



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE DISEÑO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE DISEÑO Y GESTIÓN EN MODA**

Influencia del estilo de vida de los yoguis y yoguinis limeños en su  
indumentaria diaria

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el grado de bachiller en Diseño y Gestión en Moda

**AUTOR**

Pacheco Rosales, Erika Gabriela (0000-0001-6251-4961)

**ASESORES**

Mendoza Preciado, Jamir (0000-0001-6332-0421)

Valdez Bazán, Gustavo Adolfo (0000-0002-8846-2386)

**Lima, 30 de noviembre de 2019**

*DEDICATORIA*

*A mis padres que desde el primer día me apoyaron y aconsejaron*

*A mi hermano que me ayudó cuando lo necesité*

*A mis gatos que me acompañaron de día y noche*

*A mí por todo lo recorrido y logrado en estos años*

*¡Al fin!*

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a los yoguis y yoguinis que apoyaron este proyecto con su tiempo, conocimientos e información proporcionada. Sin ustedes este trabajo no sería posible.

A mi asesor Jamir Mendoza por su paciencia y dedicación puesta en el trabajo.

A mis compañeros y profesores que marcaron mi camino en estos cinco años de estudios universitarios.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal entender cómo el estilo de vida de los yoguis y yoguinis limeños de 30 a 45 años influencia en su elección de indumentaria de uso diario en Lima. Se realizaron entrevistas a 4 yoguis y yoguinis entre 30 y 45 años, nacidos y residentes de Lima. Se utilizó un diseño de investigación etnográfico con enfoque cualitativo y la información se obtuvo de entrevistas estructuradas a profundidad. Los resultados de la investigación afirman que existe relación entre el estilo de vida de los yoguis y yoguinis con su elección de vestimenta. Por último, los yoguis y yoguinis afirman que la disciplina del yoga ha provocado que cambien su estilo de vida, condicionando, asimismo, su vestimenta.

**Palabras clave:** yoga; yogui; yoguini; estilo de vida; indumentaria

## The influence of the lifestyle of lima yogis and yoginis in their daily clothing

### ABSTRACT

The present research has as main objective to understand how the lifestyle of lima yogis and yoginis between 30 and 45 years old, influence in their choice of everyday clothes. Four interviews were made to 2 yogis and 2 yoginis between 30 and 45 years old, born and residents of Lima. An ethnographic research design with a qualitative approach was used and the information was obtained from depth structured interviews. The results of the research confirm that there is a relationship between the lifestyle of lima yogis and yoginis and their choice of daily clothing. Finally, yogis and yoginis confirm that the discipline of yoga has caused them to change their lifestyle, also conditioning their clothing.

**Palabras clave:** yoga; yogi; yogini; lifestyle; clothing

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1	DESCRIPCIÓN DE PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.2	PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	3
1.3	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
<b>2</b>	<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>5</b>
2.1	DEFINICIONES E HISTORIA.....	5
2.1.1	Yoga.....	5
2.1.2	Estilo de vida.....	7
2.1.3	Indumentaria.....	10
<b>3</b>	<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>15</b>
3.1	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	15
3.2	POBLACIÓN O PÚBLICO OBJETIVO .....	15
3.3	HORIZONTE TEMPORAL .....	16
3.4	LUGAR DE ESTUDIO .....	16
3.5	TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS .....	16
3.5.1	Recojo de información.....	17
<b>4</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>18</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>20</b>
<b>6</b>	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>22</b>
<b>7</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>25</b>

# 1 INTRODUCCIÓN

## 1.1 Descripción de problemática de investigación

El yoga es una disciplina milenaria surgida en la India hace 5000 años aproximadamente. Sin embargo, llegó a occidente hace un poco más de 100. Este tuvo un boom a fines del siglo XX y comienzos del siglo XXI, porque se dio a conocer su importancia para el ámbito de la salud como herramienta terapéutica para enfermedades y trastornos. Debido a las prácticas económicas neoliberales desarrolladas en occidente, el yoga no se expresa y lleva a cabo de la misma forma que en la India, ya que las necesidades son diferentes en ambos hemisferios. En occidente, actualmente, la tecnología es muy importante, así como lo material, mientras que el yoga no tiene relación con ellos, porque se basa en unir la mente, cuerpo y espíritu, a través de expresiones corporales y mentales (Lizama, 2015; Román, 1998).

La práctica del yoga ha crecido globalmente en occidente en los últimos 20 años con profesionales, publicaciones y practicantes que usan esta disciplina de múltiples formas. Por ejemplo, la utilizan como una forma de mejorar física y mentalmente, reducir estrés, tener una vida más consciente así como productiva para experimentar bienestar mental y físico (Mangiarotti, 2019). En la actualidad, hay diversos estudios (lugares especializados donde se practica yoga), así como gimnasios (Lizárraga, 2014).

El yoga ha tomado gran importancia en Perú, debido a que tiene efectos positivos en patologías como el estrés y la ansiedad. Además, mejora la postura y te brinda tranquilidad, pero su función principal no se basa en sanar el cuerpo. El yoga es una disciplina que tiene como objetivo unir cuerpo, mente y espíritu a través de los ocho estados que están conformados por las *asanas* (posturas), meditación, respiración, entre otros (Fajardo, 2009; Lizárraga, 2014).

En la actualidad, los practicantes de yoga se pueden dividir en tres grupos: el más pequeño está conformado por los que se toman esta disciplina seriamente y como una forma de vida, filosofía de renuncia y emancipación. Estas personas viven en los monasterios y *ashrams*, que son lugares de meditación y enseñanza hinduista en los que alumnos conviven con sus maestros. El segundo grupo incluye personas que están desencantadas con los efectos de la riqueza generadas por el progreso en la ciencia y tecnología. Buscan una nueva forma de vida, por las que dejan sus hogares, se unen a movimientos alternativos, cambian su

vestimenta y hábitos alimenticios, meditan e intentan encontrar un nuevo propósito y significado a su vida moderna. El tercer y último grupo es el más amplio. En este, se encuentran personas que no están interesadas en la profundidad filosófica y esotérica que implica el yoga o un nuevo estilo de vida. Ellos quieren superar problemas de salud, que son en su mayoría causados por estrés y desbalances psicosomáticos (Ramaiah, 2012).

Según lo antes explicado, el segundo grupo son los llamados yoguis y yoguinis, que equilibran su mente y cuerpo a través del yoga. Estos toman de una manera seria al yoga y no lo consideran solo un pasatiempo, sino una manera de transformar su interior. Por ello, mantienen un estilo de vida acorde a su filosofía. De esta forma, basan su alimentación, hábitos, fijan su día a día, en seguir un estilo de vida marcado por una filosofía yóguica. Esta se basa en la preferencia por productos naturales y orgánicos. No solo en el ámbito de la alimentación, sino en cuanto a productos de belleza como aceites esenciales. Asimismo, en cuanto a transportarse, consideran de gran importancia ser sostenibles así que prefieren caminar o usar bicicletas. En el estilo de vida, también, está incluida la indumentaria que se caracteriza por tener siluetas sueltas, cómodas y con fluidez para practicar yoga con mayor comodidad (Calderón & Cubides, 2018; Caramella, 2005; Lizama, 2015). Estas características también forman parte de la indumentaria que utilizan en su vida diaria para salir de las clases, ir a comer, entre otras actividades.

El yoga se configura como práctica social, porque es una manifestación de las personas con la sociedad a través de su cuerpo. La relación con el cuerpo se manifiesta mediante el yoga, así que, esta disciplina es poseedora de una funcionalidad social mediante elementos simbólicos, éticos, estéticos, religiosos y psíquicos. De esta forma, el yoga se transforma en un interesante tema de investigación. Según Sossa (2009, como se citó en Lizama, 2015):

El cuerpo está condicionado por las distintas instituciones sociales, como la familia, la religión, la educación o el trabajo. Así, en el cuerpo los hechos sociales se hacen manifiestos en la vestimenta, la comida, la sexualidad, su relación con otros, su relación con lo divino, etc. (p.178).

Esta cita refiere que el cuerpo se manifiesta a través de diferentes factores siendo uno de ellos la vestimenta. Es decir que cumple la labor de transmitir a la sociedad lo que quiere decir la persona sin que esta ofrezca un tipo de comunicación verbal.



## 1.2 Planteamiento de objetivos general y específicos

Debido a esto, el objetivo general de la investigación es entender cómo el estilo de vida de los yoguis de 35 a 45 años influencia en su elección de indumentaria de uso diario en Lima. Se escogió este rango de edad, porque durante la investigación se encontró que las personas entre 30 y 49 años son el grupo más extenso de practicantes de yoga. Para responder el problema general se establecen tres objetivos específicos: a) describir el estilo de vida de los yoguis, b) describir la indumentaria diaria de los yoguis, y c) identificar las principales características del estilo de vida de los yoguis que están vinculadas con su elección de indumentaria de uso diario.

## 1.3 Justificación de la investigación

El yoga es una disciplina milenaria que ha ido perfeccionándose a lo largo del tiempo, así como expandiéndose alrededor del mundo. Los yoguis y yoguinis son hombres y mujeres, respectivamente, que se dedican a equilibrar el cuerpo y la mente mediante el yoga (Feuerstein & Payne, 2012) y cambian su estilo de vida para lograrlo. Es por ello que el objetivo de esta investigación es conocer cómo su estilo de vida, tan marcado y diferenciado en ellos, puede influenciar en su elección de indumentaria diaria en Lima.

Principalmente, la conveniencia de la investigación recae en informar a la sociedad sobre una comunidad que no es muy conocida en Lima, lo que podría ocasionar el interés de personas ajenas al yoga y a este estilo de vida. Además, resultaría beneficioso para los yoguis, porque las personas conocerían y respetarían sus gustos, hábitos, costumbres, entre otros factores que definen su forma de vivir. Por otro lado, resultaría positivo para emprendedores y nuevas empresas, ya que se da a conocer un público que no es considerado por el mercado actual por falta de información y así se daría la aparición de empresas enfocadas en satisfacer las necesidades de los yoguis en cuanto a indumentaria o productos sostenibles en general. Además, existen personas que podrían resultar interesadas en los productos ofrecidos a los yoguis sin necesidad de pertenecer a su comunidad o de practicar yoga.

Por otro lado, la investigación tiene un valor teórico, porque no existe una amplia cantidad de estudios, en Lima, que relacionen el yoga con la indumentaria. Es usual encontrar proyectos enfocados en cómo el yoga beneficia a la salud de las personas que practican dicha disciplina, pero el enfoque que tiene esta investigación no se ha desarrollado en la actualidad.

Se espera encontrar que el estilo de vida tiene una relación directa en su elección de prendas diarias, así como su comportamiento de compra.

Por último, el presente proyecto contribuirá a definir, claramente, los términos yogui y yoguínis, para evitar problemas de comprensión en futuros estudios, artículos, entre otros. Además, proporcionará nueva información para futuros investigadores sobre el yoga y la población en cuestión en Lima.

En conclusión, el propósito y la importancia de esta investigación se basa en conocer a los yoguis de Lima e identificar cómo su estilo de vida influencia en la elección de su indumentaria diaria. Asimismo, existe una amplia variedad de estudios sobre cómo el yoga afecta en el bienestar del cuerpo humano, pero los estudios acerca de su indumentaria, en Lima, son escasos. Identificar esta influencia, ayudará a diversas personas interesadas en este campo a conocer más sobre este tema, a empresas que deseen dirigirse a un nuevo nicho de mercado, así como a los yoguis limeños para que se informen más acerca de su disciplina y cómo su estilo de vida, afecta en gran dimensión sus hábitos.

## 2 MARCO TEÓRICO

Para desarrollar el presente trabajo de investigación, es necesario definir algunos conceptos, explicar su origen y la diferencia de definiciones según diferentes autores. Esto ayudará a desarrollar los objetivos planteados.

### 2.1 Definiciones e historia

Se ha considerado definir tres conceptos que serán de utilidad para comprender la naturaleza del presente trabajo de investigación. Los conceptos a definir son yoga, estilo de vida e indumentaria. Se comenzará con el yoga, porque es el término más general que, al explicarlo, permitirá entender mejor los demás.

#### 2.1.1 Yoga

El término yoga se desarrolla a partir de la palabra *yug*, en sánscrito, de donde provienen las palabras unir y uncir. Así, se entiende que el yoga significa unión, pero diversos autores discrepan en definir qué es lo que se une. Además, algunos agregan que no solo significa unión, sino que se relacionan más factores entre sí.

Según Hernández (1997, como se citó en Lizama, 2015, p.22) el yoga es el conjunto de técnicas o métodos para lograr la integración de todos los niveles del ser humano, es decir, el cuerpo, la mente y el alma. Lo dicho por Hernández hace entender que el yoga es un grupo de métodos que aplica el ser humano para obtener un desarrollo integral y sentirse completo consigo mismo. Por otro lado, Iyengar (1977, como se citó en Díaz, 2009, p.236) relata que el yoga es un proceso en el que hay una unión establecida entre “el cuerpo y los nervios, los nervios y la mente, la mente y la inteligencia, la inteligencia y la voluntad, la voluntad y la consciencia, la consciencia y la conciencia, y la conciencia y el sí mismo”. Para él, el yoga es lograr la armonía entre los estados físico, mental y espiritual, que integrados resultarían en una persona equilibrada integralmente. A diferencia de Hernández, Iyengar es más descriptivo en su concepto de yoga, dejando claro cuáles son los estados que se unen en la disciplina para lograr el objetivo descrito. De la misma forma, Feuerstein y Payne (2012) afirman que la palabra yoga significa unión, integración y disciplina. Por esto se conoce como disciplina integradora o que tiene como función unir diferentes niveles en el ser humano, sin embargo, consideran que se busca la unión entre los planos racional y emocional, ayudando a las personas a expresarse para lograr un equilibrio emocional. Este concepto describe de manera puntual la función principal del yoga y lo que se logra al realizarlo.

Continuando con los conceptos del yoga, en Hatha Yoga, el autor nos brinda una definición diferente de esta disciplina:

Es un arte y ciencia de vida, que nos ayuda a reencontrarnos con nuestra armonía, salud y paz interior. Un camino que lleva al ser humano hacia su perfeccionamiento, comenzando por el cuerpo, pasando por la mente y culminando en su espíritu. En la India, es llamado una ciencia: la ciencia de vivir una vida saludable, significativa y con un determinado fin (Lifar, 2005, p. 15).

Según Lifar, el yoga ayuda a que se encuentre una armonía, que también nombra Iyengar. Concuera con Hernández, Feuerstein y Payne e Iyengar al declarar que, en este perfeccionamiento, intervienen el cuerpo, mente y espíritu. Agrego que este concepto es bastante completo al igual que el de Iyengar. sin embargo, este considera el yoga una ciencia y arte, mientras que Iyengar define al yoga como un proceso. Además, Lifar comenta que el yoga es llamado una ciencia en la India, lo que resulta en un dato resaltante y vital para poder definir el concepto, ya que el yoga nace ahí. Por otro lado, Stewart (1998) relaciona al yoga como una forma práctica de disciplina física y ética para lograr la unión del alma con Dios y lo divino. Agrega que el yoga “es la búsqueda de la liberación del mundo de las imágenes y las distorsiones, en el cual nuestro pensamiento está preso por culpa del miedo, y así poder reconocer el espíritu de Dios en nuestro interior” (p.9). Los autores citados anteriormente han relacionado el concepto de yoga con su origen etimológico enfocándose en cómo el ser humano utiliza esta disciplina para lograr un objetivo, que es unir su persona con otros planos para así encontrarse en una situación de equilibrio integral. En mi opinión, la definición más específica y completa es la de Iyengar por la manera en que describe al yoga, resaltando el objetivo principal que posee y lo que interviene en este proceso.

De acuerdo a Eliade (2000), el yoga es tan amplio y diferente en tantos lugares que “no es posible hablar con propiedad del yoga, antes de precisar de qué yoga se trata” (p.13). Por esto, si existe un yoga clásico y sistemático, debe haber un yoga popular o barroco, así como, si existe un yoga ascético debe haber un homólogo erótico. También, agrega que:

Si en ciertas tradiciones o grupos, el yoga es ante todo un sistema de prácticas “mágicas” (pues se acentúa la voluntad y autodisciplina del practicante), en otras tradiciones, por el contrario, el yoga será en primer lugar un medio para alcanzar la unión mística, la unión del alma humana con el alma divina (Eliade, 2000, p.13).

Para el autor, definir al yoga es complejo y no hay forma de reducirlo a un solo concepto por la amplia historia que tiene y los diferentes tipos. Considero que es un pensamiento acertado porque la historia del yoga data desde hace 5000 años, en los que ha variado y se ha expandido alrededor del mundo. Knut Jacobsen (2005), al igual que Eliade, considera que el yoga no puede tener una sola definición. Por esto, define al vocablo yoga de cinco diferentes maneras a) un método disciplinado para obtener un fin en general, b) un conjunto de técnicas para controlar el cuerpo y la mente, c) el nombre de una escuela tradicional de filosofía asociada al nombre de Patañjali, d) una rama o especialidad en el amplio panorama de técnicas yóguicas, sobre todo si se combinan con otros nombres como *mantra*, *hatha* o *laya*, e) la meta de una práctica yóguica. Todos estos significados demuestran lo amplio y complejo que puede llegar a ser definir el término yoga. De estas definiciones, solo la última se relacionaría con la palabra unión, ya que la práctica yóguica se basa en unir cuerpo, mente y alma para lograr un ser humano integral. Estos autores demuestran lo vasto y complejo que es definir al yoga debido a la cantidad de personas que se han involucrado en esta, así como la antigüedad de la disciplina.

Teniendo en cuenta lo relatado anteriormente, los autores enunciados tienen diferentes puntos de vista sobre el yoga, sin embargo, no existe una amplia diferencia entre conceptos. El yoga vendría a ser una disciplina integradora que tiene como fin la armonía y unión del cuerpo, mente y espíritu a través de posturas, meditación, respiración, entre otros pilares que la constan. Sin embargo, para lograr armonía no es suficiente solo practicar yoga, sino que el estilo de vida de las personas influye en este objetivo. Es por esto que el concepto de estilo de vida tiene relevancia en el presente proyecto.

### 2.1.2 Estilo de vida

A continuación, se enumerarán a diferentes autores que plasman el concepto de estilo de vida, según su postura. Además, el concepto de estilo de vida variará según la ciencia y disciplina de la que se hable sea psicología, economía y sociología.

En primer lugar, se describirá el término en el ámbito de la psicología por parte de Alfred Adler. Adler fue discípulo de Freud y afirmó que “además del factor sexual, típicamente freudiano, en la configuración de la conducta, están los factores sociales y profesionales” (Gómez Arqués, 2005, p. 41) . Adler comenta que cada individuo tiene un estilo de vida que puede ser más similar o no al de otros individuos, pero nunca es igual. El estilo de vida se desarrolla a través del poder creativo del individuo durante sus primeros años de infancia,

según el factor social o hereditario. Asimismo, define el estilo de vida como la totalidad individualista de cada ser, siendo difícil de entender por otros. Crea el núcleo del comportamiento que se basa en pensamientos, emociones y acciones, conscientes o inconscientes, que refleja la dirección elegida por el individuo. Esto quiere decir que el estilo de vida es un principio que guía e influencia en las decisiones, comportamientos y formas de expresión de la persona (1975, como se citó en Uth, Lahrmann, & Pedersen, 1996, p.4). Considero que la definición proporcionada por Adler es completa y correcta, ya que las personas se guían y toman decisiones diariamente gracias a su forma de ver la vida y vivirla, lo que implica tener un estilo de vida definido. Además, el modo de vida que toman las personas es un factor fundamental en el día a día de las personas, ya que de este dependen las decisiones que se tomen a diario. A diferencia de Adler, el sociólogo Weber (1956, como se citó en Uth, Lahrmann, & Pedersen, 1996, p.5) no considera tan importante el concepto de estilo de vida, ya que incluye el concepto dentro de uno mucho más amplio y relevante. Este afirma que el modo de vida es uno de los tres pilares determinantes en el desarrollo del estrato social, lo que quiere decir esto es que los aspectos económicos determinan, en parte, al estilo de vida que adopten las personas, así como los estratos sociales. De acuerdo con Weber, el estilo de vida está estrechamente relacionado con el tipo de ocupación que se persigue, adquiriéndose a través de la educación formal y se espera de todos los que desean pertenecer a un círculo específico (1958, como se citó en Uth, Lahrmann, & Pedersen, 1996, p.5). En contraste con Adler, Weber explica que un cierto estilo de vida se puede generalizar y no le pertenece a un solo individuo y cambiar esto depende de la persona, ya que es el factor más importante en el desarrollo de estratos sociales. En conclusión, para Weber, el estilo de vida es uno de los atributos de la posición social porque se logra viviendo la vida de una manera determinada que no se hereda, sino se aprende socialmente para ser similar a otras personas. La definición que aporta Weber resulta compleja y profunda, ya que opina desde un fondo sociológico y económico, afirmando que el estilo de vida no depende de uno mismo sino de lo que la sociedad aplica en nosotros y en qué deseamos convertirnos.

Según Veal (1993), existe un consenso entre disciplinas sobre el concepto de estilo de vida, comentando que este se basa en actividades, incluidos los patrones de consumo, actividades de ocio y las que se realizan en el hogar. No obstante, también se debe considerar el trabajo y/u ocupación que se desempeña; puesto que una persona que ejerce su labor diaria en una oficina experimentará un patrón diferente tanto de consumo como de actividad diaria, en contraste con alguien trabaja en el campo. Entonces, para Veal el estilo de vida se caracteriza

por incluir la gama completa de actividades cotidianas, patrones de consumo, labores domésticas y actividades remuneradas. En contraste con lo planteado por Adler y Weber, Veal recoge información de diferentes disciplinas y autores para resultar en que, conjuntamente, se define al estilo de vida como las actividades que se realizan diariamente por las personas y de las que depende su desarrollo.

Bourdieu (1998) para definir el estilo de vida, habla de los campos sociológicos. Los campos sociológicos son lugares o espacios donde se establece una lucha entre participantes (agentes) por un capital simbólico. Existen diferentes campos como el educativo, lingüístico, laboral, científico, entre otros donde se da la lucha por el capital. El habitus es el concepto que entiende cómo los agentes actúan dentro del campo vinculando lo objetivo (el lugar en el que se encuentra y sus reglas) y subjetivo (percepción de los participantes) esto significa que el habitus es el modo de actuar de las personas dependiendo del campo en el que se encuentren “[...] unas condiciones de existencia diferentes producen unos habitus diferentes” (p.170). Al definir el habitus, puede hablar de estilo de vida relacionándolo con los gustos de los agentes en los campos sociológicos:

El gusto, propensión y aptitud para la apropiación (material y/o simbólica) de una clase determinada de objetos o de prácticas enclasadadas y enclasantas, es la fórmula generadora que se encuentra en la base del estilo de vida, conjunto unitario de preferencias distintivas que expresan, en la lógica específica de cada uno de los sub-espacios simbólicos -mobiliario, vestidos, lenguaje o hexis corporal- la misma intención expresiva. Cada dimensión del estilo de vida "simboliza con" los otros, como decía Leibniz, y los simboliza: la visión del mundo de un viejo artesano ebanista, su manera de administrar Su presupuesto, su tiempo o su cuerpo, su uso del lenguaje y sus elecciones de vestimenta, están enteramente presentes en su ética del trabajo escrupuloso e impecable, de lo cuidado, de lo esmerado, de lo acabado, y en su estética del trabajo por el trabajo que le hace medir la belleza de sus productos por el cuidado y la paciencia que le han exigido (Bourdieu, 1998, p. 173).

Bourdieu refiere que el estilo de vida es un conjunto de gustos y deseos que se expresan en las actitudes de las personas mediante su forma de vivir, vestido, manera de comunicarse, moverse, entre otros. Bourdieu al igual que Weber, establece un espacio general del cual partir para lograr definir específicamente el estilo de vida relacionándolo de manera sociológica. Básicamente comenta que el estilo de vida es la forma en la que se expresan los gustos y preferencias de las personas en todos los ámbitos de sus vidas.

Teniendo en consideración todos los conceptos señalados anteriormente, considero que los sociológicos como Weber y Bourdieu brindan una definición más amplia y profunda.

Además, el presente proyecto se basa en estudiar y conocer cómo el estilo de vida influencia en las actitudes de cierto grupo de personas. De esta manera, los conceptos sociológicos son los más influyentes en el presente proyecto.

### 2.1.3 Indumentaria

Por último, se desarrollará el concepto de indumentaria según diferentes autores para tener claro el término y complementarlo con los desarrollados anteriormente, ya que estos tienen relación en el presente proyecto.

Para explicar lo que es la indumentaria, Joanne Entwistle (2002) contextualiza comentando que la desnudez es inaceptable en la mayoría de situaciones sociales. Incluso, en las situaciones en donde se exhibe la mayor parte del cuerpo, como en la playa, piscina, dormitorio, este siempre se encuentra adornado, sea con joyas o perfume, “lo cual ilustra cómo el cuerpo, incluso sin adornos, puede seguir embellecido de algún modo” (p.11). Esto quiere decir que, aunque a simple vista una persona se vea desnuda porque no utiliza prendas, existen elementos como el perfume o accesorios que lo resaltan porque un cuerpo desnudo no sería bien visto por la sociedad.

La ubicua naturaleza del vestido parece apuntar al hecho de que la ropa o los adornos son uno de los medios mediante los cuales los cuerpos se vuelven sociales y adquieren sentido e identidad. El acto individual y muy personal de vestirse es un acto de preparar el cuerpo para el mundo social, hacerlo apropiado, aceptable, de hecho, hasta respetable y posiblemente incluso deseable (Entwistle, 2002, p,12).

Lo que menciona Entwistle (2002) refleja que la indumentaria logra ser una forma de comunicarse con la sociedad formando parte de la identidad de la persona que la porta. Además, al vestirse se busca la reacción de un externo, de manera positiva, como la aceptación o deseo. Por otro lado, afirma que el “vestirse es una práctica constante, que requiere conocimiento, técnicas y habilidades” (p.12), la ropa cumple una función bastante importante, que es la de hacer sentir bien a las personas con sus cuerpos y vidas. De esta forma, la indumentaria sirve de “experiencia íntima del cuerpo y una presentación pública del mismo” (p.12) así que las prendas funcionan como una forma de presentar tu identidad, que se encuentra vinculada con el cuerpo y ropa, percibiéndose como una totalidad. Entonces, Joanne Entwistle define a la indumentaria como una forma de comunicación que siempre está presente en las personas, para lograr una reacción positiva del exterior. Además, forma parte de la manera de ser o identidad de la persona, es una manera de presentarse al



mundo. En mi opinión, considero que Entwistle plantea de manera adecuada el concepto de indumentaria, relacionándolo con la persona al delimitar que esta la utiliza para transmitir su identidad y recibir una reacción externa. Lo importante de este concepto es que se delimita la importancia de la indumentaria para los individuos, lo cual resulta útil y relevante en la presente investigación.

Squicciarino (2015), por su parte, logra determinar, gracias a investigaciones semiológicas, que el vestido –también llamado vestimenta e indumentaria- es “una armónica interacción con todas las demás modalidades expresivas del cuerpo que lo complementan y lo resaltan, es un fenómeno comunicativo, un lenguaje visual articulado” (p.23). Además, comenta que el vestido siempre tiene un significado que logra transmitir información con respecto a la edad, sexo, grupo étnico, estilo de vida, religión, sexualidad, entre otros. “El vestido puede emplearse para señalar la actitud hacia los demás, en particular el nivel de disponibilidad sexual, la agresividad, la rebeldía, la sumisión, la formalidad en el comportamiento; también se utiliza para distinguir el estatus social y económico y para compensar los sentimientos de inferioridad social” (p.39). Esto debido a que el hombre tiene una naturaleza social porque sus acciones, necesidades, personalidad y manera de pensar se ven influenciadas por la existencia de otros individuos en la sociedad. Para el hombre, los sujetos que lo rodean funcionan como estímulos que ocasionan una respuesta, determinando sus acciones y sentimientos. Lo antes mencionado se observa en estudios etológicos que determinan que la vestimenta surgió, no para proteger a las personas de los climas extremos como se dice comúnmente, sino como una forma de ornamentación para diferenciarse de los demás (Squicciarino, 2015). Al igual que Entwistle, Squicciarino define a la indumentaria como una forma de comunicación que ayuda a las personas a transmitir diversas cualidades propias, ya que el hombre posee una naturaleza social así que responde a estímulos de otros individuos. Considero que la definición proporcionada por este autor es clara y completa debido a que explica cómo la indumentaria funciona para las personas y por qué se da de esa manera.

En el caso de Lurie (2013), ella empieza determinando que la indumentaria ha sido el primer lenguaje utilizado por los seres humanos, desde hace miles de años. Desde el momento en el que ves a una persona por la calle puedes conocer su profesión, procedencia, personalidad, opiniones, gustos, entre otros. Por esto, ella refiere que “cuando nos encontramos y entablamos conversación ya nos hemos hablado en una lengua más antigua y universal”

(p.21). Muchos autores afirman que la vestimenta es un lenguaje. Sin embargo, ninguno logra delimitar la existencia de un vocabulario y una gramática como el resto. Además, afirma que, al igual que con el habla, hay diferentes lenguas de la indumentaria ya sea una alemana u holandesa, argentina o peruana. Existe diferencia entre individuos porque cada uno “tiene su propio repertorio de palabras y emplea variaciones personales de tono y significado (p.22)”. Teóricamente, Lurie (2013) afirma que el vocabulario de la indumentaria es mucho más amplio que cualquier lengua, ya que este incluiría no solo prendas de vestir, sino peinados, complementos, joyas, zapatos, maquillaje, adornos corporales, entre otros.

En la práctica, por supuesto, los recursos de un individuo a este respecto pueden ser muy limitados. Los de un aparcerero del antiguo «oeste» americano, por ejemplo, podían restringirse a cinco o diez «palabras» con las que solo se llegaban a crear unas cuantas «oraciones» prácticamente desnudas de cualquier adorno distintas que expresarán una amplia gama de significados. Del mismo modo que el hablante medio de cualquier idioma conoce muchas más palabras de las que suele usar en la conversación, todos somos capaces de comprender el significado de estilos de ropa que nunca nos vamos a poner (Lurie, 2013, p.22).

Esto explica cómo la indumentaria es una lengua, siendo las prendas, adornos, joyas, etc. las palabras y, a pesar de no utilizar todas, sí las conocemos, al igual que en la lengua humana. Por otro lado, el hecho de elegir la ropa que usaremos es una manera de definirnos y describirnos. A veces, en la decisión sobre qué usar se toman en cuenta factores como la comodidad, resistencia, disponibilidad y precio. En comparación a los dos autores mencionados anteriormente, Lurie enfoca a la indumentaria desde la semiótica y afirma que es un lenguaje y al ser un lenguaje, este debe poseer un vocabulario. Este concepto supera a los nombrados previamente, en cuanto a contenido, porque se amplía más la forma en la que se afirma que la vestimenta es una forma de comunicarse al compararse con un lenguaje humano más.

Por último, Eco (1989) realiza un análisis sobre cómo se comunica el ser humano; ya sea a través del habla o de lenguaje no verbal con gestos de las manos, movimientos de los ojos o inflexiones de voz. Afirma que la comunicación se extiende a muchos niveles siendo posturas, forma de caminar, gestos del cuerpo, entre otros, formas de relacionarse y ser percibido, así que “si la comunicación se extiende a todos esos niveles, no hay que extrañarse de que pueda existir una ciencia de la moda como comunicación y del vestido como lenguaje articulado” (p.14). El autor define el vestuario como expresivo, se influencia por códigos y

convenciones, que muchas veces son sólidos e intocables. Estos provocan que los individuos hablen de manera «gramaticalmente correcta» el lenguaje de la indumentaria, ya que de lo contrario se verían condenados por la sociedad. Esto quiere decir que existen normas de vestimenta que son bastante estrictas y si no se cumplen, el usuario que comete esta “falta” es juzgado por su entorno. Por otro lado, agrega:

[...] el lenguaje del vestido, como lenguaje verbal, no sirve solo para transmitir determinados significados mediante determinados significantes. Sirve también para identificar, según los significados transmitidos y las formas significantes que se hayan elegido para transmitirlos, posiciones ideológicas.

Si deseo atraer la atención de un auditorio puedo decir: «Escuchádmme, compañeros», o puedo decir: «Tengan los señores la amabilidad de prestarme su atención»; pero está claro que la diferencia de estilo (es decir, que sobre el código lingüístico propiamente dicho se injerta un código estilístico – retórico igualmente convencional) manifiesta una diferencia de opinión política y establece un contacto mío diferente con el auditorio (Eco, 1989, p. 20).

Situaciones de esta índole también pueden apreciarse en la indumentaria. Por esto, existen códigos de vestimenta, pero son débiles. Es decir que cambian con el tiempo, por lo que es complicado ampliar los «diccionarios» y por esto, hay que deducir los códigos en el momento, o sea lo que desea transmitir el individuo. Eco al igual que Lurie, relaciona la indumentaria con la semiótica, considerando posible que sea un tipo de lenguaje porque posee códigos formales que se pueden seguir. Es una forma de expresarse que utilizan los seres humanos al igual que otro tipo de señas, movimientos, etc.

Lo explicado anteriormente sobre la indumentaria muestra la importancia que ha tenido y sigue teniendo desde el inicio de la existencia del ser humano habiendo conflictos sobre su origen (por climas extremos u ornamentación para diferenciarse). En conjunto, considero que las cuatro definiciones se complementan y funcionan perfectamente dando como definición general de la indumentaria como una

En conclusión, los conceptos de yoga, estilo de vida e indumentaria están relacionados fuertemente debido a que el yoga es una disciplina que busca equilibrar el cuerpo, mente y espíritu a través de movimientos, posturas, meditación, respiración, entre otros. Existe un grupo de personas llamadas yoguis y yoguinis, que son practicantes de yoga y su vida se condiciona a la disciplina para lograr el equilibrio. Es aquí donde se relaciona al yoga con el estilo de vida, que es un conjunto de actividades influenciadas por los gustos y deseos de las personas. Estas actitudes de ven reflejadas en su mobiliario, forma de moverse, pasatiempos,

indumentaria, entre otros. Como se puede apreciar, el estilo de vida se relaciona directamente con la indumentaria al ser una forma en la que las personas expresan su forma de vivir. La indumentaria es una forma de expresión que utilizan las personas para mostrar su forma de ser e identidad. Por esto, también es considerado un lenguaje, ya que tiene signos y comunica algo específico. De esta forma, se puede ver como los tres conceptos definidos con anterioridad se ven influenciados entre sí, así como relacionados en el presente proyecto.

### 3 METODOLOGÍA

En el presente capítulo se desarrollará la metodología de la investigación. De acuerdo a Hernández, Fernández, y Baptista (2014), la metodología es una disciplina que se encarga del estudio crítico de los procedimientos y medios aplicados por los seres humanos, que permiten alcanzar y crear el conocimiento en el campo de la investigación científica. La metodología ayudará a establecer los métodos que se utilizarán para obtener una investigación clara y exitosa. De esta forma, se investigará un grupo de personas que nos otorgará resultados en favor del proyecto.

#### 3.1 Diseño de investigación

El diseño de investigación es de tipo etnográfico porque el objetivo general del presente trabajo se basa en conocer como un grupo de personas y su forma de vivir afecta en su elección de indumentaria diaria. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) las preguntas sobre características y funcionamiento de un determinado sistema social pertenecen a un diseño de investigación etnográfico. Además, el objeto de estudio es un grupo de personas (sistema social) y al investigarlos se tendrá como resultado la descripción, explicación y características de esta comunidad.

El enfoque del estudio será cualitativo, ya que se realizarán encuestas y observará el comportamiento de los yoguis y yoguinis. Se escogió este tipo de enfoque porque para un trabajo de esta índole se requiere información cualitativa, mas que cuantitativa, debido a que se necesita información y observación de comportamientos, respuestas, opiniones, entre otros, para llegar al objetivo general.

#### 3.2 Población o público objetivo

La población a investigar son yoguis y yoguinis limeños que se encuentren en el rango de edad de 35 a 45 años. Se escogió este rango de edad porque según un estudio del Yoga Journal de Estados Unidos, en 2016. Se obtuvo como resultados que el 28% de los practicantes eran hombres, mientras que, el porcentaje restante lo conformaban las mujeres, en cuanto a rangos de edad, 43% del total lo conformaban personas de 30 – 49 años, 38% eran de 50 años y el 19% lo conformaban personas de 18 – 29 años de edad (Sunyang, 2016). Al igual que la investigación realizada en Estados Unidos, se observó que lo mismo sucede en Perú. Gran parte de los yoguis y yoguinis son personas entre el rango de edades de 35 a 50 años debido a los años de experiencia en yoga y conocimientos adquiridos que poseen para realizar lo que hace un yogui.

La muestra de personas que se investigará serán 2 mujeres y 2 hombres limeños pertenecientes al rango de edad de 30 a 45 años, que realicen yoga y enseñen la disciplina. Asimismo, se consideran yoguis y yoguinis debido a su experiencia, conocimientos y estilo de vida. Se escogió a estas personas porque son profesores de yoga y pertenecen al rango de edad estudiado.

### 3.3 Horizonte Temporal

El horizonte temporal en el que se realiza la investigación es durante el año del 2019, ya que el punto de interés de la investigación se basa en conocer la situación actual de los yoguis en relación a su estilo de vida e indumentaria.

### 3.4 Lugar de estudio

El lugar donde se llevará a cabo la investigación será en Lima Metropolitana. Específicamente se realizará en distritos como Miraflores, Barranco, Magdalena y San Isidro, donde es usual encontrar yoguis debido a que realizan sus prácticas en los parques. Además, existe una amplia cantidad de estudios donde se imparten clases de yoga y se pueden encontrar yoguis como profesores.

### 3.5 Técnicas y procedimientos

Las técnicas e instrumentos que se utilizarán para realizar la investigación sobre la elección de la indumentaria diaria de los yoguis serán entrevistas y la observación. Por esto, se dará una triangulación de datos usando diferentes fuentes y métodos de recolección.

Se escogió hacer entrevistas porque se podrá obtener información con más profundidad al conversar con yoguis y yoguinis. Se realizarán un total de cuatro entrevistas, dos a mujeres y dos a hombres para tener información suficiente de ambas partes. Con la entrevista a profundidad, se podrá conocer cómo la disciplina cambió sus vidas y cómo este cambio estimula o influencia su elección de vestimenta diaria. Por otro lado, también se realizará la observación en estudios de yoga para conocer de manera personal sus actividades diarias y cómo su vestimenta al practicar o enseñar yoga, se diferencia con la que usan al salir y desplazarse a otros lugares a realizar actividades. Con este instrumento, se podrá conocer de cerca el ambiente en el que se desarrollan los yoguis y yoguinis, ya que con las entrevistas se adquieren sus relatos e historias, pero al observar se percibe de manera más clara y precisa lo que comentan en las entrevistas.

### 3.5.1 Recojo de información

El recojo de información en cuanto a las entrevistas, se realizará dependiendo de las personas a entrevistar y los tiempos que manejen. Se podrá realizar personalmente o vía telefónica. Se hablará con ellos vía redes sociales como WhatsApp o Instagram para contactarlos, explicarles sobre la investigación y consultarles si estarían dispuestos a participar de la recolección de información. En relación a la observación, se contactará vía Facebook, llamada telefónica o Instagram con los estudios especializados en yoga para solicitar permiso y faciliten el ingreso para realizar la recolección de datos de manera pertinente y sin afectar al desarrollo de las actividades diarias.

#### 4 RESULTADOS

A continuación, se redactarán los resultados obtenidos de las cuatro entrevistas realizadas a yoguis y yoguinis limeños, así como la observación que se dio en un estudio de yoga. Estos resultados ayudarán a definir las conclusiones del presente proyecto.

En relación a las entrevistas, se consultó sobre cómo entraron al mundo del yoga y qué encontraron en esta disciplina. Por un lado, Oshige (2019) comentó que debido a problemas de ansiedad que no encontraban solución logró llegar al yoga, ya que ayudó a que esto se desvanezca y encontró en esta disciplina una herramienta de cambio, afirmando que “el yoga te brinda herramientas que te hacen ver las cosas de diferente manera, desde las más pequeñas hasta las trascendentales”. Gallardo (2019) afirmó que con el yoga se encontró en una situación en la que no había estado antes, relatando lo siguiente “cuando hago yoga me siento en “la zona” que es lograr una concentración en movimiento, sientes una conexión especial, todo fluye y solo he sentido eso con el yoga”. Desde muy joven lo practicó y siguió en ese camino hasta la actualidad, siendo profesora y practicante. Kisic (2019) cuenta que se empezó a cuestionar el porqué de su existencia y logró encontrar una respuesta con el yoga, sintiéndose pleno al lograr equilibrar su cuerpo junto con su alma y espíritu. Por último, Moreno (2019) relata que llegó al yoga por problemas de salud, deseaba meditar y sentirse mejor consigo misma así que tomó clases. En el yoga encontró la manera de ayudar a su cuerpo a sanar sus problemas, así como con la homeopatía.

Asimismo, se preguntó si su estilo de vida cambió después de empezar con la disciplina del yoga. Oshige (2019) comentó que, en cuanto a su alimentación, llegó a la disciplina siendo vegano, pero el yoga le dio un respaldo por la filosofía de “no violencia”. Dejó de lado las compras por impulso y reveló que de joven era mucho más consumista y no soporta encontrarse en centros comerciales por la cantidad de personas y ruido que existe. Además, dejó de usar su auto, ya que logró mudarse cerca a su sitio de trabajo. Por otro lado, Kisic (2019) quiso ser vegano, pero actualmente es vegetariano, ya que consume lácteos como leche y queso. Lo importante al tener un estilo de vida influenciado por el yoga, es escuchar lo que desea tu cuerpo. Pueden existir diversos lineamientos sobre cómo llevar la vida, pero lo importante es que uno se sienta cómodo con su estilo de vida. Moreno (2019) comenta que dejó el consumismo y prioriza la necesidad antes que el gusto. Además, comenta que su alimentación cambió porque redujo al máximo el consumo de proteína animal, sin embargo no se considera vegana o vegetariana. Por último, Gallardo (2019) al igual que Moreno,



resalta que redujo su consumo de proteína animal, pero sigue alimentándose de especies marinas o se da gustos cuando le provoca porque lo importante es escuchar a su cuerpo.

Al preguntar sobre su indumentaria, respondieron que al tener un estilo de vida nuevo son menos consumistas (en algunos casos, nunca lo fueron, pero se afianzó más con la disciplina). Además, ahora su prioridad en cuanto a vestimenta es la comodidad para practicar la disciplina así como para realizar sus actividades diarias. Kisic (2019) afirma que siempre fue deportista así que su indumentaria no cambió mucho, sin embargo ahora para realizar yoga opta por pantalones anchos y joggers, ya que es mucho más cómodo. Por otro lado, Moreno (2019) comentó que ella era consumista en cuanto a la vestimenta “compraba cosas sin necesitarlas”, pero cuando empezó a seguir la filosofía del yoga esto cambió y ahora ya no adquiere productos sin necesitarlos. Además, opta por usar prendas de algodón y ya no de cuero o que tenga origen animal. Oshige (2019), por su parte, reveló que de joven era mucho más consumista y ahora no soporta encontrarse en centros comerciales por la cantidad de personas y ruido que existe. En cuanto a las prendas, usa pantalones de buzo y comenta que actualmente no existe mucha variedad de marcas de yoga para hombres, así que le resulta complicado encontrar prendas para realizar yoga, en contraste a las mujeres, porque afirma que existen más marcas enfocadas a ellas. Por otro lado, Gallardo (2019) comentó que siempre tuvo un estilo diferente y único, reutilizaba prendas y nunca fue consumista, pero afirma que tiene un muy buen gusto debido a que se vio envuelta en el mundo de la moda desde muy joven por ser modelo. También comparte que usa prendas que tiene desde hace muchos años y para practicar yoga utiliza leggings, tops, pero para salir a realizar otras actividades prefiere utilizar blusas y pantalones con siluetas dinámicas y sueltas.

En cuanto a la observación del estudio de yoga, se pudo apreciar que los profesores de yoga, que son los yoguis y yoguinis, utilizan prendas que les brindan comodidad, en su mayoría de colores claros, prendas con siluetas sueltas como pantalones, camisa, blusas o leggings, que brindan dinamismo.

## 5 CONCLUSIONES

Se logra concluir que involucrarse de manera profunda en el yoga siendo un practicante, como lo son los yoguis y yoguinis, resulta en un cambio de hábitos en el estilo de vida de ellos debido a la historia y filosofía en la que se basa el yoga. No solo la indumentaria es afectada, sino la alimentación, consumo de productos, pasatiempos, forma de movilizarse, entre otros.

En relación al objetivo general de la investigación, se logró entender cómo el estilo de vida logra influenciar en la elección de indumentaria de uso diario de los yoguis de 30 a 45 años. El estilo de vida de los yoguis y yoguinis cambia porque el yoga es una disciplina que involucra el cuerpo, la mente y espíritu. Para lograr que estos planos se equilibren existe una serie de lineamientos dentro de la filosofía hinduista, que permiten lograr esta integración. Una de las filosofías que marcan el estilo de vida yóguico es la de “no violencia”. Esta se basa en no dañar a nada ni nadie en tus actividades, esto incluye la alimentación e indumentaria. En relación a su alimentación, algunos son veganos, vegetarianos o reducen al máximo su consumo de proteína animal. En cuanto a la indumentaria, los yoguis y yoguinis, evitan utilizar prendas hechas a base de materiales como cuero que provenga de animales. Asimismo, como los yoguis y yoguinis practican yoga diariamente, ya sea por su bienestar o enseñando a terceros, optan por utilizar prendas que les ofrezcan comodidad y moverse libremente. Además, otra característica resaltante de su estilo de vida es que evitan el consumismo y el adornarse en demasía, porque en la filosofía del yoga resalta la parte espiritual de la persona, lo físico es relevado a un plano secundario. Por estas razones, el estilo de vida yóguico influencia la elección de indumentaria de uso diario de los yoguis y yoguinis.

Por otro lado, la indumentaria que utilizan hombres y mujeres se basa en la comodidad. Para realizar prácticas de yoga, los hombres usan polos de manga corta o manga cero, pantalones de buzo, joggers, pantalones anchos. Por otro lado, las mujeres utilizan polos de algodón, leggings largas y cortas, pantalones amplios, poleras. Para realizar actividades ajenas a la disciplina, los hombres utilizan algunas prendas que visten durante la práctica como los pantalones de buzo. Sin embargo, algunos recurren a utilizar pantalones jean que ya poseían desde hace tiempo, ya que no son personas que realicen compras de manera seguida o compulsiva debido a su estilo de vida. Las mujeres, utilizan pantalones sueltos, pantalones

de denim, blusas, balerinas, zapatillas, y, al igual que los hombres, su comportamiento de compra es reducido.

La principal característica del estilo de vida de los yoguis que se vincula con su elección de indumentaria de uso diario es la elección de filosofía debido al yoga. La filosofía de la “no violencia”, así como la práctica en sí del yoga provoca que los yoguis tengan una indumentaria en especial y comportamientos de compra diferentes al resto de personas porque evitan utilizar prendas hechas a base de materias primas animales, optan por prendas hechas a base de algodón o algodón orgánico; así como lino u otras fibras naturales, además la comodidad es la cualidad más importante en cuanto a prendas, no consumen en demasía, así que muchas de las prendas que utilizan tienen tiempo o solo compran lo necesario.

## 6 REFERENCIAS

- Bourdieu, P. (1998). *La distinción : criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Calderón, P., & Cubides, D. (2018). Perfiles de consumo de los asistentes al Eco Yoga Festival Bogotá. *Publicidad*, 5(1), 1-19. <https://doi.org/10.18566/publicidad.v05n01.a02>
- Caramella, E. (2005). *La Dieta Del Yoga*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=1u4ECXISN84C> [Consulta: 23 de agosto de 2019]
- Díaz, A. (2009). *Conocer y ser a través de la práctica del yoga; una propuesta feminista de investigación performativa*. (Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Psicología Social. Barcelona, España). Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2009/tdx-1222110-144625/aad1de1.pdf> [Consulta: 15 de agosto de 2019]
- Eco, U. (1972). El hábito hace al monje. En F. Alberoni, G. Dorffles, U. Eco, M. Livolsi, G. Lomazzi, & R. Sigurta (Comps.), *Psicología del vestir* (pp. 9 - 23). Barcelona: Lumen
- Eliade, M. (2000). *Técnicas del yoga*. En *Colección Sabiduría Perenne*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=hiq3Qd03hl4C> [Consulta: 23 de agosto de 2019]
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda : una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.
- Fajardo, J. (2009). Yoga, cuerpo e imagen: espiritualidad y bienestar, de la terapia a la publicidad. *Universitas Humanística*, (68), 33-47. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-48072009000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48072009000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=es) [Consulta: 7 de mayo de 2019]
- Feuerstein, G., & Payne, L. (2012). *Yoga para Dummies*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=0jLul16yOzEC> [Consulta: 13 de agosto de 2019]
- Gallardo, N. (8 de junio de 2019). Entrevista de Erika Pacheco [Comunicación telefónica]
- Gómez Arqués, M. Á. G. (2005). *Operativización de los Estilos de Vida Mediante la Distribución del Tiempo en Personas Mayores de 50 Años*. (Tesis doctoral, Facultad de Psicología, Universidad de Granada. Granada, España). Recuperado de

<https://digibug.ugr.es/handle/10481/741> [Consulta: 15 de setiembre de 2019]

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.

Jacobsen, K. A. (2005). *Theory And Practice of Yoga: Essays in Honour of Gerald James Larson*. En *Numen Book Series*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=TDGFFNYvrokC> [Consulta: 23 de agosto de 2019].

Kisic, N. (18 de noviembre de 2019). Entrevista de Erika Pacheco [Comunicación telefónica]

Lifar, D. (2005). *Hatha Yoga* (Editorial Kier). En *Colección Infinito* (Editorial Kier). Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=A5KafKAK6ewC> [Consulta: 23 de mayo de 2019]

Lizama, A. (2015). *Las Paradojas del Yoga: El caso de Chile*. (Tesis doctoral, Facultad de Ciencias Políticas y de Sociología, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España). Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/133380> [Consulta: 20 de junio de 2019]

Lizárraga, L. (2014). *Desarrollo de un proyecto de inversión, creación de un centro de yoga y meditación en Lima*. (Tesis de maestría, Escuela de Postgrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima: Perú). Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/620889/TESIS%20LIZARRAGA%20PROY%20YOGA.pdf?sequence=5&isAllowed=y> [Consulta: 24 de junio de 2019]

Lurie, A. (2013). *El Lenguaje de la moda : una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona: Paidós.

Mangiarotti, E. (2019). The body of yoga: a feminist perspective on corporeal boundaries in contemporary yoga practice. *AM Journal of Art and Media Studies*, (18), 79. <https://doi.org/10.25038/am.v0i18.294>

Moreno, K. (11 de noviembre de 2019). Entrevista de Erika Pacheco [Comunicación telefónica]

Oshige, D. (20 de noviembre de 2019). Entrevista de Erika Pacheco [Comunicación telefónica]

- Ramaiah, S. (2012). *Yoga For Health*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=C7yAdGw51EUC> [Consulta: 24 de mayo de 2019]
- Román, M. (1998). Yoga en la India antigua. *Espacio Tiempo y Forma. Serie II, Historia Antigua*, 0(11), 99-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.5944/etfii.11.1998.4327>
- Squicciarino, N. (2015). *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. 6ª ed. Madrid: Cátedra.
- Stewart, M. (1998). *YOGA. En Guía fácil*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=-2uAHJr1GQC> [Consulta: 23 de agosto de 2019]
- Sunyang, P. (2016). *Exploring yoga wear needs for the baby boomer generation*. (Tesis de maestría, Escuela de Moda, Universidad Ryerson. Toronto: Canadá). Recuperado de <https://digital.library.ryerson.ca/islandora/object/RULA%3A5529> [Consulta: 2 de junio de 2019]
- Uth, T. C., Lahrman, H., & Pedersen, L. H. (1996). Definitions of life style and its application to travel behavior. *Trafikdage på Aalborg Universitet 1996*, 531-544. Recuperado de [http://www.trafikdage.dk/td/papers/papers96/tr\\_og\\_ad/uth/uth.pdf](http://www.trafikdage.dk/td/papers/papers96/tr_og_ad/uth/uth.pdf) [Consulta: 20 de setiembre de 2019]
- Veal, A. (1993). The Concept of Lifestyle: A Review. *Leisure Studies*, 12 (4), 233-252. <https://doi.org/10.1080/02614369300390231>

## 7 ANEXOS

### **Anexo 1:** Guía de entrevista

#### 1. Presentación

Presentación de la investigadora:

Buenas tardes, soy Erika Pacheco estudiante de diseño y gestión en moda de la UPC y agradezco el tiempo e información a brindar.

Presentación de la investigación:

Me encuentro realizando un trabajo de investigación que tiene como objetivo entender cómo el estilo de vida de los yoguis y yoguinis influencia en su elección de indumentaria de uso diario.

#### 2. Presentación del entrevistado

Investigadora: En primer lugar, me gustaría que te presentes para poder obtener datos como nombre, edad, profesión, entre otros.

#### 3. Guía de preguntas

- ¿Cómo empezaste a realizar yoga?
- ¿De qué forma es diferente a otras disciplinas o deportes?
- ¿Desde que eres yogui o yoguini tu estilo de vida cambió?, ¿de qué forma? Podrías comentar si cambió tu alimentación, hábitos de consumo, actividades diarias, entre otros
- Aparte de lo comentado anteriormente, ¿tu vestimenta cambió?
- ¿Cómo se diferencia tu vestimenta de yoga con la vestimenta que utilizas para realizar tus actividades diarias?
- ¿Cómo son tus prendas?, ¿te sientes cómoda(o) con ellas?