

# Diseño de instrumento para la identificación de los imaginarios que reposan en el vestuario en la construcción de la identidad de género

Sandra Milena Palacio López<sup>(1)</sup> y  
Carlos Andrés Arango-Lopera<sup>(2)</sup>

---

**Resumen:** La presente investigación tiene como objetivo plantear el diseño de una herramienta de investigación que permite ahondar e identificar la caracterización de los elementos de vestuario, la representación social del significado de cada elemento y la mediación de estos en la construcción de la identidad de género. Para esto, se realizó una revisión e integración de las teorías del estudio de los imaginarios de Armando Silva, el cual se fundamenta desde la perspectiva de la lógica triada de Peirce; la perspectiva del análisis fotográfico de Marzal; la metodología para el análisis de los objetos propuesta por Medina, que desde la lógica de la semiótica, en su sentido más general permite abordar el objeto –en este caso el vestuario– como una producción social de sentido a partir de los sistemas de signos; y el Modelo de necesidades del consumidor FEA, el cual permite a los diseñadores de vestuario evaluar las necesidades y los deseos del consumidor, y así crear diseños que sean atractivos y socialmente aceptables en cuerpos que pueden o no ajustarse a los contornos, superficies o movimientos típicos. Lo anterior, le permite a la comunidad abordar en un mismo ejercicio la cualidad real, la representación simbólica y las negociaciones psíquicas que realizan las personas en la construcción de sentido de su identidad a partir de los contenidos discursivos que se encuentran presentes en los elementos del vestuario.

**Palabras claves:** Vestuario - imaginarios - estudio de objetos - instrumento de recolección.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 162-163]

---

<sup>(1)</sup> Ingeniera Administradora y Magister en Ingeniería - Ingeniería Administrativa, con conocimiento y experiencia en el campo del mercadeo, estudio del comportamiento del consumidor, visibilidad organizacional, marketing interno, lealtad de marca y gestión de la calidad. Correo electrónico: spalacio@udemedellin.edu.co

<sup>(2)</sup> Comunicador y relacionista corporativo. Magíster y Doctorado en Filosofía. Experiencia en gestión de indexación de revistas científicas, edición académica, docencia universitaria, investigación, publicación y desarrollo de proyectos creativos. Socio de El Morenito INC, desde donde he creado contenidos para teatro, televisión e internet. Correo electrónico: caarango@udemedellin.edu.co

## Introducción

La madurez en el estudio de los imaginarios conlleva al interés por parte de investigadores en delinear una ruta metodológica capaz de revelar los significados que están presentes en un objeto de estudio específico, donde principalmente se recurre a un enfoque cualitativo, con interesantes desafíos para el trabajo investigativo. Por esto es necesario que la ruta metodológica trazada brinde la posibilidad de operar como soporte para contrastar la teoría. A continuación, se presenta la propuesta metodológica de un instrumento de análisis que permita abordar de manera integral la caracterización de los elementos de vestuario, la representación social del significado de cada elemento y la mediación de estos en la construcción de la identidad de género. Para ello, se adaptaron las metodologías del estudio de los imaginarios de Armando Silva (2006) desde la perspectiva de la lógica trial de Charles Sanders Peirce (1965), la metodología para el análisis de los objetos propuesta por Federico Medina (2009) y el Modelo de necesidades del consumidor FEA. El alcance de este trabajo parte de la exploración teórica y metodológica del objeto imaginario, diseña una ficha de recolección de datos para el trabajo de campo y llega hasta su validación por parte de expertos.

Los imaginarios se entienden como aquella plataforma social que abarca las diferentes representaciones de la realidad, a partir de un conjunto real y complejo de imágenes mentales que se sirven de producciones estéticas que se generan en el marco de las relaciones sociales. Por tanto, estos se pueden comprender desde la base de una lógica representativa como la desarrollada por Peirce (1965), como se explica a continuación.

La primeridad es entendida como la posibilidad de ser, es una cualidad –aún sin incorporarse a otro–, la sensación más pura, es decir, sin articularse a ningún sujeto en particular del fenómeno, que a pesar de situarse en los hechos no lo son. La segundidad es lo real, lo que efectivamente choca con el encuentro con la realidad y que solo se conoce cuando ya pasó; es el hecho, es donde se conoce la cualidad, es una fuerza ciega, de voluntad arbitraria, donde no interviene ninguna mediación entre los sujetos. La terceridad es entendida como una combinación, es un medio que conecta lo primero con lo segundo, es decir, es el paso que relaciona y posibilita. En otras palabras, es la representación como un elemento del fenómeno donde la idea de aquello que es como es al ser un tercero o medio, entre un segundo y un primero. Es decir, es representación, mediación, significado como un elemento del fenómeno (Peirce, 1965; Silva, 2006).

Por su parte, la metodología propuesta por Medina (2009) permite abordar los objetos desde su sentido y su sistema de signos en los que se encuentra articulado y de lo que forma parte, que permite reconstruir la producción de sentido en los fenómenos sociales y culturales. Para esto, el autor propone el estudio del objeto en tres dimensiones. En primer lugar habla sobre la dimensión productiva, en esta se asume que el objeto es la suma de sus partes, las cuales se encuentran articuladas coherentemente: se asumen como un todo. Esta dimensión analiza el objeto desde su condición técnica donde se debe analizar el proceso de producción y las formas materiales y sociales que regulan su producción.

En cuanto a la dimensión funcional, al igual que la dimensión anterior, se analiza desde su condición técnica donde se analiza la función que socialmente se le atribuye al objeto. En un tercer lugar el autor menciona a la dimensión comunicativa, que, a diferencia de las

anteriores, se centra en la condición formal del objeto, desde sus posibilidades comunicativas, donde se asume que sus connotaciones comunican, informan y significan el uso y el contenido simbólico del mismo.

Así, para la construcción de la ficha se aborda el Modelo de necesidades del consumidor FEA, el cual tiene como objetivo las necesidades del consumidor a partir de incorporar las dimensiones funcional, expresiva y estética (FEA) en el diseño de vestuario (Lamb y Kallal, 2016).

Según los autores, la dimensión estética incorpora en el diseño del vestuario el deseo humano de belleza, integrando elementos como la línea, la forma, el color, la textura y el patrón para crear un diseño agradable, en otras palabras, el arte. Desde lo funcional, se incorpora el uso o la utilidad por la cual es creado el elemento de vestuario considerando la influencia de la cultura y la situación de uso que demanda su creación. Por último, la dimensión expresiva incorpora en el diseño del vestuario aspectos comunicativos y simbólicos, los cuales comunican una variedad de mensajes sobre el consumidor y su entorno.

## Presentación de la herramienta metodológica

De las metodologías anteriormente explicadas, se presentan las categorías a analizar.

Contenido de la ficha			Denominación de las categorías por autor		
Secciones de la ficha	Niveles de la ficha	Categoría	Silva - Pierce	Federico Medina Cano	Modelo FEA
Sección Recolección de información	Nivel Contexto	Demográficas			
		Identidad de género			
Sección análisis de datos	Nivel compositivo	Caracterización de los elementos de vestuario	Primeridad	Dimensión productiva del objeto	Descripción estética
		Representación social del significado de los elementos de vestuario	Segundidad	Dimensión funcional	Descripción funcional
		Mediación de los elementos de vestuario	Terceridad	Dimensión comunicativa	Descripción expresiva
Sección síntesis	Nivel interpretativo	Argumentación teórica y contexto histórico			

**Tabla 1.** Categorías del estudio. Fuente: elaboración propia.

A partir de la tabla anterior, a continuación, se describe el contenido de la ficha según las secciones y las categorías de estudio. Para la caracterización de los elementos de vestuario, la representación social del significado de cada elemento y la mediación de este, a partir de los momentos en los que se relatan los diferentes sucesos que desde el vestuario permiten ver y comprender el proceso subjetivación y la manifestación de la subjetividad de cada participante, mostrando con esto las trayectorias por las cuales ha tránsito su experiencia. A continuación, se describe el contenido de la ficha.

En la sección para la recolección de datos se encuentra el nivel de contexto, en el cual se registran los datos generales de la ficha, del participante y de la unidad de estudio. Estos son los datos de identificación, los datos demográficos y los datos generales del objeto de estudio. En los primeros se registra la fecha, la hora, el lugar, y las palabras clave con las cuales se identificará cada encuentro con el participante. En los segundos, los demográficos del participante, se ingresan datos como el nombre o la identificación de este, su edad, lugar de residencia e identidad de género, fase identitaria y ocupación. Por último, en los generales se procede a la transcripción de la entrevista a profundidad o de la fotografía que proporcione el participante para narrar su relato de vida.

En la sección para el análisis de datos se encuentra el nivel compositivo, donde -a partir de la transcripción de cada entrevista a profundidad o fotografía proporcionada por los participantes-, se registrará el tipo de elemento de vestuario y consideraciones estéticas de este, que se relata en cada fase o momento por la que ha transita su identidad. En este nivel se analizarán las categorías universales descritas en la *Tabla 1*.

La categoría caracterización de los elementos de vestuario permite abordar el vestuario desde la posibilidad o cualidad real e idiosincrásica y potencial del vestuario, o -en otras palabras-, el estado de sensación monádica de cada elemento. Aquí se considera según donde cada sujeto se asume en el ser de sí mismo, en la conciencia inmediata y en la sensación pura que este es sin articularse a otro elemento, sujeto, objeto ni experiencia que brinda; es algo totalmente indeterminado, sin partes, sin rasgos ni corporalidad, por lo que no depende de otro para ser (Silva, 2006; Peirce 1965; Restrepo, 2010).

Esto implica analizar su parte física, su forma exterior y su proceso de producción y las condiciones materiales que la regulan, tal como sostiene Medina (2009). Para la evaluación de esta categoría se analizan las variables de descripción general del elemento estético, la morfología del vestuario y el nivel enunciativo. En lo que respecta al primero, la descripción general del elemento estético, se consignará la información general de cada elemento de vestuario a partir de la definición de lo que significa el vestuario, en línea con las perspectivas de Eicher y Roach (1992), Roach-Higgins et al., (1992) y Rodríguez (2018), es decir se registrará la información general de las modificaciones y complementos del vestuario seccionados según el tipo de vestuario que se esté analizando como prendas, accesorios, apariencia o maquillaje y lenguaje no verbal (Rodríguez, 2018; Todorović et al., 2017). En este sentido, se medirán las generalidades como la denominación técnica, universo del vestuario, taxonomía de los objetos, situación de uso, descripción del proceso o ritual de vestimenta, arquetipos, natural, biotécnica, cultural o tecnológico, clase de objeto -simple, articulado o inteligente-, y tipología, como objeto, según su forma, tamaño y uso. En la morfología del vestuario se consignará la descripción de la forma de cada elemento de vestuario estudiado. Es por ello que en esta variable se analizará el tamaño y las dimen-

siones de cada elemento, según su relación con el cuerpo –antropocéntrico, biocéntrico o cosmocéntrico–, así como las características del uso de elementos como la proporción y línea, forma, color, textura, estampado, volumen, silueta, detalles, tela y patrón para crear un diseño del elemento de vestuario descrito otro como forma exterior, la experiencia estética, la imagen visual de la marca permiten personalizar y diferenciar y hacerlo competitivo en el mercado (Lamb y Kallal, 2016).

Por su parte, en el nivel enunciativo usuario se registrarán aquellos gestos, posturas y actitudes que acompañan al elemento del vestuario. Es una forma de habitar de cuerpo, es una forma de manifestar lo que se quiere comunicar, pues el lenguaje corporal presenta micro expresiones que acompañan el significado que se pretende comunicar (Rodríguez, 2018; Todorović et al., 2017).

La categoría representación social del significado de los elementos de vestuario permitirá comprender aquellas representaciones simbólicas o expresiones singulares que dan forma a las interpretaciones del vestuario, las cuales convocan a los espacios reales por los que este transita en la construcción de sentido, es decir, donde se sitúa cada elemento en la idea de vestuario, allí donde este existe y se toma como un hecho por sus acciones frente a otra realidad y sus consecuencias (Silva, 2006). Esto, a su vez, une y relaciona sujetos y se concibe como una fuerza ciega de voluntad arbitraria que permite conocer la cualidad del elemento de vestuario a través de su existencia en cuanto pertenece a un tiempo y lugar particular (Restrepo, 2010).

Para esta categoría se medirán variables como la descripción funcional del elemento de vestuario (protección, confort, ajuste, aceptación, o facilidad), la utilidad o situación real de uso que le da el participante, lo que permite ver cómo los sujetos se relacionan con cada elemento del vestuario, para captar la necesidad por la cual fue diseñado y su relación con el cuerpo (Lamb y Kallal, 2016). Esto, a su vez, permitirá ver qué limitaciones tiene su uso, los usos no planeados, los usos anteriores, cómo se emplea el vestuario para reinventar, transformar o reinterpretar su sentido, aproximación que posibilita identificar el mensaje que está hecho para ser leído y reconocido por los individuos o por su colectividad, lo que permite encontrar las nuevas resignificaciones estéticas que se le dan al vestuario de la población transgénero. Por lo anterior, también es necesario observar cómo llegó a manos del consumidor, cómo se apropia de él, cómo se trasladó al espacio público, convirtiéndolo de esta manera en una expresión propia de su subjetividad (Medina, 2009).

En la categoría mediación de los elementos de vestuario, este último es visto como una medicación, un paso intermedio que relaciona y posibilita, y a su vez manifiesta la manera como se conoce, se piensa y se le da significado a el fenómeno, en este caso de vestuario anhelado el cual tiende a producir hábitos de acción que se van ejercitando y desarrollando en un futuro indefinido, de forma continua y uniforme, sin ser absoluto (Restrepo, 2010). Por lo anterior, esta sección comprende las columnas donde se registran los aspectos comunicativos y simbólicos de los elementos del vestuario (Lamb y Kallal, 2016). Con el fin de evaluar lo que su forma expresa –su significado–, es necesario evaluar el concepto que representa, es decir, la imagen conceptual que se tiene del elemento del vestuario, las cualidades imaginarias y las representaciones aspiracionales, las metáforas o analogías que le participante evoca de sus elementos de vestuario, así como, deseos o sentimientos,

mitos, sueños, pautas estéticas asociados, y a su vez el significado y los valores compartido por una comunidad, sus convenciones sociales, los códigos que regulan su significado, y los medios por los cuales construye la imagen de estos elementos, es decir, los medios de comunicación por los cuales adquiere capital de estos –signos de poder, de belleza, reconocimiento social, usos (Medina, 2009)–.

La sección de síntesis se encuentra en el nivel interpretativo, donde se contrastará los resultados de la sección de análisis con la argumentación teórica que se tenga sobre el campo de estudio, lo que permitirá observar los efectos que produce el vestuario en las diferentes situaciones de intercambio social, contrastando la forma como cada participante se integra en una sociedad y es parte de ella desde el valor simbólico que le otorga al vestuario.

Lo anterior, a partir de la síntesis de imágenes, convocatorias, soluciones, la construcción estética del vestuario en cada trayectoria, así como las negociaciones psíquicas que realizan las personas transgénero en este proceso de construcción y su identidad (Eicher y Roach, 1992; Mallimaci y Giménez, 2006; Peirce, 1965). Es decir, la síntesis de imágenes, soluciones, negociaciones psíquicas, combinaciones, medios, enlaces o puentes que conectan las cualidades de los elementos que lo conforman, con aquellas representaciones simbólicas o expresiones singulares que realizan las personas transgénero en el proceso de construcción de su identidad a partir de su vestuario anhelado (Silva, 2006).

Para esto es necesario conocer, además de la argumentación teórica, el contexto en cual se desenvuelve cada elemento de vestuario analizado. En este sentido, se observará el momento sincrónico del elemento de vestuario, así como el momento diacrónico de este, se analizará la transformación y las modificaciones que sufre en el tiempo, su testimonio, así como las características ergonómicas y tecnológicas de la época que se derivan para su producción y consumo. Igualmente, se considerarán aspectos como la producción simbólica de la imagen del elemento de vestuario que se presenta en los medios de comunicación y los saberes que tiene el participante de este elemento (Medina, 2009).

Además, es necesario analizar el papel que juega el vestuario como discurso de poder en la esfera pública donde se ubica el participante y cómo, desde el uso de su corporalidad, este resignifica las estéticas discursivas que se emiten desde cada elemento del vestuario. Así, es importante analizar cómo el elemento de vestuario sitúa al participante en alguno de los espacios a los que puede aplicar el sujeto en la esfera pública a –institucionalizado, marginado, excluido, autoexcluido o inadaptado–, así como el rol contestatario que se emite en los códigos tradicionales o nuevos que se introducen en las interacciones sociales. Esto permitirá vislumbrar el discurso monolítico que atraviesa la exigencia de vida del participante y el cual lo ubica en un espacio específico de la esfera pública (Bustamante y Ferrer, 2019; Somers, 1996; Zambrini, 2019)

## Validación de expertos y panel de experto

Luego de tener construida la ficha de recolección, análisis y síntesis de datos, esta se envió a cinco doctores expertos en el tema de imaginarios, vestuario e identidad, con el fin de que individualmente realizarán la validación del instrumento, para luego participar en un

panel de experto, donde en un debate desde sus experticias se pudiera llegar a la versión final del instrumento.

Por lo anterior, a continuación, se presentan los ítems con los cuales se le solicitó a cada experto evaluar si los factores que hacen parte de la construcción de la ficha para la recolección y análisis de datos son pertinentes, si las variables de estudio se abordan a plenitud, si las variables de estudio permiten identificar las construcciones estéticas que han desarrollado las personas transgénero en las diferentes trayectorias por las que transita as identidades transgénero, si la justificación de cada categoría es pertinente a la investigación, si la categoría de estudio es apropiada para alcanzar el objetivo de investigación, así como cualquier otra observación que fuera pertinente. A continuación, se presentan los ítems discriminados en las tres dimensiones de satisfacción (ver *Tabla 2*).

Puntuación	Criterio de evaluación
1	No es pertinente, por lo que debe ser eliminado El ítem no es claro El ítem no tiene relación lógica con la categoría El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la categoría
2	Debe ser replanteado El ítem requiere modificaciones en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem El ítem tiene una relación moderada con la categoría que está midiendo El ítem es relativamente importante
3	Es pertinente El ítem se encuentra completamente relacionado con la categoría que está midiendo El ítem es muy relevante y debe ser incluido

**Tabla 2.** Criterios para la valoración de los ítems que hacen parte de la ficha. Fuente: elaboración propia

Para la valoración de la ficha, una vez revisada la misma, se le solicitó a cada experto diligenciar la tabla 3, donde se requería indicar la valoración que cada uno asignaba según los criterios de valoración de la tabla 2 y su correspondiente observación. En la columna 2 se muestran las categorías que se identificaron en el estudio, según el objetivo de investigación: Describir los elementos estéticos del vestuario en las diferentes trayectorias por las que transitan las identidades transgénero. En la columna 3, se muestran los ítems que según la literatura permiten identificar cada una de estas categorías; en la columna 4 los expertos deberían asignar un valor de 1, 2 o 3, según los criterios de valoración mencionados en la tabla 2. Finalmente, en la última columna se requería agregar comentarios que permitan mejorar los ítems.

Nivel/ Dimensión lógica trial		Categoría	Ítem	Valoración Asigne 1, 2 0 3 puntos	Observaciones
Contexto		Demográfica	Identificación de la ficha		
			Datos demográficos del participante		
			Datos generales del objeto de estudio		
Compositivo	Primeridad/ dimensión productiva	Caracterización de los elementos de vestuario	Se describe la información general, que permiten identificar y caracterizar el elemento de vestuario		
			Se identifican los aspectos morfológicos que componen el elemento de vestuario		
			Se identifican los aspectos enunciativos que complementan y hacen parte del elemento del vestuario		
	Segundidad/ dimensión funcional	Representación social del significado de los elementos de vestuario	Se identifican la función y el uso de elemento de vestuario		
			Se identifica las características de sus funciones y de su uso		
			Se identifica modificaciones o proyecciones en nuevas funciones o uso que el participante puede darle al elemento de vestuario		
	Terceridad/ dimensión comunicativa	Mediación de los elementos de vestuario en la construcción de la identidad de género	Se identifican los aspectos comunicativos y simbólicos de los elementos del vestuario		
			Se pueden identificar aquellas construcciones imaginarias del participante, a raíz de sus deseos, aspiraciones y aspiraciones que tiene respecto al elemento de vestuario		
			Se identifican las emociones que despierta el elemento del vestuario		
			Se identifican los elementos compartidos por la sociedad, el colectivo o el grupo social al cual pertenece el participante, incluyendo la forma de adquirir el capital de conocimiento respecto al elemento de vestuario		
	Interpretativo	Síntesis	Se identifica y analiza la reconstrucción del relato de vida de los participantes, que permite una exploración y comprensión de los significados de esos hechos, relacionándolos con el contexto en el cual la vida de esa persona o familia se ha desarrollado, y con los aportes teóricos del investigador, que es en sí una interpretación. Esto a su vez, completando con el contexto histórico, político y tecnológico del elemento de vestuario en estudio		

**Tabla 3.** Valoración de la ficha. Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, se le solicitó al experto que indicará la percepción general del instrumento, si consideraba necesario agregar alguna categoría o información adicional a la ficha. La devolución de los expertos permitió llegar a la versión final del instrumento. Para considerar la validez de cada ítem, este debía tener la valoración de 3, por mínimo 3 de los 4 expertos. Adicionalmente, se realizaron las observaciones que cada experto indicó para cada ítem. Finalmente, en la sección del panel de expertos, se les mostró la versión final del instrumento con las observaciones realizadas, para su evaluación final como se muestra en la *Figura 1*.

<b>Identificación de la ficha</b>		
<b>Aspectos demográficos</b>		
<b>Transcripción encuentro - fotografía</b>		
<b>Caracterización de los elementos de vestuario</b>	<b>Representación social del significado de los elementos de vestuario</b>	<b>Mediación de los elementos de vestuario</b>
<b>Síntesis</b>		

**Figura 1.** Ficha recolección, análisis y síntesis de datos. Fuente: elaboración propia.

En la figura anterior se observa cómo el diseño logrado permitió integrar las tres metodologías encontradas para el estudio del objeto *imaginarios*, lo cual permitirá recolectar, analizar y sintetizar los datos que se recaben en el trabajo de campo de la investigación.

## Referencias bibliográficas

Bustamante, F; Ferrer, R. (2019). Vestir desde la disidencia: resistencia y visibilidad desde la experiencia de tres activistas peruanxs. *Conexión*, 8(12), 91–112. <https://doi.org/10.18800/conexion.201902.006>

- Eicher, J; Roach, M. (1992). Definition and classification of dress: Implications for analysis of gender roles. In Inc. Berg Publishers (Ed.), *Dress and gender: Making and meaning* (pp. 8–28).
- Lamb, J; Kallal, M. J. (2016). A Conceptual Framework for Apparel Design. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(2), 42–47. <https://doi.org/10.1177/0887302X9201000207>
- Mallimaci, F; Giménez, V. (2006). Historia de vida y métodos biográficos. *Estrategias de Investigación Cualitativa*, 1, 23–60.
- Medina, F. (2009). *La mirada semiótica. La huella del hombre en los objetos* (1st ed.). Universidad Pontificia Bolivariana.
- Peirce, C. S. (1965). La Ciencia de la semiótica. In Ediciones nueva visión (Ed.), *Colección de Semiología y Epistemología*. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semiótica.pdf>
- Rodríguez, J. (2018). Estudio en cognición social: El vestuario y su vinculación como elemento de análisis en la comunicación no verbal. *Vivat Academia*, 143, 85–110. <https://doi.org/10.15178/va.2018.143.85-110>
- Silva, A. (2006). *Imaginario urbano : hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología*. Convenio Andrés Bello, Universidad Nacional de Colombia.
- Somers, M. R. (1996). ¿Qué hay de político o de cultural en la cultura política y en la esfera pública? Hacia una sociología histórica de la formación de conceptos. *Zona Abierta*, 77, 31–94.
- Todorović, T., Čuden, A. P., Košak, K; Toporišič, T. (2017). Language of dressing as a communication system and its functions - Roman Jakobson's linguistic method. *Fibres and Textiles in Eastern Europe*, 25(5), 127–135. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0010.4639>
- Zambrini, L. (2019). Diseño e indumentaria : una mirada histórica sobre la estética de las identidades de género. *Cuadernos Del Centro de Estudios En Diseño y Comunicación. Ensayos*, 71, 119–128.

---

**Abstract:** The purpose of this investigation is to display the design of a research tool that allows to delve into and identify the characterization of the dress elements, the social representation of the meaning of each element and the mediation of these in the construction of gender identity. To do it, a review and integration of the theories of the study of Armando Silva's imaginaries was carried out, which is based on the perspective of Peirce's triad logic; the perspective of Marzal's photographic analysis; the methodology for the analysis of objects proposed by Medina, which from the logic of semiotics, in its most general sense, allows us to approach the object –in this case, dress– as a social production of meaning based on sign systems; and the FEA Consumer Needs Model, which allows dress designers to assess the needs and desires of the consumer, and thus create designs that are attractive and socially acceptable on bodies that may or may not adjust to typical contours, surfaces or movements. The foregoing enables the community to address in the same exercise the real quality, the symbolic representation, and the psychic negotiations

that people carry out when they build their sense of identity from the discursive contents that are present in the elements of the dress.

**Keywords:** Dress - imaginaries - objects study - collection instrument.

**Resumo:** O objetivo desta pesquisa é apresentar o projeto de uma ferramenta de investigação que permita a aprofundar e identificar a caracterização dos elementos de vestuário, a representação social do significado de cada elemento e a mediação destes na construção da identidade de género. Para isso, realizou-se uma revisão e integração das teorias do estudo dos imaginários de Armando Silva, que se baseia na perspectiva da lógica triádica de Peirce; a perspectiva da análise fotográfica de Marzal; a metodologia para a análise dos objetos proposta por Medina, que desde a lógica da semiótica, no seu sentido mais geral permite abordar o objeto, neste caso o vestuário, como uma produção social de sentido a partir dos sistemas de sinais; e o Modelo de Necessidades do Consumidor FEA, que permite aos designers de vestuário avaliar as necessidades e desejos do consumidor, e assim criar desenhos que sejam atrativos e socialmente aceitáveis em corpos que podem ou não ajustar-se aos contornos, superfícies ou movimentos típicos. Isto permite à comunidade abordar num mesmo exercício a qualidade real, a representação simbólica e as negociações psíquicas que as pessoas realizam quando constroem seu senso de identidade a partir dos conteúdos discursivos que se encontram presentes nos elementos do vestuário.

**Palavras chaves:** Vestuário - imaginários - estudo de objetos - instrumento de coleta.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---