (a tono) de 19 cm Elastico blanco de 2,5 cm de ancho	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliester marron claro (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada con MI

ORIGEN

ARGENTINA

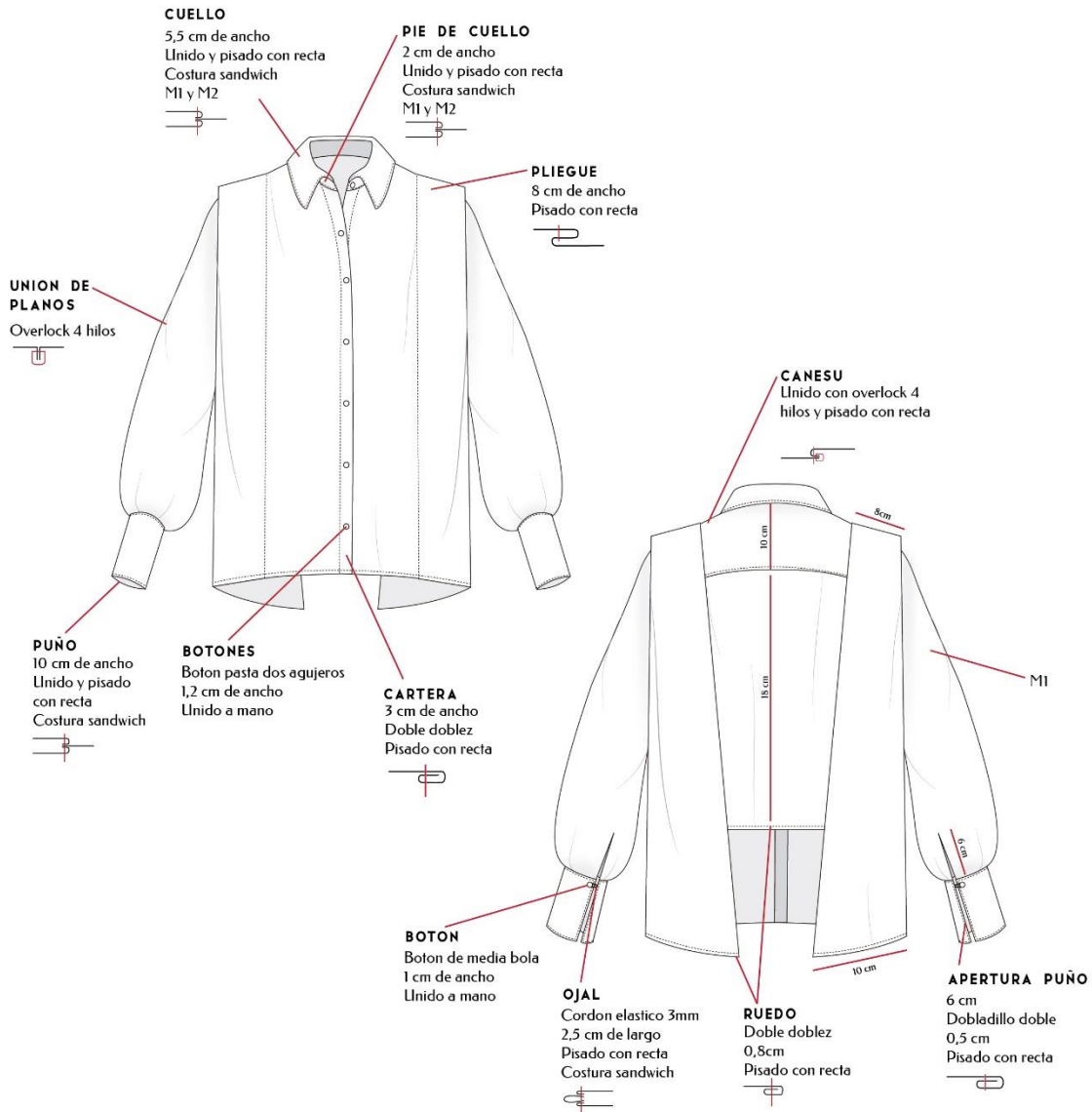


Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Cuero curtido engrasado chocolate	Hebilla cuadrada de zamak plata 4 x 4,5 cm con pase de 3 cm 5 remaches de 1 cm de zamak plateado Rastras de zamak plata 25x8 cm	Moldeado Cortado Pegado Costado Remachado Queimado (para quitar imperfecciones del corte) Queimado de hilos	Todo el cinturón está realizado en M1

7.1.2 Conjunto 2:

ORIGEN

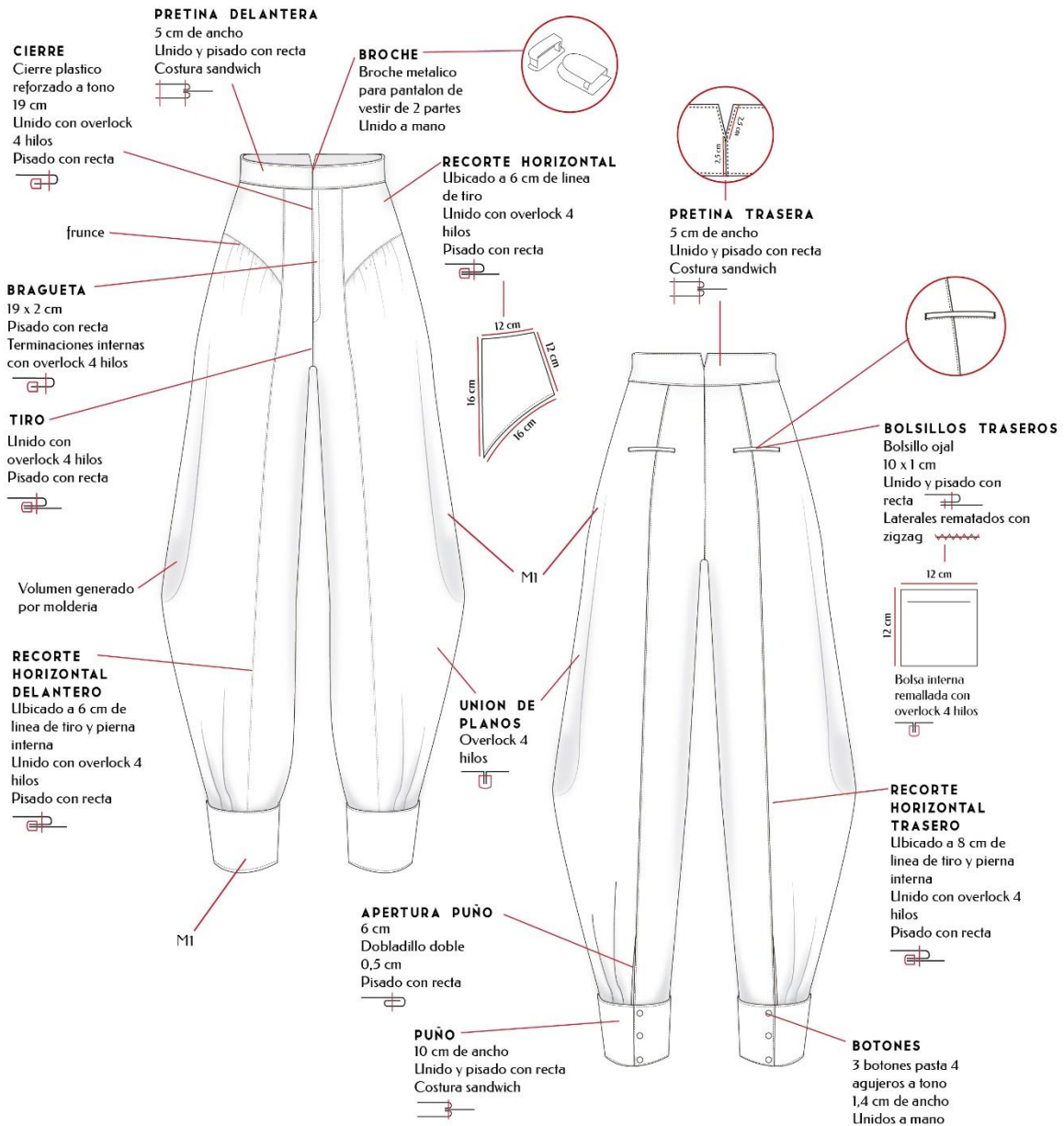
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Batista M2: Entretela 45/50 gr	7 botones pasta 2 agujeros blancos 2 botones media bola blancos con acabado brillante Cordon elastico 3mm blanco	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliester blanco (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada con M1 excepto los puntos donde se menciona una combinacion

ORIGEN

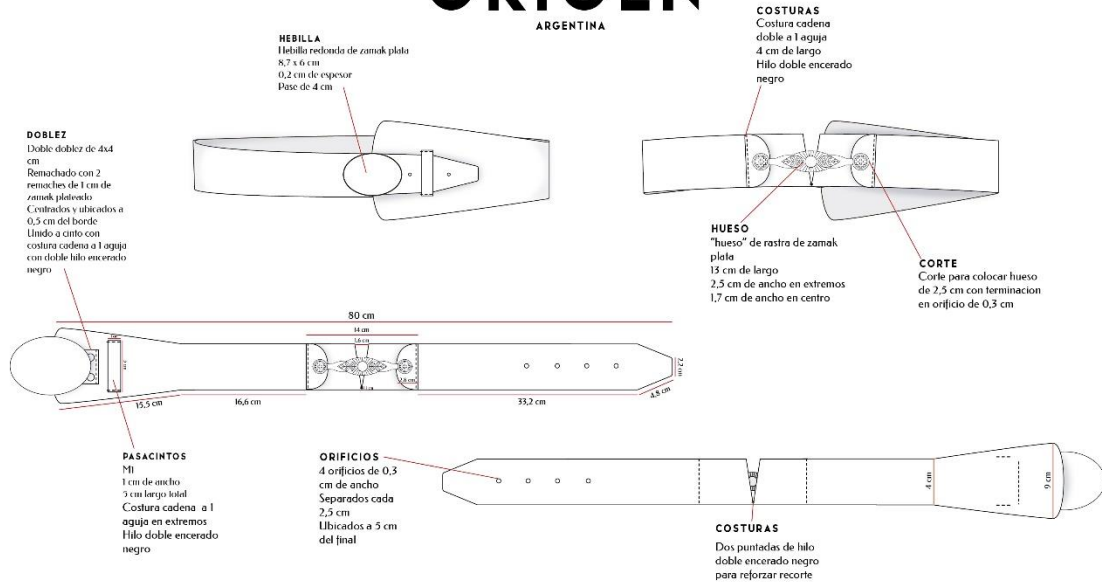
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
MI: Bengalina	Broche metalico para pantalon de vestir de 2 partes Cierre plastico reforzado verde (a tono) 19 cm 6 botones pasta 4 agujeros verdes (a tono) 1,4 cm de ancho	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliester verde (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada en MI

ORIGEN

ARGENTINA

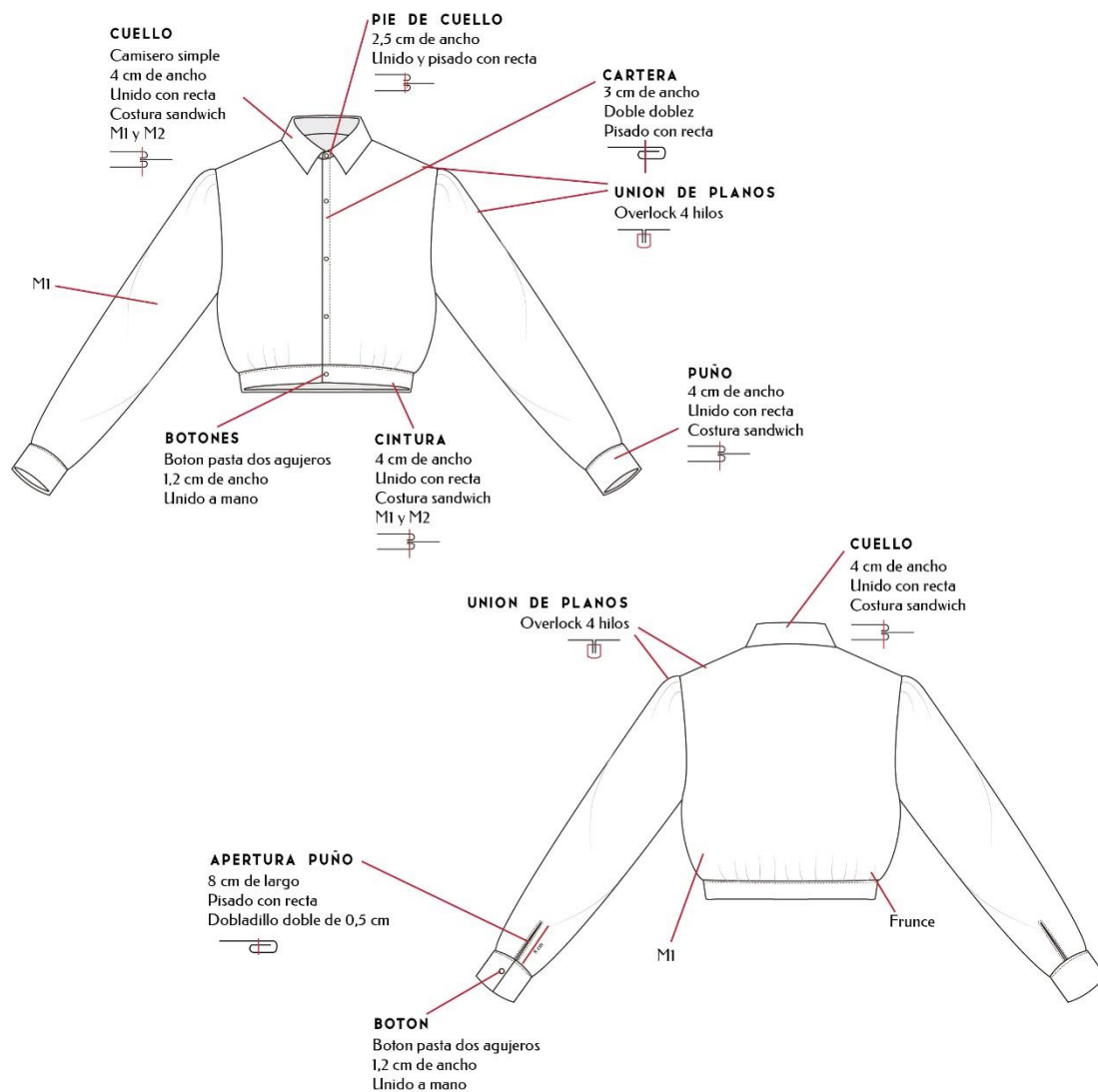



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Cuero curtido engrasado negro	Hebilla redonda de zamak plata 8,7 x 6 cm con pase de 4 cm 2 remaches de 1 cm de zamak plateado Hueso de rastra de zamak plata de 13 x 2,5 cm	Moldado Cortado Cosido Remachado Quemado (para quitar imperfecciones del corte) Quemado de hilos	Todo el cinturón está realizado en M1

7.1.3 Conjunto 3:

ORIGEN

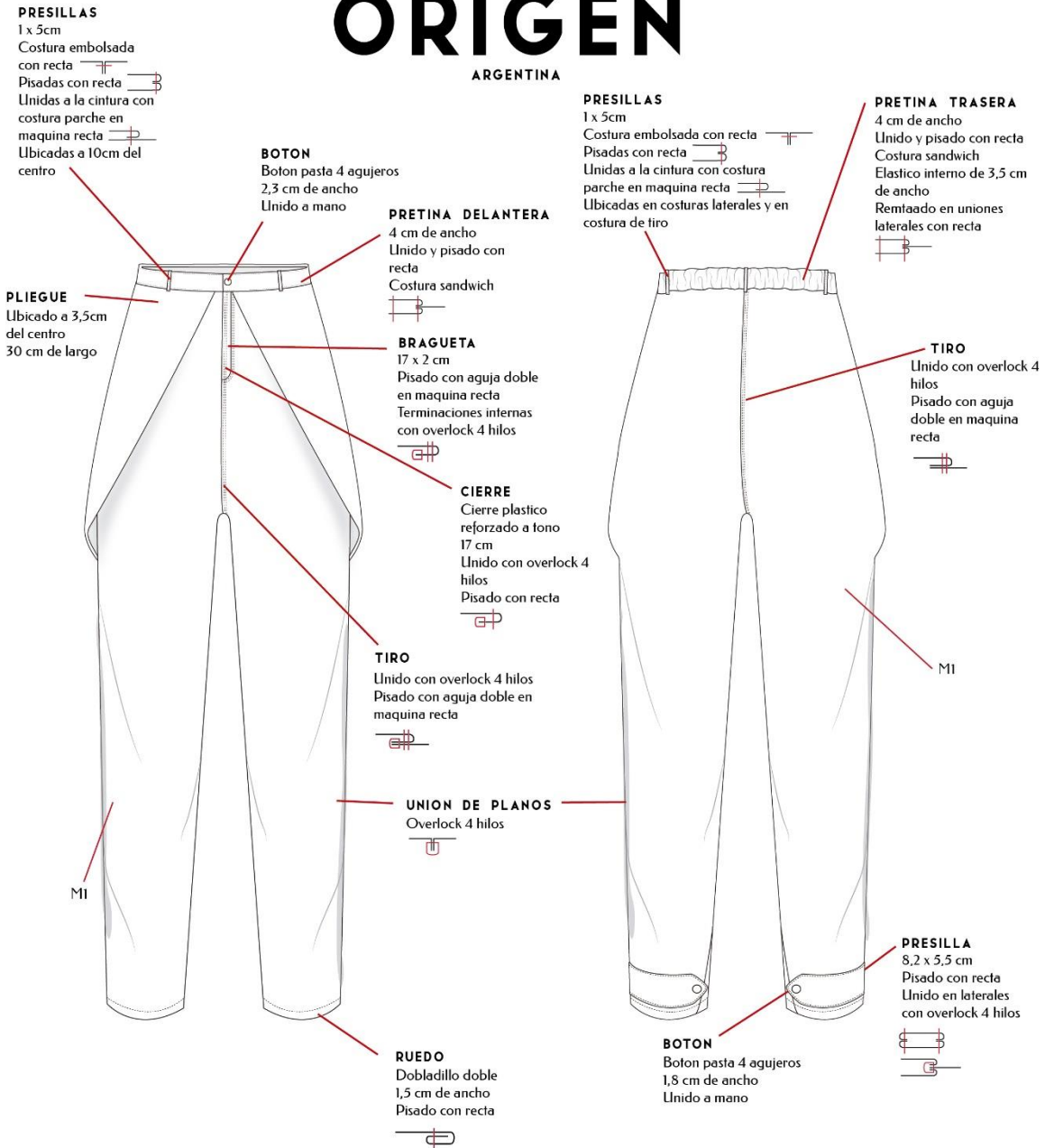
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Seda lisa sublimada Estampa:  <small>unidad mínima de repetición 1,272 x 1,272</small> M2: Entretela 45/50 gr	7 botones pasta 2 agujeros blancos	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliéster verde oscuro (a tono con la estampa) Toda la prenda esta realizada con M1 excepto los puntos donde se menciona una combinación

ORIGEN

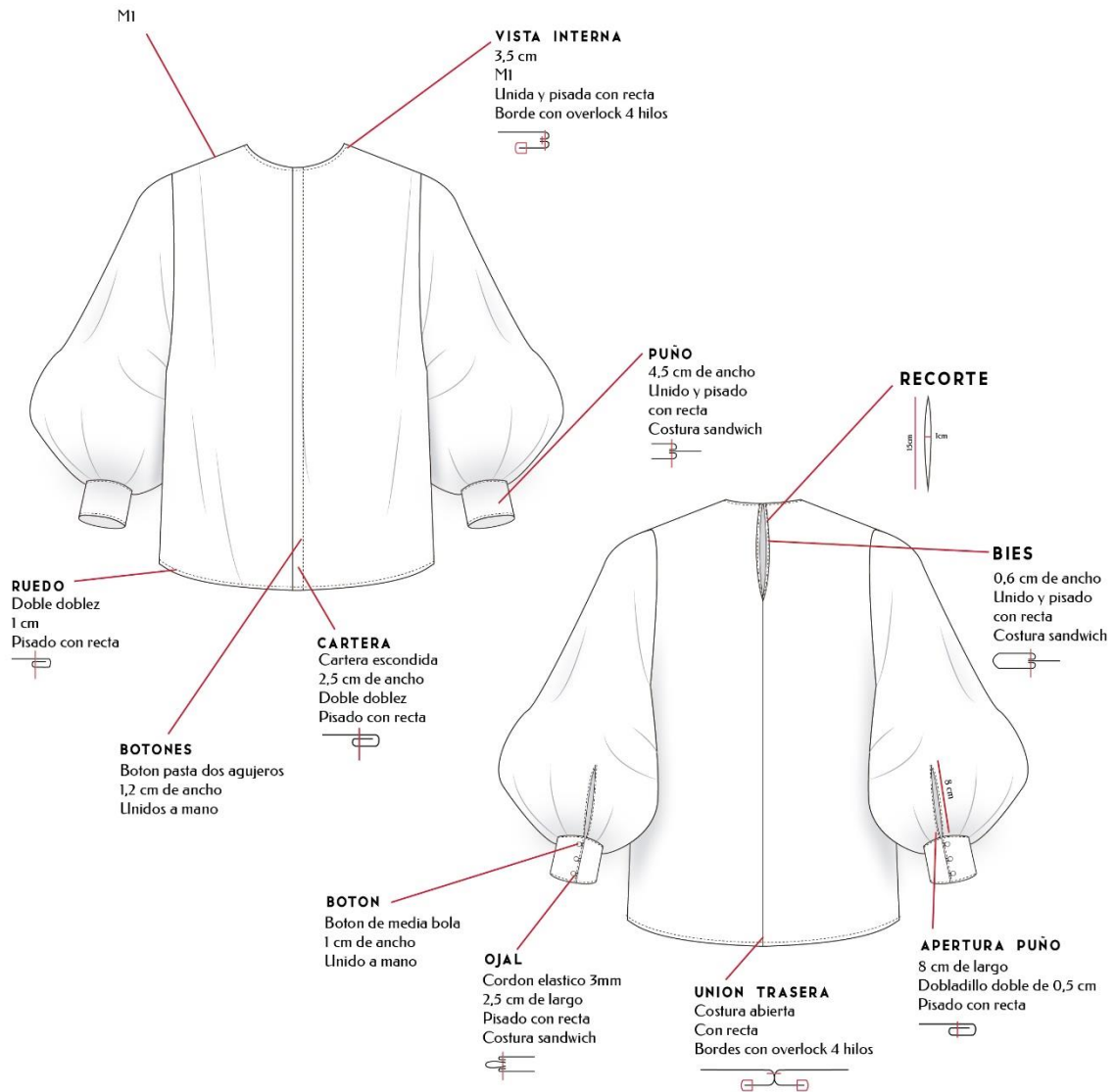
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
MI: Gabardina	1 boton pasta 4 agujeros marron (a tono) de 2,3 cm de ancho 2 botones pasta 4 agujeros marrones (a tono) de 1,8 cm de ancho 36cm de elastico reforzado de 3,5 cm de ancho Cierre plastico reforzado marron (a tono) de 20 cm	Overlock 4 hilos Recta con aguja simple y doble	Coser con hilo de poliester marron oscuro (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada con MI

ORIGEN

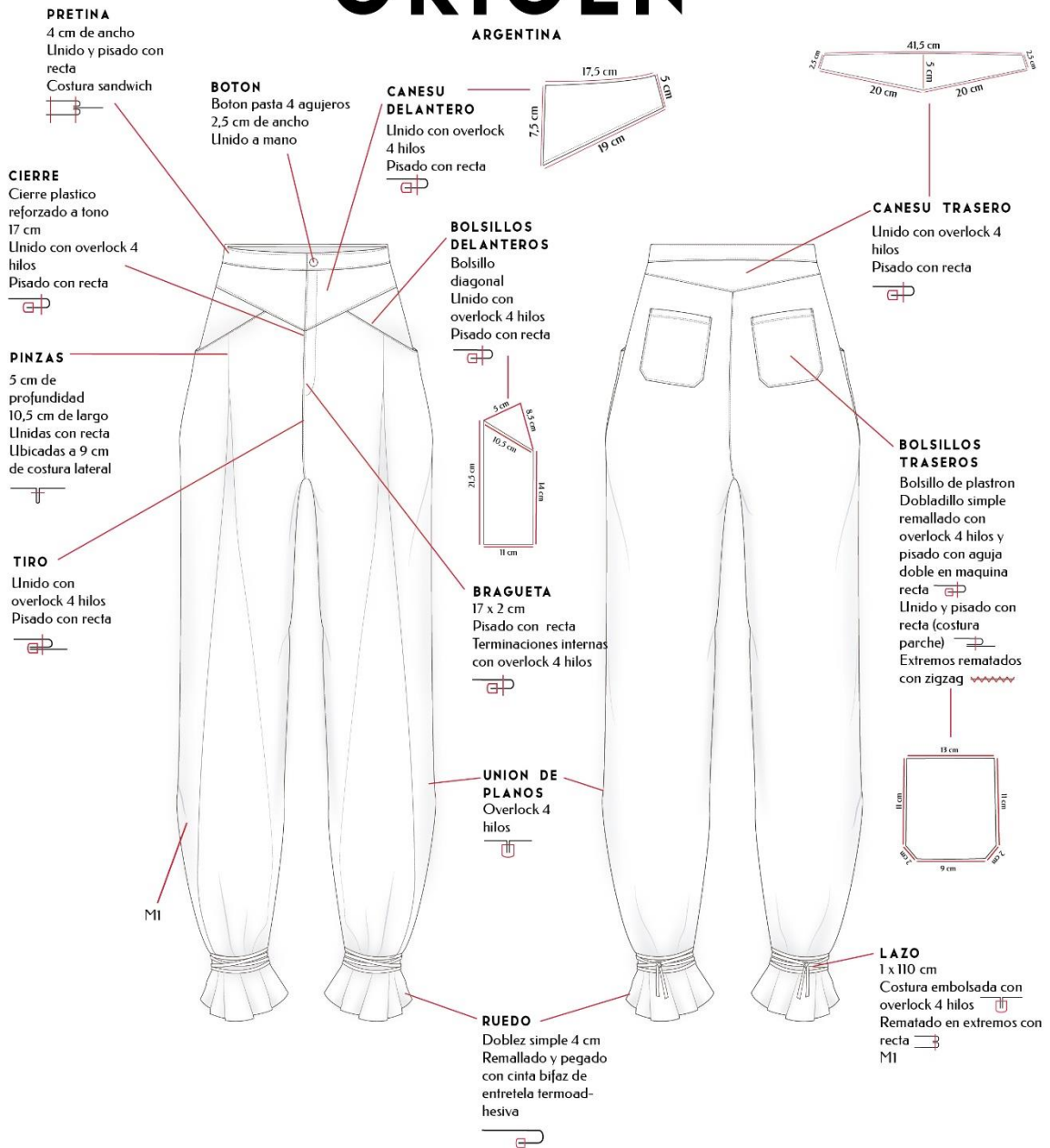
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Broderie	5 botones pasta 2 agujeros blancos 2 botones media bola blancos con acabado brillante Cordon elastico 3mm blanco	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliester blanco (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha

ORIGEN

ARGENTINA



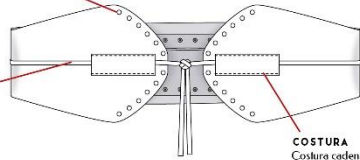
Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Gabardina	Cinta bifaz de entretela termoadhesiva Boton pasta 4 agujeros 2,5 cm de ancho verde (a tono) Cierre plastico reforzado verde (a tono) 17 cm	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliester verde (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada en M1

ORIGEN

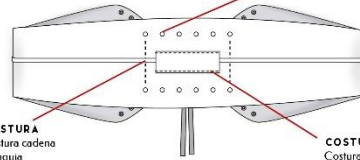
ARGENTINA

REMACHES
6 remaches de zamak plateado de 0,5 cm de ancho
Separados entre sí por 0,5 cm
Ubicados a 0,7 cm de bordes

TIENTO
Tiento de M1
0,5 x 130 cm



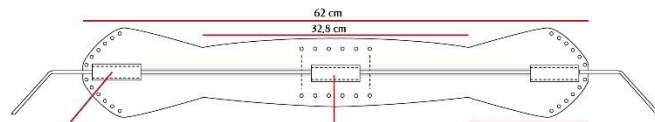
COSTURA
Costura cadena a 1 aguja
5,5 cm de largo
Hilo doble encerado color crema



REMACHES
6 remaches de zamak plateado de 0,5 cm de ancho para sostener bolsillo
Separados entre sí por 0,8 cm
Ubicados a 0,4 cm de bordes superior e inferior del bolsillo
Ubicado a 0,4 cm de borde lateral de bolsillo

COSTURA
Costura cadena a 1 aguja
4,3 cm de largo
Hilo doble encerado a tono

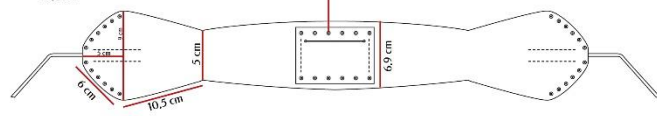
COSTURA
Costura cadena a 1 aguja
5,5 cm de largo
Hilo doble encerado color crema



PASADORES DELANTEROS
Dos pasadores
5,5 x 1,5 cm
Ubicados a 1,5 cm de cada borde

PASADOR DELANTERO
5,5 x 1,5 cm
Ubicado a 1,5 cm del borde

BOLSILLO
5,3 x 8,2 cm
Centrado a lo largo
Ubicado a 0,8 cm de bordes superior e inferior
Unido con pegamento, remaches y costura de hilo encerado
Abertura mediante corte recto de 6,5 cm con extremos terminados en orificio de 0,3 cm

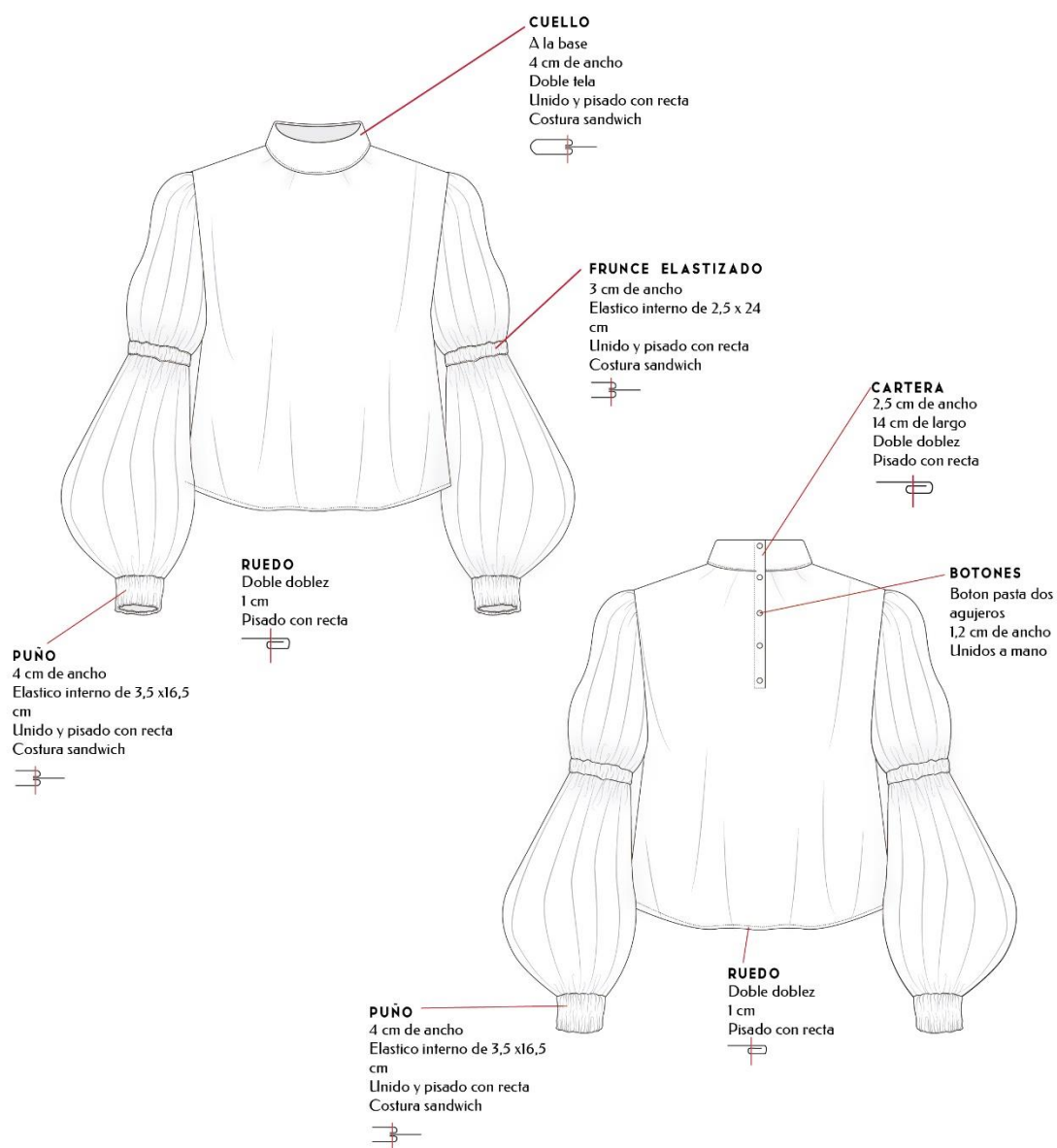


Materiales	Avios	Procedimiento	Aclaraciones
M1: Cuero curtido engrasado habano	36 remaches de 0,5 cm de zamak plateado	Moldeado Cortado Pegado Cosido Remachado Quemado (para quitar imperfecciones del corte) Quemado de hilos	Todo el cinturón esta realizado en M1

7.1.5 Conjunto 5:

ORIGEN

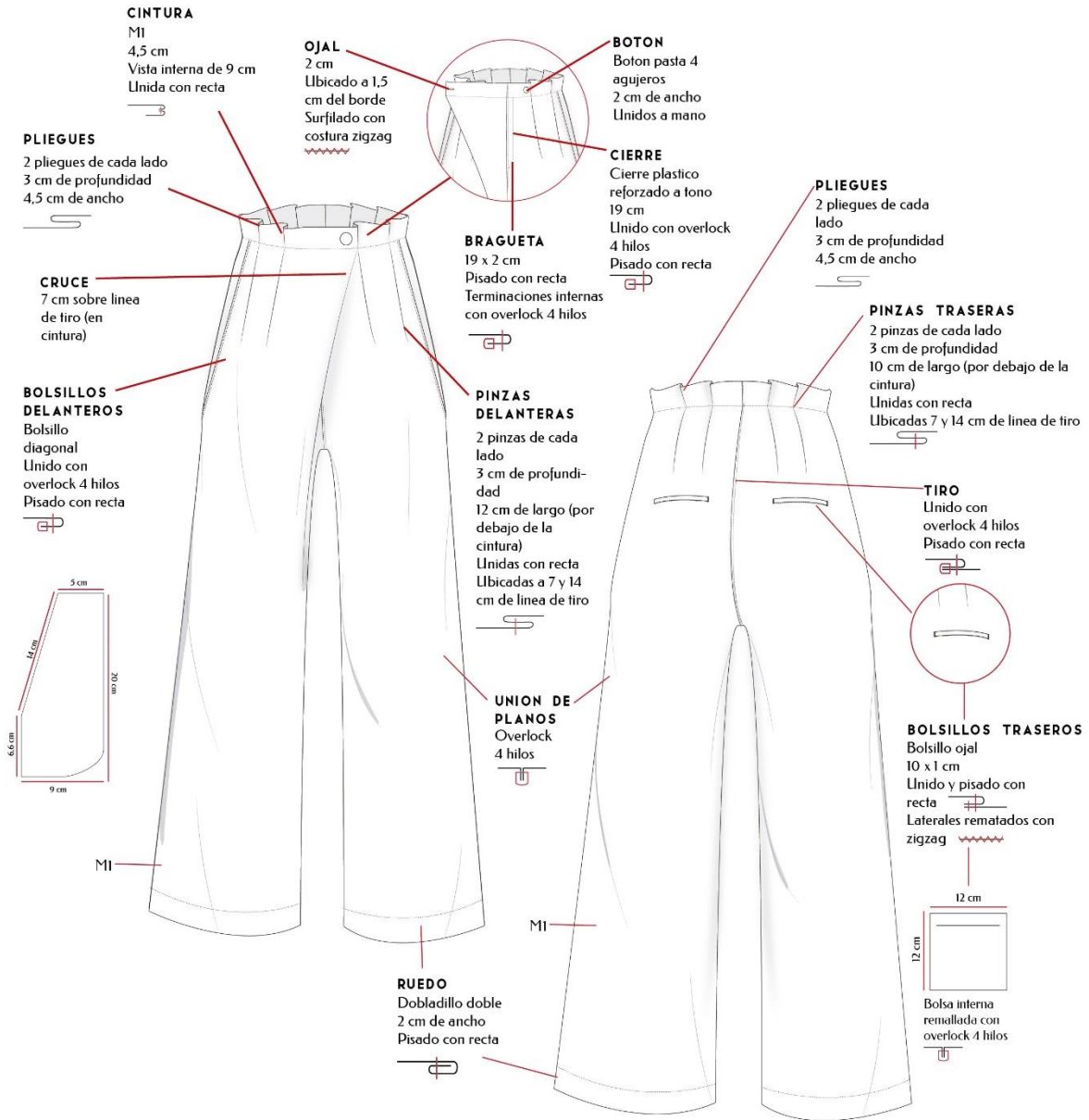
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Cotelino (Lino de algodón)	Elastico blanco de 2,5 cm Elastico blanco de 3,5 cm 5 botones pasta 2 agujeros blancos	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliéster blanco (a tono) Toda la prenda esta realizada con M1

ORIGEN

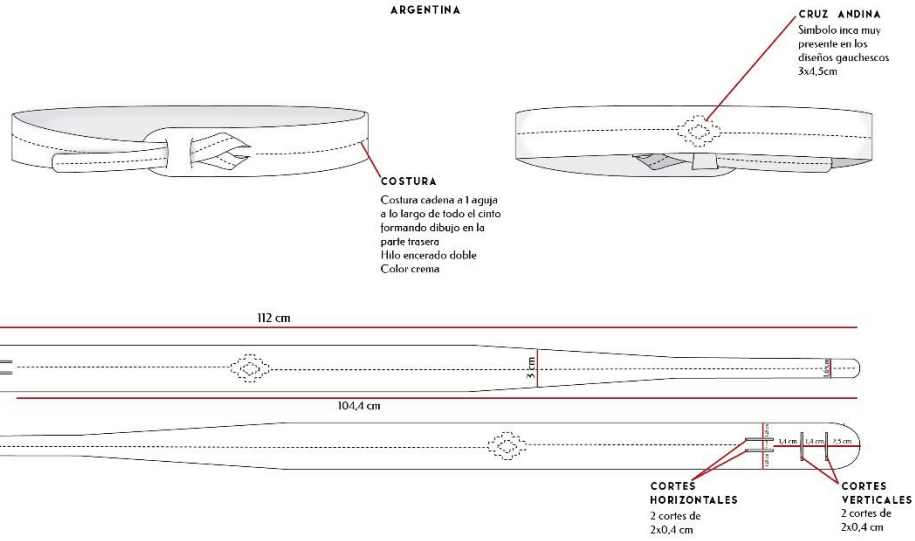
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
MI: Gabardina	Boton pasta 4 agujeros 2 cm de ancho marron (a tono) Cierre plástico reforzado marron (a tono) de 19 cm	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliéster marron (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada con MI

ORIGEN

ARGENTINA

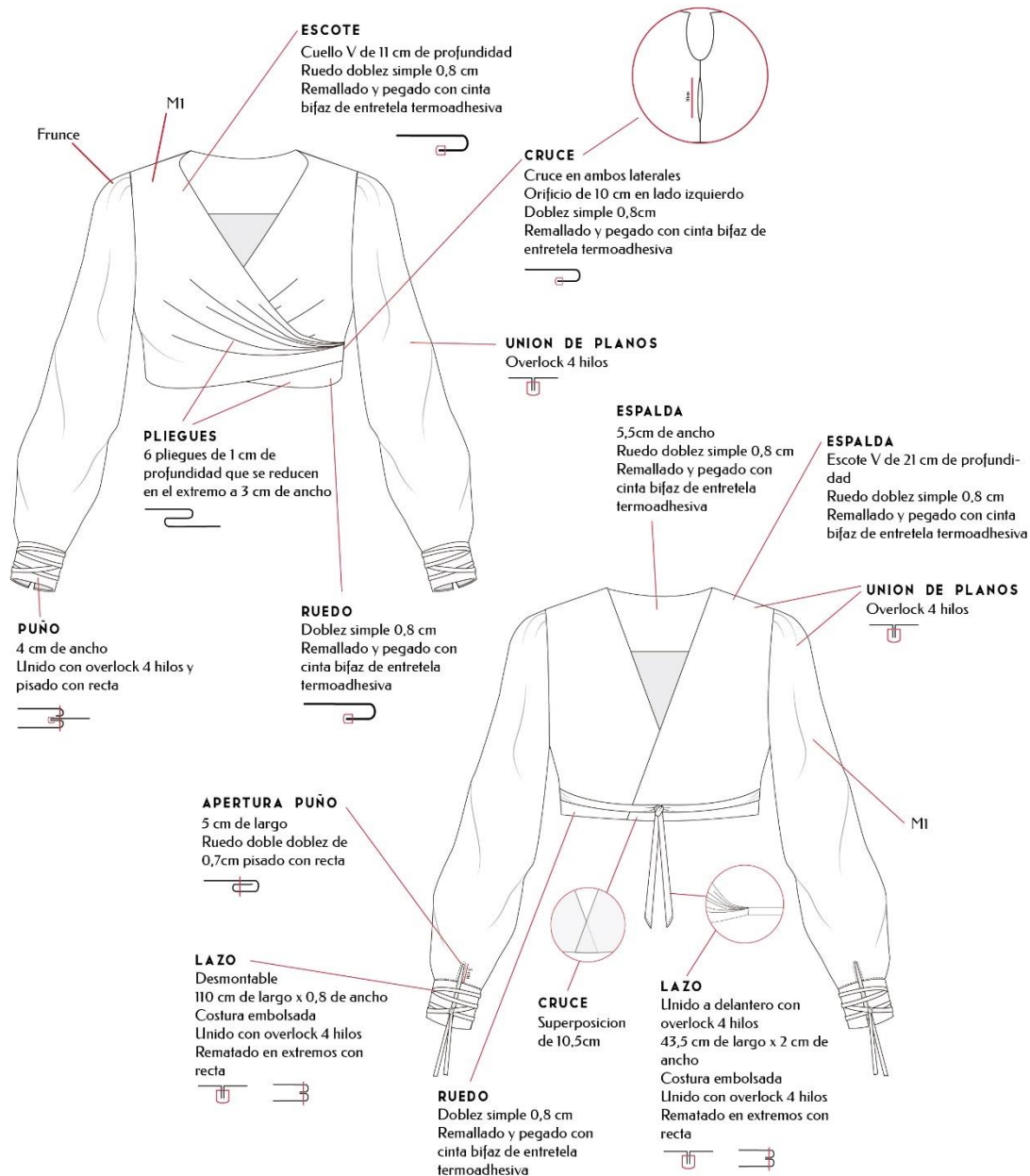


Materiales	Avisos	Procedimiento	Aclaraciones
M1: Cuero curtido engrasado chocolate		Moldeado Cortado Cosido Quemado (para quitar imperfecciones del corte) Quemado de hilos	Todo el cinturón está realizado en M1

7.1.6 Conjunto 6:

ORIGEN

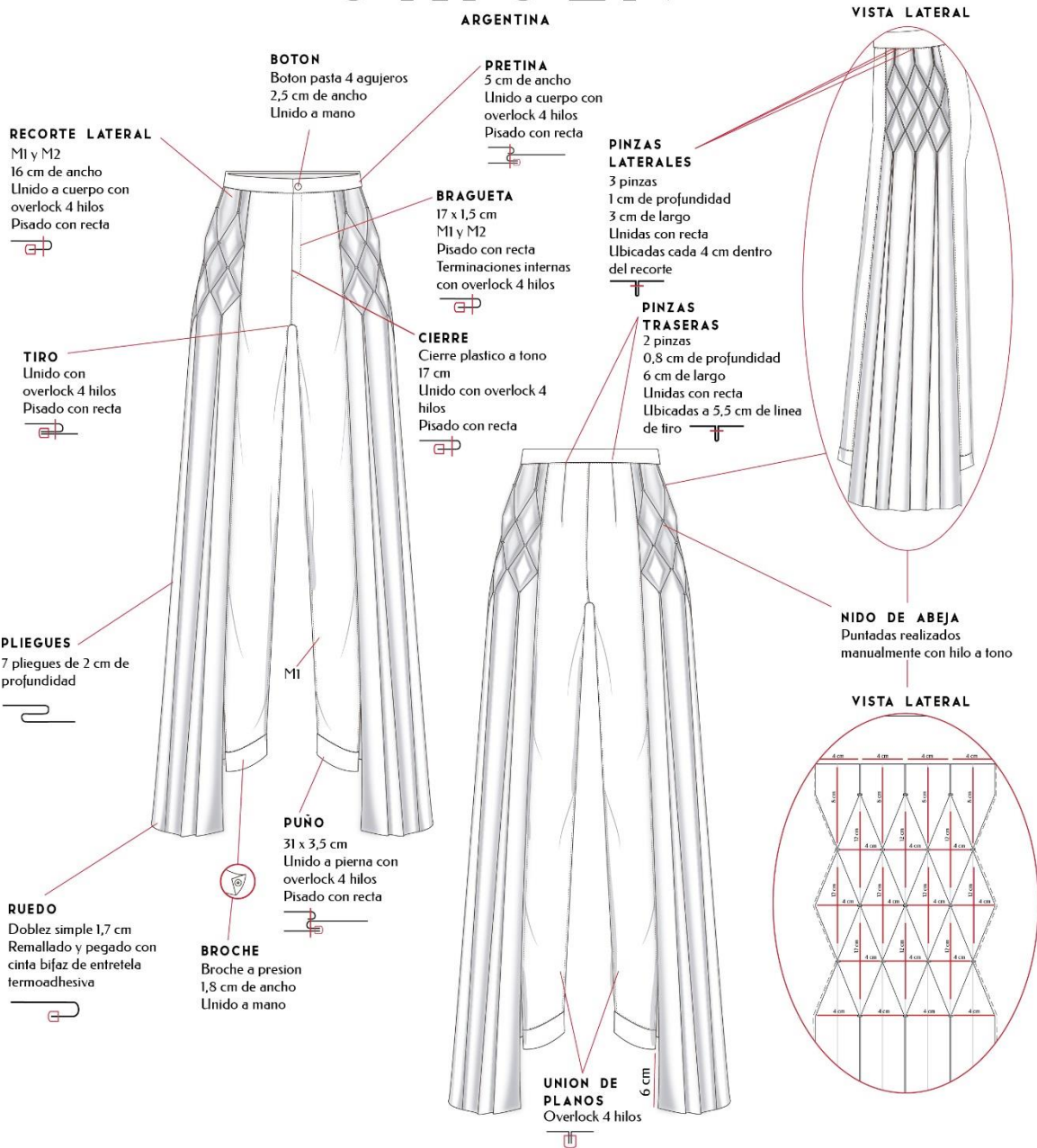
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
MI: Cotelino (Lino de algodón)	Cinta bífaz de entretela termoadhesiva	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliéster blanco (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada con MI

ORIGEN

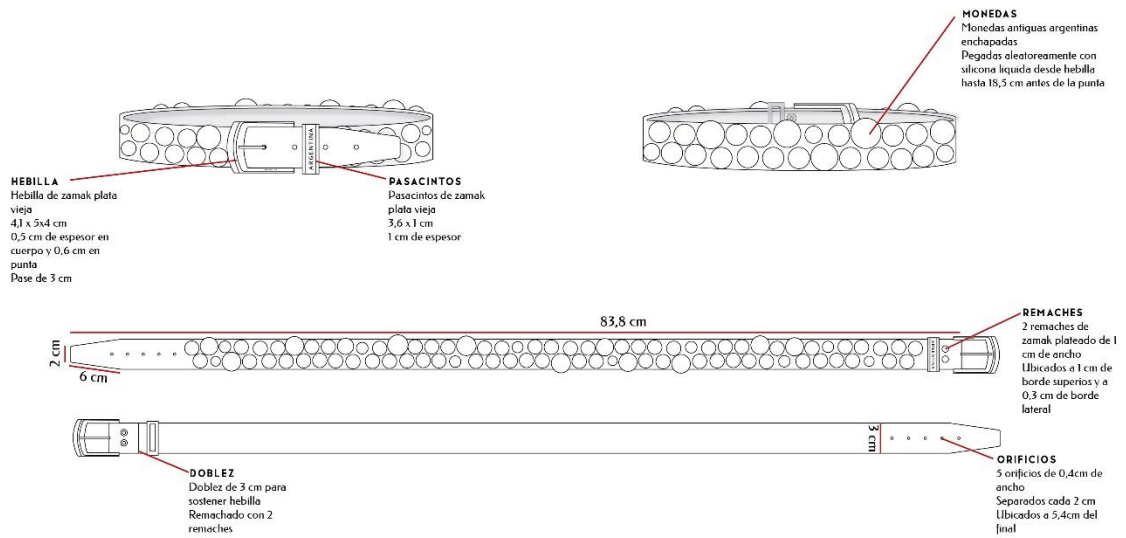
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Pique plano M2: Entretela termoadhesiva 45/60 gr	Cinta bifaz de entretela termoadhesiva 2 pares de broches a presion negros de 1,8cm de ancho 1 boton pasta 4 agujeros de 2,5 cm de ancho verde (a tono) Cierre plastico verde (a tono) 17 cm	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliester verde (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada con M1 excepto los puntos donde se menciona una combinacion

ORIGEN

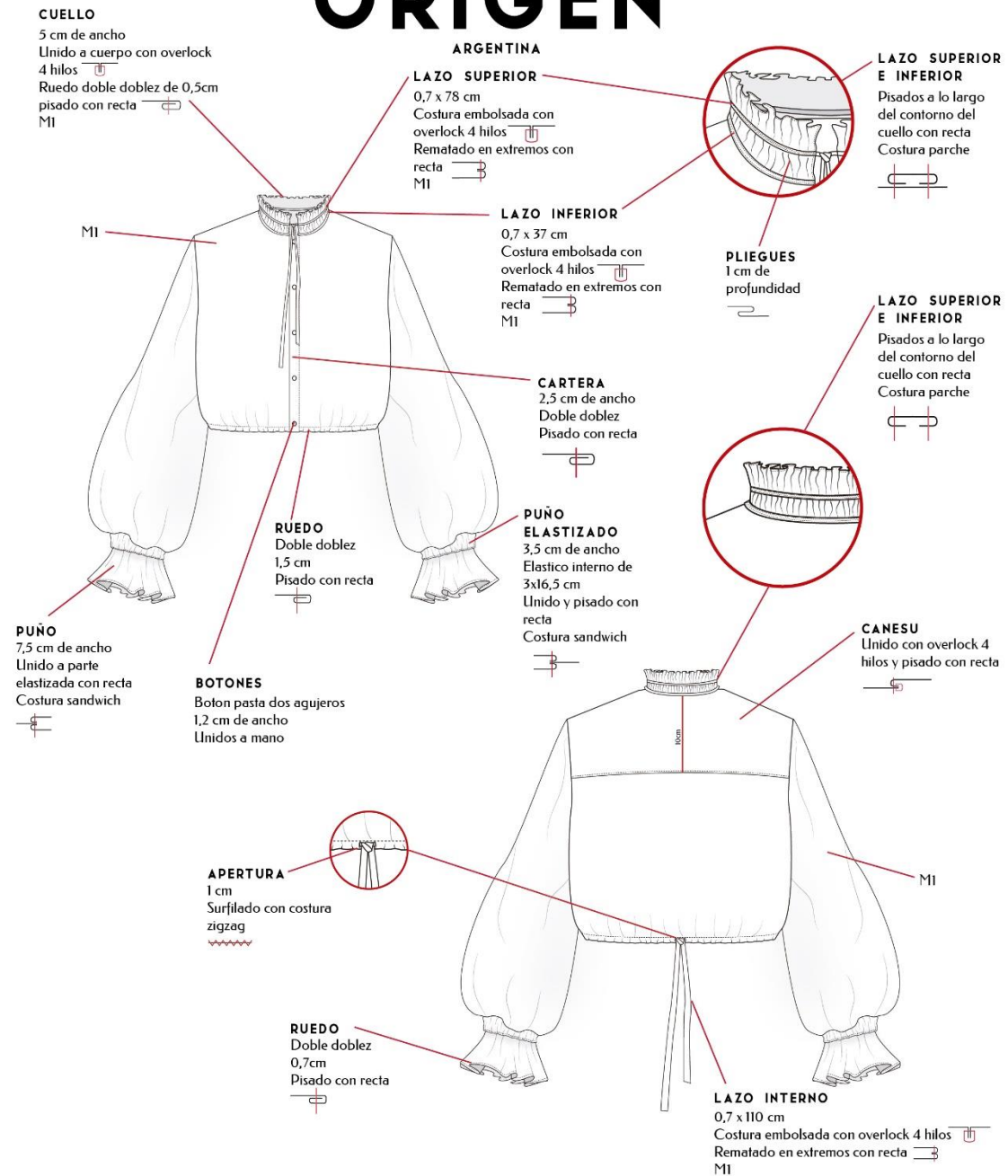
ARGENTINA



Materiales	Avios	Procedimiento	Aclaraciones
Mt: Cuero curtido engrasado negro	Hebilla de zamak plata vieja de 4,1 x 5x4 cm con pase de 3 cm Pasacintos de zamak plata vieja de 3,6x1 cm 2 remaches de 1 cm de zamak plateado Monedas antiguas argentinas enchapadas (aprox.45)	Moldado Cortado Remachado Pegado Quemado (para quitar imperfecciones del corte)	Todo el cinturón está realizado en M1

7.1.7 Conjunto 7:

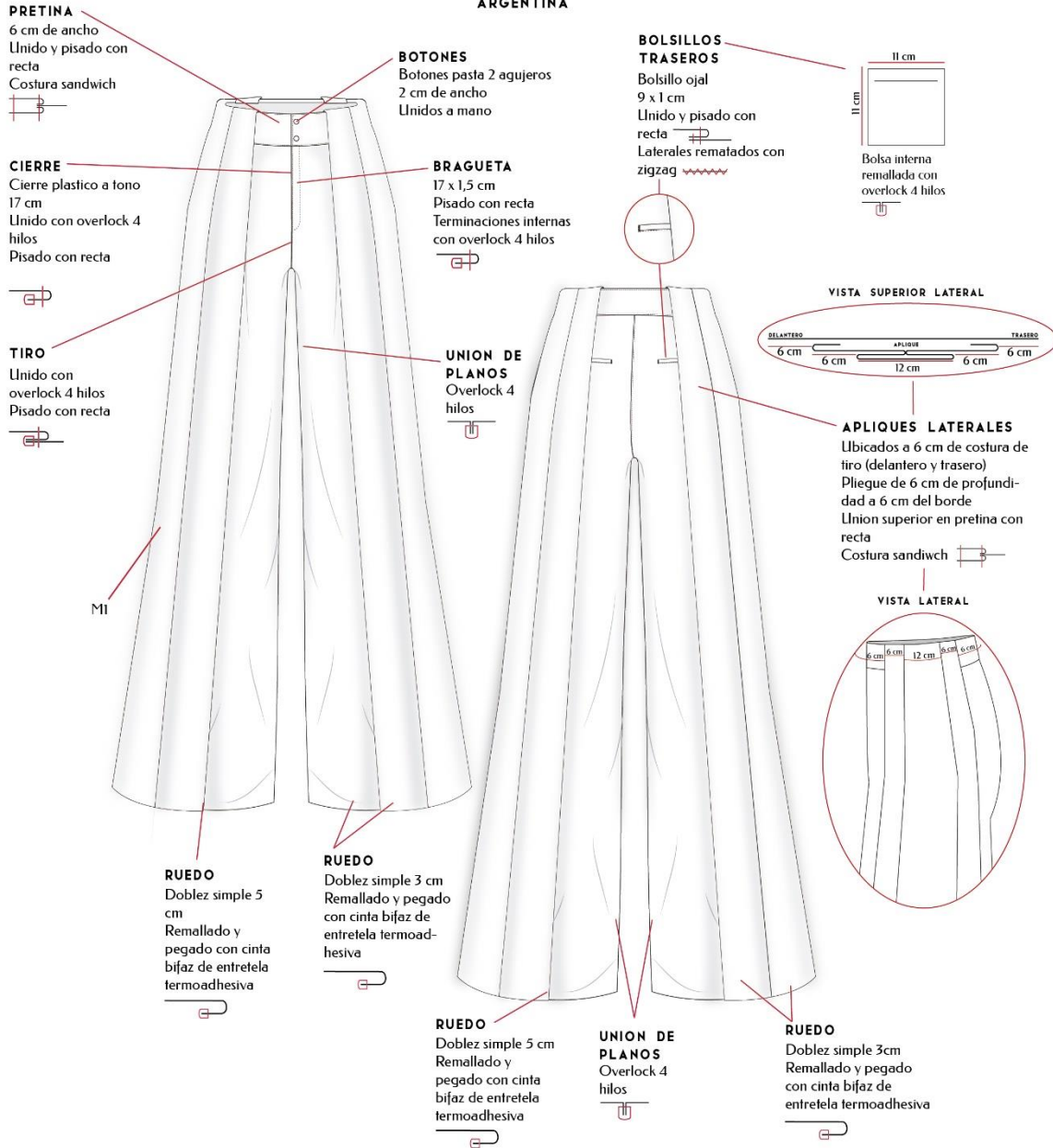
ORIGEN



Materiales	Avisos	Maquinarias	Aclaraciones
MI: Batista	Elastico blanco de 3 cm de ancho 7 botones pasta 2 agujeros blancos	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliéster blanco (a tono) Toda la prenda esta realizada con MI

ORIGEN

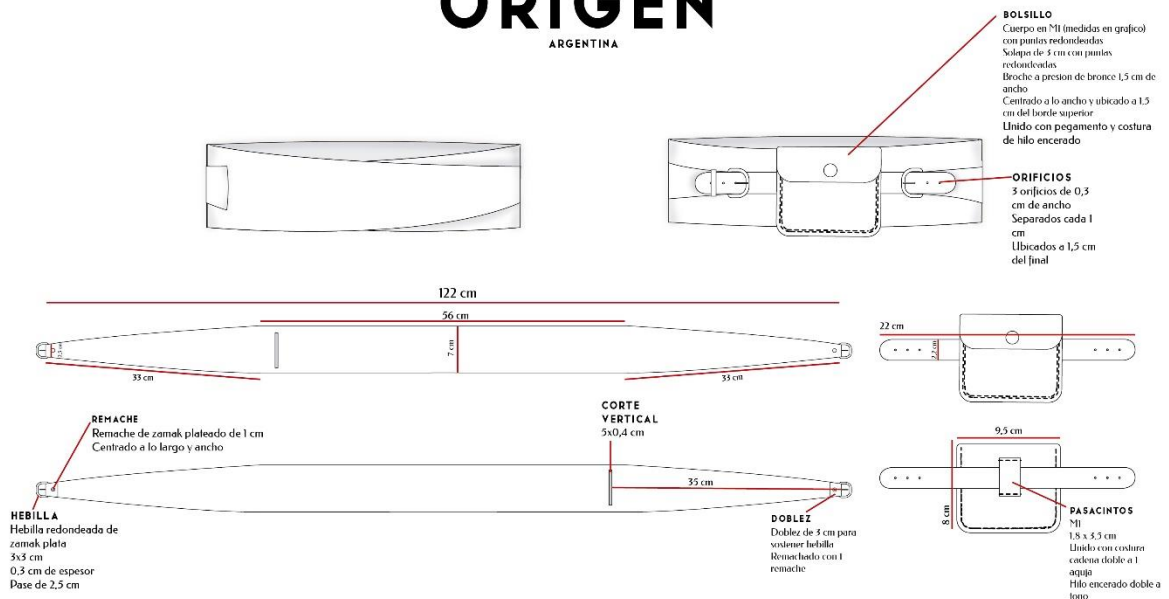
ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
MI: Bengalina	Cinta bifaz de entretela termoadhesiva Cierre plastico marron (a tono) 17 cm 2 botones pasta 2 agujeros 2 cm de ancho marrones (a tono)	Overlock 4 hilos Recta	Cosar con hilo de poliester marron (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda esta realizada en MI

ORIGEN

ARGENTINA

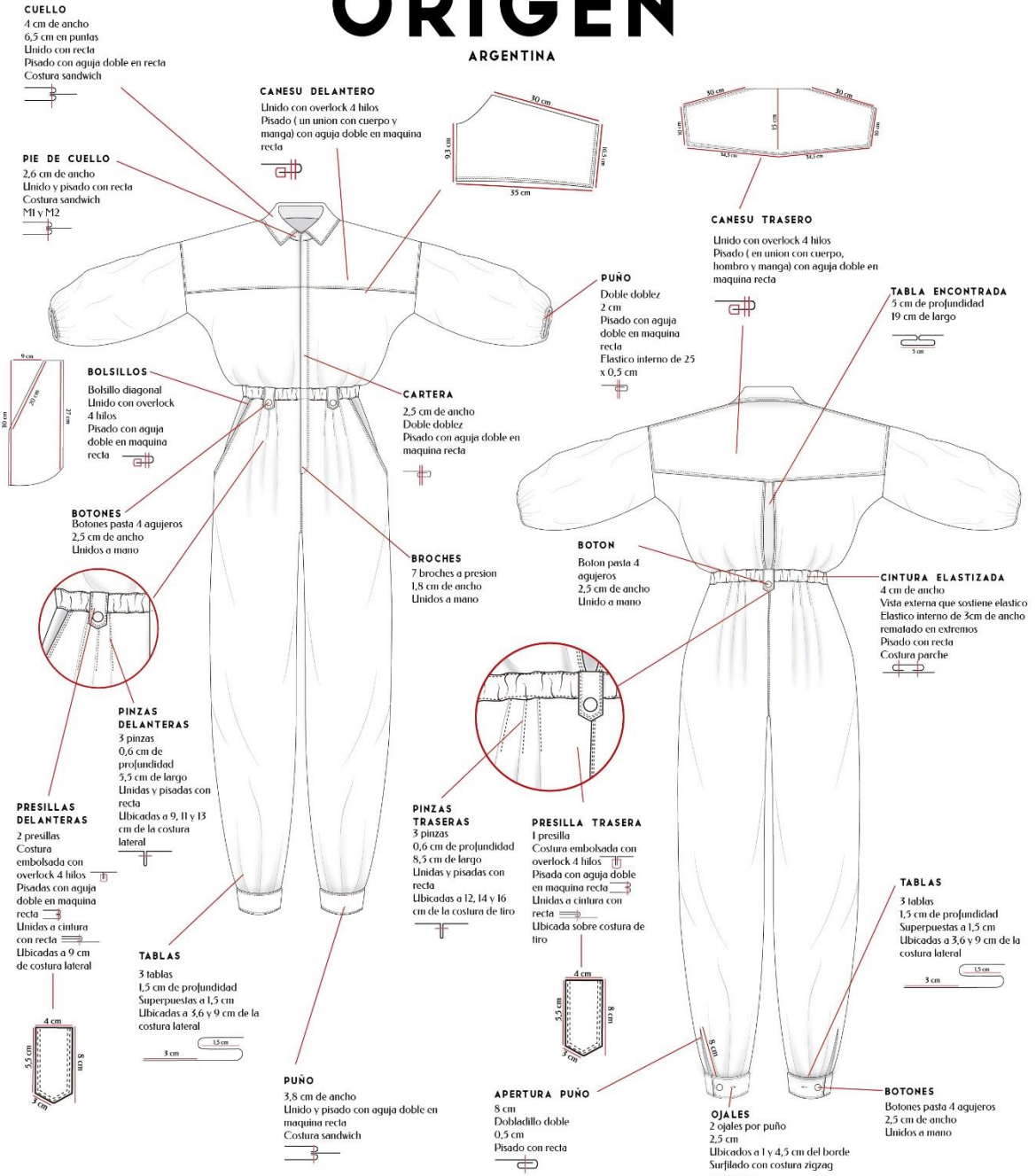


Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Cuero curtido engrasado chocolate	2 hebillas redondeadas de zamak plata 3x3 cm pase de 2,5 cm 2 remaches de 1 cm de zamak plateado Broche a presion de bronce 1,5 cm de ancho	Moldado Cortado Pegado Cosido Remachado Quemado (para quitar imperfecciones del corte) Quemado de hilos	Todo el cinturón esta realizado en M1

7.1.8 Conjunto 8:

ORIGEN

ARGENTINA



Materiales	Avios	Maquinarias	Aclaraciones
M1: Bengalina	7 broches a presión negros de 1,8 cm de ancho 4 botones pasta 4 agujeros 2,5 cm de ancho verdes (a tono) Elastico negro de 3 cm de ancho	Overlock 4 hilos Recta	Coser con hilo de poliéster verde (a tono) Asentar pliegues y costuras con plancha Toda la prenda está realizada con M1

ORIGEN

ARGENTINA

REMACHES

5 remaches de zamak plateado de 1 cm de ancho para sostener bolsillo
Separados entre sí por 1 cm
Ubicados a 5 cm del borde delantero y a 1 cm de borde superior/inferior respectivamente

HUESO

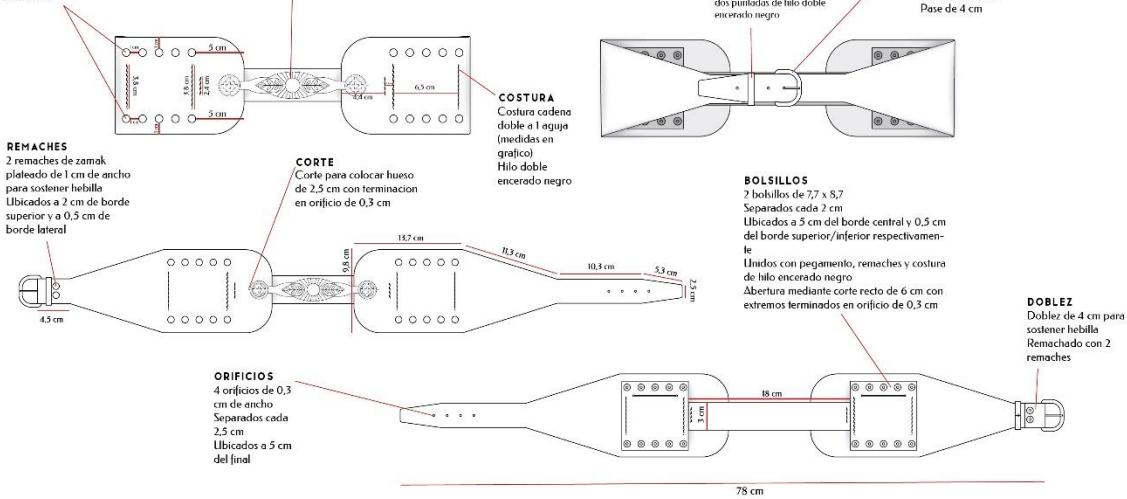
"Hueso" de rastra de zamak plata
13 cm de largo
2,5 cm de ancho en extremos
1,7 cm de ancho en centro

PASACINTOS

Mi
1,3 cm de ancho
10,5 cm largo total
Unido en parte interna por dos puntadas de hilo doble encerado negro

HEBILLA

Hebilla redondeada de zamak plata
4 x 5 cm
0,3 cm de espesor
Pase de 4 cm



Materiales	Avios	Procedimiento	Aclaraciones
MI: Cuero curtido engrasado negro	Hebilla de zamak plata 4x5 cm con pase de 4 cm 22 remaches de 1 cm de zamak plateado Hueso de rastra de zamak plata de 13 x 2,5 cm	Moldado Cortado Pegado Costado Remachado Queimado (para quitar imperfecciones del corte) Queimado de laterales	Todo el cinturón está realizado en MI

7.2 Carta de materiales y texturas

TEXTILES



AVIOS



RECURSOS Y TEXTURAS



7.3 Prototipos

7.3.1 Conjunto 1











7.3.2 Conjunto 3









7.3.3 Conjunto 6











7.3.4 Conjunto 8











Capítulo 8: Propuesta Final de Marca

8.1 Identidad de Marca

El nombre elegido para la marca es “ORIGEN Argentina”. La primera palabra (origen) es corta y con presencia, y refleja el principal objetivo de esta investigación: esa vuelta o conocimiento de los orígenes de nuestra cultura. La segunda palabra (Argentina) sirve para localizar ese “origen” del cual estamos hablando, nombrando cual es el “país” de nuestra marca país.

La tipografía usada para el logotipo es “San Marino”, ya que da un aspecto minimalista y moderno, sin dejar de ser clásico, que busca transmitir la colección.

ORIGEN
ARGENTINA

8.2 Etiqueteria y packaging

8.2.1 Etiquetas internas

Etiqueta de 4x2 cm sublimada con tinta negra en cinta de raso



Etiquetas internas indicando composición, instrucciones de lavado y significado/valor de la prenda



8.2.2 Etiquetas externas

Etiqueta principal con logo y etiqueta trasera para crear consciencia de la marca y sus objetivos culturales





8.2.3 Packaging

Packaging primario: Bolsa de 30x25 cm para prendas y de 25x15 cm para accesorios. Realizada en lienzo, sin solapa y con lazo para cerrarla y adaptarla según los distintos tamaños de las prendas. Logo estampado con serigrafía.



Packaging secundario: Caja de papel kraft de 32x28 cm, 38x26 cm y 22x22 cm según sea necesario. Protege las prendas y, sobre todo, los accesorios de golpearse, marcarse o dañarse. También sirve para envíos online.



8.3 Estrategias Productivas

Se pretende mantener una producción local, tanto de proveedores como de mano de obra (dando trabajo y capacitación a personas desempleadas y artesanos que quizás no tienen tanto reconocimiento), producir pocas unidades de cada prenda, estimando 10 unidades por talle (S,M,L), para que no sea un producto masivo y lanzar nuevos artículos o capsulas cada dos meses.

8.4 Estrategias Comerciales

8.4.1 Comunicación:

La marca tendrá una participación activa en redes (Instagram y Facebook) para mostrar de manera atractiva el “detrás de escena” de la marca, sus valores, el proceso productivo, los significados de cada prenda, las tradiciones argentinas, quienes crean las prendas, como se idean y materializan, etc. con el objetivo de que los clientes se involucren y conozcan los significados y la procedencia de lo que usan, creando un vínculo más cercano e incluyendo estos conceptos en el día a día y en la información que muchas veces consumimos automáticamente.

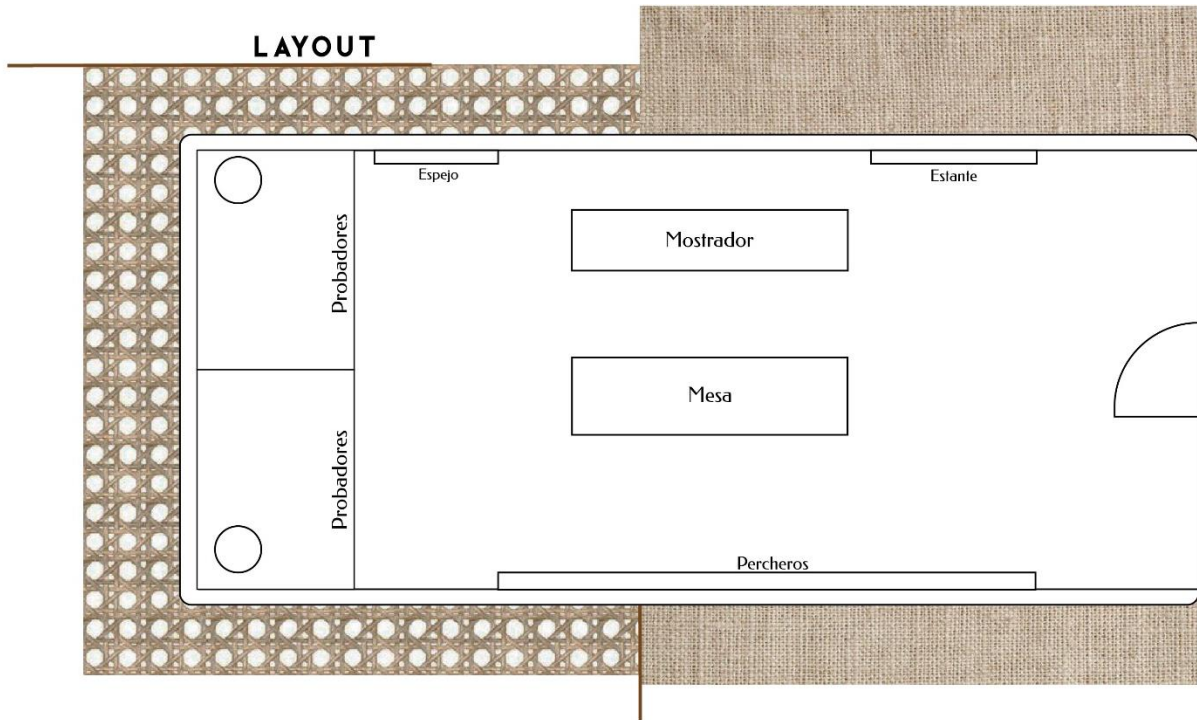
8.4.2 Comercialización:

La colección se encontrará disponible para compras por internet, con envíos internacionales, de manera que no solo sea accesible para argentinos, sino también para que personas extranjeras tengan la oportunidad de consumir un producto autóctono y conocer más sobre nuestra cultura. Además, es un medio de venta ideal para el comienzo de la marca, ya que no tiene una inversión inicial tan grande.

En cuanto al punto de venta se propone, en un principio, participar de ferias de diseño argentino (por ejemplo puro diseño) o vender los productos en tiendas culturales (ubicadas generalmente en centros culturales o museos de historia) en los puntos turísticos de cada provincia. Una vez que la marca esté consolidada, se abrirá un local o showroom propio (de acuerdo al capital disponible) que refleje fielmente los valores y la estética de la marca durante la experiencia de compra con el cliente. En todos estos puntos se pretende igualmente mantener una estética cuidada y uniforme.



LAYOUT



Capítulo 9: Análisis de costos

En relación a las prendas diseñadas, se realizó un análisis aproximado de los costos de producción y comercialización de las mismas. Se consideró el valor de la materia prima, mano de obra, avíos, etiquetería, packaging y un margen de ganancia de un 100%. Sin embargo, los importes estimados pueden variar, ya que se tuvieron en cuenta precios minoristas, por lo cual al realizar una producción más grande, los mismos disminuirían (economía de escala.)

Podemos comprobar que es una propuesta viable con precios sumamente accesibles en comparación a los de marcas afines, como por ejemplo GAUCHO Buenos Aires, cuyas prendas y accesorios rondan los U\$S70 y U\$S1000 (aproximadamente \$6400 y \$91000).

Tabla N° 6: Costos camisas. Fuente: Elaboración propia

Costos camisas							
	Materiales	Mano de obra (corte y confección)	Avíos	Etiquetería	Packaging	Margen de ganancia	Precio final (redondeado)
Camisa Buenos Aires	\$800 (textil +estampado)	\$500	\$12	\$100	\$150	100%	\$3300
Top Chaco	\$700	\$600		\$100	\$150	100%	\$3000
Camisa Cordoba	\$1400	\$650	\$13,6	\$100	\$150	100%	\$4630
Camisa Entre Rios	\$500	\$500	\$25	\$100	\$150	100%	\$2550
Camisa Jujuy	\$600	\$600	\$32,5	\$100	\$150	100%	\$2900
Blusa La Rioja	\$1300	\$400	\$21,8	\$100	\$150	100%	\$3950
Blusa Misiones	\$898	\$500	\$40	\$100	\$150	100%	\$3320

Tabla N° 7: Costos pantalones y monoprenda. Fuente: Elaboración propia

Costos pantalones y monoprenda							
	Materiales	Mano de obra (corte)	Avíos	Etiquete- ría	Packaging	Margen de ganancia	Precio final (redondeado)

		y confección)					
Pantalón Rio Negro	\$1100	\$700	\$58	\$100	\$150	100%	\$4220
Pantalón Neuquen	\$1500	\$850	\$138	\$100	\$150	100%	\$5480
Pantalón Mendoza	\$1800	\$850	\$128	\$100	\$150	100%	\$6060
Pantalón Formosa	\$1100	\$700	\$44	\$100	\$150	100%	\$4200
Pantalón La Pampa	\$1200	\$600	\$85	\$100	\$150	100%	\$2150
Pantalón Chubut	\$1450	\$600	\$99	\$100	\$150	100%	\$4800
Pantalón Corrientes	\$1380	\$600	\$105	\$100	\$150	100%	\$4670
Monopre nda Salta	\$1950	\$940	\$314	\$100	\$150	100%	\$6900

Tabla N° 8: Costos accesorios. Fuente: Elaboración propia

Costos accesorios							
	Materiales	Mano de obra (corte, armado y terminaciones)	Avíos	Etiqueteria	Packaging	Margen de ganancia	Precio final (redond eado)
Cinturón San Juan	\$500	\$1000	\$500	\$80	\$150	100%	\$4460
Culero Santa Cruz	\$700	\$1300	\$950	\$80	\$150	100%	\$6360
Culero San Luis	\$700	\$1300	\$650	\$80	\$150	100%	\$5760

Cinturón Santa Fe	\$700	\$1090	\$480	\$80	\$150	100%	\$5000
Cinturón Santiago del Estero	\$800	\$1300	\$150	\$80	\$150	100%	\$5000
Cinturón Tierra del Fuego	\$300	\$800		\$80	\$150	100%	\$2660
Cinturón Tucumán	\$600	\$1100	\$550	\$80	\$150	100%	\$5000
Faja Catamarca	\$800	\$1200	\$300	\$80	\$150	100%	\$5060

Capítulo 10: Conclusiones

Luego de investigar en base a los interrogantes planteados en un primer momento acerca de la indumentaria y costumbres gauchescas, podemos concluir que el proyecto resultante es viable y servirá para mantener vigentes las raíces de nuestra identidad.

Gracias a los datos recabados, pudimos adentrarnos en la cultura e indumentaria del gaucho, detectando a lo largo del tiempo numerosas variaciones en sus vestimentas y percepciones. Sin embargo, se confirmó que su papel como figura emblemática de la cultura argentina se mantiene constante hasta la actualidad.

A partir de las entrevistas conocimos la opinión de personas que siguen manteniendo este estilo de vida, y con las encuestas logramos conocer los requerimientos de nuestro público objetivo. En base a estos resultados, y sumando la observación y análisis de imágenes, pudimos seleccionar las características y ejes principales para el posterior diseño de producto.

Como resultado, se creó una colección urbana y contemporánea que mantiene los rasgos distintivos de nuestra cultura, combinados con materiales y tipologías contemporáneas. Paralelamente, se desarrolló una imagen de marca que promueve el conocimiento de nuestra historia, revalorizando nuestra identidad nacional e involucrando al cliente en el significado de cada prenda.

A futuro, se podría investigar más acerca de las estampas gauchescas, para incorporarlas y agregar mayor variedad a la colección. Además, sería importante mejorar la selección de proveedores, para para lograr menores costos y hacer la marca más accesible a nivel económico.

Referencias Bibliográficas

- Adamovsky, E. (Junio 2018). Criollismo, experiencia popular y política: el gaucho como emblema subversivo. *Anuario del Instituto de Historia Argentina*. Vol. 18. Núm. 1. ISSN: 2314-257X. P. 1-22. Recuperado de <https://doaj.org/article/662e854d35b949ada1d69518aadafa38>
- Arévalo, J.M. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, Vol. 60, Núm. 3., págs. 925-956. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1125260>
- Assunção o, F. (2016). *Pilchas criollas: usos y costumbres del gaucho*. Primera edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, Grupo Editorial Claridad
- Cerutti, A. y González, C. (2008), (pp. 77-79). Identidad e identidad nacional. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la universidad del Comahue*, Núm. 14, págs. 77-79. Recuperado de <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/extension/publifadecs/revista/revista14/08-Cerutti&Gonzalez.pdf>
- Colzani, G. (Marzo 2014). Entramado moda y diseño en Latinoamérica. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos. ISSN-e 1668-0227, Núm. 47 , págs. 151-162. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=9324&id_libro=459
- Cunca, R. (Abril 2019). Diseño, Identidad y Producción Local. *I+Design*, Vol. 14. Recuperado de http://www.disenio.uma.es/i_diseno/i_diseno_14/CUNCA_Raul.html#sdfootnote1sym
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Barcelona, España, Editorial Paidós.

- Francisco Amat, A. y Moliner Miravet, L. (Agosto 2011). Porque la visibilidad importa. Una propuesta para trabajar la diversidad sexual en la ESO a través de la educación en medios. *Revista de educación inclusiva*. Vol. 4, Núm. 2, págs. 149-160. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3957906>
- Garavaglia, J.C., (2003). Gauchos: identidad, identidades. *América: Cahiers du CRICCAL, Memoria y cultura en América Latina*. Vol. 1, Núm. 30, págs. 143-151. Recuperado de http://anaforas.fic.edu.uy/jspui/bitstream/123456789/41528/1/ameri_0982-9237_2003_num_30_1_1615.pdf
- García Canclini, N. (Enero 2005). Todos tienen cultura ¿Quiénes pueden desarrollarla? En Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005. Recuperado de <http://www.congresoed.org/wp-content/uploads/2014/10/Canclini-Cultura-desarrollo.pdf>
- Giordano, M. (Noviembre 2009). Nación e identidad en los imaginarios visuales de la Argentina. Siglos XIX y XX. *Consejo Superior de Investigaciones Científicas ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. Vol. 185 Núm. 740. P. 1283-1298. Recuperado de <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/395>
- Huber, L. (Abril 2002). *Consumo, cultura e identidad En el mundo globalizado: Estudios de caso en los andes*. Primera edición. Lima, Perú. IEP Instituto de Estudios Peruanos. Recuperado de <http://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/554>
- Molano, O.L., (Mayo 2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, Núm. 7, pp. 69-84. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Morace, F. (2009) *La estrategia del colibrí*. Madrid, España: Editorial Experimenta

Porrúa, M (Marzo 2014). Claves de identidad del programa Identidades Productivas. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, ISSN-e 1668-0227, Núm. 47, 2014, págs. 125-150. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=459&id_articulo=9322

Sánchez Baixauli, C. (2017). *Las consecuencias de la tendencia en moda ungendered en el cambio de esteoreotipos y la difuminación entre las líneas divisorias entre géneros* (Trabajo final de grado en Publicidad y Relaciones Públicas). Universitat Jaume I, Castellón de la Plana. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/169048>

Sánchez, S.J. (Mayo 2010). El aporte del “criollismo” a la forja de la identidad Nacional argentina. *Tinkuy: Boletín de investigación y debate* (Ejemplar dedicado a: Ética, lenguaje y pueblos indígenas. Perspectivas latinoamericanas), Núm. 12, Págs. 199-215. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3304093>

Villanueva, S. (2018). Las metamorfosis del gaucho. Círculos criollos, tradicionalistas y política en la provincia de Buenos Aires 1930-1960. *Cuadernos de Antropología Social*. Núm. 48, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180957654009>

Índice de Figuras

Figura N°2. Elaboración propia con Adobe Illustrator en base a ilustraciones de Assunção o, F.

(2016). *Pilchas criollas: usos y costumbres del gaucho*. Primera Edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Grupo Editorial Claridad.

Figura N°1. Elaboración propia con Adobe Illustrator en base a ilustraciones de Assunção o, F.

(2016). *Pilchas criollas: usos y costumbres del gaucho*. Primera Edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Grupo Editorial Claridad.

Figura N° 3. Elaboración propia con Adobe Illustrator en base a ilustraciones de Assunção o, F.

(2016). *Pilchas criollas: usos y costumbres del gaucho*. Primera Edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Grupo Editorial Claridad.

Figura N°4. Elaboración propia con Adobe Illustrator en base a ilustraciones de Assunção o, F.

(2016). *Pilchas criollas: usos y costumbres del gaucho*. Primera Edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Grupo Editorial Claridad.

Índice de Tablas

Tabla N° 1. Ficha técnica entrevista. Fuente: elaboración propia

Tabla N° 2. Ficha técnica encuesta. Fuente: elaboración propia

Tabla N° 3. Ficha técnica observación. Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 4. Programa de diseño. Fuente: elaboración propia

Tabla N° 5. Plan de trabajo. Fuente: elaboración propia

Tabla N° 6. Costos camisas. Fuente: elaboración propia, datos recabados por el autor

Tabla N° 7. Costos pantalones. Fuente: elaboración propia, datos recabados por el autor

Tabla N° 8. Costos accesorios y abrigos. Fuente: elaboración propia, datos recabados por el autor

Tabla N° 9: Análisis de imágenes de “Gauchos, primeras postales fotográficas del sXX”. Elaboración propia en base a imágenes extraídas de Masotta, C. (2011). *Gauchos en las primeras postales fotográficas argentinas del s. XX. Segunda Edicion.* Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. La marca editora.

Tabla N° 10: Análisis de imágenes de “Almanaque de alpargatas”. Elaboración propia en base a imágenes extraídas de “Almanaque de alpargatas” de Molina Campos, F. Fuente: <https://ilustracion.fadu.uba.ar/2015/11/08/almanaque-alpargatas-florencio-molina-campos/>

Tabla N° 11: Análisis de imágenes de Aldo Sessa. Elaboración propia en base a imágenes de Aldo Sessa. Fuente: <http://www.aldosessa.com.ar/>

Tabla N° 12: Análisis de imágenes de “Goofy se hace gaucho”. Elaboración propia en base a imágenes extraídas de “Goofy se hace gaucho”. Fuente:

<https://www.youtube.com/watch?v=YZbhSQDEKc0> y

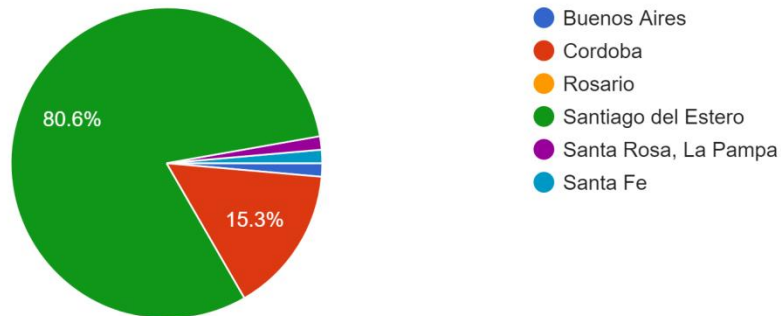
<https://www.youtube.com/watch?v=n3rz8vEW3vl>

Anexos

Resultados encuesta anónima

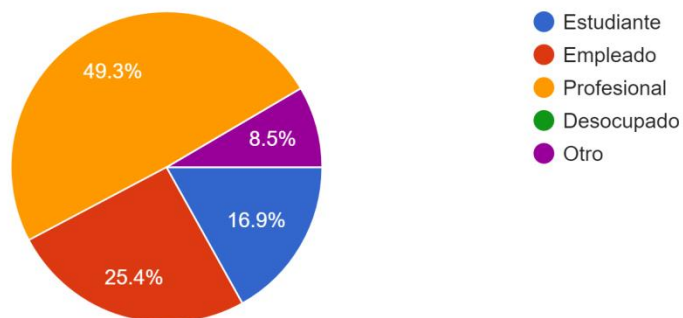
1. ¿Cuál es tu lugar de residencia?

72 respuestas



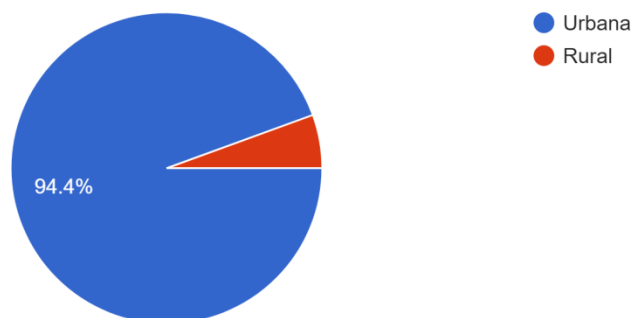
2. ¿Que ocupación tiene?

71 respuestas



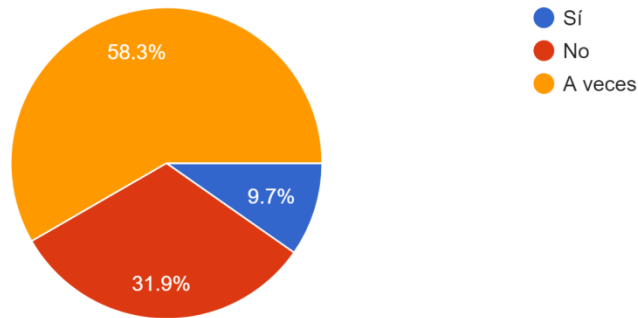
3. ¿Cómo es la zona en la que vive?

72 respuestas



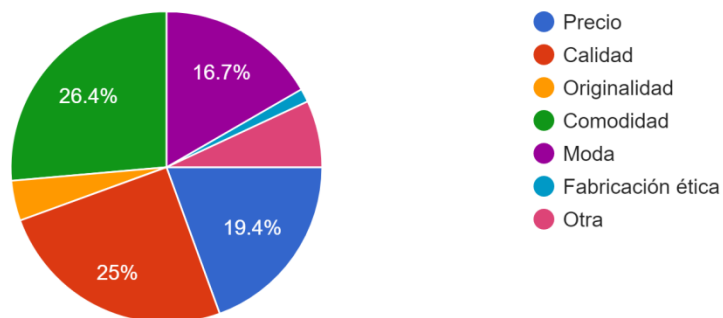
4. ¿Conoce la procedencia de las prendas que compra?

72 respuestas



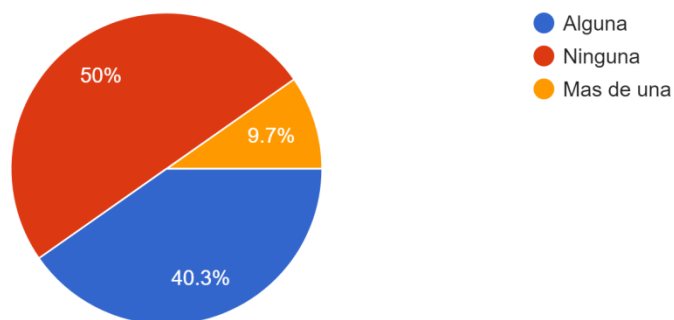
5. Al momento de comprar indumentaria, prioriza:

72 respuestas



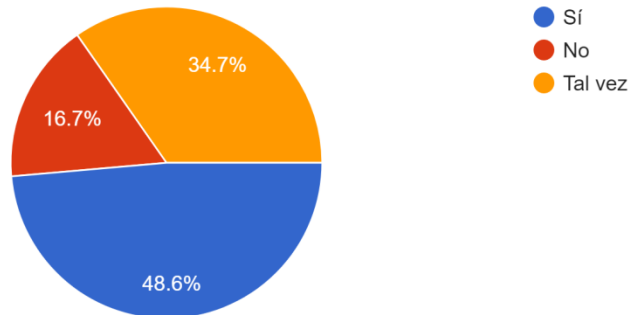
6. ¿Tiene prendas de indumentaria que considere "autóctonas"? (relacionadas a la cultura tradicional...mbachas de gaucho, botas, alpargatas)

72 respuestas



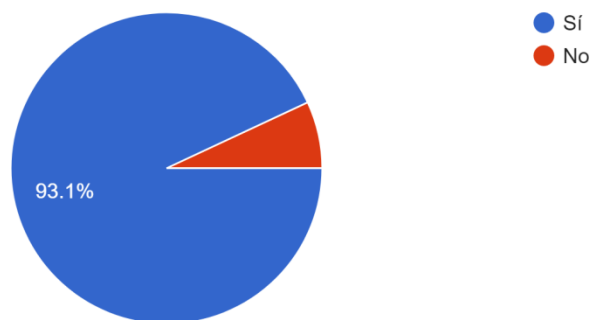
7. ¿Le interesaría usar ropa inspirada en la vestimenta tradicional argentina?

72 respuestas



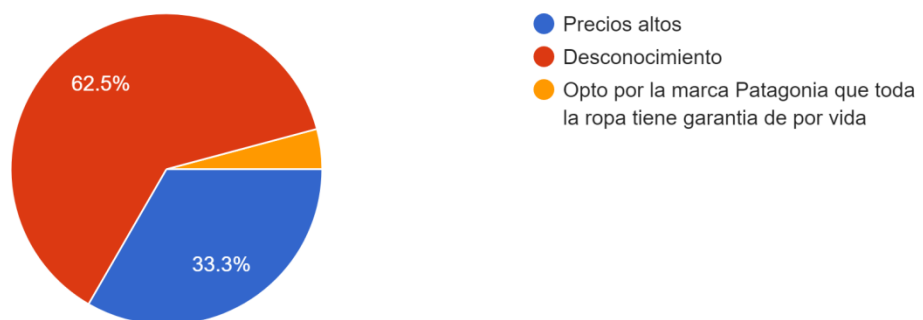
8. ¿Consume indumentaria de marcas argentinas?

72 respuestas



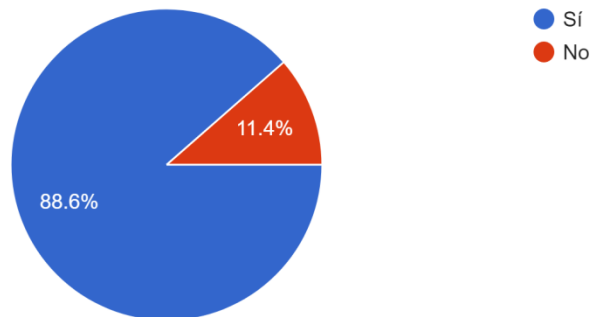
9. Si no lo hace, ¿por qué?

24 respuestas



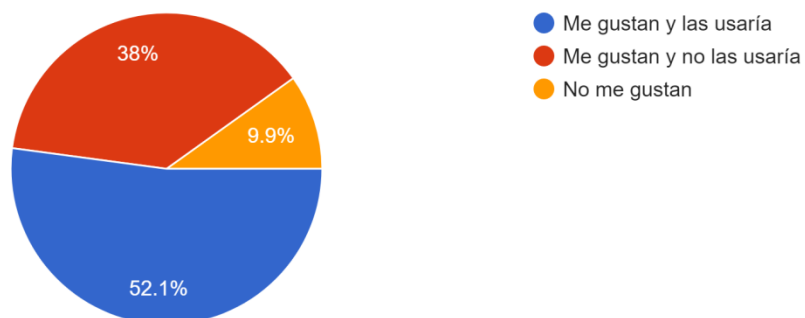
10. Al momento de salir de compras, ¿considera que todos los locales venden ropa parecida?

70 respuestas



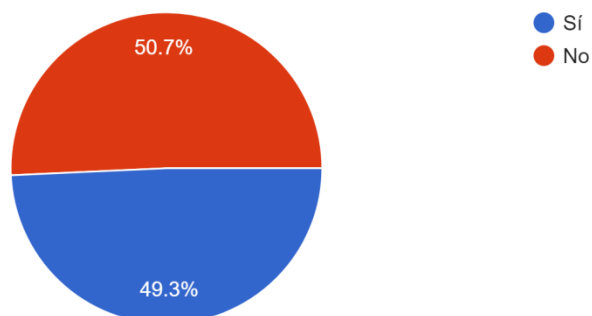
11. ¿Qué opinión tiene sobre las vestimentas “de campo”? (polleras largas, bombachas, alpargatas, camisas, ponchos, etc.)

71 respuestas



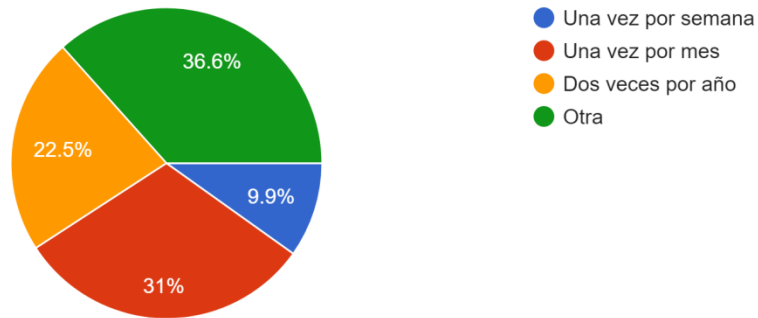
12. ¿Le gustaría usar indumentaria del sector masculino?

69 respuestas



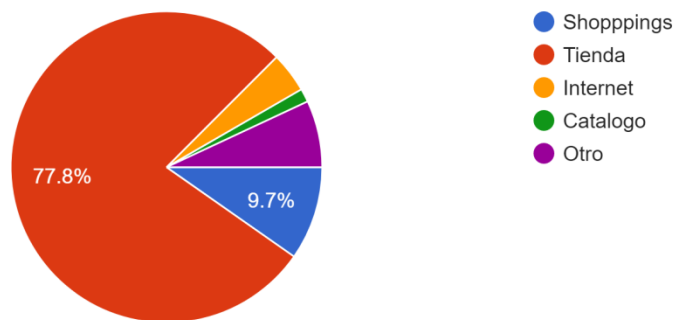
13. ¿Con qué frecuencia compra ropa?

71 respuestas



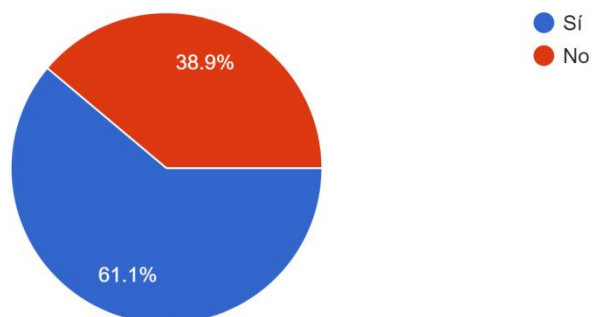
14. ¿Dónde compra ropa?

72 respuestas



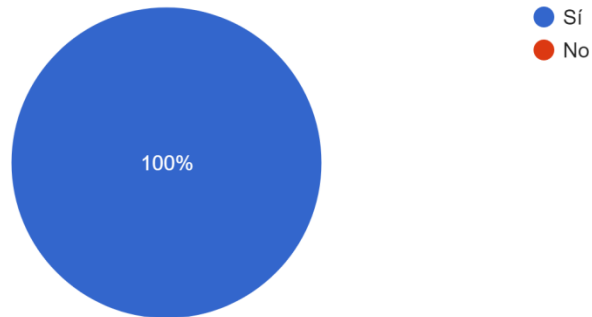
15. ¿Conoce alguna marca de indumentaria inspirada en los gauchos?

72 respuestas



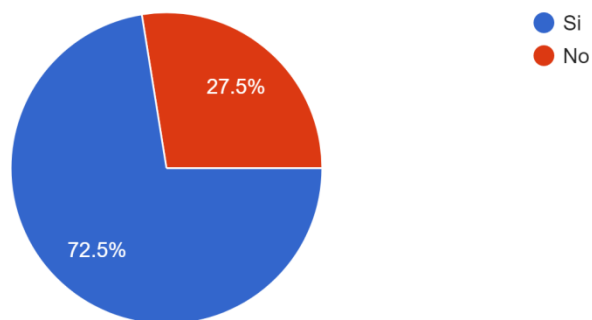
16. ¿Considera que el gaucho es un emblema de la cultura e identidad argentina?

72 respuestas



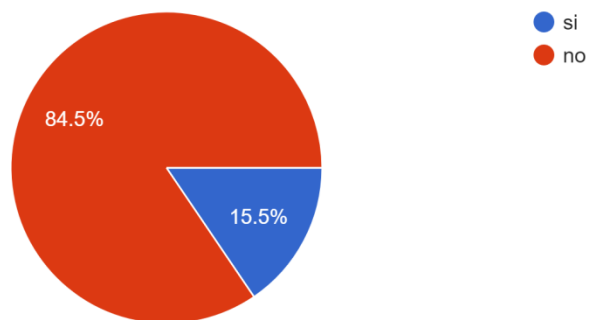
17. ¿Cree que la imagen que tiene sobre el gaucho esta estereotipada?

69 respuestas



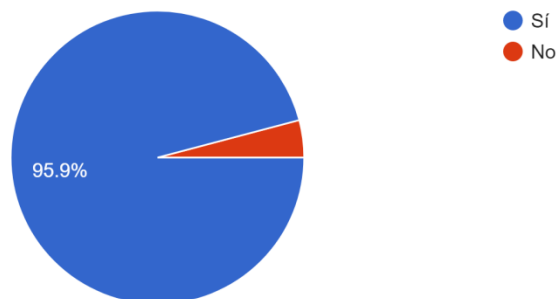
18. Cuando ve a alguien con vestimentas "gauchescas", ¿piensa que esta disfrazado?

71 respuestas



19. ¿Considera que es importante mantener vigentes los orígenes de nuestra cultura?

73 respuestas



Entrevistas

Entrevista 1: Realizada a Federico López Alzogaray (56 años), presidente del superior tribunal de justicia de Santiago del Estero y presidente de la federación gaucha de la misma provincia.

- **¿Quiénes forman parte de la federación de gauchos?** Las agrupaciones gauchas de cada provincia
- **¿Con qué objetivo se fundó?** Sostener la identidad Nacional.
- **¿Qué actividades realizan?** Toda actividad de orden tradicionalista: recordación de Fechas Patrias, desfiles, homenajes.
- **¿Cuáles son sus intereses?** Difundir el ideario del gaucho, gran símbolo de unidad de los argentinos.
- **¿Por qué se visten como gauchos?** Porque es el traje que usaron los gauchos (pastor ecuestre) al tiempo de las luchas por la Independencia y organización Nacional.
- **¿Qué opinan de la indumentaria gauchesca?** Que es una indumentaria cómoda y óptima para montar a caballo y tiene un sentido nacional.
- **¿En dónde compran sus prendas?** Se las hace confeccionar o en casa de venta (Talabarterías o Pilcherías.)
- **¿Creen que siguen existiendo los gauchos?** Si, en muchas zonas del país, sobre todo en las más aisladas.

- **¿Consideran que la figura del gaucho como emblema nacional se está perdiendo?** No, basta ver los desfiles.
- **¿Cómo eran los gauchos antes y como son ahora?** Como era la gente de antes y de ahora, la evolución tecnológica y los cambios llegan a todos.
- **¿Qué opina de la indumentaria que se usa actualmente?** Mantiene su tipicidad con la normal evolución y adaptación.

Entrevista 2: Realizada a Manuel Brandan (56 años), director de escuela primaria de la localidad de El Rodeo, Santiago del Estero, miembro de la asociación tradicionalista gaucha.

- **¿Quiénes forman parte de la federación de gauchos?** Forman parte todos los gauchos que se reúnen en una provincia o región. Son representados por un gaucho elegido en asamblea.
- **¿Con que objetivo se fundó?** El objetivo con el que se fundo es lograr mejoras y beneficios para sus integrantes. Es una asociación sin fines de lucro que busca mantener la vigencia de la cultura criolla.
- **¿Qué actividades realiza?** Mi rol dentro de la asociación es participar en eventos, desfiles, con menor frecuencia que antes (cuando tenía un campo). Sin embargo, aún sigo desempeñando algunas destrezas como castrar animales voluntariamente (chanchos, caballos, por ejemplo), ya que los honorarios de un veterinario son muy elevados.
- **¿Qué opinan de la indumentaria gauchesca?** La indumentaria gauchesca varía según la región. Por ejemplo: en el norte se caracterizan por la bombacha y la corralera (chaqueta) y en el sur por la boina y bombacha. El elemento indispensable de la vestimenta del gaucho es el poncho, ya que le sirve para taparse, abrigarse, etc. Cuando uso indumentaria típica de gaucho, algunas personas lo ven como un motivo de risa, ya que no es la vestimenta que se ve comúnmente. Las prendas han ido variando: ya no se ven tantos caballos para trabajar en el campo (sino más motos o camionetas) o no se usan riendas de cuero, sino de cable. Sin embargo en los grandes establecimientos se siguen enseñando y transmitiendo estas costumbres como lo eran originariamente (se enseña a tratar a los animales, cuidar el campo, etc.)
- **¿Creen que siguen existiendo los gauchos? ¿Cómo eran los gauchos antes y como son ahora?** Si, siguen existiendo gauchos pero no son iguales a los originarios. Hoy en día

podemos ver a un gaucho con piercings u ojotas, dependiendo de la actividad que esté realizando. No es tan estricta la vestimenta y materiales, ya que inevitablemente han cambiado como consecuencia de los avances tecnológicos.

- **¿Consideran que la figura del gaucho como emblema nacional se está perdiendo?** Poco a poco se va disminuyendo el protagonismo del gaucho ya que en la actualidad también han crecido otras costumbres y se le ha dado importancia a nuevas culturas. En nuestra provincia (Santiago del Estero) se está perdiendo la importancia que se le solía dar a la agrupación. Se nos suele llamar para desfiles, pero cada vez con menos frecuencia, ya que, por ejemplo se le da mayor notoriedad a los desfiles de autos o motos antiguas.
- **¿Qué opina del rol de la “paisana” o mujer del gaucho?** La paisana no realizaba las actividades de campo, más bien se dedicaba a criar los hijos, cocinar y ser ama de casa. Es por eso que no figura individualmente en los relatos criollos o es vista como un motivo de pelea entre dos hombres.

Observación

Cuadros comparativos

Tabla N° 9: Análisis de imágenes de “Gauchos, primeras postales fotográficas del sXX”. Fuente: Elaboración propia


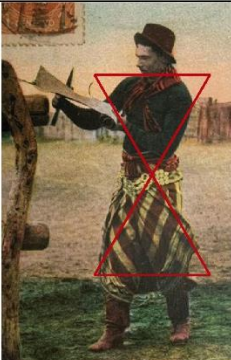
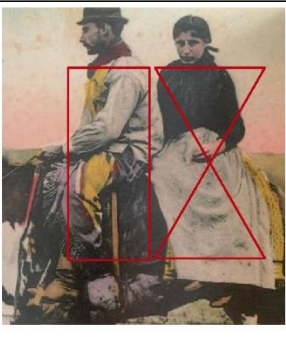




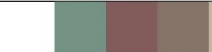
"Gauchos, primeras postales fotograficas del sXX" (recorte de imágenes del siglo 20)					
PRENDAS	Silueta				
	Tipo	Sombrero panza de burro Poncho patria Botas Chiripa No se logran ver los accesorios, solo se ve que lleva boleadoras	Camisa Chiripa Pañuelo Tirador Sombrero de pajilla	Gaucha: Sombrero de pajilla, camisa, chiripa, botas, pañuelo Paisana: camisa, pañuelo y pollera a media pierna (sin sombrero, a diferencia de lo que la investigación postula que solían usar para cabalgar)	Chaqueta Chiripa Sombrero Botas
	Color/Apariencia del textil	 Poncho de bayeta con un bordado en los bordes, calzoncillo de lino o algodón y chiripa de paño de tela de telar Sombrero de cuero (panza de burro) Botas de cuero	 Camisa de un textil fino, como puede ser algodón y chiripa rayado, probablemente de bayeta	 Gaucha: chiripa de paño de tela de telar, con flecos. Camisa de algodón y pañuelo de seda Paisana: Camisa y pollera de telas finas (algodón) y lisas	 La chaqueta tiene un textil más grueso que el chiripa, aparentemente pana y el chiripa de una tela más fina como algodón Botas de cuero
	Largos	Calzoncillo y chiripa largos hasta el tobillo Poncho hasta media pierna	Camisa de mangas largas Chiripa hasta media pierna	Gaucha: chiripa hasta media pierna y camisa de mangas largas Paisana: Pollera hasta media pierna y camisa mangas largas	Chaqueta de mangas largas y chiripá hasta media pierna
Situación de uso	Descansando junto a un caballo	Afilado de un cuchillo	Montando a caballo	Montando a caballo	

Tabla N° 10: Análisis de imágenes de "Almanaque de alpargatas". Fuente: Elaboración propia




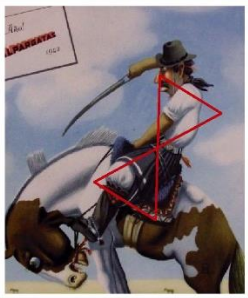
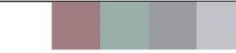



"Almanaques de alpargatas" (recorte de imágenes de los años 1940 a 1962)					
PRENDAS	Siluetas				
	Tipo	Camisa Pollera a media pierna Alpargatas	Sombrero Pañuelo Poncho apala Calzoncillo Tirador Chiripa Botas	Sombrero Pañuelo Camisa Chiripa Calzoncillo Bota de potro	Sombrero Pañuelo Camisa Tirador Chiripa Calzoncillo Botas
	Color / Apariencia del textil	 Textiles finos, probablemente de algodón, muy sencillos y de colores lisos. Alpargatas de loneta	 Poncho de lanilla rayado, sombrero de pajilla, botas aparentemente de cuero, calzoncillo de alguna tela fina como algodón o lino y chiripa de bayeta. Botas de cuero	 Camisa y calzoncillo de telas finas, Chiripa de bayeta o paño de tela de telar, pañuelo de seda, sombrero de pajilla y botas de potro (sin cubrir los dedos)	 Pañuelo aparentemente de seda. Camisa y calzoncillos de algodón. Chiripa de bayeta. Botas de cuero. Tirador de cuero con bordados
	Largos	Camisa de mangas largas y pollera a media pierna	Camisa mangas largas, poncho hasta las caderas, calzoncillo hasta los tobillos dentro de la bota y chiripa a media pierna	Camisa y calzoncillos largos. Chiripa hasta media pierna, fuera de la bota	Camisa mangas largas (arremangada), calzoncillo largo dentro de la bota y chiripa a media pierna
	Situación de uso	Cuidado del rancho	Durante una comida junto a una hoguera con otros gauchos	Doma de un caballo	Montando a caballo

Tabla N° 11: Análisis de imágenes de Aldo Sessa. Fuente: Elaboración propia





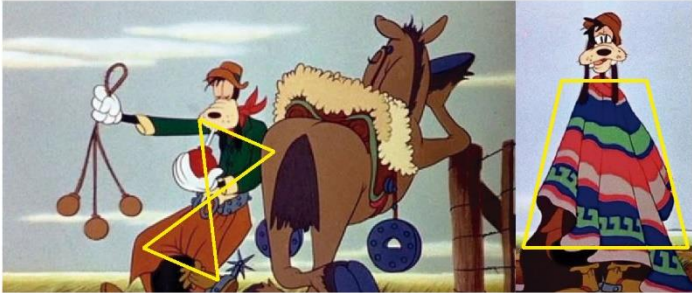

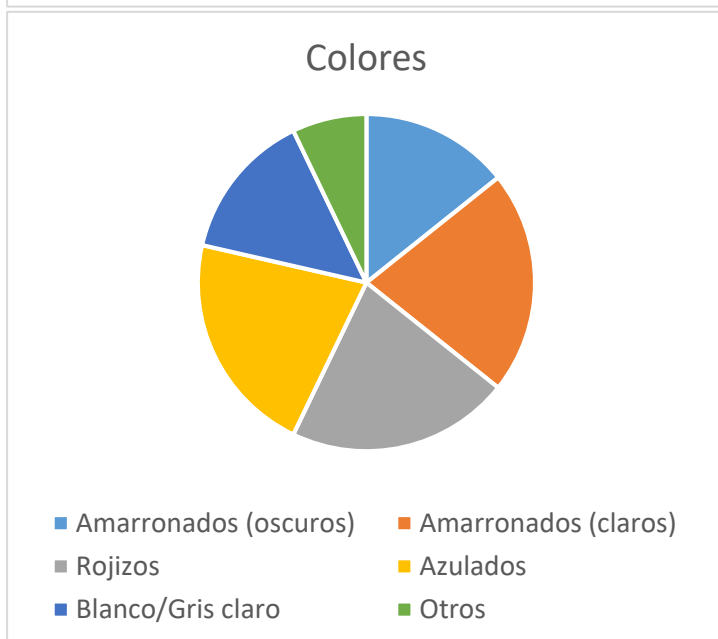
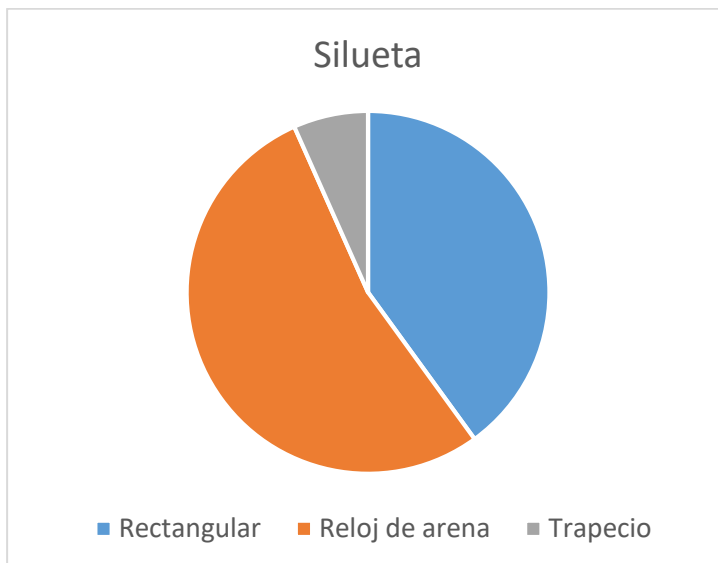
Fotografías de Aldo Sessa (recorte de imágenes de los años 1994 a 2000)					
PRENDAS	Siluetas				
	Tipo	Sombrero Chaleco Chaqueta Chiripa Botas	Sombrero Chaleco Camisa Poncho Tirador Bombacha Botas	Sombrero Camisa Tirador Culero Bombacha Botas	Boina Campera Bombacha Botas
	Apariencia del textil	Chaleco y chaqueta de textiles modernos, probablemente más livianos y elastizados. Chiripa de lana. Botas de cuero	Chaleco y camisa de textiles finos. Bombacha de gabardina. Poncho de lana. Botas de cuero	Camisa rayada, moderna, no específicamente "de gaucho". Bombacha de gabardina. Culero y botas de cuero. Tirador de cuero con "botones gauchos" (metálicos, similares a las monedas que solían llevar encima)	Boina de tela de lana o tejido. Campera a cuadros, moderna, de lana o polar. Bombacha de gabardina. Botas de cuero
	Largos	Chaqueta de mangas largas. El resto de las prendas no se ve, pero probablemente el chiripa sea a media pierna (largo tradicional)	Camisa de mangas largas y bombacha hasta el tobillo, dentro de las botas	Camisa de mangas largas. Bombacha y culero hasta el tobillo	Campera de mangas largas
Situación de uso	Montando a caballo	Mientras contempla el campo	Realizando la faena de ganado	Montando a caballo	

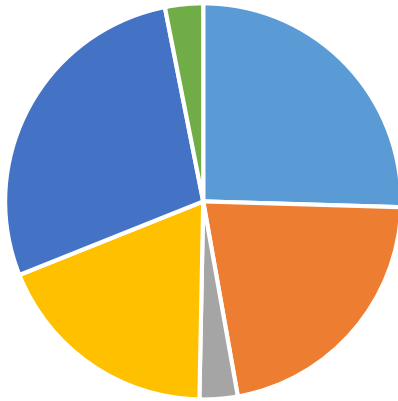
Tabla N° 12: Análisis de imágenes de "Goofy se hace gaucho". Fuente: Elaboración propia

"Goofy se hace gaucho" (Ediciones entre los años 1940-1942)	
PRENDAS	<p>Silueta</p> 
	<p>Tipo</p> <p>Sombrero Pañuelo Camisa Tirador Bombacha Poncho apala</p>
	<p>Color/Apariencia del textil</p>  <p>Camisa de algodón. Bombacha de gabardina. Tirador de cuero con "botones gauchos". Pañuelo de seda. Poncho de lanilla rayado</p>
	<p>Largos</p> <p>Camisa mangas largas. Bombacha y poncho hasta los tobillos</p>
Situación de uso	Momento de descanso junto a su caballo

Análisis de resultados

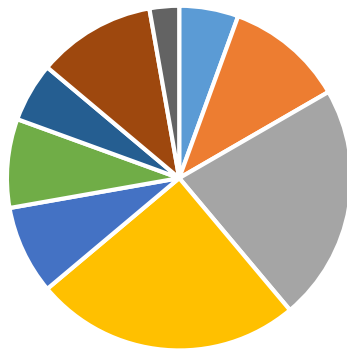


Calzado y Accesorios



- Sombrero
- Pañuelo
- Boina
- Tirador
- Botas
- Alpargatas

Indumentaria



- Pollera
- Poncho
- Chiripa
- Camisa
- Chaqueta
- Calzoncillo
- Chaleco
- Bombacha
- Culero