

FEMININUS IDEM: PORTADORE DE IDENTIDAD FEMENINA  
ENFOCADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

DAVID SANTIAGO GIL SABOGAL

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO  
DISEÑO INDUSTRIAL  
BOGOTÁ D.C.  
2019

FEMININUS IDEM: PORTADORE DE IDENTIDAD FEMENINA  
ENFOCADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

DAVID SANTIAGO GIL SABOGAL

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADOR INDUSTRIAL

DIRECTOR PRINCIPAL  
PhD. (C) CAMILO ANGULO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO  
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO  
DISEÑO INDUSTRIAL  
BOGOTÁ D.C.  
2019

FEMININUS IDEM: PORTADORE DE IDENTIDAD FEMENINA  
ENFOCADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO

DAVID SANTIAGO GIL SABOGAL

DIRECTORES DE PROYECTO DE GRADO



---

PhD. (C) Camilo Angulo

PhD. (C) Alfredo Gutiérrez

MsC. Sergio romero

MAYO DE 2019

BOGOTÁ D.C.

## ÍNDICE DEL CONTENIDO

1. Resumen, del concepto al producto.....	5
2. Objetivos .....	6
2.1 General.....	6
2.2 Específicos .....	6
3. Contextualización, del concepto a la idea.....	7
3.1 Mapa conceptual.....	8
3.2 Marco conceptual.....	9
4. Ideación, el proceso de los insumos de ideación .....	19
4.1 Metodología aplicada.....	20
4.2 Escenarios, perfiles y tipologías .....	21
4.3 Bocetación de ideas.....	22
4.4 Determinantes de diseño .....	23
5. Materialización, elaboración del producto.....	24
5.1 Planos generales de los productos .....	25
5.2 Planos abiertos de los productos.....	26
5.3 Productos como resultado tangible del proyecto .....	29
6. Comprobación, testeo de las propuestas.....	31
7. Conclusiones .....	33
8. Cronograma .....	34
9. Bibliografía .....	35

## 1. RESUMEN, DEL CONCEPTO AL PRODUCTO

Este proyecto se enfocó en el grupo social de las mujeres entre los 20 a 30 años de edad que estudian, trabajan o se encuentran en una etapa transitoria entre estas en la ciudad de Bogotá; mujeres por el hecho de descubrir la feminidad como identidad, un eje en común que abarca la autenticidad vista como la manifestación de la feminidad en el momento de llevar consigo mismas objetos propios, portadores que al ser parte de un eje común como lo es la feminidad se convierten en portadores de identidad, para ello se realizó un estudio de la sociedad Bogotana, de cómo su cultura se encuentra permeada para entender cómo responden sus habitantes al momento de tomar el transporte público como el Transmilenio; reconociendo también los tipos de portadores y sus contextos de uso. Con los insumos aportados por el estudio se consiguió generar propuestas para una mejor usabilidad en los espacios del transporte público, estas propuestas fueron llevadas a lo tangible, lo material en la etapa del prototipado para después ser testeadas por el público objetivo para reconocer si la apuesta realizada en los modelos responde acertadamente a las hipótesis generadas, las posibles y esperadas respuestas.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 GENERAL:**

- Aumentar la seguridad psicológica por medio de portadores de identidad en el transporte público de Bogotá.

### **2.2 ESPECÍFICOS:**

- Realizar una semiosis entre los pilares de autoconstrucción personal y los portadores de identidad.
- Generar una nueva propuesta que impacte la cultura material en portadores femeninos.
- Permitir una mejor manifestación femenina en los portadores de identidad en la sociedad bogotana.

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN, DEL CONCEPTO A LA IDEA

Estos son los aspectos del diseño que me interesan, en primer lugar, está mi personalidad no convencional que busca una nueva mirada en la sociedad, en segundo lugar, está el impacto de las acciones, en cómo puede manifestarse un producto, en tercer lugar, está la curiosidad que me lleva a buscar e indagar el porqué de las cosas y por último, está el orden que aplico en procesos creativos productivos, bien, estas características junto con mi formación profesional generan en mí, la capacidad de observar las particularidades de la sociedad, generando nuevos criterios y alternativas lógicas, pero, ¿qué sociedad? Pues vivimos en la sociedad contemporánea en Bogotá que sigue permeada por la tradicional donde se ven los roles tradicional masculino y tradicional femenino, pero feminismos y la permisividad de esta masculinidad han generado una nueva feminidad que estudia y trabaja. Con identidad y autenticidad se afrontan a nuevos retos y es cuando su autoestima les aporta seguridad en su autoconstrucción personal que consta de seis pilares cuyo proceso llega al recuerdo que nutre en la mujer su experiencia de vida. Entre más recuerdos se han obtenido tienden a sentir mayor seguridad en sus vidas, aunque los objetos que visten a diario les ayudan a sentir esta seguridad, una fijación en accesorios del armario que tienen una admiración objetual desde una mirada interna hasta una mirada externa, este accesorio se convierte en un código, un sistema de símbolos que median, interactúan y generan sentimientos y pensamientos. En la mayoría de los casos existen dificultades para encontrar esa seguridad personal especialmente en las mujeres que estudian y trabajan entre los veinte a treinta años de edad.

Es ahí cuando surge Femininus Idem, un proyecto que ha analizado los portadores de identidad, identificando sus fortalezas, debilidades, escenarios de utilidad y dinámicas que pueden generar, es por eso que Femininus Idem se enfoca en escenarios de transporte y trabajo de su población objetivo, la nueva feminidad laboral y en formación profesional.

Las características de Femininus Idem son: Aumentar la seguridad psicológica por medio de portadores de identidad mientras realizan una semiosis entre los pilares de autoconstrucción personal y los potenciadores de identidad; generar un mayor impacto de la cultura material en portadores de identidad femenino; y permitir una mejor manifestación femenina en los portadores de identidad en la sociedad bogotana. Para ello hay que aclarar en qué se diferencia la feminidad tradicional y la nueva feminidad, en la feminidad tradicional sus comportamientos y expectativas están limitadas en el ámbito público teniendo conciencia de lo correcto e incorrecto, son normas que deben seguir para conseguir ser una mujer

especialmente en su rol de ama de casa donde además se les debe ver serviciales sentimentales y sumisas, y cuando se encuentran en el rol del trabajo y consiguen un alto cargo de poder, suelen adoptar el rol masculino hegemónico y legitiman el estatus oprimido en la mujer, es una feminidad ligada a la familia y a la atención que deben realizar; cuando hablamos de la nueva feminidad se rompe la conciencia de lo correcto e incorrecto que deben tener para conseguir ser una mujer, pues ellas ya son mujeres, tienen una manifestación libre con tendencias identificativas, el concepto de hijo se desliga de la mujer, no existe y cuando si existe viene después de la meta profesional y también son capaces de generar altas expectativas cuando consiguen generar un gran interés.

### 3.1 MAPA CONCEPTUAL

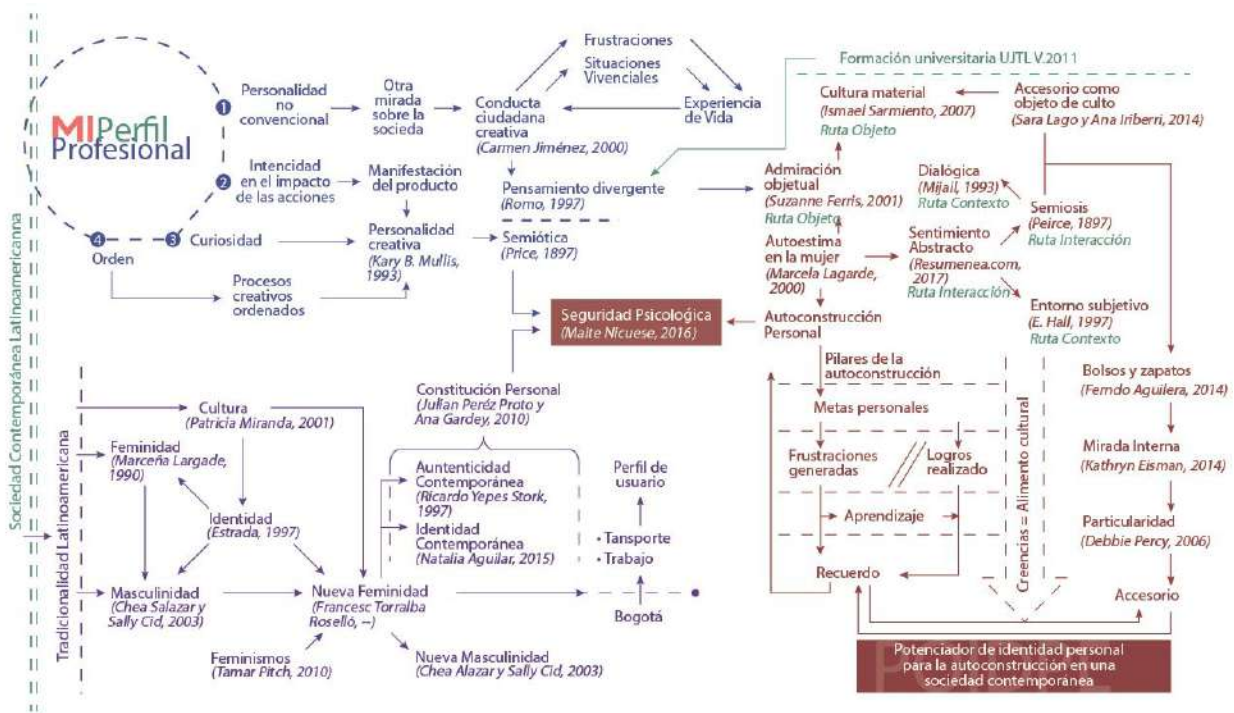


Imagen 1. Mapa conceptual del proyecto actualizado a 2018. Por: D. S. Gil

### 3.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se definen los conceptos base dónde surge una construcción personal siendo este el aporte directo al proyecto desde los conceptos:

1. Sociedad contemporánea: “la sociedad contemporánea, está nueva “cultura”, que conlleva nuevos conocimientos, nuevas maneras de ver el mundo, nuevas técnicas y pautas de comportamiento, el uso de nuevos instrumentos y lenguajes va remodelando todos los rincones de nuestra sociedad e incide en los ámbitos en los que desarrollamos nuestra vida, exigiendo de todos nosotros grandes esfuerzos de adaptación.” “pero cabe aclarar que muchos avances hechos por el hombre se vuelven en su contra.” “Entonces nos encontramos frente a una sociedad en crisis, en conflicto, donde las bases de los valores están dañadas.” “porque el hombre moderno se vale de sus competencias.” (Paredes, 2016)

Construcción personal: Lo contemporáneo se liga con lo reciente, con lo nuevo, por ello se generan o renuevan las culturas donde también emergen crisis, conflictos y bases dañadas por falta de adaptación a los momentos que se están viviendo.

2. Cultura: “La cultura constituye un producto de la actividad humana que define la identidad de un pueblo a través de su historia. Es un proceso dinámico susceptible a cambios que se ajusta a las condiciones históricas en cada etapa. Constituye la forma de expresión y comportamiento de una sociedad a través de los individuos que aprehenden los valores y determinan un sentido de pertenencia.” (Parrondo, 2001)

Construcción personal: La historia, concepto primordial que hace perdurar la cultura por medio de tradiciones; tiende a ser constante cuando la identidad de la cultura afín con su población.

3. Nueva Feminidad: “El primer feminismo, el de Simone de Beauvoir y otras, convirtieron a la mujer en una especie de hombre amputado. El feminismo de segunda generación, el que está articulado hoy, muy unido a la sensibilidad ecológica, explora de nuevo la esencia de la feminidad y descubre elementos genuinos en el ser de la mujer que no responden a estímulos educativos y culturales. Quizá porque, contra la teoría de género, hay algo esencial en el ser de la mujer. (Roselló, 2010)

Construcción personal: La feminidad parece desligarse de toda la tradicionalidad o gran parte de esta con el fin de renovar el camino que quiere construir, es capaz de actuar más en diferentes campos y se le permite conseguirlo, sintiéndose un ser más líber y autónomo.

4. Nueva Masculinidad: “el cambio que se está produciendo en la propia identidad de la mujer como ser humano libre, con derechos y en horizontalidad de poder con el varón, ha permitido que la ruptura de las relaciones opresor-oprimidas haya dado luz a una nueva identidad de la masculinidad.”

“Hacia la satisfacción de la necesidad de identidad.”

“Como un acto de amor, como diría Feire (1970), la mujer, al liberarse ella misma está liberando a su opresor, como el varón, generando en él una nueva identidad que recuerda todo aquello que se ha perdido y/o rechazado hasta el momento.” (Rendón & Salazar, 2003)

Construcción personal: El cambio en la mujer moderna, la segunda generación según Checa Salazar y Sally Cid (2003), ha permitido al hombre tener su nueva generación en la sociedad Contemporánea donde se busca la igualdad para la construcción social sin violencia, los valores base cambian y priman aquellos que nos brindan mayor seguridad colectiva.

5. Masculinidad Tradicional: “La masculinidad hegemonía o dominante, entendida como aquella forma de ser de los varones que les exige ser personas importantes, activas, autónomas, fuertes, ponentes, racionales, emocionalmente controladas, heterosexuales, proveedores y cuyo ámbito de acción está en la calle (Valdés y Olivariana, 1998, Bonino, 2002) se encuentra representada en hombres concretos en las grandes esperas de toma de decisiones. Las mujeres que alcanzan grandes puestos de poder suelen adoptar el género masculino hegemónico y legitiman el estatus oprimido de la mujer.” (Rendón & Salazar, 2003)

Construcción personal: En este tipo de masculinidad se forjó una cultura altamente aceptada en la modernidad al darle al hombre pautas de comportamiento individualista con gran incompatibilidad con la sociedad actual.

6. Identidad: “Es importante esta evolución en la idea de creación de la propia identidad; ya no se entiende que se genera desde uno mismo, sino que es necesario un tú referencial para que exista la posibilidad de construir una persona con identidad, ya que solo desde el reconocimiento por parte de los demás (siendo amado, aceptado, odiado, etc.) se posibilita la exploración de la propia identidad.” (Rendón & Salazar, 2003)

Construcción personal: Nuestra identidad se encuentra establecida por terceros, por la sociedad donde puede estar aceptada o rechazada en un principio, en su evolución, cada persona puede reforjar esa identidad que lo desarrolló en sus primeras etapas de edad representando grados de similitud o afinidad con el otro, una herramienta social para hallar eso que somos con relación entre nuestra sociedad.

7. Feminismos: “No existe un solo feminismo (...) distintas elaboraciones que se autodefinen como Feministas: aún en su diversidad, interactúan entre sí, construyendo un espacio reconocible y reconocido que da un horizonte de sentido a través del cual no solo hablamos nosotras, sino hablamos con otros. Este horizonte no está acabado ni definido: el sentido cambia continuamente a medida que los discursos que lo reproducen y que él mismo produce. Lo que distingue al feminismo en su vocación interdisciplinar, o sea, la vocación de forzar los paradigmas disciplinares tradicionales, de no dejarse contener en ellos y de volverlos confusos o inciertos” (Pitch, 2010)

Construcción personal: No es el feminismo, son los feminismos que construyen en el tiempo con la habilidad de la adaptación y se entiendan no solo entre ellas sino todos en un horizonte, capaz también de formarnos, enseñarnos visiones, puntos de vista no contemplados.

8. Identidad contemporánea: No está contenida en el individuo, es un concepto racional que se gesta en las prácticas inter-objetivas entre los individuos y la sociedad; es dialéctica donde los roles y estatus son otorgados por la sociedad como un sentido de definir o referenciar a algo o alguien.

Es subjetivo como: voluntad humana de transformarse y apropiarse de valores, reglas y recursos sociales.

El conocimiento es muy bien visto al igual la compatibilidad con dispositivos electrónicas/digitales.

Los registros culturales son más ricos, hay registros que antes era imposible acceder, mejor memoria de la historia.

Hay experiencias mediáticas, industrias culturales, personalidades más emotivas junto a diferentes opciones bien vistas en la sociedad.

“la identidad contemporánea se crea a partir del consumo, dime qué consumes y te diré que eres.” (Torre, 2017)

Construcción personal: La sociedad sigue siendo el eje central en la identidad contemporánea, pero esta es ahora más flexible donde el consumo en masas hace parte de nuestra vida, en especial en el aspecto económico.

9. Autenticidad contemporánea: “La identidad humana no está dada desde el principio, pues la persona puede llegar a ser lo que realmente es o puede no llegar. La existencia auténtica es aquella que se vive con conciencia del propio origen y de la propia destinación o término, y en la que se sabe *cómo se llega ser lo que se es*, por usar la expresión de Nietzsche, la existencia en ella se pierde uno a sí mismo. Por tanto, la autenticidad y la identidad humanas no están dadas a priori. Exige un despliegue, un mantenimiento y un logro final. Cabe así una consideración ontológica de la autenticidad humana. Incluso puede decirse que tal consideración no es prescindible. Autenticidad e identidad en el plano dinámico de la realización de libertad, no pueden darse separadas. La autenticidad es la manifestación y presencia la propia identidad en los diversos tramos y momentos de la vida que se va viviendo: Identidad en la diferencia.” (Stork, 1997)

Construcción personal: La identidad y la autenticidad se diferencian, una por ser un eje en común y la otra por ser la diferente manera de manifestación de la identidad, pero juntas trabajan en una sociedad contemporánea ya que generan bases y estructuras que la sociedad contemporánea necesita y busca para un constante cambio y evolución en la misma. Autenticidad e identidad como adjetivo abstracto humano.

10. Constitución personal: “Del latín *constitutio*, constitución es la acción y defecto de constituir (formar, fundar, componer, erigir). La constitución es la esencia de algo que lo constituye como es y lo diferencia de otras cosas.” (Pérez y Gardey, 2010)

Construcción personal: Aunque es similar a autenticidad y a identidad, se enfoca más a la seguridad y cuando no lo hace, describe características internas formativas del desarrollo que tiene en singular o en plural; aquello que es su estructura.

11. Pensamiento divergente: “La producción divergente hace referencia a la capacidad para generar alternativas lógicas a partir de una información dada, cuya importancia se evalúa en función de la variedad, cantidad y relevancia de la producción a partir de la misma fuente” (Romo, 1997)

Construcción personal: Es un pensamiento lógico e independiente, capaz de observar las particularidades, generando un nuevo criterio y alternativas creativas.

12. Creatividad: “Esto de la invención tiene sus propias reglas. A menudo, cuando alguien intenta descubrir algo, no es la lógica lo que lleva a la solución, sino un sinuoso proceso subconsciente. A menudo la solución está en algo que, en un principio, puede parecer un error, y sin embargo no es suerte, es algo inevitable, porque después ves que todas las piezas encajan, que estaban allí, esperando que alguien las uniera. Así funciona la creatividad.” (Mullis, 1993)

Construcción personal: Kary B. Mullis explica la creatividad como una posibilidad creativa ya que es salir del margen común, del espacio de confort, porque al explorar fuera de los límites impuestos se consigue aprender y construir resultados o productos de una manera distinta hallando nuevos métodos que obtienen nuevos resultados.

13. Conducta ciudadana creativa:

- Habilidad para pensar en las cosas holísticamente para pasar después a comprender sus partes. Este modo de aprender suele entrar en conflicto con el sistema de enseñanza, que procede por pequeños pasos para integrarlos al final.
- Impulso natural a explorar ideas, que suele ir acompañado de entusiasmo y tenacidad pero que puede polarizarse o dar como resultado ideas que pueden parecer radicales fuera de lugar o simplemente extravagantes.
- Desafío o reto ante lo convencional. Estos chicos tienen ideas, preguntas propuestas poco corrientes que pueden acarrearle problemas de convivencia con los padres, profesores y compañeros; dependiendo del grado de tolerancia que presenten todos ellos, así como del resto de las características que adornen la personalidad.

- Independencia de pensamiento. Espontáneamente rechazan el criterio de autoridad e intentan dar sus propias respuestas a las situaciones nuevas o ya establecidas. Toleran mejor la ambigüedad y no buscan prioritariamente la solución aparente más conveniente para un problema, sino la más lógica y original.
- Juguetón, revoltoso e inconsciente. Tiende a ser juguetón con sus acciones, pensamientos y productos, ve humor en las cosas y puede provocarlo. Manifiestan atracción a cierto temor por las actividades con riesgo y a veces el resultado a las reacciones de los otros.” (Fernández, 2000)

Construcción personal: Tener alma osada es una de las claves en un ciudadano creativo por su auto-cuestión de las cosas que nos rodean, se podrá pensar acerca de esas cosas, se tendrá otro entendimiento y otra manera de verlo, esto dará pie a futuras decisiones por tomar.

14. Semiosis: “volvamos a la semiótica. Es de resaltar que, en el proceso de formalización de una teoría de la semiosis, el movimiento inicial debe ubicarse con Peirse y su visión trídica del signo. Para este autor la semiosis es un proceso trídico en tanto está compuesto por un *representamen* (representa un objeto) un *objeto* (que es otro signo) y un *interpretante* (que tiene el valor de otro signo más). Tal aseveración permite comprender que la semiosis pueda ser limitada ya que cada elemento de esta relación es a la vez un signo con su correspondiente estructura trídica. (...) por lo cual la semiosis real actual sería cierta encarnación de una transmisión social de sentido que se realiza en actos de comunicación.” (Peirce, 1897)

Construcción personal: La semiótica en la sociedad en su mayor parte es semiosis donde influye el mensaje, el emisor y el receptor, términos que al igual que Eco, construyen un signo estructural.

15. Seguridad psicológica: “El mejor modo de tener seguridad psicológica es alimentar la autoestima puesto que todo el universo personal gira en armonía en torno a ti cuando tú estás bien contigo, es decir, cuando te sientes bien en tu piel.” (Nicuesa, 2016)

Construcción personal: El éxito de mejorar o potenciar la autoestima propia es partir del exterior hacia el interior, trabajar en lo que rodea a una persona para hacerla sentir mejor para que parta de si misma teniendo una mejor autoconstrucción personal.

16. Autoestima en la mujer: “Subjetivamente la autoestima se sostiene y se nutre de un conjunto de capacidades que provienen de la individualización: La autovaloración, la autocrítica, la autoevaluación, la disposición de decisiones propias. Y todo ello conduce al desarrollo de experiencias relacionales y subjetivas primordiales para la mujer: a la vivencia de tener límites personales, es decir, a la diferenciación en relación con los otros y a la posibilidad de la autonomía entendida como la definición y delimitación del yo.” (Largade, Claves feministas para el poderío y la autonomía de las mujeres, 2000 )

Construcción personal: Una guía supone una ayuda en un tema donde se necesitan pautas a seguir. El pensamiento femenino suele construirse con mayor dificultad y constancia, lo que quiere decir que entre más experiencia se tenga, esta experiencia alimentará la autoestima, también suelen ser más sensibles y frágiles en especial con seres considerados superiores o con un rango de mayor valor e importancia.

17. Femenidad: “La feminidad es la distinción cultural históricamente determinada que caracteriza a la mujer a partir de su condición: genérica y la define de manera contrastada, excluyente y antagónica frente a la masculinidad del hombre. Las características de la feminidad son particularmente asignadas como atributos naturales, eternos y ahistóricos, inherentes al género y a cada mujer. (...) deben realizar actividades, tener comportamientos, actitudes, sentimientos, creencias, formas de pensamiento, mentalidades, lenguajes y relaciones específicas en cuyo cumplimiento deben demostrar que en verdad son mujeres.” (Largade, Xenero.webs.uvigo, 1990)

Construcción personal: La feminidad se ve de manera contrastada a la masculinidad, es decir, lo que hace un hombre no lo hace una mujer y lo que hace una mujer no lo hace un hombre, determinando de esta manera campos de acción partiendo del género, imponiendo al mismo tiempo campos específicos donde la mujer debe demostrar a la sociedad que puede ser mujer como si de alguna manera no lo fuera.

18. Cultura material: “Es axiomático que en los testimonios de cultura material se puede, sin dudas, llegar a conocer el alma humana. A través del estudio de la cultura material, el historiador puede ser capaz de llegar a conocer al hombre en su época, porque, es en las relaciones sociales donde hay que buscar la significación de los hechos materiales.” (Sarmiento, 2007)

Construcción personal: Lo material, identidad de culturas sociales, pueden darnos a entender cómo somos, que nos gusta, qué queremos y cómo nos expresamos, es como introducir parte de la esencia de la cultura en objetos.

19. Sentimiento abstracto: “Toma el amor como un ejemplo. Has escuchado esta palabra desde que tenías tres o cuatro años. ¿significa para ti lo que significaba cuando tenías cinco años? ¿cuándo tenías diez? ¿cuándo tenías catorce? Estoy seguro de que compartirás mi certeza de que la palabra cambia de significado cuando nos casamos, cuando nos divorciamos, cuando tenemos hijos, cuando miramos hacia atrás a los padres, cónyuges o hijos perdidos. La palabra permanece igual, pero el significado cambia constantemente.” (Resumenea, 2017)

Construcción personal: Cuando se tratan de conceptos subjetivos, el concepto como palabra siempre será el mismo, pero depende demasiado de las enseñanzas que nos dan terceros y que aprendemos de primera mano en el transcurso de nuestras vidas, de nuestra experiencia de vida podemos definir lo que son esos sentimientos.

20. Admiración objetual: “No podemos mirar la blusa que llevamos, pero si admirar a cada minuto la belleza de nuestros zapatos y bolsos, eso refuerza nuestra autoestima.” (Ferris & Benstock, 2001)

Construcción personal: El sentido que más tenemos presentes en nuestras vidas es la visión, por lo tanto, se nos dificulta mirar la blusa, saco, camiseta, etc. que estamos vistiendo, a diferencia de lo que podemos lucir en nuestras extremidades, estos objetos están catalogados como accesorios, un tipo de prenda muy valioso del guardarropas ya que podemos verlos y sentir admiración y comodidad al vestirlos, al lucirlos.

21. Accesorio como objeto de culto: “Para muchas mujeres no son meros accesorios, son objetos de culto.” (Lago & Iriberry, 2014)

Construcción personal: Cada accesorio, por más simple que parezca, tiene un trasfondo el cual no hace sentirnos identificados o afines por gusto al querer usar o sentir (entiéndase desde los sentidos como la vista o el tacto) que incrementan el valor sentimental de un accesorio.

22. Código: “Un código es un sistema de símbolos que por convención previa está destinado a representar y transmitir la información al punto de destino.” (Miller, 1951)

Construcción personal: Un código conformado por un Sistema de símbolos está destinado a transmitir cierto tipo de información cuando se estudia el punto de destino, de esta manera se determina el lenguaje tangible o intangible que llevará el mensaje y lo más importante el qué llevará el mensaje, cuál es la mejor manera de enviar un mensaje.

23. Particularidad: “Not everyone welcomes personal change in life. Not everyone experiences unwanted repetitive life cycles or events. However, when we do want to kickstart some new habits or we tire of the same old patterns re-appearing, it helps to know where to start and how to keep going! We use the contents of your Handbag to help reveal just that; where to start and how to keep going!” (Percy, 2006)

Construcción personal: Debbie Percy creó su empresa de lectura de bolsos en 2006, un servicio donde se hace el uso de la psicología enfocada en objetos, se estudian desde su interior, hallando información desde la cultura material para determinar cómo es una persona que usualmente quiere cambios en si misma cuando solicita el servicio, esto da a entender la importancia de lo que llevamos, el cómo lo ubicamos en el interior, las relaciones entre los objetos o cosas insertas dentro de los bolsos que portamos en nuestro diario vivir y lo más importante es que ella aconseja qué cambiar y son sus clientes quienes lo hacen.

24. Guardarropa contemporáneo: “Cada época histórica tiene fijación por un elemento del guardarropa. Las pelucas o los cuellos fueron en su momento mapas que permitían

adivinar cómo era la persona que los llevaba. Hoy esa función la tienen los bolsos y el calzado.” (Aguileta, 2014)

Construcción personal: Tal como se menciona anteriormente, son los objetos quienes hablan de determinadas épocas, hablan de las fijaciones que tenemos, lo que nos gusta e interesa, en este caso Fernando Agileta afirma que hoy en día la fijación del guardarropa se encuentra en los bolsos y zapatos, les atribuye gran importancia desde esta sociedad globalmente.

## 4. IDEACIÓN, EL PROCESO DE LOS INSUMOS DE IDEACIÓN

Para la recolección de los insumos de ideación, decidí observar esta nueva feminidad en su contexto de transporte público y trabajo, para ello, utilice mi bitácora y el registro por medio de dos dispositivos, una cámara que graba lo que estoy registrando y la otra lo que está sucediendo en el contexto (ver imagen 2 y 3). Para la cámara que graba lo que estoy registrando realicé una estructura que se sujeta a la carcasa de la cámara, esta estructura está sujeta a una gorra, es así como consigo grabar lo que estoy registrando en mi bitácora y para la que graba el contexto realice otra estructura mucho más simple que la anterior, esta se sujeta a mi bitácora por presión, mientras mi dispositivo móvil que graba desde la vista de mi bitácora lo que a mi alrededor en contexto de transporte público y trabajo mientras observo, escribo, dibujo y boceto.

Empecemos por el transporte público, como insumos de ideación encontré que cuando están sentadas utilizan sus piernas como superficie de descarga de pertenencias, sujetando sus portadores de identidad en una zona específica que noté no está hecha para ser sujeta de dicha manera, es como si la abrazaran, también encontré que cuando van de pie, llevan su portador de identidad en la extremidad superior que se encuentra sujeta a una parte de la estructura del bus, fijándome en ello encontré otra manera que pueden llevar su portador generando menos estorbo y aumentando la seguridad e integridad de sus objetos personales. Como último insumo, encontré que algunas de estas mujeres llevan consigo mismas dos portadores de identidad, portadores con distinta jerarquía entre sí, se diferencian por tamaño, material, tipología, portabilidad y contenido que pueden tener.

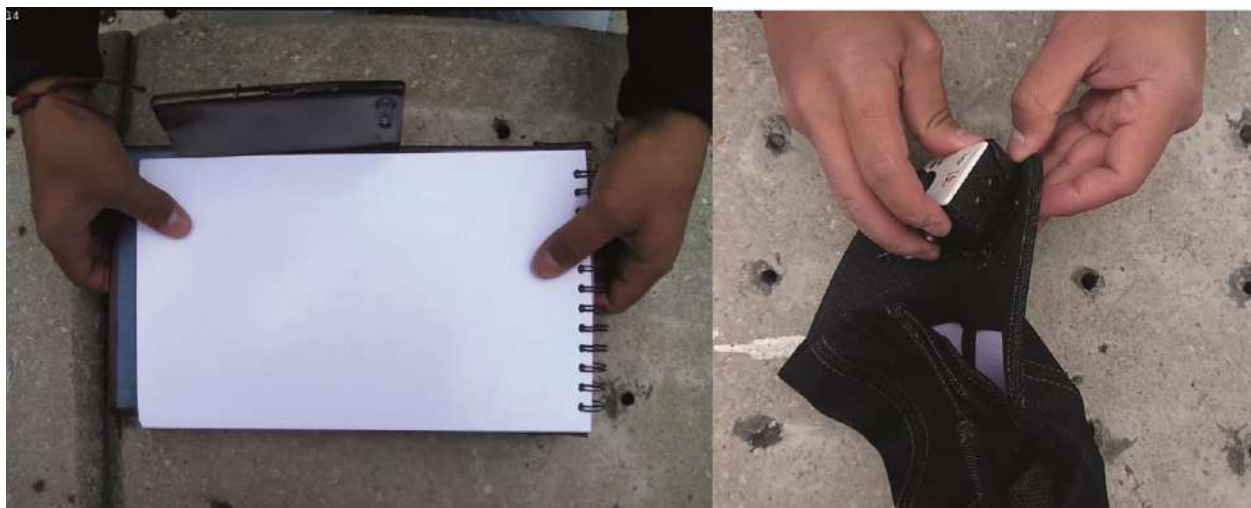
Al haber identificado los escenarios, los perfiles encontrados y los tipos de portadores de identidad surgieron dos casos de estudio, en el caso uno, el cómo sujetan su portador de identidad en el transporte público mediante un abrazo, surgieron una serie de propuestas, algunas de estas alternativas de propuestas, en su evolución toman características de las otras para potenciar la alternativa o suplir algún déficit de la misma. En el segundo caso, el cargar con dos portadores de identidad, cada uno con un lenguaje visual y jerarquía diferente, surgieron propuestas básicas ya que en el proceso de bocetación decidí descartar el caso por la incompatibilidad del público estudiado con el público objetivo, en especial por la diferencia que tienen en su construcción personal basada en la experiencia de vida.

Cada propuesta obtuvo un puntaje evaluado desde las determinantes de diseño que en rasgos amplios son los talleres cursados en mi formación profesional, desde la parte estructural y actividad que permite el objeto, los descuidos y diferentes dinámicas en contextos hasta la comunicación y mediación en las diferentes interacciones. Desde estos criterios se han evaluado las propuestas donde unas son más potentes en unas características que en otras y a la ganadora se le hicieron mejoras desde los aportes que se le podían realizar.

#### **4.1 METODOLOGÍA APLICADA**

En el proyecto se utilizó el método de observación que apoyado del marco conceptual recopiló datos en los distintos trabajos de campos realizados, el principal objetivo de este método es recopilar el mayor número de datos posibles. Posteriormente se realizó un análisis de los datos recopilados en las diferentes herramientas para la recolección de datos, como herramientas de recolección se utilizó el registro de video por medio de dos dispositivos, uno anclado a una gorra por una estructura y otra anclada a una bitácora por medio de otra estructura, con el fin de tener dos vistas diferentes en los mismos momentos; además se realizó un registro directo por medio de dibujos y escritos breves describiendo casos y acciones encontrados en los contextos de transporte público en el Transmilenio y en la entrada de varios lugares de trabajo tipo oficina. El método de observación usualmente es sin intervención al público a estudiar para mantener la mayor naturalidad posible en los casos de estudio y así obtener resultados impredecibles.

Estos son los dispositivos para el registro de vídeo con sus estructuras correspondientes:



**Imagen 2 & 3. Dispositivos de registro por medio de vídeo.**

## 4.2 ESCENARIOS, PERFILES Y TIPOLOGÍAS

En las primeras etapas se realizó un estudio de la tipología del bolso, los escenarios en los que se pueden manifestar y de los perfiles encontrados en el primer estudio de observación, después se realizó una triangulación (ver imagen 4) donde se seleccionó un campo grande de acción donde se decidió crear otro campo, pero este último fue el enfoque donde se cruza la movilidad por parte de la mochila y el perfil joven que posteriormente se integró el campo de formación profesional, después se abrió el campo del portador de mochila, dando pie a nuevas opciones, se reenforzó hacia la mochila descubriendo tipologías internas en esta, tipologías donde cada una arrojaba dinámicas diferentes para nuevos perfiles.

Triangulación:

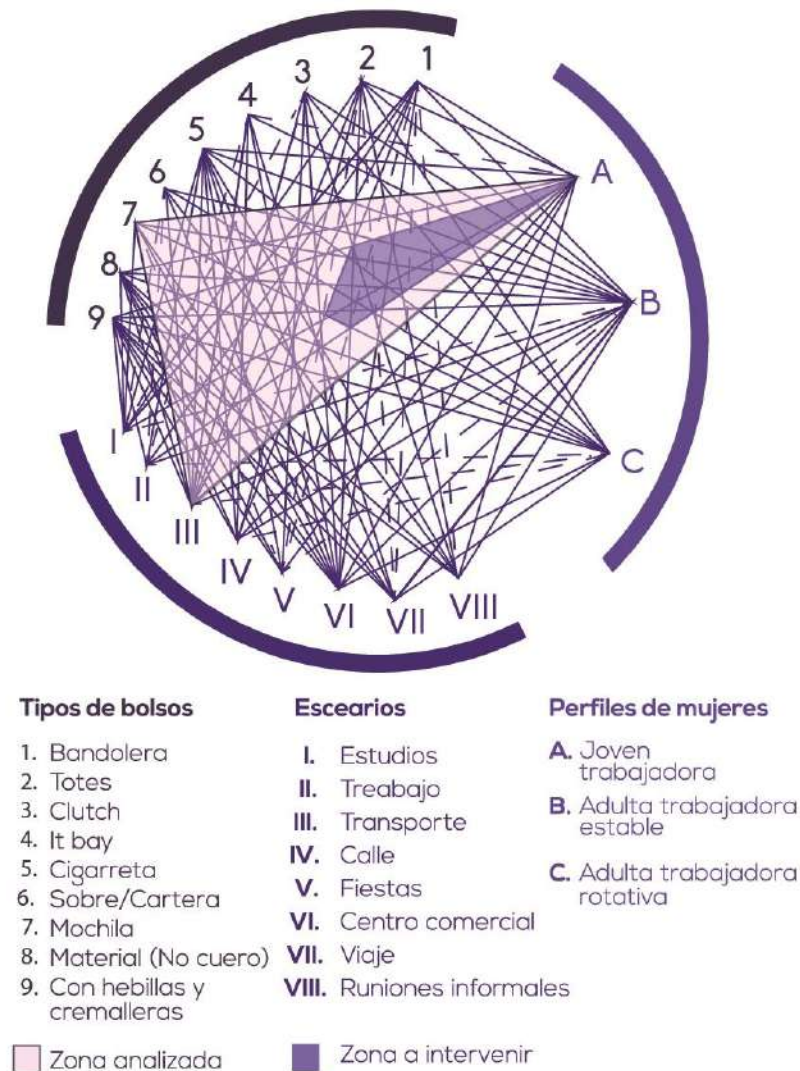


Imagen 4. Triangulación actualizada a 2018. Por: D. S. Gil

### 4.3 BOCETACIÓN DE IDEAS

En la etapa de bocetación decidí bocetar ideas en los mismos lugares donde obtuve los insumos de ideación, esperando de esta manera inspiraciones más potentes al tener varios tipos de perfiles al alcance de mi vista, cada propuesta tuvo una evolución donde se alimentaban y potenciaban entre sí, una alternancia entre ideas consiguió llevarme a la idea final que posteriormente tendría una serie de ajustes dando la posibilidad a dos propuestas basadas en un mismo principio enfocada cada idea a un perfil diferente de su público objetivo.

Estos son algunos de los bocetos realizados, la mayoría fueron realizados en el transporte público:

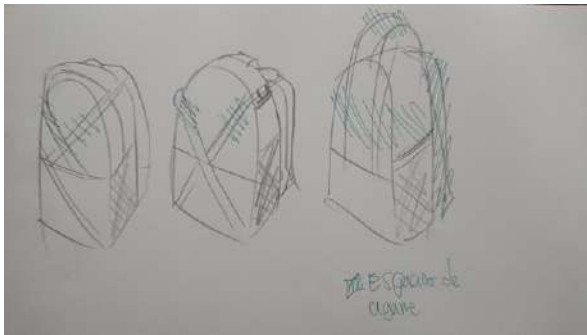


Imagen 5

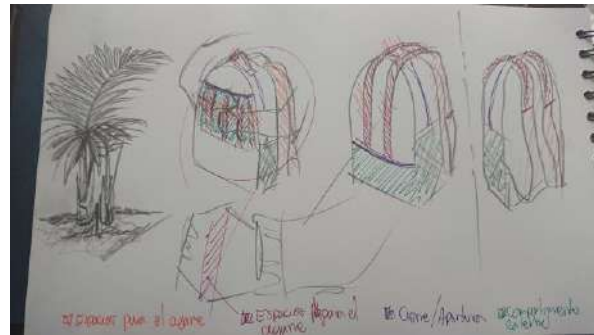


Imagen 6

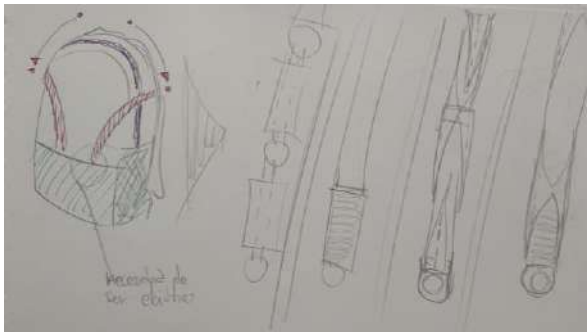


Imagen 7

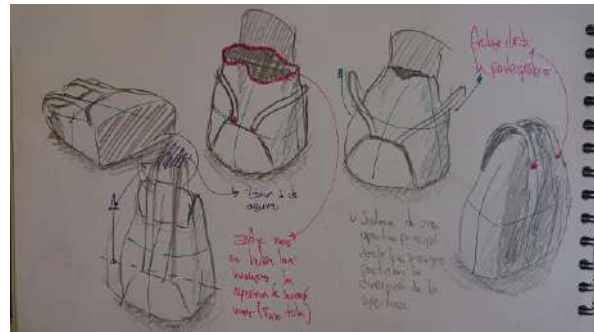


Imagen 8

En la imagen cinco se expresan diferentes ideas en la posición de los agarres; en la imagen seis se evidencia la evolución de un par de propuestas de la imagen cinco; en la imagen siete se encuentran los inicios de las alternativas del tensor para que funcionara al mismo tiempo como asegurador; y en la imagen ocho se ve la idea más potente expresada desde diferentes ángulos con cierta secuencia de uso, posibilidades físicas que podría tener la idea.

#### 4.4 DETERMINANTES DE DISEÑO

Con la ideación ya realizada, el siguiente paso fue realizar las determinantes de diseño que se encargarían de generar una tabla para la evaluación de las propuestas donde la propuesta con mayor puntaje sería la seleccionada y se le realizarían cambios para potenciar esa propuesta.

Para conseguir las determinantes, fui a el aprendizaje principal de cada una de los talleres cursados, tomé el aporte de cada uno de los talleres para generar una rúbrica de evaluación donde el puntaje va de cero a tres donde cero es no se cumple, uno, se podría cumplir un poco, dos, posiblemente se cumpla y tres, lo más seguro es que se cumpla, esta fue la apuesta realizada a un sistema de evaluación que me determinaría qué propuesta es mejor que otras.

Esta es la tabla donde se encuentra la rúbrica de evaluación de cada propuesta:

<b>ESTRUCTURA</b>	<b>EVALUACIÓN</b>
No obstaculizar cierres o aperturas.	
Suprimir o modificar agarres obsoletos.	
Disponer de dimensiones necesarias para el contenido del usuario.	
<b>DINÁMICAS CRÍTICAS</b>	
Reducir incomodidades físicas en el transporte público.	
Promover la adaptabilidad frente a diferentes situaciones.	
Facilitar el cambio entre dinámicas	
<b>MEDIACIONES</b>	
Mediar la integridad de los objetos personales del usuario.	
Conectar al usuario usando la simbología.	
<b>VIDA Y TERRITORIO</b>	
Generar un menor impacto ambiental posible (materiales).	
<b>MEDIACIONESACTIVIDAD</b>	
Permitir variedad en la portabilidad.	
Cambiar el sistema de apertura enfocada en el usuario.	

Tabla 1. Rubrica de las propuestas desde las determinantes de diseño

## 5. MATERIALIZACIÓN, ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

La fase de materialización de la idea final está constituida por cuatro etapas principales, la primera, búsqueda de referentes formales existentes en el mercado, estos alimentan y potencian la siguiente etapa, dimensionar, para ello inicié por un papel delgado y maleable, conocido en el mercado como papel periódico, al hacerlo empecé a tener conciencia de cómo se conforman las partes planas al momento de construir un modelo tridimensional dando pie a nuevas ideas. Nuevas ideas traen nuevos ajustes, es la etapa transitoria entre ideas y elaboración, en la etapa de elaboración volví a la etapa dos, dimensionar, pero esta vez lo realicé con tela acercándome a los materiales finales deseados, de esta manera con el corte y la costura entendí cómo se comportan algunos tipos de tela, al final tuve ayuda con parte de la costura de alguien con pericias en la costura de alta dificultad.

Estas son algunas posturas que se pueden adoptar en el portador de identidad, la primera (ver imagen 9) muestra una postura común del porte de maletas, las dos correas con el portador en la espalda, la segunda (ver imagen 9) muestra dos maneras diferentes de sostener e portador teniéndolo en la parte frontal de una persona, en el tercero (ver imagen 10), vemos sosteniendo el portador por las asas con un brazo extendido y en el otro lo sostiene con el antebrazo, y en la cuarta postura (ver imagen 10), se muestra sentada sosteniendo el portador de identidad por medio del antebrazo sobre sus piernas.



**Imagen 9 & 10. Algunas posturas con la propuesta del portador de identidad**

El modelo inicialmente estaba pensado para que el tensor que es al mismo tiempo asegurador y asas, pasara por la parte interna del portador de identidad, conectando así la parte de la apertura con las asas, pero, al analizar las alternativas se encontró un modo más práctico y funcional donde el paso del tensor pasa por la parte posterior conectando las correas con las asas directamente hasta la parte delantera. Con la alternativa ya realizada se encontró otro

cambio a realizar, primero, la apertura del paso del tensor en la correa quedó mal ubicada ya que en el uso de uno de los casos específicos, parte de la correa se colapsa, para esto se decidió acercar la apertura al inicio de la correa para reforzar la estructura interna para evitar sea colapsada de nuevo, segundo, el paso interno hacia la correa quedó forzado por las costuras, para esto el paso del tensor por la parte posterior hacia las correas será directo por medio de las aperturas, los ojaletes. Otro cambio a realizar fue la implementación de una estructura de apertura conocida como tanca, como no existía en el mercado, se realizó por una impresión 3D de un par de piezas por modelo, con esto se conseguirá controlar la longitud del tensor reforzando el cumplimiento de una de las determinantes.

### 5.1 PLANOS GENERALES DE LOS PRODUCTOS

Propuesta uno de producto, tipo tula:

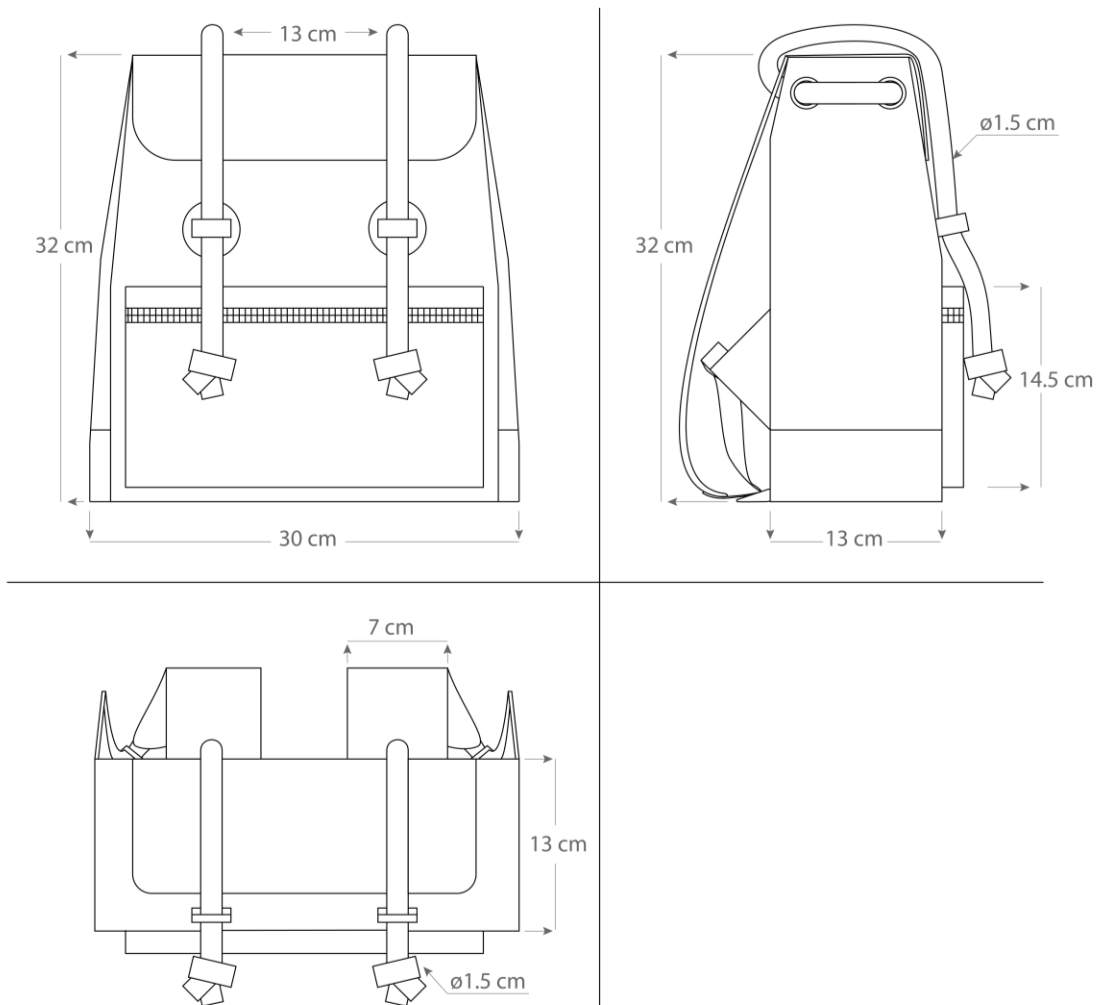


Imagen 11. Plano vistas ortogonales producto Tipo Tula, escala 1:6, cotas en cm.

Propuesta dos de producto, tipo maleta:

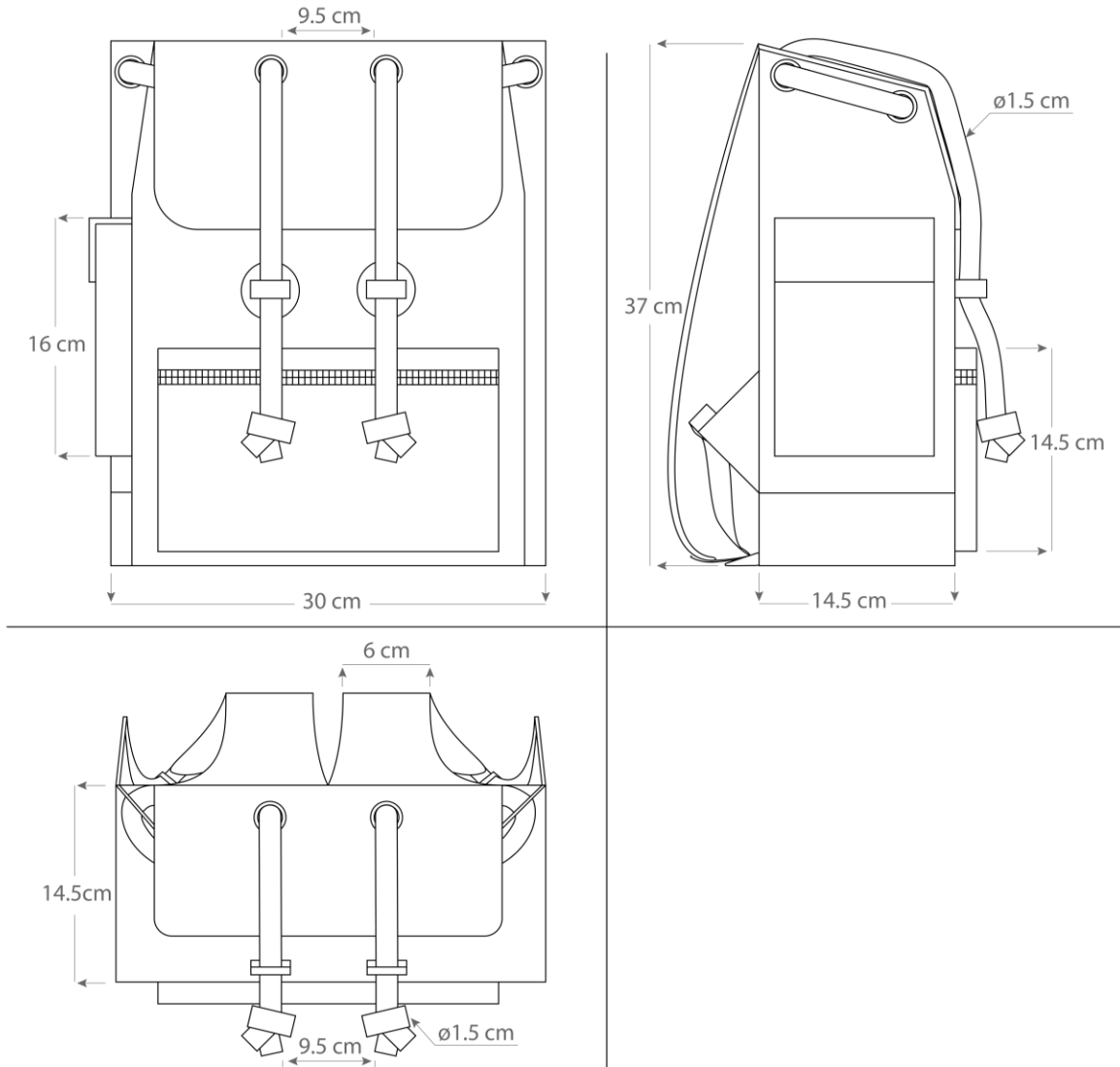


Imagen 12. Plano vistas ortogonales producto Tipo Maleta, escala 1:6, cotas en cm.

## 5.2 PLANOS ABIERTOS DE LOS PRODUCTOS

A continuación, se presentarán los planos abiertos de los productos, es decir, los planos pieza por pieza que conforman los productos que tienen una serie de números en cada pieza haciendo referencia a la cantidad de piezas necesarias por el tipo de tela como para el exterior, el interior o piezas específicas que necesitan de un material especial como una malla.

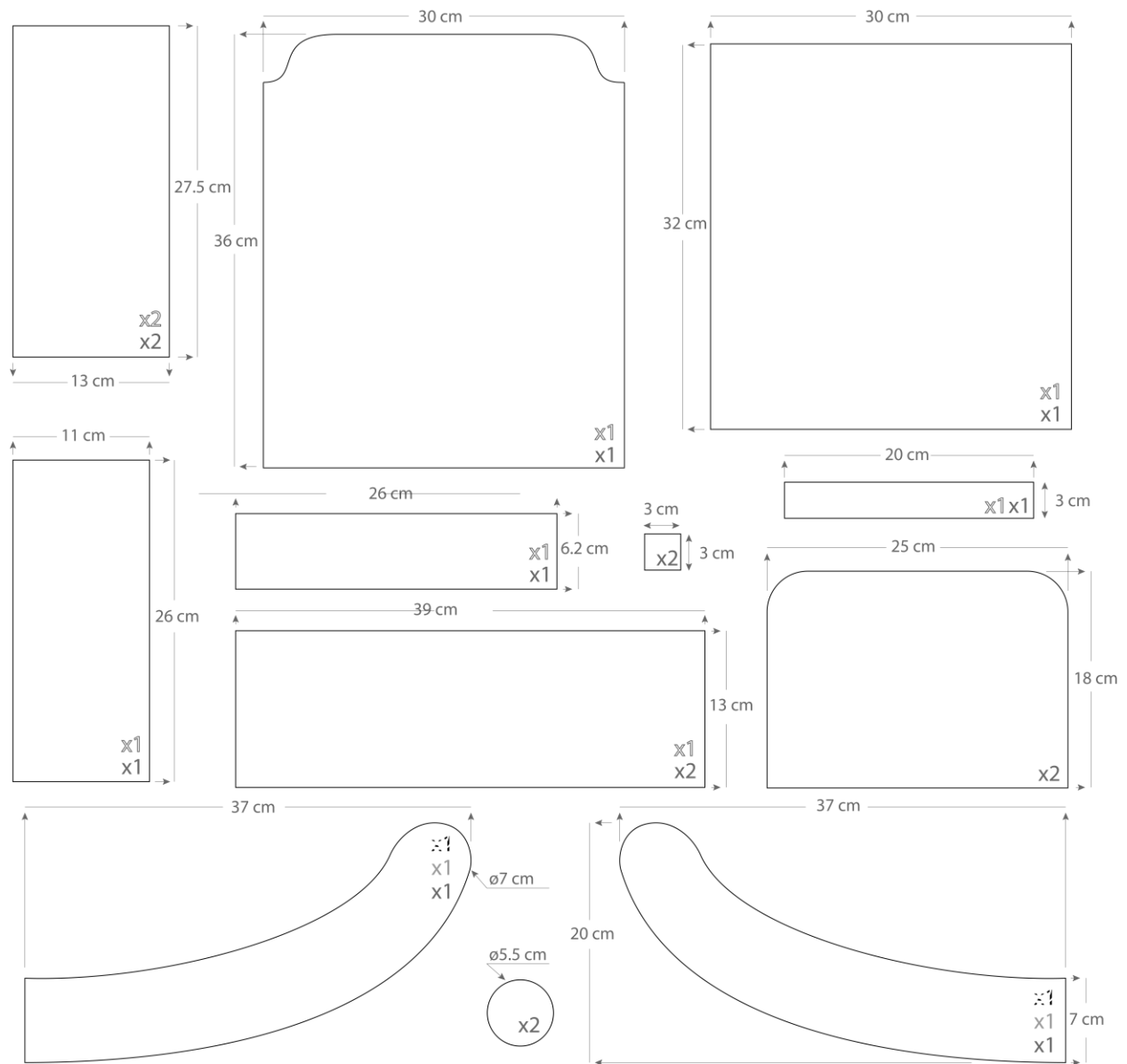


Imagen 13. Plano abierto del producto Tipo Tula, escala 1:6, cotas en cm.

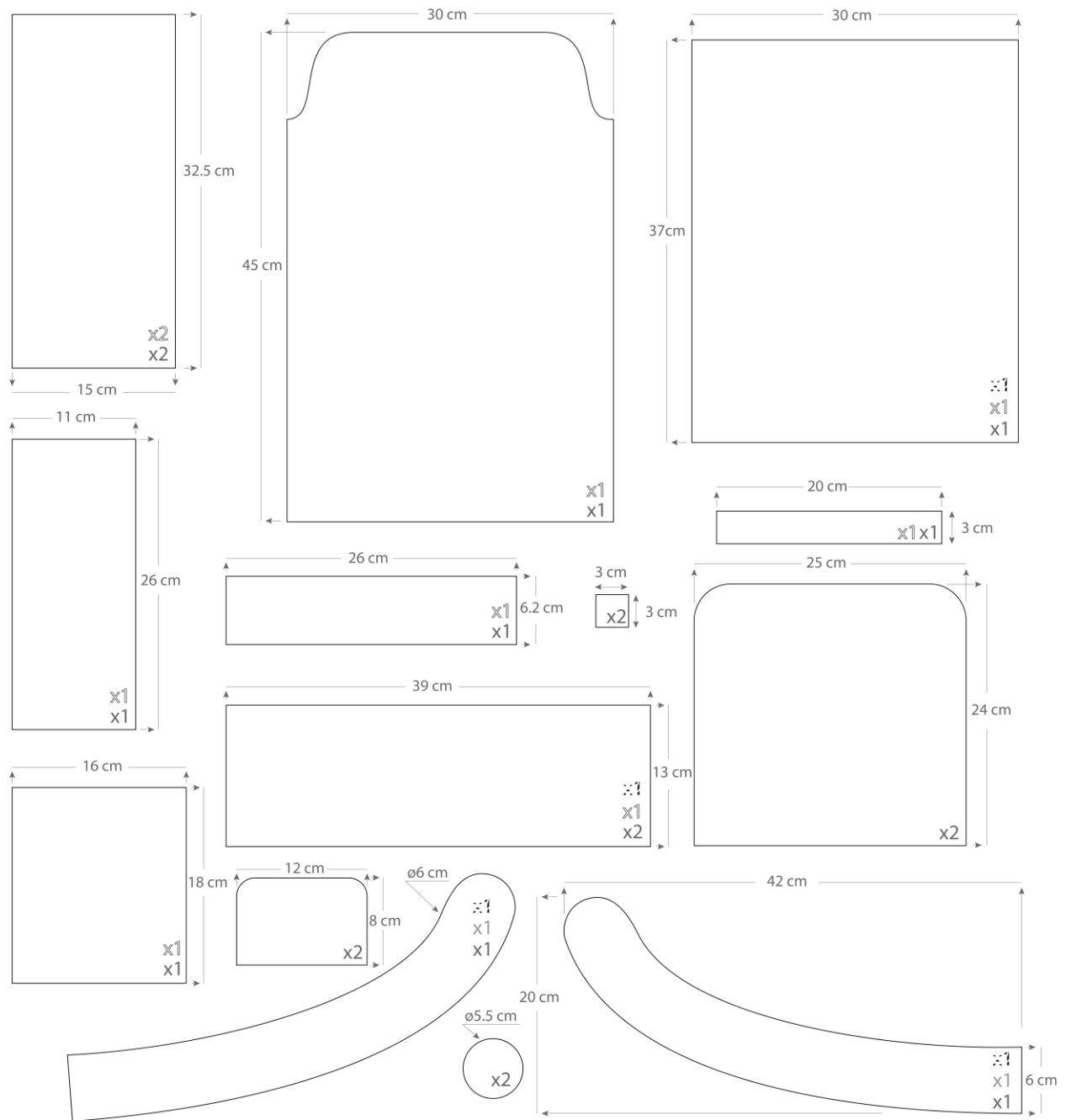


Imagen 14. Plano abierto del producto Tipo Tula, escala 1:6, cotas en cm.

### 5.3 PRODUCTOS COMO RESULTADO TANGIBLE DEL PROYECTO

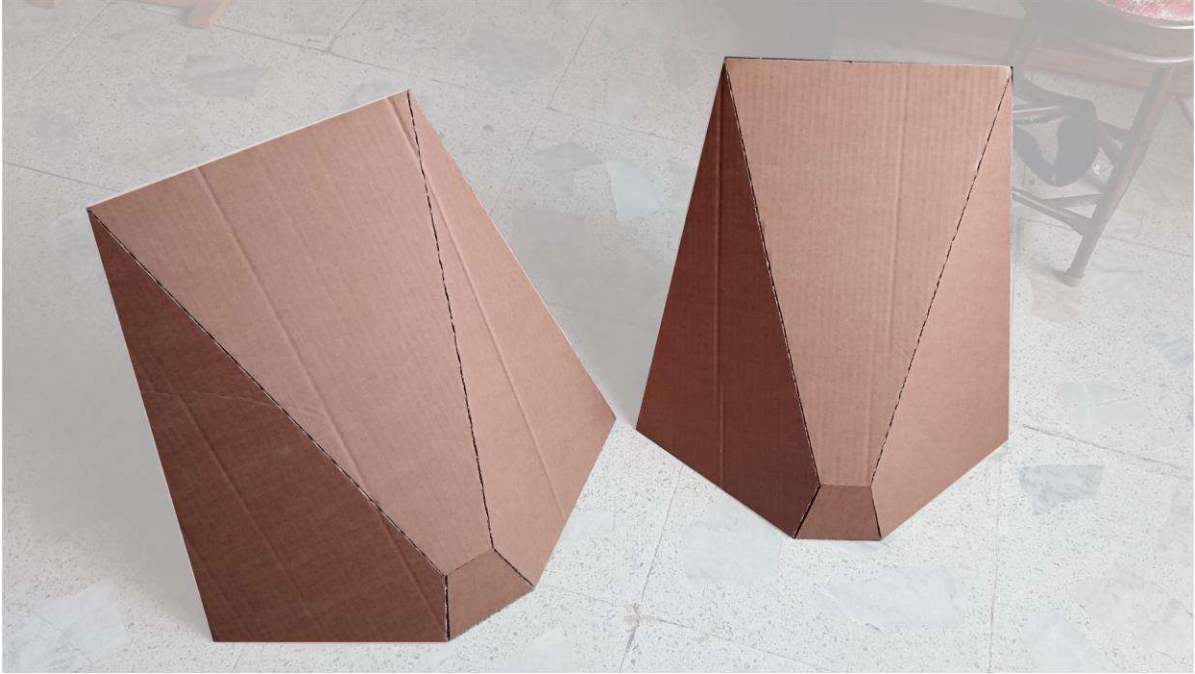
A continuación, se presentarán los productos, en total fueron dos productos, cada uno enfocado en un perfil específico diferente de la población objetivo. (ver Img. 15 y 16)



Imagen 15. Productos, cada color corresponde a un producto diferente.



Imagen 16. Productos en los exhibidores de presentación del proyecto.



**Imagen 17. Exhibidores sin los productos.**

## 6. COMPROBACIÓN, TESTEO DE LAS PROPUESTAS

El testeo se realizará con dos portadores diferentes , el primero conservará la esencia de tula por su estructura y ligereza, el segundo portador conservará más la esencia de maleta por su estructura rígida que mantiene , también se realizará en dos casos diferentes, en el primero se tratará de omitir el mayor número de detalles del producto, buscando un comportamiento más natural en el momento de la comprobación y en el segundo caso si se le hará saber a la modelo el mayor número de detalles y el funcionamiento de los modelos a comprobar. Empecemos por el primer caso y con la primer propuesta, el tipo tula; en el momento de introducir las pertenencias de la modelo el portador responde de manera acertada por la sencillez de un bolcillo principal con uno secundario, aunque al no conocer el sistema de apertura, se e dificultó el cerrado del portador, ya en el transporte público, el portador responde de manera casual como cualquier maleta, incluso en el momento que inspiró el diseño de la maleta, el agarre cuando se encuentran sentadas en el transporte público, Con el segundo portador también se facilitó el llenado, por un lado al tener un bolcillo extra en uno de sus laterales, este se destinó para una bebida de la testeadora, aunque en este caso el portador no respondió a las expectativas, si respondió como una superficie que se acomoda fácilmente para las pertenencias, esta es la experiencia por parte de la primer testeadora del primer caso:

*“Este me pareció súper... delgado y como que no muy convincente para estar en el transporte público, debido a que lo veo muy débil y como no pesa tanto, o sea, lo bueno es que no pesa nada, siento miedo que no se... algún arrebato lo deje de sentir y cuando me dé cuenta no tengo bolso, pero creo que para playa está súper cool por lo que es liviano y es accesible y pues es muy espacioso.*

*Este ya es un poquito más pesado y más rústico y siento que lo puedo ajustar mejor de acá arriba por lo que este es como un poquito más resistente, en cambio ese como que se dobla un poquito y por lo que tiene un compartimiento de más no tengo miedo de poner mi botilito de agua y que se me derrame aquí adentro en los cuadernos. eh... no me gusta esto porque siento que con cualquier cosita se abre, pero este como te dije, me gusta que lo puedo ajustar acá entonces esto como que queda más seguro.”*

*(Entrevista realizada a Jholeagnys Gutiérrez, 21 años en Bogotá)*

En el segundo caso se empezó por el segundo portador donde el objeto respondió tempranamente a la expectativa tenida con una nueva manera no contemplada de usabilidad.

En el interior del transporte público, también respondió de manera acertada, aunque la expectativa era mayor. El primer portador si respondió de una manera más acertada a la expectativa en el transporte público y esta es la experiencia vivida de la segunda testeadora del segundo caso:

*“Aunque me gustó uno más que el otro, porque... aunque este es más ligero, este me gusta más por la estructura que tiene, como más de maleta. Pues me gusta mucho el diseño, es muy lindo, los colores, lo que no me gustó ¡ah! bueno que, por costumbre, acá siempre hay como una manijita, pero aparte sirve mucho para la seguridad, la puedes llevar como de diferentes formas.” (Entrevista realizada a Alejandra Silva, 20 años en Bogotá)*

## 7. CONCLUSIONES

Al momento de volver a aplicar la evaluación desde las determinantes de diseño, ambos productos, tanto como el tipo Tula como el tipo maleta poseen el mismo puntaje total, solo se diferencia desde el puntaje por el enfoque del que se ideó, el tipo Tula es más ligero, casi ni se siente, el llenado es bastante fácil de realizar por la misma razón de falta de rigidez, aunque no tiene la misma capacidad de contenido que la otra. El tipo maleta es más rígido y espacioso, aunque esa rigidez dificulta un poco el llenado cuando se trata de objetos grandes. Ya directamente desde las determinantes, por parte de estructura ambos no obstaculizan los cierres o aperturas, ambos modifican agarres obsoletos y ambos disponen de las dimensiones para el contenido del cual fueron diseñados; desde dinámicas críticas, ambos reducen incomodidades físicas pero no lo realizan según lo esperado, ambos son adaptables frente a diferentes situaciones en el transporte público facilitando el cambio entre dinámicas; desde mediaciones, ambos median la integridad de los objetos personales del usuario y consiguen conectar al usuario con el portador haciendo uso de la simbología; desde vida y territorio ninguno consiguió por el momento generar un menor impacto ambiental; y por último, desde actividad, ambos portadores permiten variedad en la potabilidad y realizaron un cambio en el sistema de apertura enfocado en el usuario.

## 8. CRONOGRAMA

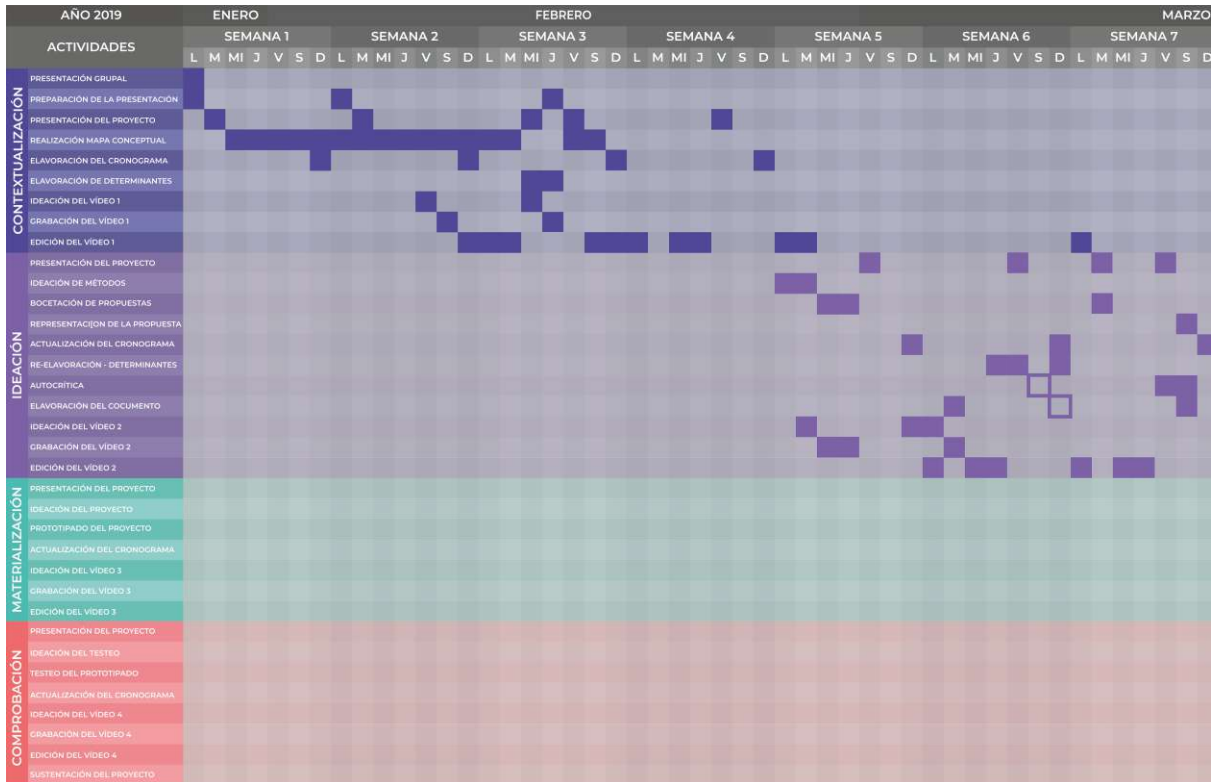


Imagen 18. Cronograma, primera parte.

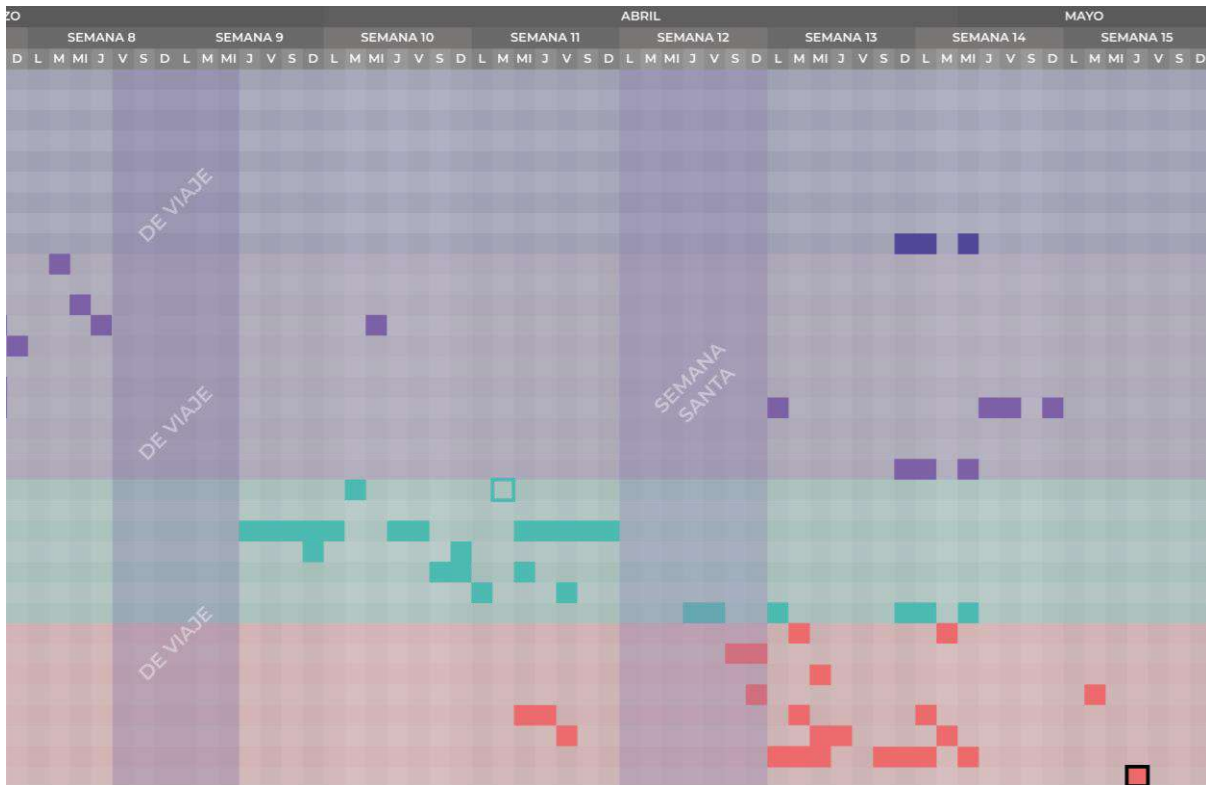


Imagen 19. Cronograma, segunda parte.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Aguileta, F. (23 de Febrero de 2014). *El País*. Obtenido de <https://smoda.elpais.com/moda/la-psicologia-de-los-accesorios/>
- Álvarez, E. (Enero de 2010). Obtenido de [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:R24\\_3yaBI8kJ:www.interac.es/index.php/documentacion%253Fdownload%253D3:creatividad-y-pensamiento-divergente+&cd=10&hl=es&ct=clnk&gl=co&client=firefox-b-d](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:R24_3yaBI8kJ:www.interac.es/index.php/documentacion%253Fdownload%253D3:creatividad-y-pensamiento-divergente+&cd=10&hl=es&ct=clnk&gl=co&client=firefox-b-d)
- Beatriz. (26 de 08 de 2016). *Artesaníaporelmundo*. Recuperado el 06 de 03 de 2018, de <http://www.artesianiaporelmundo.com/distintos-tipos-cueros-pieles-elige-mejor-proyecto/>
- Blanca Sol - EFE Reportajes. (13 de 05 de 2018). *ElTiempo*. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de <http://www.eltiempo.com/cultura/gente/tendencias-en-diseno-de-bolsos-en-2018-216942>
- CarterasparaHombre. (31 de 10 de 2016). *CarterasparaHombre*. Recuperado el 07 de 03 de 2018, de <http://carterasparahombre.es/2016/10/31/carteras-hombre-jaimie-jacobs/>
- CarterasparaHombre. (s.f.). *CarterasparaHombre*. Recuperado el 07 de 03 de 2018, de <http://carterasparahombre.es/piel-cuero/>
- Chagoya, E. R. (01 de 07 de 2008). *gestiopolis*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Cuervo, C. (17 de 04 de 2018). *BAZAAR*. Recuperado el 16 de 05 de 2018, de <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/compras/a19836460/cestas-mimbremarca-portuguesa-la-petite-sardine/>
- CurioSfera. (s.f.). *CurioSfera*. Recuperado el 07 de 05 de 2018, de <http://www.curiosfera.com/historia-del-bolso/>
- Eco, U. (1994). *La estructura ausente* (Quinta ed.). Barcelona: Lumen. Citado por Pino, H. G. en De la hoja de Parra al bikini: La moda como soporte de comunicación social.
- Farled, F. (16 de 05 de 2018). *lavanguardia*. Recuperado el 16 de 05 de 2018, de <http://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20180515/443605884484/bolso-gucci-nuevos-modelos.html>
- Fernández, C. J. (2000). *Diagnóstico y educación de los más capaces (ebook)*. UNED. Universidad nacional de educación a distancia. Obtenido de [http://portal.uned.es/EadmonGuiasWeb/htdocs/abrir\\_fichero/abrir\\_fichero.jsp?idGuia=56601](http://portal.uned.es/EadmonGuiasWeb/htdocs/abrir_fichero/abrir_fichero.jsp?idGuia=56601)

- Ferpiel. (s.f.). *Ferpiel*. Recuperado el 06 de 03 de 2018, de <http://www.ferpiel.com/noticias/item/que-es-la-marroquineria>
- Ferris, S., & Benstock, S. (2001). *Footnotes on shoes*. Rutgers University Press
- Flügel, J.C. (1964). *Psicología del vestido*. Buenos Aires: Paidós. Citado por Pino, H. G. en De la hoja de Parra al bikini: La moda como soporte de comunicación social.
- Gardey, J. P. (2010). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/constitucion/>
- Georjon, F. (9 de 01 de 2016). *Ozapato*. Recuperado el 06 de 03 de 2018, de <https://ozapato.com/tipos-de-cuero/>
- Gráfica. (2018). *eldiario.es*. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de <https://graffica.info/color-del-ano-2018-pantone-18-3838-ultra-violet/>.
- Gutiérrez, J. (24 de Abril de 2019). Testeo caso 1. (D. S. Gil, Entrevistador)
- Huete, J. (27 de 03 de 2018). *innovaspain*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de <https://www.innovaspain.com/bolso-piel-evanatia-mujeres-riesgo-exclusion-laboral/>
- Laborda, Y. (s.f.). *Yvonnelaborda*. Recuperado el 17 de 05 de 2018, de <https://yvonnelaborda.com/autoestima-y-seguridad-psicologica-la-importancia-de-validar-las-emociones-y-sentimientos/>
- Lago, S., & Iriberry, A. (23 de Febrero de 2014). *El País*. Recuperado el Marzo de 2019, de <https://smoda.elpais.com/moda/la-psicologia-de-los-accesorios/>
- Largade, M. (1990). *Xenero.webs.uvigo*. Obtenido de [https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/purificacion\\_mayobre/identidad.pdf](https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/purificacion_mayobre/identidad.pdf)
- Largade, M. (2000 ). *Claves feministas para el poderío y la autonomía de las mujeres*. Madrid: Horas y horas. Obtenido de [http://www.caladona.org/grups/uploads/2013/04/claves-feministaspara-el-poderio-y-autonomia\\_mlagarde.pdf](http://www.caladona.org/grups/uploads/2013/04/claves-feministaspara-el-poderio-y-autonomia_mlagarde.pdf)
- Létourneau J. (2009). *La caja de herramientas del joven investigador*. Medellín: La Carreta Editores E. U.
- Nicuesa, M. (30 de Marzo de 2016). *Blog Buenos Tratos*. Obtenido de <http://buenostratos-blog.larioja.org/?p=1256>
- Miller, G. (1951). *Language and communication*. Nueva York: Mc Graw Hill. Citado por Pino, H. G. en De la hoja de Parra al bikini: La moda como soporte de comunicación social. Paredes, M. (Noviembre de 2016). *SCRIBD*. Recuperado el Marzo de 2019, de <https://es.scribd.com/document/331026794/Sociedad-Contemporanea>
- Pantone Color Institute. (2018). *Pantone*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2018>
- Pantone Color Institute. (2018). *Pantone*. Recuperado el 16 de 04 de 2018, de <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2019>
- Parrondo, P. d. (6-8 de Septiembre de 2001). *LASA*. Recuperado el Marzo de 2019, de <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2001/DeMirandaParrondoPatricia.pdf>

- Peirce, C. S. (1897). *On Signs [R]*. MS [R] 798
- Percy, D. (2006). *handbagtherapy*. Obtenido de <https://www.handbagtherapy.co.uk/>
- Pino, H. G. (11 de 2015). *eprints*. Recuperado el 19 de 05 de 2018, de <http://eprints.ucm.es/41612/1/T38532.pdf>
- Pitch, T. (2010). *revistaseug*. Obtenido de [revistaseug.ugr.es/index.php/acfs/article/download/515/605](http://revistaseug.ugr.es/index.php/acfs/article/download/515/605)
- PorColombia. (2018). *PorColombia*. Recuperado el 06 de 03 de 2018, de <http://catalogo.procolombia.co/es/prendas-de-vestir/cuero-y-marroquineria.aspx>.
- Rendón, S. C., & Salazar, V. C. (2003). *Dialnet*. Obtenido de Asparkia: Investigación feminista: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/134119>
- Resumenea*. (2017). Recuperado el Marzo de 2019, de <https://resumenea.com/que-es-concepto-abstracto>
- Romo. (1997). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/65974.pdf>
- Roselló, F. T. (11 de Enero de 2010). *Inteligencia espiritual*. Barcelona: Plataforma Editorial.
- Sarmiento, I. (2007). *digibuo.uniovi.es*. Obtenido de <http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/20599/1/CulturaY CulturaMaterial.pdf>
- Silva, A. (24 de Abril de 2019). Testeo caso 2. (D. S. Gil, Entrevistador)
- Stork, R. Y. (1997). *dadun.unav*. Obtenido de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5579/1/RICARDO%20YEPES%20STORK.pdf>
- Redacción Cromos. (16 de 06 de 2016). *ELESPECTADOR*. Recuperado el 17 de 05 de 2018, de <https://www.elespectador.com/cromos/moda/articulo-146166-el-bolso-cinco-siglos-de-historia>
- The Free Dictionary. (s.f.). *TheFreeDictionary*. Recuperado el 06 de 03 de 2018, de <https://es.thefreedictionary.com/marroquiner%C3%ADa>
- Torre, R. d. (29 de Julio de 2017). *Nómadas, UCentral*. Obtenido de [http://nomadas.ucentral.edu.co/nomadas/pdf/nomadas\\_16/16\\_6D\\_Crisisorevaloracionde laidentidad.pdf](http://nomadas.ucentral.edu.co/nomadas/pdf/nomadas_16/16_6D_Crisisorevaloracionde laidentidad.pdf)
- Vidal, C. (11 de 07 de 2012). *Portalaca*. Recuperado el 19 de 05 de 2018, de <https://www.portaloaca.com/opinion/5709-la-construccion-de-la-identidad-personal.html>
- WordReference. (s.f.). *WordReference*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de <http://www.wordreference.com/sinonimos/tendencia>.
- WordReference. (s.f.). *WordReference*. Recuperado el 06 de 03 de 2018, de <http://www.wordreference.com/definicion/marroquiner%C3%ADa>.