



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

CUADRAS

Colección de indumentaria zero waste sin talla adaptable a todo cuerpo

Autor: Benjamín Andrés Becerra Rojas
Profesora Guía: Paola Moreno

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad
Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador.

Julio, 2022
Santiago, Chile

“

Para muchos vestirse no solo supone la protección de la desnudez, sino que representa un acto cargado de simbolismo, una expresión de la identidad o de lo que se desea proyectar. De hecho, este proceso puede marcar el relato autobiográfico y llevarnos a rememorar nuestro pasado, presente y futuro solo por el hecho de recordar, mirar o imaginar nuestra indumentaria.

”

_ El Nuevo Vestir _

Sofía Calvo Foxley, pág. 19.

__ AGRADECIMIENTOS

Gracias a todas las personas que formaron parte de este largo proceso y aportaron un grano de arena en mi formación como persona. Especialmente a mis padres, quienes desde el inicio me han motivado y apoyado incondicionalmente, dándome las herramientas necesarias para crecer y desarrollarme en la vida.

Gracias a mi profesora guía, Paola Moreno, por confiar en mí, creer en mis capacidades, y por compartir todos sus conocimientos del área textil que sin duda ayudaron muchísimo tanto a nivel de desarrollo del proyecto como de formación profesional.

Gracias a las amistades que me regaló la universidad por ser un apoyo incondicional durante estos años de alegrías, estrés, lágrimas, pero llenos de aprendizaje. Siempre estarán en mí las conversaciones en el patio de madera opinando sobre nuestros proyectos, las risas infinitas, los consejos y recomendaciones, y los abrazos reconfortantes luego de correcciones sin éxito.

Gracias a mis amistades externas de la universidad, las cuales estuvieron todos los días, a todas horas, en todo clima, disponibles para ayudarme en lo que necesitara, apoyándome cuando ya no daba más, y celebrando conmigo luego de buenos resultados.

Por último, **gracias** a todos y todas que me ayudaron a nivel de encuestas, entrevistas, testeos, opiniones, y conversaciones a lo largo de todo este proceso.

Gracias.

__ MOTIVACIÓN PERSONAL

Desde muy pequeño he tomado y valorado a cada persona como única en el mundo, con virtudes, defectos, diferencias, experiencias y realidades distintas a los y las demás. Así mismo, siempre he considerado que la expresión de cada ser y su interior es algo fundamental, sea cual sea el método, escenario o forma en que lo quiera transmitir. No obstante, este acto se puede ver limitado e incluso anulado frente a las diversas opiniones, puntos de vista y críticas que la sociedad posee, lo que afectó tanto a mí como a mis pares muchas veces a lo largo de mi vida.

Sin embargo, al entrar a la universidad pude soltarme de muchos estigmas y estereotipos que otras personas habían puesto sobre mí y mi pensar, explotando este hecho a través de la indumentaria y el vestir. El adornar, decorar, y envolver el cuerpo se transformó en un acto de rebeldía frente a los demás, donde este uso de textiles, accesorios, aplicaciones, y colores se convirtió en un lienzo expresivo de personalidad, gustos, preferencias, condiciones, y ambiciones, dependiendo de cada identidad personal.

A lo largo del camino universitario, pude introducirme en el mundo textil y de la indumentaria, comprendiendo cómo estas superficies se integraban al cuerpo, y cómo las personas se expresan mediante ello. Además, pude identificar ciertas problemáticas que existen actualmente en este área, como es la sobreproducción de moda rápida de forma irresponsable y el impacto que tiene sobre el ambiente. Así mismo, logré conocer la función de su mercado y cómo este puede limitar de forma negativa a las personas, condicionando el uso de prendas a ciertas formas y tamaños que no responden a la realidad de sus usuarios y usuarias.

En base a lo anterior, nace el interés y motivación personal de desarrollar un proyecto que se enfoque en mejorar la creación y uso de indumentaria considerando necesidades que surgen al momento de vestir, pudiendo ser resueltas de forma positiva y responsable tanto en distintos cuerpos como en niveles productivos.

__ CONTENIDOS

__ AGRADECIMIENTOS	__ 05
__ MOTIVACIÓN PERSONAL	__ 06
__ INTRODUCCIÓN	__ 10
__ ABSTRACT	__ 12
1 __ MARCO TEÓRICO	__ 14
1.1. Identidad personal	__ 15
1.2. El acto de vestir	__ 19
1.3. La moda hoy	__ 21
1.4. Fast Fashion	__ 25
1.5. Moda sostenible:	__ 31
1.5.1. Zero Waste	__ 35
1.6. La moda en Chile:	__ 40
1.6.1. Diseño Retail	__ 41
1.6.2. Diseño de autor	__ 42
1.7. Inconsistencia de tallas:	__ 45
1.7.1. Vanity Sizing	__ 47
1.7.2. Tipología de tallas	__ 48
1.7.3. Ley de tallas	__ 49
1.8. Principios de ajuste en la ropa funcional	__ 53
2 __ PROPUESTA DE DISEÑO	__ 54
2.1. Problemática y oportunidad	__ 55
2.2. Formulación de proyecto	__ 56
2.3. Objetivos del proyecto	__ 57
2.4. Contexto de implementación	__ 58
2.5. Usuario	__ 60
2.6. Antecedentes	__ 63
2.7. Referentes	__ 65

__ CONTENIDOS

3 __ PRIMEROS ACERCAMIENTOS	__ 67
3.1. Experimentación I: Textil sobre volúmen	__ 68
3.2. Experimentación II: Geometría como módulos	__ 70
3.3. Testeo de experimentación II	__ 72
3.4. Conclusiones	__ 77
3.5. Anteproyecto	__ 78
4 __ PROYECTO	__ 81
4.1. Conceptos generales a aplicar	__ 82
4.2. Estudio de cuerpos	__ 83
4.3. Construcción de prototipo: Prenda ancla	__ 85
4.3.1. Patronaje zero waste	__ 86
4.3.2. Dimensiones y zonas de ajuste	__ 87
4.4. Testeo prenda ancla	__ 88
4.5. Interacciones críticas de testeo	__ 91
5 __ IMAGEN DE COLECCIÓN	__ 92
5.1. Atributos y valores	__ 93
5.2. Identidad de colección	__ 94
5.3. Moodboard	__ 95
5.4. Statement	__ 96
5.5. Diseño de colección	__ 97
5.6. Materialidad y carta cromática	__ 99
6 __ DEVOLUCIÓN	__ 100
7 __ RESULTADOS EDITORIALES Y LOOKBOOK	__ 105
8 __ REFLEXIÓN	__ 125
9 __ CIERRE	__ 127
9.1. Proyecciones	__ 128
9.2. Conclusiones	__ 130
10 __ REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	__ 131

__ INTRODUCCIÓN

'Cuadrar'

Del lat. quadrare.

tr. Dar a algo forma de cuadrado.

intr. Conformarse o ajustarse una cosa con otra.

Este término fue escogido como nombre del proyecto ya que con él se pretende precisamente eso: crear un sistema de indumentaria que se ajuste y adapte correctamente a volúmenes corporales, confeccionado a partir de cuadriláteros que no desperdicien textil.

“Cuadrar” es la respuesta a un descontento personal frente a la industria de la moda e indumentaria actual, la cual según el trabajo de investigación realizado, y por experiencia propia, diseña y ofrece prendas que se basan en un sistema de tallas alejado de la realidad, concentrándose en ciertos estereotipos y medidas corporales que limitan en el acto de vestir a quienes no cumplen con estas características. Por otro lado, la industria se ve fuertemente afectada por el rápido movimiento de producción de moda, también conocido como “fast fashion”, trayendo consigo consecuencias para el medio ambiente. Junto a esta inquietud surgió el deseo de crear, diseñar y confeccionar piezas de indumentaria versátiles y adaptables a todo volumen corporal, pudiendo satisfacer a quién las use al no tener limitaciones y favorezca la expresión personal mediante el acto de vestir. Así mismo, se vuelve esencial que sus diseños se basen en la responsabilidad a través de su confección y moldaje zero waste.



__ ABSTRACT

El diseño se puede comprender como una disciplina que busca e identifica necesidades requeridas por un cierto usuario o usuaria, con el objetivo de satisfacerlas de forma estética, creativa, funcional, y simbólicamente. Así mismo, se hace indispensable la comprensión propia, de los demás, de nuestro entorno y del contexto para determinar la solución más apta frente a la problemática.

Sobre este escenario, encontramos el vestir como mediador entre el cuerpo de las personas y el ambiente, transformándose en “el borde de lo público y lo privado a escala individual. Hacia adentro funciona como interioridad, textura íntima, y hacia afuera, como exterioridad y aspecto, deviene textualidad” (Saltzman, 2007). Así, se comprende el rol fundamental que tiene la vestimenta en el día a día, teniendo que adaptarse a los cambios y necesidades que el cuerpo humano genera constantemente. Sin embargo, la realidad que se presenta en el mercado actual es diferente, donde por lo general las marcas de moda e indumentaria se basan en tablas de medidas creadas por otros productores, o en tablas propias pensadas en un usuario objetivo (Chun-Yoon & Jasper, 1995), segmentando al público al que apuntan y dejando de lado otros cuerpos que podrían estar interesados en el consumo de sus productos. Debido a esta falta de consideración es que, al momento de comprar prendas en diferentes tiendas, las medidas pueden variar aun cuando sean de la misma talla, afectado en la autoestima de las personas y la percepción sobre sus cuerpos y limitando el acto de vestir y la libertad de expresión que este trae consigo.

Un segundo problema que afecta al mercado de la moda e indumentaria actualmente es el Fast Fashion, el cual “es un modelo de producción que se basa en la confección masiva y a gran escala de productos de bajo costo en muy poco tiempo” (Rey, 2020). Este sistema se enfoca exclusivamente en la sobreproducción sin considerar la durabilidad de las prendas y las necesidades que las personas requieren realmente, ofreciendo una vestimenta desechable, de mala calidad y con un impacto negativo al medio ambiente.

Aquí es donde se retoma el diseño y su propósito de abarcar todos los aspectos necesarios para tener un buen desarrollo al ser cada vez más importante y esencial en el progreso de la sociedad. El área de la indumentaria debería responder a las necesidades básicas de usuarios y usuarias de forma inclusiva, integrando la diversidad de cuerpos, géneros y utilidades existentes, y llevar un sistema productivo responsable y de calidad.

Por tanto, la finalidad de este proyecto es diseñar y confeccionar piezas de indumentaria que sean adaptables a diversos cuerpos y no presente limitaciones en formas corporales o tallas como lo hace actualmente el fast fashion, levantando una propuesta de producción basada en el zero waste y un sistema de adaptabilidad corporal versátil que responde a los problemas más comunes de los usuarios y usuarias.

Palabras clave __ Indumentaria, Inconsistencia de Tallas, ZeroWaste, Adaptabilidad.

1 __ MARCO TEÓRICO

1.1 __ IDENTIDAD PERSONAL

Del lat. tardío identitas, -atis, y este der. del lat. idem ‘el mismo’, ‘lo mismo’.

1. f. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.
2. f. Conciencia que una persona o colectividad tiene de ser ella misma y distinta a las demás.
3. f. Hecho de ser alguien o algo, el mismo que se supone o se busca.

(Definición rescatada de la Real Academia Española, 2022, ed. 23.ª)

Se entiende como “identidad personal” al grupo de características, valores, creencias y conocimientos que definen a una persona y la diferencian de sus pares. Si bien no se considera como sinónimo de carácter o personalidad de alguien, este término reúne estos conceptos para formar la “esencia” de la persona, aclarando actitudes, intereses, temperamentos y conductas.

Puede ser difícil el querer describir con precisión la identidad de alguien ya que esta se conforma sobre diversos planos, como el social, emocional, intelectual o incluso psicológico, de los cuales ni la misma persona podría identificar con facilidad. Además, es importante comprender que la identidad personal no es estática, es decir, es dinámica y cambiante, pudiendo ser reconfigurada a lo largo de la vida en función de experiencias, vivencias, conocimientos o expectativas que la persona adquiera.

“Este rasgo del ser humano no se sustenta en una esencia inmutable, sino que remite a una estructura entitativa estable, dinámica y creativa, ya que se construye y se vive no en la clausura y el aislamiento sino en la interacción con los miembros del grupo al que pertenece y dentro de un medio físico concreto”.

Luis Álvarez-Munárriz “La compleja identidad personal” en “Revista de Dialectología y Tradiciones Populares” vol. 66, nº 2 (2011)

Este concepto de cambio se hace clave cuando se habla de identidad ya que, para poder desarrollarla y darle forma, las personas deben explorar, conocer, experimentar, y determinar cualidades y comportamientos que les identifique y acomode más. Por tanto, la identidad nace y se desenvuelve en un escenario cambiante, el cual transforma y diferencia de los demás de forma constante. Sin embargo, esta cualidad cambiante no solo se encuentra en la exploración identitaria, sino que forma parte de la realidad de las personas al ser seres cambiantes, variantes y mutables, tanto en el aspecto psicológico como en el físico.



Imagen 1. Pollio, S. (2017).

Al considerar el cambio como parte de la naturaleza humana, es fácil identificar ciertos términos que historiadores o filósofos han usado para definir al humano, dentro de los cuales se integra tal mutación debido a que el mismo acto de vivir es una experiencia de constante variación y cambio.

Un ejemplo de lo anterior es lo que trata la teoría paradójica del cambio, descrita por Arnold R. Beisser pero profundizada por Fritz Perls. Esta dice que “el cambio no sucede con un intento por la fuerza de querer ser otra cosa, si no con entregarse plenamente a la situación actual y dejarse ser como se es. La contrapartida es que cuanto más estemos empeñados en cambiarnos menos vamos a cambiar. Si nos dejamos ser, más aceptaremos aspectos negados en nosotros” (Pérez, 2015). Esto explica que se debe brindar espacio y tiempo para el crecimiento, realización y aceptación de cada persona. El hecho de forzarse a sí mismo o a otra persona para realizar un cambio, solo generará culpa e insatisfacción logrando un efecto contrario. Por el contrario, hay que generar vínculos de todos los puntos que conforman a la persona para concluir en un sistema íntegro, versátil y participe en su entorno.

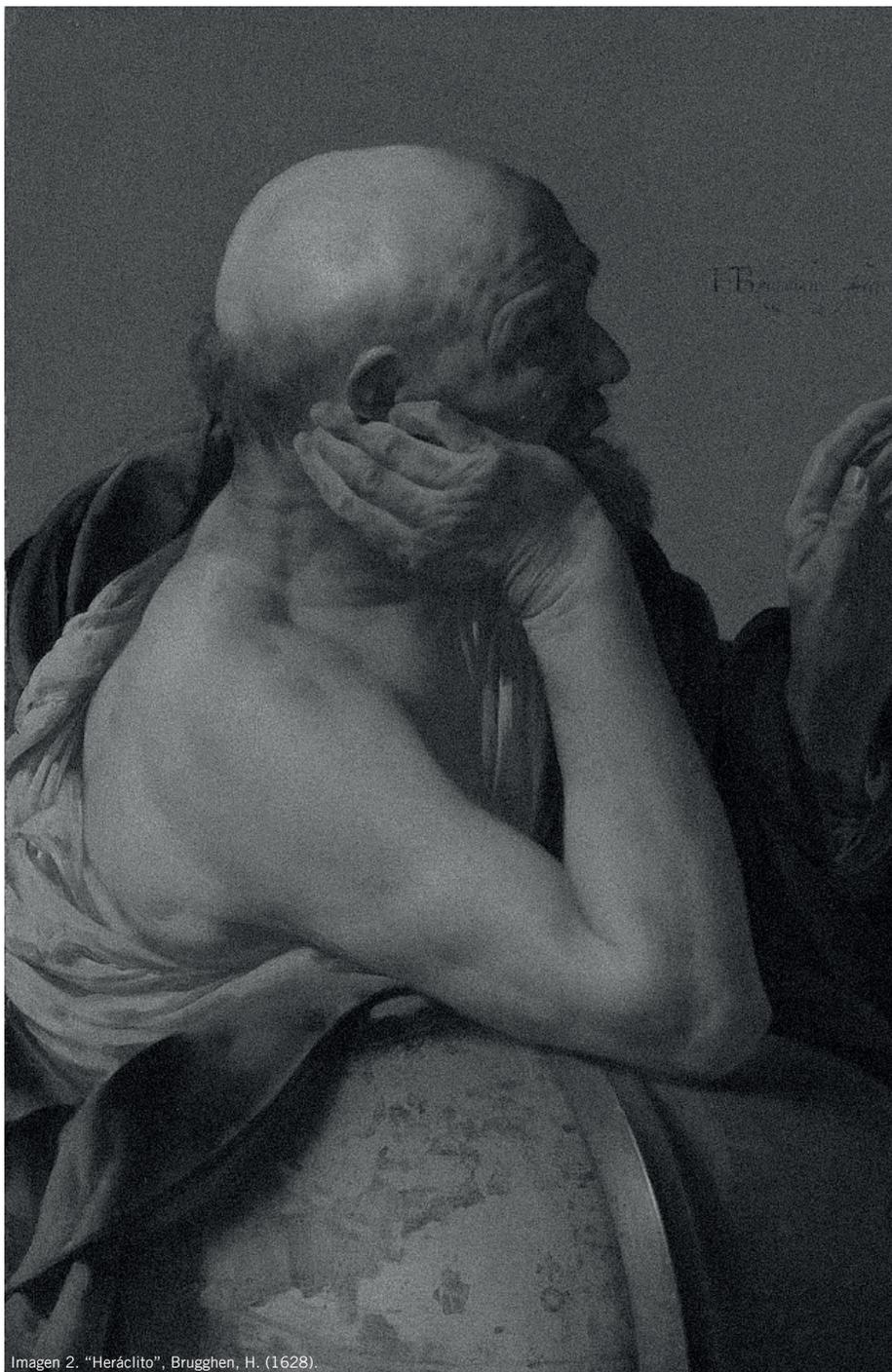


Imagen 2. "Heráclito", Bruggen, H. (1628).

Otro referente importante es Heráclito, filósofo presocrático, quien consideraba que el cambio era el motor de la vida, particularmente en los humanos. A través de los siglos sostuvo que nadie se baña dos veces en el mismo río:

“Las aguas de los ríos no son estáticas. Ni siquiera sus cauces lo son. La persona que se introduce a un río a bañarse tampoco permanece igual. Aprende y desaprende, crece, cambia su manera de ver, juzgar y actuar frente al mundo” (Masini, 2021).

Por otro lado, y en un escenario más explícito y visible, se considera al cambio como factor indiscutible en el desarrollo físico de las personas. En este es fácil identificar todas las variaciones y diferencias que un cuerpo puede presentar en cuanto a volúmenes, peso, y estatura en comparación con otros, mutando y transformándose de manera natural con la edad, pudiendo variar varios centímetros en cortos periodos de tiempo.

Esta escultura creada por Bobbie Carlyle (1987-1988) muestra a un hombre que usa piedra para tallarse a sí mismo, tallar su propio carácter, tallar su propio futuro. Con ello se identifica cómo una persona puede cambiar y contribuir a su propia creación con el paso del tiempo, pudiendo moldearse de distintas maneras en base a experiencias y aprendizajes.

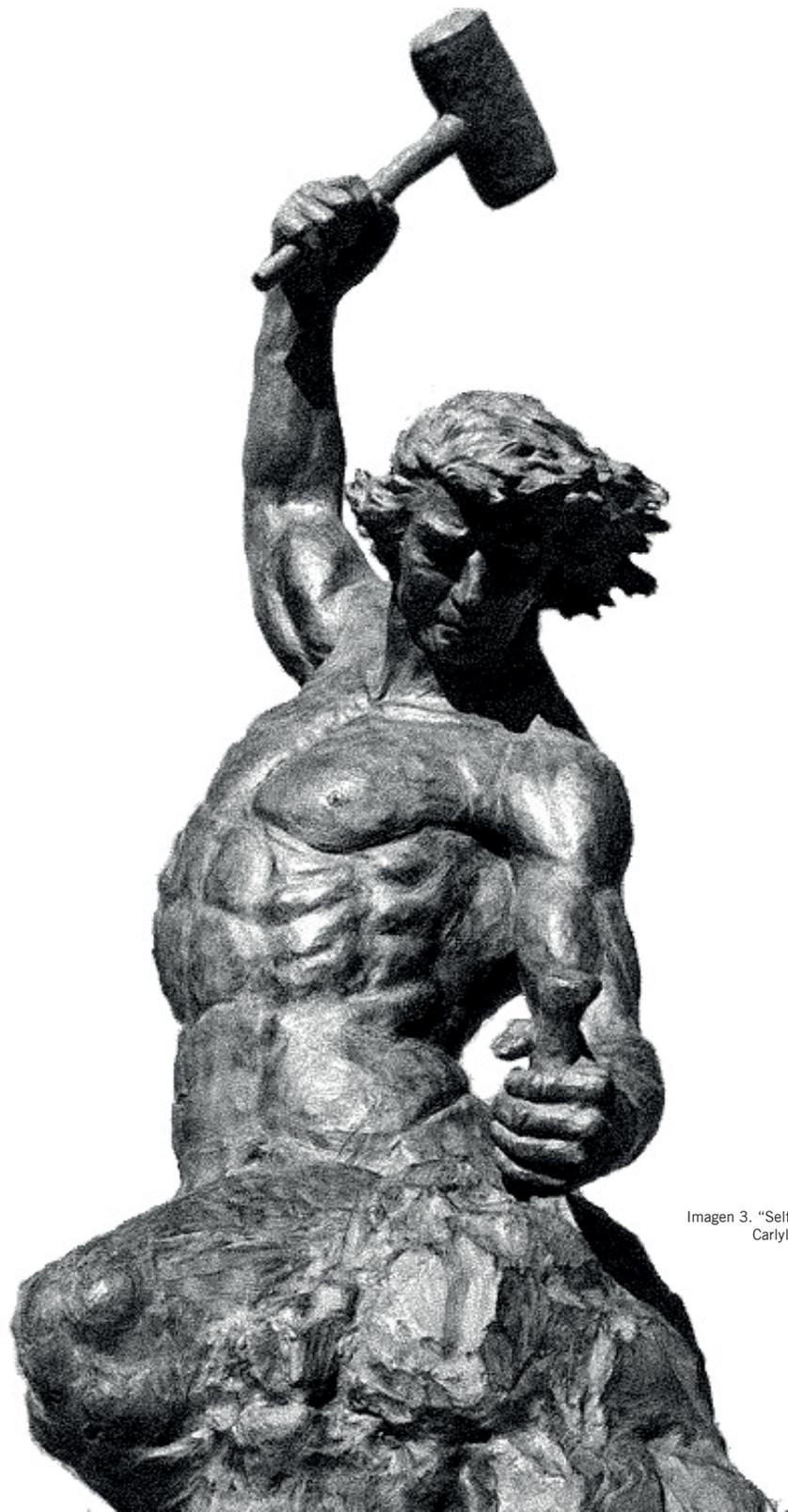


Imagen 3. "Self Made Man", Carlyle, B. (1988).

1.2 __ EL ACTO DE VESTIR



Imagen 4. "Tribu Kayan", Chhibber, S. (2021).

Con el cambio como motor natural de la vida, las personas deben aprender a comunicarse efectivamente con su entorno y sus pares. Esta expresión se basa en las palabras y en otros sistemas de signos externos a lo escrito o hablado, los cuales permiten generar señales (tanto conscientes como inconscientes) que expresan al sujeto hablante, despertando sentimientos y facilitando la interacción con la sociedad. Los gestos, las poses, los objetos, los colores, entre otros, pertenecen a un lenguaje que mediante su interpretación ayudan a que el sujeto se revele a sí mismo y conozca al otro. Algunos ejemplos de métodos son: los códigos kinésicos, proxémicos, paralingüísticos, la comunicación a través del tacto y la comunicación artefactual (Pearson, 1993).

En la comunicación artefactual la persona puede intercambiar mensajes con otros a través de objetos y códigos situados sobre su cuerpo, generando que la información se exprese a través del aspecto.

Como menciona Medina en "La moda, el sentido del vestir y la posmodernidad" (2008), la vestimenta, los accesorios, la joyería, el corte del cabello, el maquillaje, o intervenciones sobre el cuerpo, además de cumplir una función práctica o de cumplir un papel estético, portan mensajes efectivos al interior y al exterior de la sociedad, comunicando algo sobre la persona que los presenta frente a la sociedad. De esta forma es posible identificar que la vestimenta de una persona se convierte en signo esencial de la persona, sumando la indumentaria al conjunto de rasgos que abarcan expresiones de la imagen permitiendo conocer la edad de la persona, su género, rol dentro de la sociedad, valores, personalidad, carácter, estilo de vida y más únicamente por lo que usa.



Imagen 5. "Punk and a Monk", Stonehouse, R. (2012).

El vestir por tanto se transforma en un símbolo identitario y en un acto social, que si bien sirve para conocerse a sí mismo y expresarse mediante ello, también es una carta de presentación hacia los demás. Al ser sociables por naturaleza, las personas generan la necesidad de proyectar su interior al resto, sin embargo esta expresión de identidad e individualidad debe llevarse a cabo bajo los códigos conductuales que la sociedad impone en su contexto para ser recepcionado positivamente por esta.

“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. [...] Al llevar las prendas adecuadas y tener el mejor aspecto posible, nos sentimos bien con nuestros cuerpos y lo mismo sucede a la inversa: aparecer en una situación sin la ropa adecuada nos hace sentir incómodos, fuera de lugar y vulnerables ”.

(Entwistle, 2002).

La persona tiene una doble responsabilidad: mostrar su interior de forma única y diferente, pero que responda a las normas colectivas de la sociedad. Así es que el individuo debe situarse en ambos planos de forma paralela, aportando tanto a su identidad personal como a la social de su entorno, acto que le da nacimiento a un término muy importante en el mundo del vestuario: la moda.

1.3 __ LA MODA HOY

Según la Real Academia Española (2022, ed. 23.^a), la moda hace referencia al “uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país” como también al “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos”. Este término tiene como pilares fundamentales la novedad y la producción masiva, donde las personas imitan y persiguen esta “innovación” del mercado. Sin embargo, una vez que esta moda se vuelve más popular, pierde valor frente a sus consumidores y comienza la exploración de algo nuevo, plano donde solo algunas personas se atreven a romper esquemas y diferenciarse de lo común teniendo como objetivo el nutrir y mostrar su propia identidad.

Es necesario destacar que la forma en que conocemos la moda hoy en día aflora desde el siglo XIX en Europa, donde se consideraba a la persona como eje de todo, valorando su bienestar como eje principal (Monneyron, 2006). A partir de entonces, la novedad seduce tanto a la sociedad, que nunca más ha dejado de buscarla. La moda se transforma en un comunicador identitario, viajando en el tiempo hasta la cotidianidad. Además, la capacidad de expresión y carga cultural que posee, nacen a partir de su naturaleza artística, mediante la cual refleja y proyecta realidades de las personas, evolucionando con el uso que estas le dan y los diversos significados que añaden. Dentro de esto es donde las diversas identidades se expresan con el uso de prendas. Una de las necesidades que tienen las personas es crecer, cambiar y renovarse, lo que se aprovecha de forma conveniente en la vestimenta al considerarse un factor esencial en la auto percepción. Según Riemann (2009) esto se vería motivado por miedo a la monotonía y falta de libertad, sentimientos afectan negativamente al desarrollo de la personalidad.

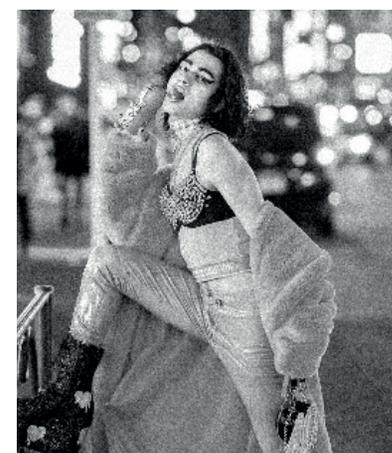
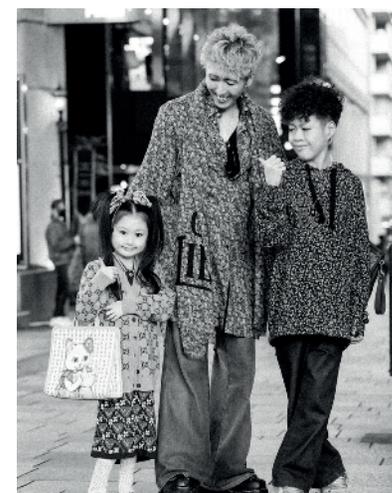


Imagen 6, 7, 8, 9 y 10, "Looks en Tokyo"
Junnyan (2020, 2021).

“En su faceta más creativa, la moda nos ayuda a reflexionar sobre quiénes somos como individuos, al tiempo que nos conecta con otros grupos sociales más amplios, lo que simultáneamente nos proporciona una sensación de individualidad y de pertenencia. La moda es un conector que une gente de distintos grupos demográficos, socioeconómicos o de diferentes nacionalidades; un imán que atrae a la gente hacia un movimiento por el cambio ”.

(Fletcher y Grose, 2012. Pág. 8).

El desarrollo de la moda dependería entonces de un único factor: las personas como consumidores. Con el paso del tiempo, la moda ha ido adaptándose y cambiando en base a necesidades y requerimientos que las personas han buscado satisfacer, teniendo en cuenta la identidad y diferenciación de cada individuo. generando una sobre-dependencia en su consumo. En épocas pasadas, si bien se le daba mucha atención estética y perfeccionista a la moda basándose en el rol social y privilegio que cada persona tenía, hoy en día es totalmente distinto.

Como menciona Medina en “La moda, el sentido del vestir y la posmodernidad” (2008), la vestimenta, los accesorios, la joyería, el corte del cabello, el maquillaje, o intervenciones sobre el cuerpo, además de cumplir una función práctica o de cumplir un papel estético, portan mensajes efectivos al interior y al exterior de la sociedad, comunicando algo sobre la persona que los presenta frente a la sociedad. Así es posible identificar que la vestimenta de una persona se convierte en signo esencial de la persona, sumando la indumentaria al conjunto de rasgos que abarcan expresiones de la imagen permitiendo conocer la edad de la persona, su género, rol dentro de la sociedad, valores, personalidad, carácter, estilo de vida y más únicamente por lo que usa.



— Renacimiento — Rococó — Barroco — 1800 — 1810 — 1820 — 1830 — 1840 — 1850 — 1860 — 1870 —



— 1880 — 1890 — 1900 — 1910 — 1920 — 1930 — 1940 — 1950 — 1960 — 1970 — 1980 — 1990 —

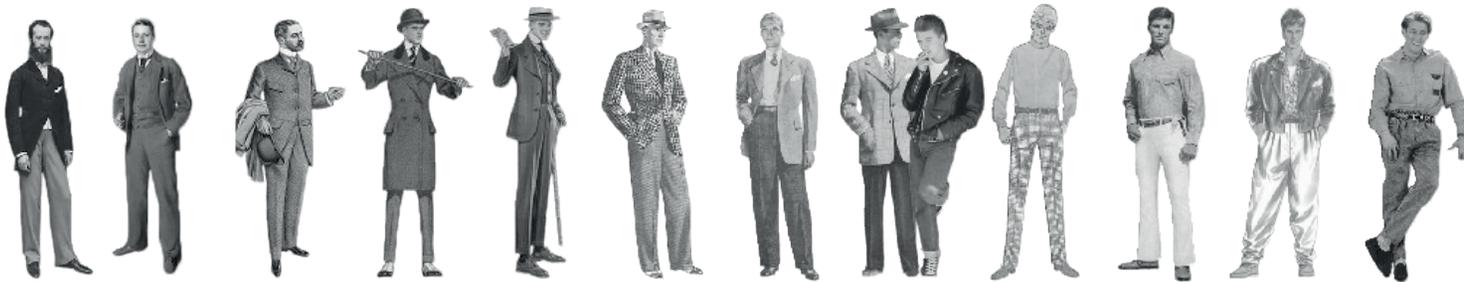


Imagen 11. "Línea de tiempo", Orellana, F. (2018).



Imagen 12. "Fashion Industry", Le Nguyen, F. (2020).

De esta forma es que todo comenzó a girar en torno a la moda, motivando a las personas a consumir toda tendencia que les permitiera estar al día. Desde aquellos años hasta la actualidad es que se da cuenta de cómo la moda ha ido en gran aumento siendo cada vez mayor, y sitúa a la sociedad en un sistema de constante cambio y actualización.

La producción masiva y acelerada de moda es cada vez mayor, aumentando su velocidad pero disminuyendo los precios gracias a los avances tecnológicos y maquinaria desarrollados, permitiendo que los fabricantes ofrezcan al mercado grandes volúmenes de prendas al año de forma más económica que quizás hace un par de décadas atrás. Este sistema de moda rápida se ha visto exagerado cada día más, obteniendo resultados productivos y monetarios inmensos, pero con consecuencias significativas.

1.4 __ FAST FASHION

Históricamente, la ropa ha sido usada durante mucho tiempo, pero con la llegada de la moda rápida, disponible en abundancia, se comenzó a ver las prendas de múltiples usos como desechables. En efecto, se considera como fast fashion la tendencia por la cual se rige, actualmente, la industria de la moda, teniendo como base diseñar, producir, distribuir, consumir y desechar la ropa de forma acelerada (López, 2021). De esta forma es que, si bien en un momento solo existían dos temporadas al año: una para clima cálido (primavera-verano) y otra para clima frío (otoño-invierno), hoy en día estas van variando todas las semanas, lo que implica, en algunas marcas, una cantidad de 52 colecciones al año aproximadamente (Roblero, 2020).

Como consecuencia, y de acuerdo con el documental *The True Cost* (Morgan, 2015) se estima que “el mundo consume alrededor de 80 mil millones de prendas nuevas anualmente, correspondiendo a un 400% más que la cantidad que se consumía hace apenas dos décadas”. De la mano con esto, es importante saber que, debido al movimiento del fast fashion, se ha disminuido el tiempo de uso que se le da a cada prenda hasta en un 36% entre los años 2000 y 2015, periodo de tiempo en que la producción mundial de indumentaria se ha duplicado (Montojo, 2019).

Este movimiento acelerado en la industria textil no es una situación que ocurre exclusivamente en ciertos lugares, sino que sobrepasa fronteras y continentes. Por ejemplo, en Estados Unidos una persona en promedio, cada año, genera 37 kilos de desechos textiles, número que suma más de 11 millones de toneladas de residuos anualmente (Morgan, 2015). Por otro lado, y según la Asociación Ibérica de Reciclaje Textil (ASIRTEX, 2016) en España más de 800 mil toneladas de textiles llegan a la basura sin darles una segunda vida, conllevando a que en el país el 90% de material textil descartado termine en el vertedero.



Imagen 13. "Filas en H&M Casa Costanera", Sepúlveda, J. (2020).

La realidad chilena no es distinta de la internacional. Como menciona Rosario Hevia, fundadora de Ecocitex -emprendimiento nacional dedicado al reciclaje textil- para Bio-Bio Chile (Sáiz, 2021) se estima que en Chile 550 toneladas de residuos textiles terminan en vertederos anualmente.

“Dadas las similitudes del comportamiento de consumo de ropa de los chilenos, respecto al de los mercados desarrollados, se podría inferir, que de los 401,5 kilos de basura que produce cada persona durante el año, alrededor del 7% corresponde a textiles ”.

(Calvo, 2019).



“Locura por H&M”, Agencia Uno. (2013).

Además, como si fuera poco, estos números han ido aumentando cada año y pueden seguir con este ritmo como consecuencia de la moda rápida y la cultura de consumo que se ha establecido. Esto se ve reflejado en cómo, y considerando un tiempo de 10 años, los chilenos aumentaron su consumo de ropa en casi el doble, pasando de comprar un estimado de 15 prendas en el año 2003, a 27 unidades anuales el 2013. Con estos números obtenidos de un seguimiento realizado por Euromonitor International -agencia de inteligencia de mercado global- (Bley et al., 2017), se expuso también que Chile ocupa el primer lugar en cuanto a consumo de ropa y calzado a nivel Latinoamericano (fig. 1). De la mano con esto, cabe señalar un aumento en la compra de prendas desde el año 2013 al 2017, pasando de 27 unidades a 36 (24 Horas, 2017), número que no ha variado en la actualidad y que podría seguir en aumento.

Debido a este método productivo en el que se basa actualmente la moda, a las dimensiones de la industria, el sobreconsumo de prendas y esa necesidad de hacer algo rápido y desechable, es que la industria textil es una de las más contribuyentes a la insostenibilidad del sistema. Dentro de su impacto encontramos consecuencias tanto en el plano medioambiental como en el social:

IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES	
Química	Con relación a toda la industria tomada globalmente, la industria textil es la responsable del 20% de la contaminación de las aguas.
Agua	Una camiseta de algodón requiere un consumo de 2.700 litros de agua. Se calcula que la industria textil utiliza 387.000 millones de litros de agua al año.
Gases de efecto invernadero	La industria textil es la responsable del 10% total de CO2 en el mundo, con un consumo anual de un billón de kilovatios/hora.
Residuos sólidos	Los residuos de la industria textil suponen el 5% de los residuos totales (datos EE.UU).
Recursos: tierra y energía	Los residuos de la industria textil suponen el 5% de los residuos totales (datos EE.UU).
Biodiversidad	En India se han perdido las semillas de algodón debido a su contaminación por el algodón transgénico "Bt". México, cuna del maíz, ha perdido el 80% de sus variedades. Dos ejemplos de la pérdida de la herencia de nuestras semillas.

IMPACTOS SOCIALES	
Condiciones Laborales	Solo entre el 1 y 2% del coste de una prenda va a parar a manos del trabajador que la ha confeccionado. Eso significa que, por ejemplo, en el caso de una camiseta de \$8.000 aprox., el trabajador sólo recibe \$120. En Bangladesh han muerto más de 1.000 trabajadores de la confección entre el año 2006 y 2013.
Identidad cultural	El 40% de residuos textiles se exporta a países del Tercer Mundo, principalmente en África.
Química	El 2,4% del área cultivable del planeta se dedica a los cultivos de algodón, pero en ellos se emplea el 16% del consumo total de insecticidas del planeta. Una sola gota de "aldicarb" (pesticida muy común en la producción de algodón) absorbida por la piel puede matar a un adulto.

*Datos recuperados de "Moda ética para un futuro sostenible" (Salcedo, 2014).

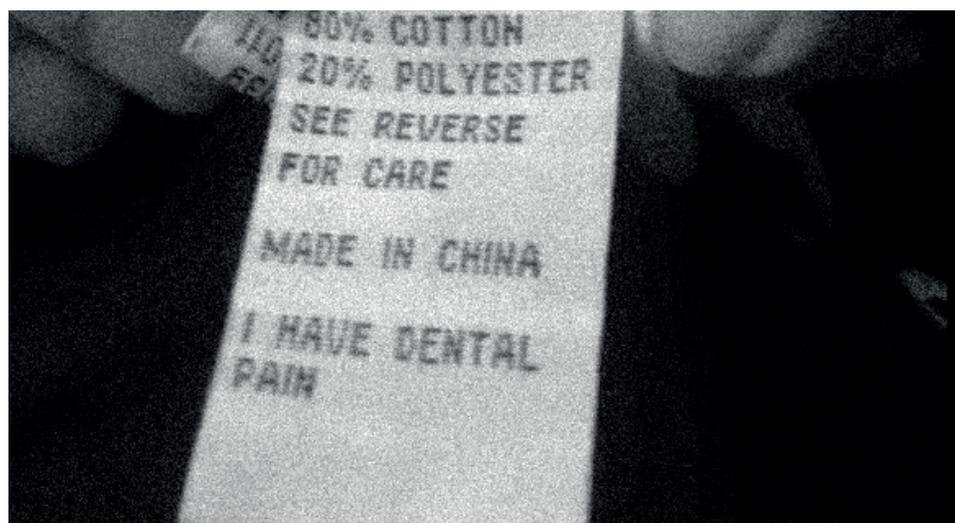


Imagen 15, 16 y 17, "Mensajes en etiquetas de Shein", Desconocido. (2022).

Todos estos impactos llegan a dimensiones enormes ya que la producción y sobreconsumo de prendas es cada vez mayor. Así mismo, es posible que cada día se escuchen nuevas noticias sobre las malas condiciones en que trabajan los productores de ropa, como lo fue el caso en que usuarios de la red social TikTok anunciaron que recibieron prendas de SHEIN con etiquetas que poseían mensajes que podían ayuda urgente (vale decir que esta es una empresa que se rige por el fast fashion y que posee 10 mil millones de dólares de ganancia al año aproximadamente). Por otra parte, se conoce cada vez más cómo la industria afecta al medio ambiente, aún cuando se habla constantemente de la responsabilidad que se debe tener con este. Un claro ejemplo de esto es la situación que ocurre en Tarapacá hace años, donde varias hectáreas de terreno en medio del desierto están siendo contaminadas con ropa usada. "Son toneladas de ropa usada que no venden las importadoras y que terminan botadas en el desierto, generándonos un tremendo problema de contaminación. Muchas veces esas indumentarias son quemadas, lo que provoca una nube tóxica sobre las poblaciones aledañas" mencionó el ex alcalde de Tarapacá, Patricio Ferreira, para La Tercera (2018).

Imagen 18. "Enormes vertederos de ropa en el desierto de Atacama", Bernetti, M. (2021).





Comprendiendo estas premisas, es que se resume la moda rápida o “fast fashion” en un simple y rápido paso de vida útil a basura. Desde su producción acelerada, podemos notar cómo a la industria no le importa destruir recursos, tener a trabajadores en condiciones indignas, ni ofrecer prendas que tendrán que ser cambiadas y desechadas en un par de días; todo esto con el único propósito de lograr la novedad y actualización.

“La industria de la moda necesita una nueva dirección, si realmente quiere no sólo reducir sino también tener un impacto social y medioambiental positivo. Es decir, si realmente quiere sobrevivir en un planeta de recursos finitos, con una población en crecimiento exponencial ”.

(Salcedo, 2014).

1.5 __ MODA SOSTENIBLE

Como reacción a los impactos que tiene el fast fashion, tanto en ámbitos medioambientales como sociales, es que aparece la moda sustentable como respuesta, la cual tiene como objetivo principal el cambiar el movimiento acelerado que tiene la industria textil actualmente (considerada una de las más contaminantes del mundo), integrando tanto a los mismos fabricantes de vestimenta como a los consumidores en un plano mucho más ecológico y responsable con las aristas en las que el sistema rápido afecta negativamente.

El término de sostenibilidad, dentro de la moda, puede ser entendido de muchas formas dependiendo del punto de vista de donde se mire, por lo que es común encontrarse con conceptos como: ecomoda, moda ética, “slow fashion”, entre otros. Sin embargo, estos no significan lo mismo entre sí al considerar diversos puntos de la industria de la moda. Según Salcedo (2014) estos serían los más habituales al hablar de una moda ética y que interactúan entre sí constantemente:

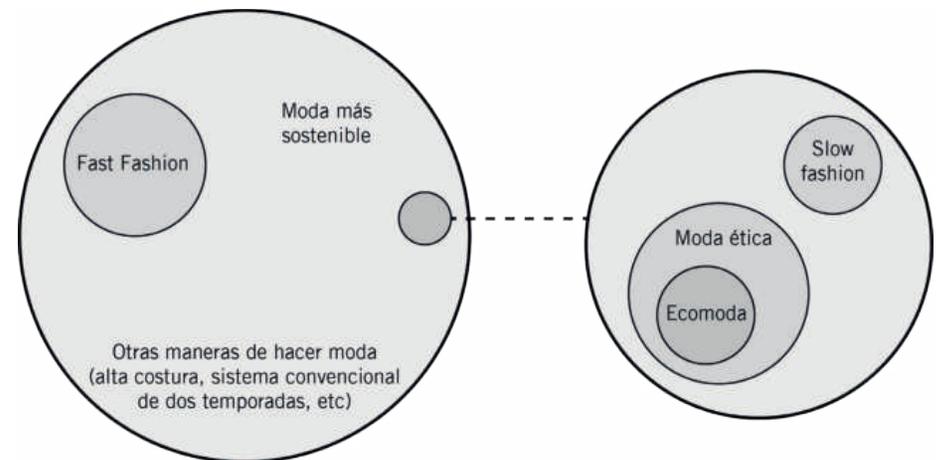


Figura 1, gráfico del libro “Moda ética para un futuro sostenible”, Salcedo (2014).

__ ECOMODA:

Este término hace referencia a la reducción del impacto medioambiental al comprender toda vestimenta que su producción se realice a través de métodos menos perjudiciales para el ambiente.

__ MODA ÉTICA:

Si bien este concepto comprende el cuidado ambiental como la ecomoda, también se preocupa por los consumidores, sus vidas y condiciones en que los fabricantes se encuentran trabajando en la industria de la moda. Por tanto, se sitúa tanto en el plano social como medioambiental.

__ SLOW FASHION:

Este es uno de los términos más escuchados cuando se habla sobre “fast fashion” tomándose como lo opuesto, pero no es así. El slow fashion, o moda lenta, es un enfoque distinto que se tiene en todo el proceso de la industria de moda siendo más consciente del impacto que la vestimenta tiene sobre el ambiente y la sociedad. Involucra a los diseñadores, fabricantes, distribuidores, compradores y consumidores.

En comparación con los demás conceptos, este considera al consumidor y su estilo de vida como factores fundamentales en la cadena. Además, la moda lenta, y en diferencia con el fast fashion, no se basa en el tiempo de producción e inmediatez de obtener prendas, sino en su calidad (la cual de todas formas se relaciona con el tiempo dedicado al producto).

El énfasis en la calidad, con una producción más lenta, y teniendo una conciencia mayor en todo lo que involucra a la moda genera que las relaciones del diseñador y productor, fabricante y prendas de vestir, y ropa y consumidor sean diferentes y mucho más positivas y responsables.

__ MODA MÁS SOSTENIBLE:

La moda sostenible reúne todos los elementos y parámetros necesarios que permiten que la industria pueda ser más ética y perdure en el tiempo, garantizando responsabilidad social y ambiental considerando los recursos que el planeta presenta hoy. Involucra toda iniciativa que promueva buena práctica social y ambiental, como lo son los términos explicados anteriormente, incluyendo a esto la reducción productiva y de consumo.

Dado lo anterior, se da cuenta que, entre las diversas aristas que conforman el mundo de la moda hoy, existe un mercado para la sostenibilidad. Según Alison Gwilt, en su texto “Moda Sostenible” (2014) el interés por el diseño y el medio ambiente comenzó a surgir en la década de 1960. Desde esos momentos se ha intentado introducir elementos más responsables y con menos impacto ambiental y social al mundo de la moda, pero lo más común ha sido enfocarse solo en elegir y diseñar con materiales más adecuados ecológicamente hablando. Sin embargo, actualmente la industria de la vestimenta, y gracias a los avances tecnológicos y éticos, posee muchas formas de tomar esta responsabilidad con el entorno sin dejar de lado la selección de tejidos.

Gwilt también afirma que la sostenibilidad en la industria de la moda debe considerar tres pilares clave:

- 1 __ Rol social:** preocupación por la sociedad, sus necesidades y condiciones en que se desarrolla.
- 2 __ Rol medioambiental:** interés y preocupación por el medioambiente y la estabilidad ecológica.
- 3 __ Rol económico:** consideración de la viabilidad económica desde principio a fin.

Estos tres aspectos deben ser gestionados por diseñadores y diseñadoras responsablemente bajo un enfoque que abarque al diseño y a la sostenibilidad como un todo, teniendo en cuenta los principios de estos términos en función de lo que necesiten para aplicarlos con convicción.

El futuro de la moda no debe quedar solo en diseñar y vender prendas más sostenibles en materialidades en el mismo sistema actual, en que la producción de estas siga generando residuos en grandes cantidades, con trabajadores en malas condiciones laborales, y donde dichas prendas durarán un par de días en los mostradores y luego se irán a los vertederos para continuar así con un ciclo. Es aquí que, como diseñador, se debe pensar y definir de otra forma el cómo se interactúa con la vestimenta, cómo se diseña, cómo se produce y cómo llega a las personas. Desde el momento en que el diseño es motivado y elaborado de una forma más sostenible e invita a sus consumidores a cambiar su relación con el producto y su consumo, se comienza a hablar de diseño para la sostenibilidad.

Bajo esta nueva visión sobre el diseño y su desarrollo, se encuentran muchas alternativas para llevar a cabo la creación de vestimenta de manera más responsable y sostenible, como por ejemplo: diseñar pensando en el reciclaje, en el bienestar social, en la durabilidad de la prenda, en la reducción de residuos y más. Esta última forma de tratar la sostenibilidad es reconocida históricamente, y es la base del desarrollo del proyecto: el zero waste.

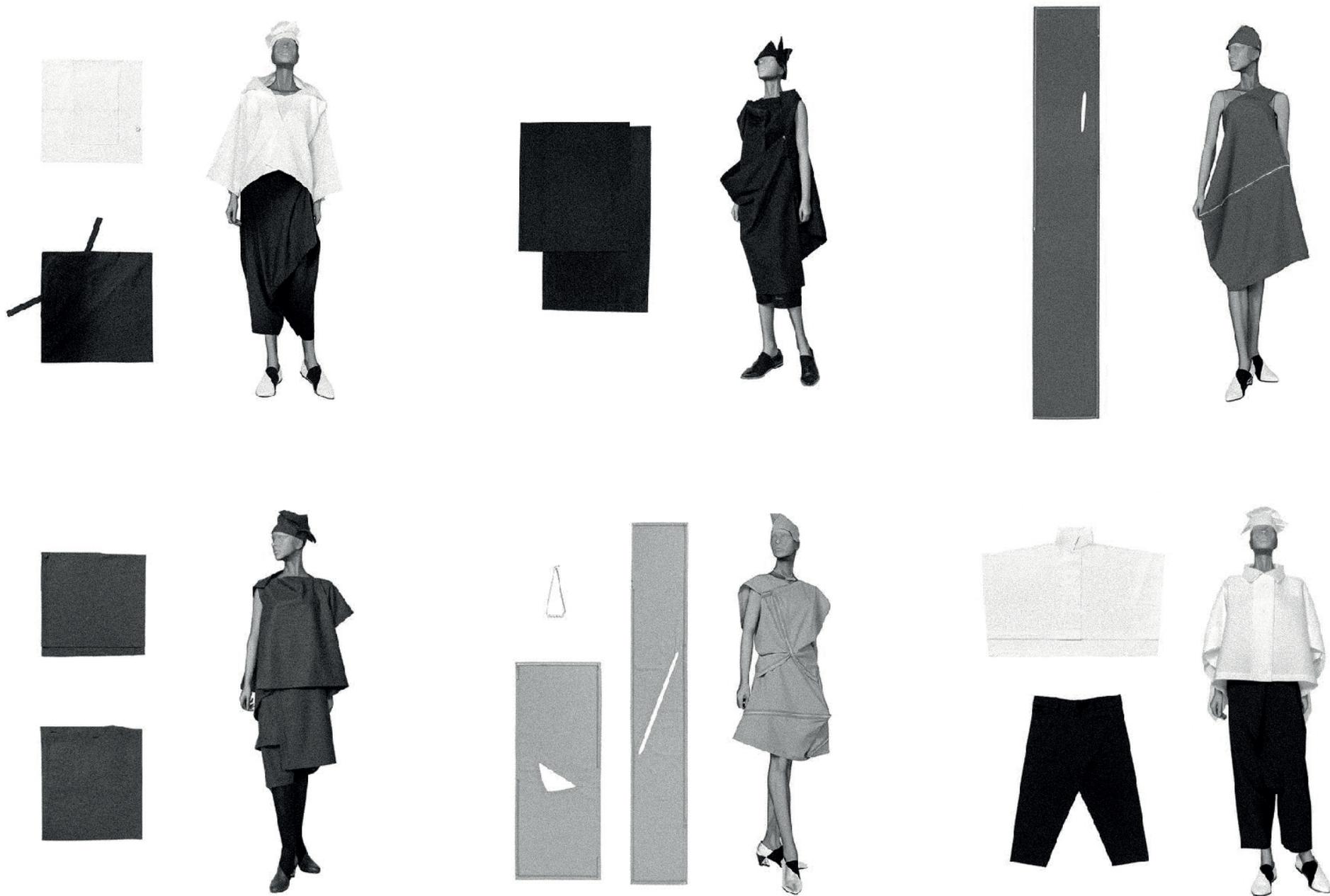
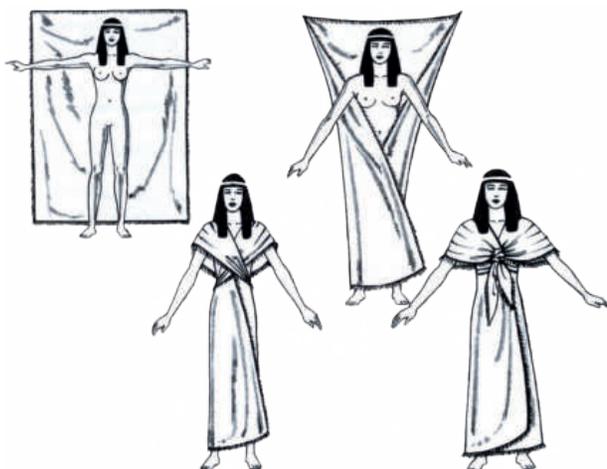


Imagen 20, 21, 22, 23, 24 y 25, Colección "132 5", Miyake, I (2010). En el nombre de la marca, de un trozo de tela (1D) nace un modelo tridimensional (3D), que al plegarse se convierte en una superficie plana (2D), y al vestirlo, se convierte en una existencia que trasciende el tiempo y dimensiones (5D). La idea es llegar a ser. Todo realizado bajo la lógica del zero waste.

__ ZERO WASTE

La producción de moda “zero waste”, o cero residuo, abarca el proceso de diseñar y confeccionar prendas sin desperdiciar parte del plano de tela en el que se está trabajando. Esto podría aplicarse, por ejemplo, en el patronaje de la forma, diseñando la forma hasta el último retazo de tela; otro caso sería el pensar y diseñar los cortes sobre la tela con el fin de crear “restos” que sirvan para otros productos textiles de distintos tamaños. En resumen, el zero waste se puede tomar de diferentes puntos de vista y formas dependiendo de lo que el diseñador o diseñadora quiera resolver pero teniendo en mente el no desperdiciar textil en tal creación, incluso podría considerarse también en el reciclar los retazos desechados como relleno de otras prendas u otros fines.

Como se mencionó en el tema anterior, el diseñar prendas sin generar residuos es una técnica que se ha utilizado desde las primeras civilizaciones vestidas. En la producción de prendas en épocas antiguas fue fundamental el crear prendas a partir de un plano de tela y no perder parte de ella. A continuación se ve una línea de tiempo que expone algunas de estas prendas:



__ **Época Egipcia:** 2920 a.C

__ **Prenda:** Kalasiris

Vestido ajustado, principalmente femenino (aunque también se menciona a lo masculino) que va desde bajo el pecho hasta los tobillos, sostenido por dos tirantes. Estirado es totalmente recto y liso, pero se ajusta al cuerpo envolviéndolo.

Imagen 26, "Egipto: introducción y traje femenino. Kalasiris", Rodd, A (2016).

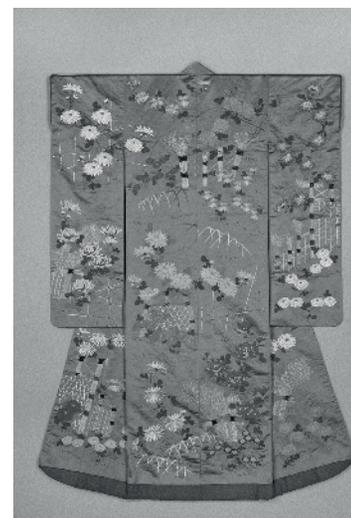


__ **Época de la Antigua Grecia:** 776 a.C

__ **Prenda:** Himation

Fue una vestimenta de la Antigua Grecia. Era un manto amplio y envolvente, una especie de chal. Se llevaba sobre el propio cuerpo o más habitualmente encima de un quitón. Se envolvía o enrollaba sobre un hombro y no contaba con una atadura o fijación externa a la tela.

Imagen 27, "Himation", Desconocido (S/A).



__ **Época Japonesa:** Siglo VII (601-700 d.C)

__ **Prenda:** Kimono

Prenda tradicional japonesa y el vestido nacional de Japón. Es una prenda en forma de T, con el frente envuelto, mangas cuadradas, un cuerpo rectangular y, por lo general, están hechos de un rollo de tela largo y estrecho.

Imagen 28, "Sobre Kimono para una joven de clase alta (uchikake) en 1840-1870", Desconocido (S/A)



__ **Época Inca:** Siglo XVI

__ **Prenda:** Unku

Manto rectangular tejido en telar que posee una apertura en su centro para que pase la cabeza de la persona. Esta prenda no genera desechos al ocupar toda la superficie base del telar y luego ser retirada de tal para su uso.

Imagen 29, "Unku", Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. UNSAAC (S/A)

Si bien estas prendas resolvieron de manera fácil la relación cuerpo-vestimenta de sus épocas, con el paso del tiempo y con los avances tecnológicos y estilísticos, los moldes comenzaron a adoptar diferentes formas ajustándose cada vez más al cuerpo y sus dimensiones. Comenzaron a aparecer las uniones entre líneas curvas y rectas en función de las siluetas de las personas, generando espacios negativos en la tela que no tendrían uso en la prenda final, creando así residuos y desechos textiles. En este punto es donde se integra el diseño zero waste, alterando el moldaje común que poseen las prendas con el fin de minimizar (o eliminar) el espacio que queda sin utilidad alguna. Esta operación comprende un trabajo constante entre la forma bidimensional, el plano tridimensional y la experimentación de ambos para encontrar la construcción que aproveche al máximo la superficie textil.

Para comprender el nivel del que se habla en desechos textiles:

Al hablar de los números y cifras que comprende este desecho de tela, se evalúa una pérdida del 15% aproximadamente de la tela al diseñar y cortar una prenda. Por otro lado, en el año 2015, el número estimado de metros cuadrados que se usaron de tela en la industria para la confección de prendas está alrededor de los 400 mil millones. Por lo tanto, el 15% de 400 mil millones de tela equivaldría a 60 billones de tela desperdiciados en tan solo un año, número preocupante considerando que la industria textil y su sistema de producción acelerado va en aumento cada día más rápido.

Si bien los datos que se tiene en Chile sobre los residuos son limitados, existen números que revelan las consecuencias que genera la actual cultura de consumo en el país. Chile posee una de las tasas más altas en material de desechos y una de las más bajas en reciclaje (Codexverde, 2021). En relación con otros países, aún no se está sobre los estándares internacionales relacionados a los residuos y su reciclaje. Mientras Chile alcanza un 6% en materia de reciclaje, otros ya bordean o sobrepasan el 20 y 30%.



Como experiencia personal,

A lo largo de los últimos años, tanto en proyectos universitarios como personales, al tener que confeccionar prendas en distintos materiales, siempre he terminado con una bolsa llena de retazos que no puedo ocupar o integrar en la prenda ya creada. Esta situación se ha reiterado constantemente en los trabajos de mis compañeros, compañeras, amigos y amigas. Personalmente, intento reunir todo este desecho y darle diversos usos siempre que puedo, ya sea en maquetas, en pruebas de teñido, en experimentación textil, etc, aplicándolo también en prendas que ya no quiera usar o no me queden bien. Sin embargo, llega un momento en que ya no se le puede dar más vida útil, y aunque para mí tenerlo en una bolsa sin desecharlo no sea un problema, para otras personas sí, optando por tirar a la basura el desperdicio de tela que no pudieron ocupar, aportando instantáneamente a la contaminación del ambiente. Incluso, no es raro caminar por la calle y encontrar mínimo un retazo de un textil, o simplemente una prenda en mal estado.



Imagen 30, 31, 32 y 33, retazos textiles sin uso, elaboración propia, 2022.

Es por esto que, en temas de desarrollo de proyecto, se toma al zero waste como punto de partida en la creación de prendas de vestir, buscando la forma de aprovechar al máximo el textil, sus propiedades y cómo este se puede adaptar al cuerpo sin poseer uniones complejas o formas creadas con herramientas de confección. Así mismo, se considera este método constructivo para no aportar más al movimiento rápido de moda que tenemos en el país, donde cada día hay más tiendas de fast fashion, más novedades cada semana y más locura en las personas al querer lo último en novedades.



Imagen 34, 35, 36 y 37, screenshots de la aplicación de Zara y sus descuentos, elaboración propia, 2022.

En el contexto local, la cantidad de residuos generados por cada habitante en Chile responde a la costumbre de estar sometidos bajo un sistema de producción rápida, el cual nos genera la necesidad de actualizar nuestra vestimenta cada semana. Con ello, es fácil apreciar cómo las personas reaccionan cada vez que hay descuentos y ofertas en las tiendas, colapsando sucursales físicas y en línea, agotando rápidamente todos los productos expuestos en función de continuar con una nueva tendencia y temporada. Un claro ejemplo de esto, y como observación personal, es la última rebaja que realizó Zara en su aplicación móvil y en sus tiendas en centros comerciales. Con más de 300 productos que incluyeron de un 20 a casi un 70% de descuento, estos se agotaron en aproximadamente 40 minutos mediante la compra online. En el caso físico, las tiendas colapsaron, tuvieron filas de espera para pagar de hasta 45 minutos, y el desorden de prendas no permitió encontrar muchas prendas que supuestamente si estaban (disponibilidad desde aplicación). Este es un escenario que se presenta constantemente en el mercado del país al regirse por el fast fashion y las importaciones de tiendas y empresas gigantes.

1.6 __ LA MODA EN CHILE

Durante las últimas décadas, la industria de la moda en Chile ha ido cambiando y adaptándose a lo que la realidad le pide, integrando desde nuevos métodos de compra de productos hasta en personajes influyentes sobre los consumidores con el objetivo de llamar la atención de ellos. Así mismo, la difusión y comercialización de la vestimenta ha presentado nuevas oportunidades de cómo llegar a los clientes, ya que la compra de esta ya no se encuentra solamente en el mall, sino que también en tiendas físicas de ropa usada o sitios web que venden prendas a un bajo costo. Además, el valor personal que posee el vestir ha aumentado y se ha visto reflejado en diversas formas, posibilitando el aprender sobre las últimas tendencias en moda incluso en los medios de comunicación, como la televisión, redes sociales, etc.

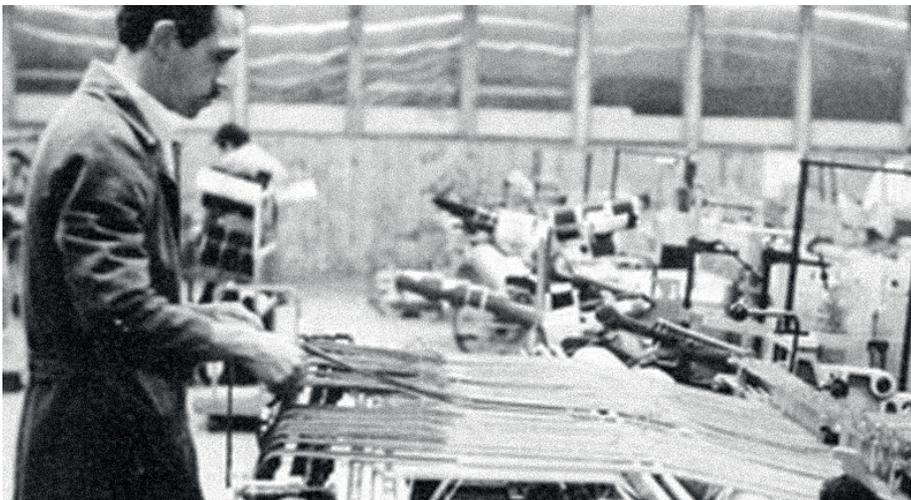


Imagen 38, "Industria textil chilena crónica de una agonía", desconocido (S/A).

Pero, ¿cuál es la razón de necesitar una actualización constante de las prendas en el closet? Se revelan diversos factores, pasando desde los tratados de libre comercio y la apertura al mercado internacional que esto significó, hasta la presencia cotidiana del retail "cuyo foco es la producción de prendas masivas a bajo precio de marcas propias, confeccionadas principalmente en China y países del Sudeste Asiático" (Quinta Trends, 2017).

En temas del desarrollo la industria textil local, y hacia los años republicanos, en Chile se importaban productos textiles europeos y existían pequeñas fábricas textiles. A comienzos del siglo XX la industria nacional de vestuario comenzó a crecer pero aún dependiendo de las importaciones de Europa, hecho que cambió luego de la Gran Depresión en 1930, lo que impulsó el crecimiento hacia adentro y la producción masiva nacional, llegando al año 1960 donde la industria textil y del vestuario abarcaba alrededor del 90% de la demanda a nivel país. Sin embargo, fue hacia la década de los 70 que la competencia internacional tomó poder sobre el mercado nacional y muchas fábricas de textiles cerraron a causa de una nueva política liberal (Memoria Chilena, 2016).

Con lo anterior se da cuenta de cómo la industria textil nacional sí tuvo protagonismo en su momento, cosa que no sucede en el escenario actual. El poco interés por el mercado local y la poca variedad de materiales que se presenta actualmente son consecuencia directa de esta invasión internacional sobre la producción local, haciendo notar la forma en que Chile y su industria de la moda vive bajo el sistema de moda rápida mencionado en el marco teórico, el cual se rige por tendencias extranjeras y limita a los usuarios a usar prendas que tendrán que desechar en unos días debido a la rápida obsolescencia de estas y las nuevas tendencias.

__ DISEÑO RETAIL



Imagen 39, “Falabella se mantiene dentro de las diez marcas más valiosas de Latinoamérica”, América Economía (2020).

En el contexto nacional, las multitiendas con variedad de productos para todo consumidor ha generado un cambio en todos los aspectos que conlleva la vida, siendo un éxito en el país. El retail busca satisfacer todas las necesidades que su consumidor solicite, e incluso a veces se encarga de crear nuevas con el único propósito de vender al ser considerado un negocio financiero.

Ripley, La Polar, Falabella, Paris son algunas de las multitiendas encontradas en Chile que se componen de diversas marcas, además de la propia. En este lugar es donde estas marcas muestran la “originalidad” que nace desde el plagio, ya que poseen a una persona “diseñadora” que se encarga de tomar y replicar diseños propios de tiendas extranjeras: “A estas diseñadoras se las conoce como “compradoras”. Viajan unas seis veces al año a ferias de moda –como la colosal Bread and Butter, en Berlín, donde confluyen cientos de marcas de jeans de todo el mundo– pero, principalmente, vitrinean. Cada marca propia replica alguna extranjera: Americanino tiene como referente a Miss Sixty; Opposite a Forever 21, y así. Las compradoras barren estas tiendas y traen lo que está haciendo furor para basar sus colecciones en esas muestras” (La Tercera, 2011).

Bajo la lógica anterior, es que estos productores de retail necesitan estar constantemente informados de lo que pasa en mundo de la moda en búsqueda de nuevas tendencias que puedan aplicarse en sus marcas, buscando en internet, viajando, y consultando sobre lo que se viene para poder acomodarse y pensar en sus próximas colecciones y lanzamientos. Así mismo, deben preocuparse de su contacto con el extranjero al solicitar que su producción de prendas la lleven a cabo en otro país, como sería China, India, Vietnam, entre otros, donde el costo de fabricación es menor. Por tanto, se comprende que todo este proceso carece de originalidad en su totalidad.

__ DISEÑO DE AUTOR

A diferencia de lo que es el diseño retail, el diseño de autor se puede comprender como a la expresión y creación de vestuario que lleva detrás un proceso creativo con un alto componente de innovación y originalidad (Calvo, 2016), el cual es manifestado con un relato propio del diseñador y expuesto mediante una marca la cual aporta tanto a la imagen del país como a un desarrollo productivo.



Imagen 40, "Abrigo Largo Afieltrado Alpaca/Lana - Camel", Sisa (2022).

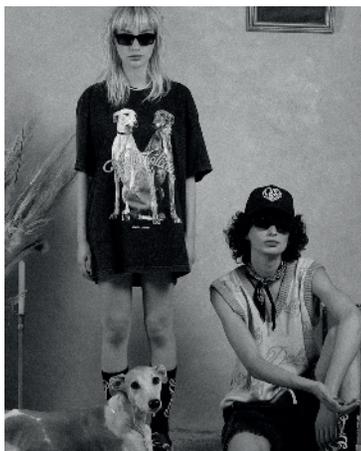
El diseño de autor está compuesto por una idea original, proponiendo con ella algo especial al mundo que se aleja de lo común imponiendo su novedad y personalidad sin dejar de lado su largo y denso proceso investigativo. Esta categoría posee un significado que va más allá de las ventas y el comercio, es más profundo, personal, singular, desarrollado en base a una creatividad de calidad y diferente al entorno.

A pesar de lo anterior, estas características se minimizan frente a instituciones públicas y privadas debido a la ausencia de datos que describan, midan y muestren aportes reales a la economía nacional y al empleo en este contexto. Por esto, "es difícil lograr visibilidad y competir con el retail, que es tan fuerte en Chile" (Holmes, 2017).

Hoy en día, el país tiene en sus ojos un mercado rápido, que se actualiza constantemente y ofrece miles de opciones diariamente para satisfacer sus necesidades. Tiene en sus ojos una industria que solo se encarga de copiar y pegar los diseños extranjeros en un plano nacional. No se potencia un diseño exclusivo lo que conlleva a que los propios diseñadores con sus ideas no surjan y se queden en un trabajo de poco reconocimiento. Así mismo, Chile carece de información sobre el rol de los diseñadores y la moda en el día a día, siendo este mucho más importante de lo que se cree: "La moda ya no es un placer estético, un accesorio decorativo de la vida colectiva, es su piedra angular. Estructuralmente, la moda (...) ha llegado a la cima de su poder, ha conseguido remodelar la sociedad entera a su imagen: era periférica y ahora es hegemónica" (Lipovetski, 1978). Así mismo, es muy común que los diseñadores busquen a toda costa irse del país para poder elevar su trabajo y ser reconocidos, factor que influye también en el crecimiento del diseño de autor en Chile y su evolución.

Una iniciativa que responde a lo anteriormente mencionado, es la organización gremial Moda Chile, la cual busca fortalecer la industria local de indumentaria y accesorios, apoyando a diversos diseñadores en su promoción y reconocimiento dentro de la industria nacional. Así mismo han nacido diversos blogs de moda en los cuales se exponen día a día nuevos trabajos de la moda nacional, como Viste La Calle, que dice tener como principal misión “ser la principal vía de difusión y promoción de las nuevas generaciones de la industria de la moda, tanto en Chile como en Latinoamérica y otros lugares del mundo. Para ello, potenciamos talentos emergentes y consagrados a través del contenido generado en el sitio web y en acciones anuales” (Viste La Calle, 2015).

Para conocer el escenario del diseño de autor nacional y comprender su diversidad, se presentan a continuación 10 marcas autoriales chilenas, y una fotografía que revele su estilo y diseño único en el mercado. Así mismo, se puede identificar la variedad de materiales, aplicaciones, formas de confección y sentidos que los identifican y diferencian de sus pares. Además, es importante reconocer la forma en que se adaptan a su usuario ideal y no a concepciones dadas por un productor diferente.



__ **Dos Lobos**
__ **Colección:** “Eonia Summer 2022”

Imagen 41, “Eonia Summer 22”, Sfeir, R (2022)



__ **Martín Lüttecke**
__ **Colección:** “Ritmos Nocturnos”

Imagen 42, “Ritmos Nocturnos, look 02”, Noli Provoste (2021).



__ **Matías Hernán**
__ **Colección:** “Johnnie Walker x The Remix”

Imagen 42, “Johnnie Walker x The Remix”, Salamanca, C. (2021).



__ **Zurita**
__ **Colección:** “PopUp Zurita”

Imagen 44, “Abrigo Cordellate”, Queirolo, J (2022)



__ **CEREMONIA**
__ **Colección:** “Escapismos”

Imagen 45, “TRES”, Toledo, D (2022).



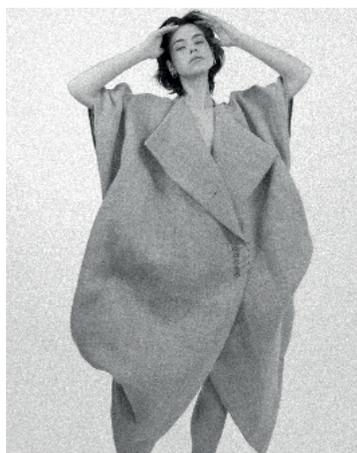
__ **KinderLoco**
__ **Colección:** “ASTRA 2022”

Imagen 46, “Look 3”, Madariaga, U (2022)



__ **Loraine Holmes**
__ **Prenda:** “The NIKKIS Denim Top”

Imagen 47, “The NIKKIS Denim Top with Removable Sleeves”, Holmes, L (2021).



__ **Lupe Gajardo**
__ **Colección:** “Art ZeroWaste”

Imagen 48, “Tapado en arpillera”, Gajardo, L (2021).



__ **TTTEMET**
__ **Colección:** “MUCHA ROPA”

Imagen 49, “Look 6”, Gentillon, M (2022).



__ **María Paz Valdivieso**
__ **Colección:** “Seda y líneas”

Imagen 50, “Pollera y chaqueta print”, Valdivieso, M (2022).

1.7 __ INCONSISTENCIA DE TALLAS

Al agrupar la venta retail con el sistema productivo de ‘fast fashion’, es fácil identificar múltiples problemas que la industria de la moda está teniendo actualmente, y no solo en asuntos de originalidad o de sostenibilidad, sino también en temas relacionados directamente a sus consumidores y necesidades.

Uno de estos problemas más comunes tiene que ver con las tallas ofrecidas por el mercado hoy. Una persona va a una tienda, encuentra unos pantalones talla 40 y le quedan perfectos. Luego, redirige a otra tienda, y el mismo diseño de pantalón y misma talla, le queda más apretado, por lo que debe comprarse un 42. Y luego, al pasar por una tercera tienda, termina comprando una talla 44 del mismo modelo ya que no le quedaba para nada bien. Esto no tiene que ver con que el propio cuerpo de la persona esté mal, sino que da cuenta que no existe un criterio único entre marcas y tiendas para definir sus tallas.



Imagen 51, “Diferencia de pantalón en diversas tallas”, elaboración propia (2022).

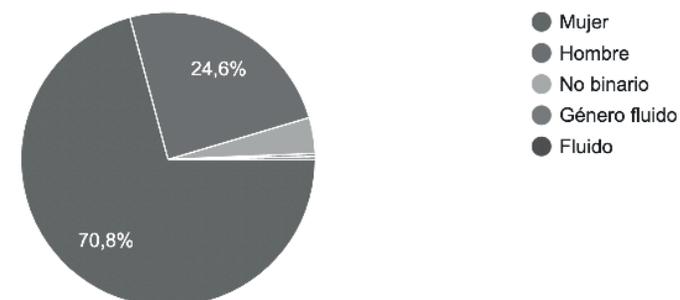
Esta situación se viene presentando hace años y es un gran problema al que responder. Incluso, y como menciona Pozo para El Mostrador (2021): “Hace 14 años el símil español de nuestro Ministerio de Salud comenzaba a propiciar una “homogeneización efectiva de las tallas”, hace 12 Argentina emprendió un camino similar -con distintas “escalas” y que concluyó hace unos meses con la publicación de la Ley Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria (SUNITI), Ley 27521”.

En el escenario nacional, el SERNAC (Servicio Nacional del Consumidor) recibió más de 2000 quejas relacionadas a modificaciones en la ropa en el periodo de un año, y al menos 200 de ellas estaban directamente relacionadas con la talla. Además, la encuesta que realizó el mismo SERNAC en el año 2021, reveló que uno de los problemas más comunes del mercado de la moda es la diversidad de estándares que existen entre tallas, lo que genera sentimientos negativos sobre los consumidores y una clara discriminación y segregación a ellos mismos (Tobar, 2022). Como respuesta a situación, el mismo organismo llevó a cabo un estudio que exploró la armonización, clasificación y estandarización de tallas de vestuario femenino en Chile, evaluando estas aristas en diversas multitiendas y tiendas retail del país, como es Falabella, Ripley, Zara, entre más.

Dentro de los resultados del estudio, se encuentran datos preocupantes relacionados a la inconsistencia de tallas en el país. Por ejemplo, se descubrió que alrededor de un 58,3% de las empresas no posee una tabla de equivalencia de tallas, lo que genera una diferencia de hasta 31,3 centímetros entre las medidas de cintura en talla S, considerando la de menor tamaño estudiada y la de mayor (SERNAC, 2021). Así mismo, el no poseer parámetros comunes para vender sus prendas trae consigo complicaciones para sus compradores, y esto lo tienen muy claro las tienda de retail analizadas, dentro de las cuales el 50% aproximadamente afirma que los cambios y devoluciones de prendas se hicieron más común estos últimos 3 años gracias a la pandemia y las restricciones que tuvieron que aplicar por ello (Tobar, 2022).

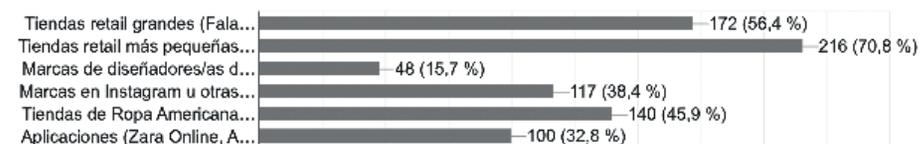
¿Con qué género te identificas más?

305 respuestas



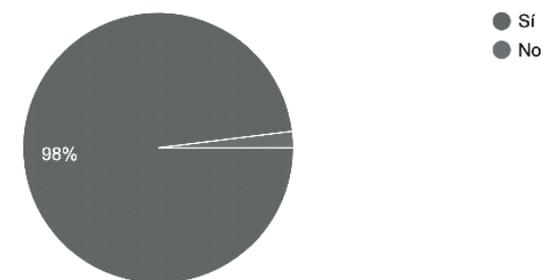
Por lo general, ¿Dónde compras tu ropa? (Marca cuantas casillas quieras)

305 respuestas



En base a lo anterior, ¿Te ha pasado que te compras una prenda y esta no se ajusta correctamente a tu cuerpo, o la sientes incómoda, a pesar que es "tu talla"?

305 respuestas



Mediante una encuesta realizada personalmente (con 305 respuestas) se identificó que este problema, si bien, y en base a otros estudios, afecta mayoritariamente a mujeres, también involucra a hombres y personas de género no binario/fluido. Así es que se obtuvo que un 56,4% de las personas suele comprar sus prendas mayoritariamente en multitiendas (como Falabella, Ripley, Paris, entre otras) y un 70,8% en tiendas de retail individuales (como Zara, H&M, Forever 21, etc). En este plano, el 98% de las respuestas, y en donde se incluyen mujeres, hombres, y personas de género no binario/fluido, afirman haber tenido problemas con prendas que son de su talla pero no se les ajusta cómodamente a su cuerpo, como quizás otras prendas de otra tienda sí lo hacen. Con estos datos, se da cuenta de que el problema es real actualmente y es un tema que debería tener solución.

Figura 2, 3 y 4, resultados de encuesta "Inconsistencia de Tallas en la vestimenta", elaboración propia, (2022).

__ VANITY SIZING

El tallaje vanidoso, o “vanity sizing”, es un término aplicado en el mundo de la moda que tiene vínculo directo con la forma en que las marcas y tiendas manipulan la mente de sus consumidores para ser la preferencia sobre la competencia (Lomas, 2022). Esta práctica consiste en etiquetar una prenda con una talla menor a la que es realmente (es decir, si un pantalón es realmente talla 44, las marcas le pondrán que es un 42 o incluso un 40), esto con el fin de lograr una mejor percepción de la persona sobre su cuerpo y prefiriendo esta tienda en particular por brindar una mejor experiencia de uso y consumo. Así mismo, el aplicar esta “mentira” sobre el tallaje real de la prenda, permite a los usuarios y usuarias a comprar en base a modelos de prenda, comodidad, en vez de la talla, aumentando más la preferencia sobre la competencia.

Si bien, comercialmente este método ayuda, se vuelve necesario promover la eliminación del “vanity sizing” mediante un sistema de tallas estandarizado y real basado en el cuerpo de los usuarios y usuarias, lo que tendría un impacto positivo tanto en consumidores como en el comercio al disminuir la variación de medidas que hay en cada talla y los cambios que existen entre marcas. Además, las repercusiones que tiene sobre las personas actualmente es negativa ya que se presenta una información falsa en cuanto a las medidas y tallas que poseen, influyendo directamente en la autoestima y percepción de los cuerpos.

“Para las consumidoras, el tema de las tallas no es sólo un tema de compra, sino que también puede tener impactos en su autoestima, tal como recogen nuestras encuestas. Para ellas será importante saber que una talla S, M, L, XL, es la misma en todos los comercios y responde a las particularidades de nuestro país ”.

(Villar, 2021, como se citó en SERNAC, 2021).

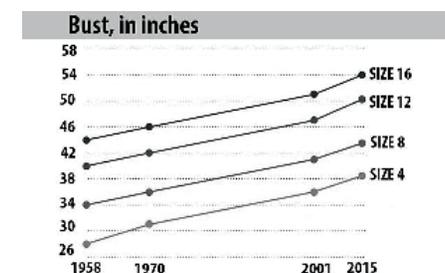
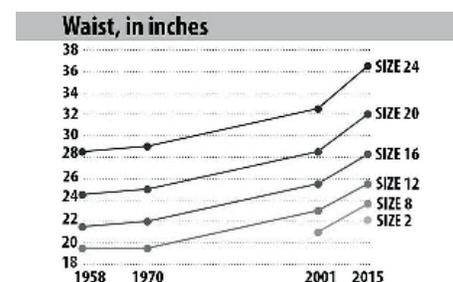


Figura 5 y 6, “Medidas de pecho y cintura en mujeres estándar”, basado en gráficos de National Institute of Standards and Technology, American Society for Testing and Materials, (2022).

TIPOLOGÍA DE TALLAS



Imagen 52, soldados caminando con un mismo uniforme, desconocido (S/F).

El comienzo de la confección de prendas con tallas comerciales se dio alrededor de los años 60 con la aparición de tiendas de ropa y 'boutiques' en ciudades más desarrolladas. Hasta ese entonces, un aproximado del 90% de la vestimenta mundial se conseguía gracias a casas de costura o modistas que diseñan "a medida".

Como en tales años no existía una tabla de tallas con sus medidas correspondientes, la industria Norteamericana y sus grandes fábricas que en ese entonces confeccionaban uniformes para la guerra, expusieron las medidas que ocupaban para la creación de prendas en serie lo que permitió que las industrias de moda posguerra pudieran usar esta información en su beneficio y generar más vestimenta con tallas estandarizadas ("Introducción a las Medidas y Tallas de Ropa", 2016). Así es que se adoptó un sistema de tallas simple dirigido mayoritariamente a personas adultas, con el cual se pudo crear y diseñar prendas de forma más rápida siguiendo estos nuevos parámetros de medidas.

Por tanto, hoy en día podemos comprender a las "tallas" como un conjunto de medidas corporales limitadas por distintos parámetros que codifican y definen los tamaños de prenda que una persona debería usar. Con esto se permite etiquetar los cuerpos y la vestimenta en base a códigos comunes y estandarizados.

Hoy en día, existen muchos sistemas de tallas dependiendo de la marca, tienda, ubicación geográfica y usuario objetivo, lo que trae consigo diversos problemas en cuanto al desarrollo de estas guías a lo largo del tiempo. Así mismo, es que cada marca usa por lo general tablas de medidas ya producidas por otros fabricantes, o en su defecto crean sus propias tablas en base a sus usuarios, segregando al mercado que los rodea (Chun-Yoon & Jasper, 1995). Debido al movimiento globalizado que la moda sigue, se revelan los problemas que traen consigo los distintos códigos de tallas que posee el mercado, además de los cuerpos que consideran para sus diseños.

La falta de criterio en la industria de la moda al hablar sobre tallas da la posibilidad a las marcas de manipular sus patrones, tablas, tamaños y medidas para aumentar sus ventas en comparación con su competencia. Además, da flexibilidad a los fabricantes de alterar patrones y diseños, lo que repercute en las ideologías y estereotipos corporales que existen actualmente.

__ LEY DE TALLAS

“Desde el año 2009 duerme en el Congreso un proyecto de ley que busca unificar las tallas de las prendas de vestir por medio de la regulación de los tamaños de la indumentaria que se fabrique en Chile o se importe del extranjero. Esto con la finalidad de que al consumidor le sea más fácil saber su talla (según sus medidas) y comprar de acuerdo a esta” (Sepúlveda, 2021).

Jaime Naranjo, actual diputado del Partido Socialista, expuso un proyecto de ley para estandarizar las tallas de la vestimenta, resguardando a los usuarios y consumidores en temas de seguridad personal, salud mental e interés económico. Dicho proyecto nace del impacto y las consecuencias que trae consigo la poca seguridad que ofrecen las tiendas en el retail.

Sin embargo, el proyecto quedó como una idea y no salió a la luz más que lo presentando. Así es que, este año, se lanzó un nuevo proyecto denominado “Talla para Todos”, el cual está impulsado desde la ciudadanía por la modelo Antonia Larraín y presentando frente al congreso por las diputadas Erika Olivera (RN), Gael Yeomans (CS) y Marcela Sandoval (RD) (Rojas, 2022). Esta ley tiene como iniciativa el generar un sistema estandarizado y único de tallas basado en cuerpos chilenos y sus medidas reales, restringiendo a fabricantes, comerciantes e importadores de vestimenta para que los usuarios logren una mejor experiencia en el uso de prendas, eliminando la segregación que existe actualmente en el mercado y trayendo consigo una mejor aceptación de los propios cuerpos.

El proyecto plantea el tallaje que llevan hoy en día las marcas debería estandarizarse de igual forma, ya que hoy en día, y como se mencionó a lo largo de la investigación, una misma talla puede variar muchos centímetros entre diferentes tiendas. Esta iniciativa nació luego de que una encuesta del SERNAC, sobre la discriminación de género en el consumo, arrojara que aproximadamente el 90% de las personas encuestadas declaran haber sido discriminados por el comercio y sus limitaciones, clarificando cómo las empresas los segregan al poseer cuerpos con medidas diferentes a las de sus tablas, afectando directamente en la autoestima y salud mental de las personas (Bordalí, 2022).

“Es un hecho no menor, ya que puede tener graves efectos psicológicos, principalmente en adolescentes, generando angustia o ansiedad y trastornos alimenticios”.

(Naranjo, 2009, como se citó en Sepúlveda, 2021).



Imagen 53, “Body Acceptance”, Kozub, M (2020).

El llevar a cabo esta ley significa algo sumamente positivo e importante para las personas que en su cotidianidad se ven afectadas por este conflicto que trae consigo la industria de la moda en Chile. El vivir constantemente bajo estereotipos e idealización de un cuerpo perfecto es brutal. El notar que tu cuerpo no es apto para usar cierta prenda del mercado te insta automáticamente que no sirves para el ideal de belleza presentado por esa tienda, significando que tu cuerpo no es el adecuado ni correcto. Así es que Camila Oda, Psicóloga de la Universidad de Chile, menciona para el blog POUSTA (2022) que esta gran variedad de medidas entre las mismas tallas derivaría a una experiencia traumática para la persona, desencadenando problemas alimentarios o dismorfia corporal, esto a causa de que la vestimenta hoy en día tiene muchos estigmas sociales sobre su talla y calce sobre el cuerpo, generando repercusiones graves al cambiar de golpe.

Esta iniciativa por una nueva ley que incluya todos los cuerpos y sus medidas está esperando ser el inicio para llevar a cabo conversaciones sobre cómo se ve y trata a los cuerpos en relación a las grandes empresas, su producción y la diversidad corporal que existe hoy en día.

El mal ajuste de alguna prenda a tu cuerpo, o incomodidades que esto puede conllevar, ¿Ha afectado en tu autoestima, sintiéndote triste, incómod@, a complejad@, etc?

305 respuestas



Figura 5, resultados de encuesta "Inconsistencia de Tallas en la vestimenta", elaboración propia, (2022).

“Me pasa que no hay ninguna marca que se adapte a mi tipo de cuerpo (cintura muy pequeña) entonces frente a este tema más que problemas de autoestima me causa frustración (sentimientos negativos) y también me hace pensar en que cuerpos sirven en el mercado y cuáles no ”.

“Honestamente encuentro ridículo algunos días vestirme con una polera talla S y al día siguiente una talla L, siendo ambas de mi talla. También me ha pasado que comprando en tiendas he tenido momentos muy incómodos porque una prenda me queda demasiado distinta a lo que tenía previsto ”.

“Subí de talla de 36 a 38 y me afecta demasiado, mas que nada por el saber q uso una talla más. Además, si en una talla soy 36 y 2 días después soy 38 en otra marca, me frustro bastante”.

“Fui a probarme ropa que supuestamente era de mi talla y he terminado llorando en el probador, creyendo que había vuelto a subir de peso. Resulta que el vendedor me dio ropa que era como la mitad de mi talla”.

Desde los 8 años a los 21 no pude ver mi cuerpo ni entenderlo, las tallas me confundían mucho porque cambiaban y yo no tenía el autoestima bien tampoco para poder realmente comprender cómo era mi forma. Buscaba medidas pero no me calzaban con la imagen que tenía de mi, y las tallas alimentaban infinitamente esa inseguridad.

Estos son algunos testimonios de la encuesta realizada “Inconsistencia de Tallas en la vestimenta”, que declaran cómo el problema de tallas afecta a diversos consumidores de vestimenta en nuestro país.



Imagen 54. "Rihanna's Savage X Fenty Lingerie Line", SavageXFenty (2021).

1.8 __ PRINCIPIOS DE AJUSTE EN LA ROPA FUNCIONAL

En el artículo “Ropa funcional: principios de ajuste (Functional clothing—Principles of fit)”, Boorady (2011) aborda ciertos puntos a considerar al momento de querer crear y confeccionar piezas de indumentaria que se ajusten al cuerpo. Afirma que si bien el ajuste de las prendas puede hacer referencia a la apariencia y comodidad de una prenda, es también muy importante la facilidad funcional que esta tenga en relación a su uso y relación con el cuerpo. Esto significa adaptarse al movimiento de la persona manteniendo su propósito. Así es que el ajuste óptimo de las prendas es logrado con éxito una vez que las necesidades del consumidor están en equilibrio con la funcionalidad que la vestimenta requiera.

Así mismo, Boorady (2011) expone que para realizar un correcto ajuste en las prendas, se deben considerar 5 factores básico, que son:

1 __ Grano de la tela: Se refiere a los hilos longitudinales y transversales tejidos juntos para crear tela. El grano longitudinal debe caer perpendicular al piso y el grano transversal debe ser paralelo al piso.

2 __ Líneas constructivas: Las líneas de construcción deben estar sobre el cuerpo en la posición adecuada; las costuras de los hombros se asientan en el hombro, las costuras laterales corren por el costado del cuerpo y permanecen perpendiculares al piso. Las costuras horizontales, como la línea de la cintura, son paralelas al piso.

3 __ Adecuación de la prenda: Se refiere a la idea de que una prenda bien ajustada no debe tener arrugas no deseadas cuando la persona está de pie.

4 __ Equilibrio: El equilibrio se logra cuando la prenda es simétrica y cuelga separada del cuerpo de manera idéntica en los lados derecho e izquierdo del cuerpo (suponiendo que el diseño permita la simetría)

5 __ Holgura: Se refiere a la diferencia entre la medida del cuerpo de la persona y la medida correspondiente de la prenda. Debe ser positiva, para permitir el movimiento y entregarle comodidad al usuario.

Hacer calzar una prenda puede ser difícil y no por intentar equilibrar los 5 factores anteriormente mencionados, sino porque todas las personas poseen medidas y formas diferentes. Si bien los fabricantes desarrollan sus propias tablas de tallas en función de su experiencia y los comentarios de los clientes, muy pocas personas tienen exactamente las mismas medidas utilizadas para determinar la talla de una prenda.

De esta forma es que se puede identificar la forma en que el poder ajustar prendas a los cuerpos de los consumidores estaría directamente conectado con el problema de tallas que existe hoy en la industria del retail. Un sistema ajustable permitiría adaptarse sin limitaciones sobre distintos cuerpos, y para llevar a cabo esta funcionalidad, la prenda de por sí podría abarcar más de una talla al mismo tiempo. Poniendo esto en práctica, sería posible enfrentar lo que ofrece el mercado actualmente basándose en medidas reales de los consumidores y cambiando positivamente la experiencia que conlleva el acto de vestir.

2 __ PROPUESTA DE DISEÑO

2.1 __ PROBLEMÁTICA Y OPORTUNIDAD

Hoy en día, la industria de la moda e indumentaria diseña y ofrece prendas que se basan en un sistema de tallas alejado de la realidad, concentrándose en ciertos estereotipos y medidas corporales que limitan en el acto de vestir a quienes no cumplen con estas características. Debido a esta estandarización del tallaje se presenta complejidad en la adaptabilidad de la vestimenta sobre distintos cuerpos, revelando cómo esta práctica responde a un usuario que no es auténtico y no a las necesidades reales de sus consumidores.

Este sistema genera que el acto de vestir se transforme en una mala experiencia para los usuarios, despertando sentimientos negativos de las personas contra sus cuerpos, como lo es la inconformidad y culpabilización al no alcanzar el ideal de medidas corporales que la moda rápida ofrece.

Además, así como el fast fashion no se preocupa por los cuerpos reales de sus consumidores, tampoco lo hace con el impacto que genera su producción acelerada de moda, aportando cada vez más a la contaminación del medio ambiente, como ocurre con el desperdicio de tela en el proceso de corte y confección de prendas. Estos se transforman en desechos y afectan directamente al ecosistema.

En base a lo anterior, es que nace una oportunidad: diseñar y confeccionar piezas de indumentaria que sean adaptables a diversos cuerpos y no presenten limitaciones en formas corporales o tallas como lo hace actualmente el fast fashion, levantando una propuesta de producción basada en el zero waste y un sistema de adaptabilidad corporal versátil que responda a los problemas más comunes de los usuarios y usuarias.

2.2 __ FORMULACIÓN DEL PROYECTO

CUADRAR

¿Qué? ____ Colección de indumentaria sin género y sin talla que, gracias a su sistema de ajuste y patronaje zero waste, permite adaptar correctamente cada prenda a distintos cuerpos.

¿Por qué? ____ La industria de la moda rápida diseña y ofrece prendas que se basan en un sistema de tallas alejado de la realidad, limitando en el acto de vestir a quienes no cumplen con las medidas estandarizadas del retail. Además, no se hace cargo de los desechos textiles desperdiciados en la confección de sus piezas, afectando directamente al ecosistema.

¿Para qué? ____ Ofrecer prendas zero waste que por medio del ajuste se adapten correctamente a distintos cuerpos sin limitarlos a medidas específicas como lo hace el retail, y contribuyendo positivamente al medio ambiente en su producción al no generar desechos textiles.

2.3 __ OBJETIVOS DEL PROYECTO

__ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1 __ Generar prendas de indumentaria que contengan un sistema de ajuste cómodo y fácil mediante el cual se puedan adaptar correctamente a distintos cuerpos.

IOV: Testeo con posibles usuarios donde se demuestre la capacidad de ajuste y adaptabilidad de las prendas.

2 __ Ofrecer una alternativa constructiva de prendas zero waste a partir de módulos que no genere ningún residuo en el proceso de corte y confección.

IOV: Desarrollo de patronaje a partir de módulos geométricos aprovechando el plano de tela en su totalidad.

3 __ Analizar la adaptabilidad corporal que posee la ropa retail hoy e identificar las zonas críticas más afectadas al usar una prenda con talla estandarizada.

IOV: Encuesta para identificar zonas del cuerpo más afectadas al usar prendas con tallas retail, y registro de medidas corporales de posibles usuarios reales en fin de su comodidad.

__ OBJETIVO GENERAL

Diseñar y confeccionar una colección de prendas a partir de un patronaje zero waste, las cuales, mediante un sistema integrado de ajuste, permitan una adaptabilidad correcta de las prendas sobre distintos volúmenes del cuerpo, fomentando la libertad de elección en el acto de vestir sin limitarse a ciertas medidas como lo hace el retail hoy en día.

4 __ Disminuir la culpabilización e inconformidad de la persona en el acto de elección y uso de prendas.

IOV: Análisis comparativo entre prendas ofrecidas por el mercado retail y las diseñadas, en base a la elección y pruebas de uso.

2.4 __ CONTEXTO DE IMPLEMENTACIÓN

Para implementar CUADRAR en el contexto actual, se consideran tres posibles escenarios para el desarrollo y evolución de la colección: la inconsistencia de tallas presentada en Chile, la confección de prendas a partir del zero waste como un espacio de diseño sostenible, y el diseño de autor como industria creativa e innovadora en el diseño de indumentaria.

1 __ INCONSISTENCIA DE TALLAS EN CHILE:

Ya es un hecho que hace tiempo grandes marcas han manipulado las tallas de sus prendas con el objetivo de producir efectos en su consumidor y este les prefiera por sobre la competencia. Además, desde fabricantes a importadores se rigen por medidas que se ajustan a cuerpos estandarizados de otros países, como europeos, y no a los nacionales, complejizando aún más el uso de prendas libremente sin problemas. “No tiene sentido que nosotros antropológicamente nos vistamos acorde a estudios de Estados Unidos, donde hay otras personas con otras corporalidades. Todo eso va cambiando geográficamente. En Argentina (el único país junto a México en Latinoamérica que ha legislado sobre este tema) hacen un estudio antropológico antes de hacer la ley, eso es lo que se debe hacer aquí también” (Bird, 2022, como se citó en Bordalí, 2022). Nacionalmente, se genera una violencia sistémica al momento en que una persona entra a una tienda, busca ropa y se percata que no hay ninguna que cumpla con sus medidas corporales, segregando así del usuario objetivo que tal marca tenga definido. Así mismo, la diferencia de medidas que existen entre marcas y una misma talla afectan a la percepción del propio cuerpo de las personas, a la autoestima, y además hace que el estigma sobre cuerpos grandes y de mayor volumen crezca negativamente.

Sobre este escenario es donde CUADRAR podrá posicionarse contra los sistemas de tallas inconsistentes actuales presentando un sistema sin tallas y adaptable a cualquier tipo de cuerpo. Así mismo, es esencial considerar cuerpos y usuarios reales a la hora de definir las medidas de las prendas, para un correcto ajuste y adaptabilidad sin limitaciones.

2 __ CONFECCIÓN ZERO WASTE:

La moda sustentable aparece como respuesta frente a los impactos negativos que trae consigo el fast fashion, tanto en planos sociales como ambientales. El objetivo principal de esta alternativa más sostenible es cambiar el movimiento rápido que posee la industria de vestimenta actualmente, integrando a todos los agentes partícipes de esta producción en un espacio más ecológico y sostenible y responsable. Una alternativa que se basa en esta práctica, es el zero waste. Este método productivo se relaciona con el diseñar prendas sin generar residuos textiles, pudiendo ser aplicado en el corte y confección de estas, en la reutilización de los desperdicios de tela, o en el reciclaje de estos para otros fines. Dentro de esta materia, si bien los datos nacionales que se tienen sobre residuos son limitados, se estima que el país posee una de las tasas más altas en material de desechos y una de las más bajas en reciclaje (Codexverde, 2021). En relación con otros países, mientras Chile alcanza un 6% en materia de reciclaje, otros ya bordean o sobrepasan el 20 y 30%, por lo que aún no se cumple con los estándares internacionales relacionados a los residuos y su reciclaje. Además, Chile es considerado el mayor importador de ropa de segunda mano a nivel Latinoamericano. Se estima que se producen alrededor de 60.000 toneladas de desechos textiles en prendas, la cual se destina al Desierto de Atacama, el cual es hoy un vertedero de ropa, el cual está totalmente contaminado por la industria de vestimenta.

En este contexto de producción acelerada, de contaminación textil y poca preocupación por el ambiente es donde nace la oportunidad de generar una alternativa más responsable que no siga el mismo camino que las prendas de retail realizan. Una producción sin residuos significa revalorizar lo que se vende por moda hoy y ser partícipe de un movimiento más consciente con el entorno.

3 __ DISEÑO DE AUTOR:

En los últimos años, el interés por una moda única y diferente ha ido creciendo en la mentalidad de los consumidores del país. Así mismo, ha ido evolucionando el diseño de autor nacional y su mercado, exponiendo a nuevos fabricantes, creadores y partícipes de la industria con el fin de posicionarse como una alternativa en el mundo acelerado en el vivimos hoy. Mediante su significado más profundo, personal, singular y diferente puede crear su propio rol crítico y activista en la sociedad a través de creaciones, visualidades, relatos, y usos. “Creo que las generaciones jóvenes tienen una mayor consciencia y les preocupa qué hay detrás del proceso de producción de la ropa. Le dan un valor agregado y eso se ve traducido en la industria” (Holmes, 2017, como se citó en Ijelman, 2017). Además, el mundo del diseño autoral tiene una cercanía mayor con sus consumidores en comparación con el retail, por lo que está más presente en la realidad de estos y puede notar lo que ellos solicitan cotidianamente, respondiendo a ellos,

El resolver las necesidades y problemáticas que afectan a los consumidores se vuelve esencial en el espacio de diseño autoral, pudiendo responder adecuadamente a la variedad de cuerpos y sus medidas que existen actualmente y que el retail no considera, y aplicando una producción consciente y responsable que no aporten a la contaminación que el movimiento rápido de moda tiene hoy.

2.5 __ USUARIO/USUARIA

Si bien la inconsistencia de tallas afecta mayoritariamente a las mujeres, es un tema que concierne a múltiples edades e identidades de género, viéndose influenciado por las morfologías, pensamientos y cambios corporales que se poseen a lo largo de toda la vida.

Así mismo, el mundo sustentable y responsable cada vez se hace más presente en el escenario país, motivando a las personas a repensar sobre la realidad de las industrias y dando nuevas alternativas para seguir una vida más consciente y sostenible.

Por tanto, para definir un usuario objetivo, se presentan tres grupos de posibles usuarios:

1 __ PERSONAS AFECTADAS POR LA INCONSISTENCIA DE TALLAS:

Es el grupo de personas que se ven afectadas cotidianamente por la falta de estandarización de tallas del mercado de vestimenta nacional, teniendo que adaptarse a lo que este ofrece, oprimidos por sentimientos de insatisfacción e inconformidad. Presentan inseguridades sobre sus cuerpos al no pertenecer al estereotipo ideal que las marcas buscan a través de sus medidas.

2 __ PERSONAS NO AFECTADAS POR LA INCONSISTENCIA DE TALLAS:

Son aquellas personas que no sufren por el sistema de medidas que ofrece el mercado del retail. Aceptan su cuerpo sin ningún problema, y se sienten cómodas consigo mismas. Sin embargo, si se sienten atraídas por nuestras alternativas de vestimenta, por lo que podrían consumir en prendas innovadoras y únicas dentro del mercado rápido actual.

3 __ PERSONAS CON MENTALIDAD SOSTENIBLE:

Este grupo de personas puede verse afectado o no por la inconsistencia de tallas, sin embargo su mayor interés radica en optar por alternativas más responsables con el medio ambiente y con su nivel productivo. Buscan consumir productos de calidad que sean conscientes en cuanto al impacto que puedan tener en el entorno.

Dentro de los resultados obtenidos, un 90% afirma haber sido afectado por la diferencia e inconsistencia de tallas que existe en el mercado actualmente, transformando en un problema el salir a comprar prendas ya que a veces se ven discriminados por el sistema actual.

A su vez, 139 personas confirman que les interesa el impacto que la vestimenta que consumen pueda tener, tanto a nivel social como ambiental, sienten un número más elevado que la mitad pero que aún así posee una gran cantidad de personas que no están interesadas en lado que esconde la industria. Sin embargo, el 91% de los encuestados están interesados en la moda sustentable y en seguir la vestimenta responsablemente y sustentable frente a lo que el mercado vende actualmente. Dentro de esto, se prefiere vestir con prendas de calidad sin importar que tengan un costo más elevado que el retail, por sobre prendas baratas de mala calidad (87% contra un 13%).

En cuanto a los gustos y preferencias, los votos se inclinan mayoritariamente a preferir prendas holgadas (u oversized) por sobre las ajustadas y entalladas al cuerpo, tanto en nivel estético como de comodidad, permitiendo una mayor versatilidad de uso y relación con el cuerpo.



Figura 7, 8, 9, 10, 11 y 12, resultados de encuesta realizada a través de Instagram, elaboración propia (2022).

DEFINICIÓN DE USUARIO/USUARIA

Luego de las respuestas entregadas mediante la encuesta realizada, es posible repensar y definir al usuario de CUADRAR sobre los tres grupos mencionados anteriormente pero con mayor particularidad, buscando dirigir el proyecto a aquellos usuarios que se ven más afectados por las problemáticas tratadas.

Se define entonces que las personas usuarias de CUADRAR valoran y se interesan por el trabajo que hay detrás de la vestimenta, llevando una mentalidad consciente sobre lo que la industria actual esconde tras sus ventas. Además, buscan constantemente piezas únicas y diferentes a lo que se encuentra actualmente en el mercado, considerando alternativas que aporten positivamente al movimiento sustentable. Valoran la calidad, durabilidad y comodidad de sus prendas, apreciando un buen ajuste y calce a sus cuerpos, ya que el sistema actual de tallas que siguen las tiendas suelen jugar con sus autoestimas al no entrar en el ideal corporal que tiene el retail, generando inconformidad y problemas con sus propios cuerpos.

2.6 __ ANTECEDENTES

1 __ VESTIDO HADA

Prenda de algodón diseñada por Lupe Gajardo, la cual tiene la particularidad que es adaptable a todas las tallas, desde la XS a la XL, mediante una un elástico encontrado al interior. Además, esta prenda está confeccionada a partir de zero waste, no dejando residuos textiles.

2 __ SINTA

Es el resultado del proyecto de título de la diseñadora, y ex estudiante de la escuela UC, Camila Ortega. Mediante el trabajo aplicado, se presenta una colección de indumentaria sin tallas que busca potenciar el 'body positive' de las mujeres, el cual se ha visto afectado por los cánones de belleza que la industria del retail presenta actualmente mediante la estandarización de tallas que se ven alejadas de la realidad corporal femenina.

3 __ LR3

Así como se menciona en su sitio web, esta marca fue creada para inspirar a las personas a divertirse con la ropa y liberarse de los estándares y expectativas de la sociedad. LR3 es una marca que no posee tallas, ni género, ni limitaciones. Su sistema se basa en el usar prendas extremadamente grandes, las cuales pueden ser ajustadas al cuerpo mediante cintas, cinturones y broches (depende la prenda). Es así como invita a vestir como se quiera, sin restricciones.

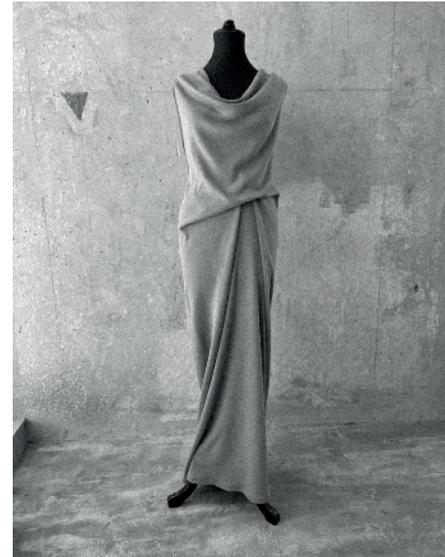


Imagen 55, "Vestido Hada", Gajardo, L. (2021).



Imagen 56, "SINTA", Finat, F. (2020).



Imagen 57, "Lidia Mombiela Coat-Ecru", LR3 (S/F).

4 __ “Y.A.N.G”

De una inquietud que surgió en 2016 por buscar que la ropa tuviera más autenticidad y encontrar en el textil una forma de expresión, así es como nació Y.A.N.G. (siglas de You Are The Next Generation), el proyecto de moda reciclada, conocido como upcycling, de Francisca Gajardo. Bajo esta iniciativa no solo fabrica prendas de diseño bajo el principio de “residuo cero”, sino que también trata de expandir el mensaje a través de talleres en los que comparte sus técnicas y metodologías, tanto a quienes no saben nada de confección como a otros miembros de la “comunidad” del supra-reciclaje, como se conoce esta práctica en Latinoamérica, para que cada cual exprese con libertad su idea de la moda.

5 __ PAULAMAR

Es una marca que tiene como principal pilar la sustentabilidad, esto ya que todas sus prendas son confeccionadas a partir del zero waste con el objetivo de mitigar la huella sobre el planeta a través de la innovación. Así es que ofrece múltiples y diversas prendas, además de poseer un servicio a medida para todas las personas. Además, en su sitio web transparenta todo sobre las prendas, mencionando el material, las medidas, e incluso el trabajo colaborativo con su costurera.

6 __ GUATE VA VEST

Es una colección en manos de la diseñadora Irene Peukes. Las prendas están creadas y diseñadas a partir del zero waste, en el que sobre un plano de tela se rescatan diferentes rectángulos y se unen entre sí para generar planos sobre el cuerpo. La configuración de estos sobre el volumen corporal se lleva a cabo mediante pliegues y fruncidos, sin cortar nada. Además, las costuras son todas hechas manualmente, sin el uso de máquinas de coser o grandes tecnologías.



Imagen 58, “Upcycled Faux Fur Bomber Jacket”, Y.A.N.G. (2021).



Imagen 59, “TÚNICA CAMISERA TENCEL”, Paulamar (2022).

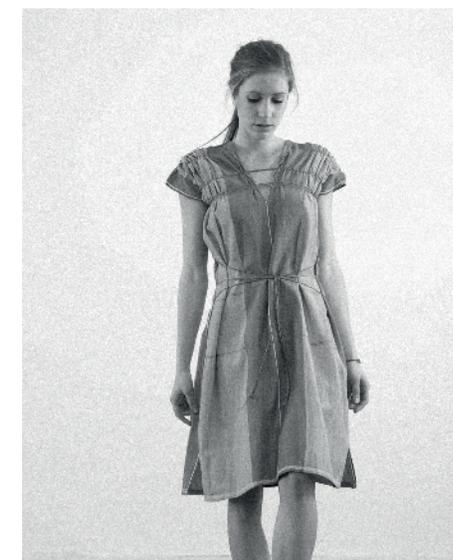


Imagen 60, “GUATE VA VEST”, Peukes, I. (2016).

2.7 __ REFERENTES

1 __ ARNESES BUNGEE

Los arneses utilizados para saltar en bungee poseen la capacidad de poder ajustarse a distintos cuerpos y volúmenes corporales brindando seguridad y confianza al usuario. Este sistema de adaptabilidad se lleva a cabo mediante pasadores metálicos y plásticos, además de integrar velcros y cintas de polipropileno, los cuales se unen entre sí al estar sobre el cuerpo.



Imagen 61, "Práctica de Bungee Jumping ", desconocido (2015).

2 __ RED DE PESCA

La red de pesca es una serie de hilos, tejidos y amarrados a una relinga superior o de flotadores y a una relinga inferior de plomos, que se emplea para capturar peces. Además, por el borde donde termina esta red, pasa una cuerda que puede ser de diversos materiales, la cual, una vez que hay peces en el interior, es tirada por el pesquero y esta recoge y cierra todo el plano de red, atrapando a los peces en su interior sin permitir que estos salgan.



Imagen 62, "Red de pesca ", desconocido (S/F).

3 __ CARPA IGLÚ

Las carpas iglú son el método ideal para las personas que quieran acampar y explorar en la naturaleza. El sistema de estas carpas contempla los planos de tela, fáciles de equipar, los cuales poseen pasadores en sus terminaciones que es donde se insertan las varillas para darle volúmen al plano y espacio a la carpa. Además, estas son adaptables a la necesidad del consumidor, brindándole protección y cuidado en diferentes climas, además de comodidad para estar en su interior.



Imagen 63, "Carpa Iglú The North Face ", desconocido (2020).

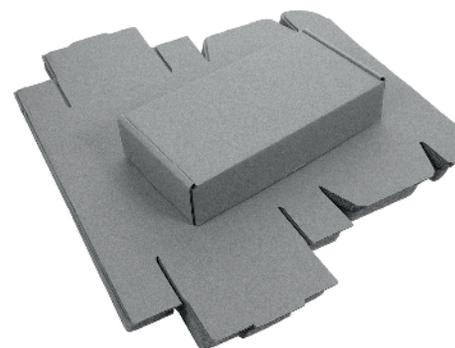


Imagen 64, "Cajas de cartón corrugado", Aliexpress (S/F).

4 __ CORTE Y EMBALAJE DE CAJAS DE CARTÓN

En la creación y desarrollo de cajas de cartón corrugado, se realizan diversos procesos para llegar al resultado y forma final. Dentro de esto, el cartón llega a la fábrica como material liso, al cual se le aplican cortes en sus diferentes lados, y pegamento de uno de los extremos para que la caja se mantenga cerrada. Una vez que estos dos pasos fueron realizados, se realiza el embalaje de la caja, el cual no posee residuos de cartón, generando volumen con el ensamble a través de los cortes y la geometría que el material posee. Si es que se llega a generar algún residuo, este se guarda para reciclarse más adelante.

5 __ VIVIENDAS CONTAINERS

Una 'casa contenedor' es una vivienda hecha con containers que se utilizan para transportar mercancías en barcos y trenes. Los contenedores son en su mayoría de acero, tienen solidez y durabilidad y, debido a que son baratos, sirven fácilmente como cuerpo de construcción de las casas. Así mismo, la reutilización de estos containers se realiza de forma modular, es decir, la vivienda es diseñada con la cantidad de módulos que el consumidor desea, respondiendo a sus necesidades y gustos. Estos módulos son conectados y montados entre sí, creando diferentes espacios y niveles, todo en función de la persona.



Imagen 64, "Casa Container Granja Viana / Container Box", Vada, P. (2011).

3 __ PRIMEROS ACERCAMIENTOS

3.1 __ EXPERIMENTACIÓN I: TEXTIL SOBRE VOLÚMEN

Al momento de decidir trabajar con un sistema que no se categoriza dentro de la estandarización actual de tallas, existen ciertos puntos claves que se deben tener en cuenta para generar un calce correcto sobre diversos cuerpos (como medidas, volúmenes y tamaños).

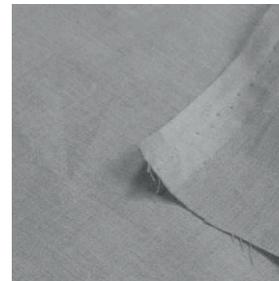
Como primera aproximación al calce sobre distintos cuerpos y volúmenes, se realizó un maquetado sobre maniquí con 3 telas distintas. La idea central de este ejercicio se basó en: por una parte, poder identificar qué formas permiten una mayor adaptabilidad al cuerpo, comodidad en su uso y poseen mayor versatilidad en su práctica; y por otra parte, determinar qué textil se ajusta mejor a diversos volúmenes y se acomoda más a distintas formas.

El maquetado consistió en disponer un gran plano de tela sobre el volumen (utilizando las distintas telas) para dar cuenta de las formas que este adopta, revela y que podrían trasladarse y modularse cubriendo zonas importantes del cuerpo. Luego, se continuó con bosquejos de dichas formas sobre diversos figurines para registrar posibles errores de calce que se podrían crear, y trasladarlos a prototipos a medida real.



Tela 1 __ CREA

Tela plana, semi delgada, no elástica, rígida, resistente, con baja resiliencia y de color crudo. Es un textil muy versátil, ideal para proyectos como bolsas reutilizables, etiquetas, fundas de cojines, banderines, delantales y sábanas. En el mundo textil, es una de las telas más comunes para usar en el proceso de maquetado.



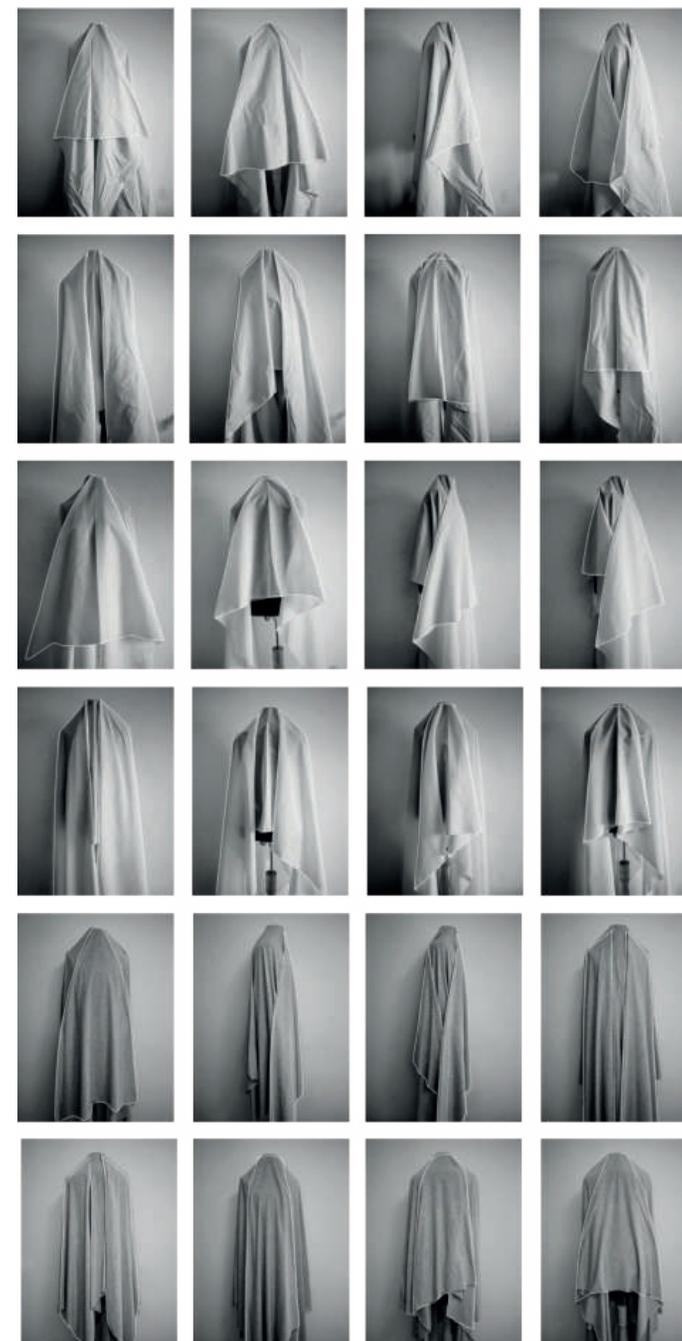
Tela 2 __ POPELINA

Tela plana, delgada, no elástica, liviana, de color blanco y resistente. Está compuesta por poliéster y algodón, donde este último favorece la transpiración del textil y le brinda mayor comodidad, siendo útil para la confección de prendas de vestir, sábanas, pañuelos, cojines, almohadas e incluso objetos textiles para bebés.



Tela 3 __ JERSEY

Tela de punto, delgada, elástica, liviana, de color gris jaspeado y resistente. Está compuesta por poliéster y algodón, pero a diferencia de la tela mencionada anteriormente, el tejido de punto le brinda mayor elasticidad, permitiendo una mejor adaptabilidad a distintos volúmenes. Sus usos se basan en la confección de poleras y camisetas, además de integrarse en el mundo deportivo por su propiedad de ser aislante.



__ OBSERVACIONES

En base a esta experimentación de telas sobre volúmen (maniquí), y ver como estas adoptan ciertas formas al caer sobre este y verse manipulada, se registraron figuras geométricas que se reiteraban en la práctica, siendo en su mayoría triángulos y cuadriláteros. Así es que se pensó en considerarlas para comenzar el diseño, permitiendo su reproducción sobre el cuerpo y actuando cómo módulos individuales.

Imagen (grupo) 65, "Experimentación I: Textil Sobre Volúmen; Crea, Popelina y Jersey", elaboración propia (2022).

3.2 __ EXPERIMENTACIÓN II: GEOMETRÍA COMO MÓDULOS

Luego de realizar la primera experimentación, y dar como resultado una serie de formas geométricas, es que se decidió jugar con estas directamente sobre un volumen. El objetivo principal de esta segunda instancia de prueba fue conocer mejor la adaptabilidad de las formas sobre distintas zonas corporales, ocupando una superficie textil dimensionada y de menor tamaño, e identificar cómo estas figuras podían interactuar entre sí para formar la vestimenta.

Esta experimentación consistió en 4 figuras distintas (un triángulo equilátero, un rectángulo, y dos cuadrados de diferentes medidas), las cuales se posicionaron sobre el maniquí y se jugó con sus orientaciones, variando en sentidos, zonas del cuerpo, entre más. Además, luego de esta interacción, se prosiguió a integrar un abertura en los paños de tela para probar otra forma de uso y su variabilidad.



__ OBSERVACIONES

Luego de estas dos fases de experimentación, se confirma la forma en que las figuras geométricas poseen versatilidad en su uso y posicionamiento en el cuerpo. Además, y considerando estas piezas como módulos, estos podrían unirse entre sí para sujetarse al cuerpo mediante amarras o elementos integrados, permitiendo formar un plano mayor que se “envuelva” sobre el volumen. Sin embargo, al no estar tratada la tela (con patronaje que se adapte al cuerpo) se generaban diversos excesos de tela, provocando un mal calce.

3.3 __ EXPERIMENTACIÓN II: GEOMETRÍA COMO MÓDULOS

Luego de generar observaciones sobre cómo los módulos actuaban sobre un volumen estático y dependiente (maniquí) se volvió necesario un testeo físico con diferentes personas para ver las variaciones de uso que este sistema podría generar y cómo se relacionaba sobre un cuerpo real en movimiento. Además, en función de tener más alternativas, se crearon 7 nuevos módulos, para tener 11 opciones en total para usar, además de incluir 4 cintas intercambiables. Dentro de estos, 2 de ellos fueron confeccionados con moldaje sobre cuerpo, para ver qué pasaba al tener figuras con formas adaptadas al cuerpo en relación a las que solo eran figuras planas.

El testeo consistió en reunir a 8 personas, de distintas edades, diferentes morfologías, y donde algunas conocían sobre el proyecto y otras no, permitiendo tener distintos puntos de vista y opiniones sobre lo desarrollado. Luego de reunir a las personas, se invitó a cada una, de forma individual, a pasar a una sala donde se tenían las figuras de tela sobre la mesa. Sin poner límites en el uso de los módulos, ni en el tiempo que tenían, se invitó a cada participante a disponer las figuras sobre su cuerpo de la forma que quisieran, pero con el objetivo de tener un mínimo de 2 variaciones totales. Mientras el testeo se llevaba a cabo, se conversaba con la persona para saber sus opiniones y decisiones de diseño que aplicaban sobre ellos. Así, es que el testeo finalizó con un total de 64 variaciones distintas, y con respuestas a una encuesta realizada al final de cada turno.



Imágen (grupo) 67, "Testeo de Experimentación II: Geometría como módulos", elaboración propia (2022).



Imágen (grupo) 68, "Testeo de Experimentación II: Geometría como módulos", elaboración propia (2022).

__ RESULTADOS DE TESTEO

Como se mencionó anteriormente, se aplicó una encuesta para conocer lo que opinaban los participantes sobre el testeo y saber cómo fue su experiencia. Dichas respuestas fueron resumidas como respuesta a las diferentes preguntas:

1 __ MOLESTIAS

Si bien todas las formas fueron recogidas y aceptadas por igual, las molestias recaen sobre el exceso de tela que algunos módulos poseían, y sobre el ajuste y calce al cuerpo que se generaba. Además, el uso de cintas pudo facilitar la usabilidad de las prendas al permitir ajustar zonas de mejor forma y lograr sostener las piezas sobre el cuerpo.

2 __ QUÉ LE QUITARÍAN

Si bien lo único que quitarían sería tela para no generar mucho exceso de esta, se mencionó que le agregarían más cintas o en su defecto un sistema que permita ajustar más al cuerpo, ya que así se cerraría la prenda y permitiría una mayor movilidad corporal sin el miedo que estos puedan caerse y dejar al descubierto zonas corporales.

3 __ QUÉ ZONAS AJUSTARÍAN

En temas de ajuste, calzaron en ajustar más zonas del tronco superior del cuerpo y extremidades, con el fin de que al usarse fuera cómodo en el movimiento y en la interacción con otras cosas del entorno. Además, se vuelve a destacar las cintas como algo positivo.

4 __ PREFERENCIA DE TELAS

La creación de las figuras se hizo en dos telas distintas para ofrecer más alternativas en la elección de cada participante. Las telas fueron popelina y jersey, donde una es plana y la otra de punto, dando elasticidad a la superficie. En este ámbito, la mayoría de las personas optaron por la popelina (tela plana) como su preferencia. Esta elección se dio debido a que con esta tela se formaban más volúmenes interesantes sobre el cuerpo, mientras que con la tela elasticada, si bien tenía un buen ajuste, la caída no se veía interesante y quedaba con una visualidad plana.

5 __ USABILIDAD

En cuanto a si usarían este sistema de módulos, la respuesta fue afirmativa, ya que les interesa lo nuevo y llamativo que puede ser vestir a partir de figuras geométricas situadas en el cuerpo, y la cantidad de variaciones que puede existir para ello. Sin embargo, un participante dijo que no, ya que no se sentía seguro de sí mismo en temas de originalidad y creatividad y menciona que ocuparía los módulos de la misma forma siempre, y si no es así, se le perdería alguno y no podría usar los demás como realmente quiere.

6 __ PREFERENCIA SOBRE MÓDULOS O UNIDAD

Dada la respuesta anterior, se hizo indispensable saber si el sistema de unidades individuales sería una opción preferible por sobre una prenda que una estas. Así es que la respuesta generalizada es que hay preferencia por tener una sola prenda en vez de unidades que formen la vestimenta. Esto se debe principalmente a que es más fácil el uso. Sin embargo, se menciona que tener distintas zonas de ajuste sobre el cuerpo es algo positivo, que da libertad al usuario a usarla como desee.

“Me gustó mucho la experiencia de poder variar las partes y formar distintos looks, pero siento que no podría hacer tantas cosas como Felipe porque no soy tan creativo, y no sé, siento que haría siempre lo mismo”.

“Me encanta poder variar las formas en que me pongo la ropa, como que ya lo hago hoy en día pero no tan dinámico”.

“Siento que me acomodaría más una prenda que pueda variar su imagen y pueda combinar con más cosas”.

“Yo creo que lo que me gustaría más es que la forma de poner y ajustar fuera más rápida y fácil”.

“¿Y no podría ser una prenda que tenga distintas opciones? Porque la verdad me daría flojera tener que comprar tantas cosas para vestirme, si o si sé me perdería algo o me aburriría”.

Luego de este testeo es que se comenzó a definir un nuevo camino para el proyecto, pero sin dejar de lado los comentarios y oportunidades que ya se estaban considerando para solucionar la problemática presentada a lo largo de la investigación. Así mismo, se destacan algunos comentarios recibidos en el testeo por parte de los participantes que ayudan a nutrir y sus respuestas frente a la encuesta final.

“Tiene mucho que ver con la persona y el cambio que tienen día a día. Me tinca mucho el tema de poder cambiar cómo se ve la vestimenta según lo que uno quiera, cuando quiera”.

3.4 __ CONCLUSIONES DE EXPERIMENTACIONES

Al comienzo de la etapa de título, se pensó en el trabajo de módulos sobre el cuerpo que, al unirse, pudieran ir generando un sistema de indumentaria sobre el cuerpo con partes versátiles que tuviesen más de una alternativa de uso. Es así que se llegó al uso de figuras geométricas, las cuales permiten la unión con otras para lograr distintos resultados visuales que cubren al cuerpo. Sin embargo, mediante el desarrollo y avance, esta propuesta fue despertando otras alternativas más viables tanto en el diseño como en lo requerido por el consumidor.

Posterior a las experimentaciones sobre volumen y el testeo sobre el cuerpo, se buscó una forma que pudiese abarcar todos los factores trabajados en una misma unidad, incluyendo el uso de figuras geométricas, la adaptabilidad al cuerpo, la versatilidad y libertad de uso por parte de la persona.

Posterior a las experimentaciones sobre volumen y el testeo sobre el cuerpo, se buscó una forma que pudiese abarcar todos los factores trabajados en una misma unidad, incluyendo el uso de figuras geométricas, la adaptabilidad al cuerpo, la versatilidad y libertad de uso por parte de la persona.

estaban considerando para solucionar la problemática presentada a lo largo de la investigación. Así mismo, se destacan algunos comentarios recibidos en el testeo por parte de los participantes que ayudan a nutrir y sus respuestas frente a la encuesta final.

Así es que se concluye en cambiar el rumbo del proyecto y enfocarse en prendas que integren módulos previamente unidos, los cuales puedan situarse sobre el cuerpo y adaptarse a los distintos volúmenes que este puede presentar dependiendo de la persona. Esto se llevaría a cabo mediante un sistema de ajuste de fácil uso que permita variaciones visuales, al igual como lo hacían los módulos por individual.

3.5 __ ANTEPROYECTO

__ CONFECCIÓN ZERO WASTE

En el momento en que se planteó trabajar con módulos geométricos, el principal objetivo de esta decisión fue generarlos a partir de un corte zero waste, sin desperdiciar textil de un mismo plano de tela, y siendo fácil de replicar en otros planos. La idea base era cortar figuras en la tela, y que el mismo corte realizado fuese parte de otra figura a quitar del plano, dando muchas posibilidades sin desechos.

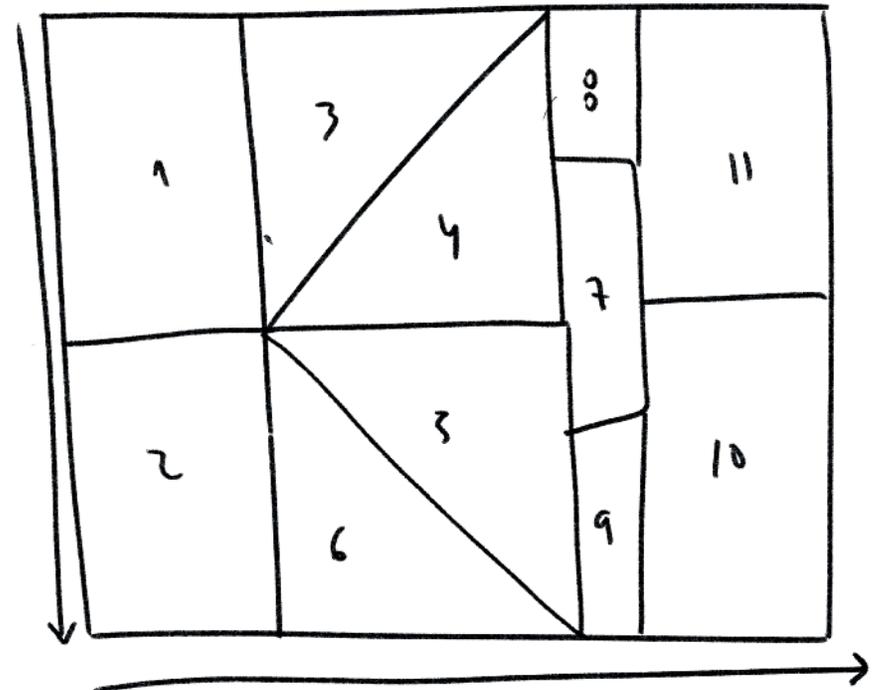


Imagen 69, "planificación zero waste", elaboración propia (2022).

__ SISTEMA SIN TALLA

Como base de todo el proyecto, se estableció generar indumentaria (ya sea sistema o prendas individuales) que fueran respuesta a la inconsistencia de tallas que existe en el mercado actualmente, pudiendo ajustarse y adaptarse a todos los cuerpos sin necesidad de limitarse a tallas o formas corporales. Bajo este sentido, se probaron 3 métodos diferentes de ajuste sobre el cuerpo.

1 __ CINTAS Y AMARRAS

Este método consiste en integrar cintas de tela en ciertas partes de la prenda que, al amarrar unas con otras, permiten un ajuste adecuado al cuerpo, tapando el exceso de tela que exista de por medio. Estas cintas deben tener cierta longitud para que puedan envolver al cuerpo y hacer calzar la tela a la silueta de este. Sin embargo, este sistema no se consideró para ser aplicado en el proyecto puesto que el nudo realizado genera un volumen que, estéticamente, sale del lenguaje que se buscaba con la prenda.

2 __ CINTAS Y ELEMENTOS METÁLICOS

Al igual que el anterior, consiste en cintas unidas a la prenda, pero en este caso, en vez de amarrar unas con otras, estas se encuentran mediante elementos metálicos (como rectángulos o medias lunas) y se ajustan al cuerpo al tirar de una cinta únicamente. Pero este método incomodaba y complejizaba el ajuste de la prenda sobre el cuerpo, en el cual el paso de una cinta por los elementos metálicos debía ser perfecto o si no el módulo o prenda se caería en cuestión de segundos.

3 __ TÉCNICA 'DRAWSTRING'

Esta técnica de ajuste se llevó a cabo mediante un cordón o cinta que pasa por una banda de tela y permite así el recoger esta y ajustar o cerrar el objeto textil que lo posea. Así es que se define este sistema como el propio para generar ajuste sobre el cuerpo, gracias a su facilidad de uso y la capacidad de reunir distintas medidas en un mismo espacio.



Imagen 70, "unión y cierre mediante amarras", elaboración propia (2022).



Imagen 71, "unión y cierre mediante cintas y elementos metálicos", elaboración propia (2022).

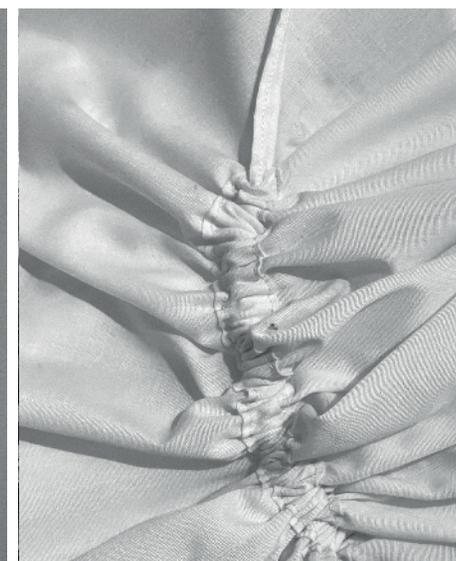


Imagen 72, "ajuste de tela mediante recogido", elaboración propia (2022).

__ CONCLUSIONES

El recogido de tela mediante cinta o cordón es el sistema escogido para lograr una buena adaptación de la prenda al cuerpo, debido a que esta genera volúmen de la tela (que es algo que en el testeo se mencionó mucho positivamente) y porque es un método de uso fácil, rápido y que no considera el tener muchas capas de tela sujetadas contra el volumen corporal. Además, el recoger la tela permite tener una distancia mayor entre la tela y el cuerpo, posibilitando tener un ancho mayor de la prenda y abarcar más de una talla en una misma pieza de vestir.

Por otro lado, el patronaje zero waste y la aplicación de formas geométricas será repensado para que el corte y confección de las prendas no generen ningún residuo, replicando figuras y sus medidas en distintas prendas haciendo que estas calcen en un mismo plano de tela y este se aproveche en su totalidad.

Así mismo, es importante destacar la versatilidad que poseían los módulos en el testeo de la experimentación II, lo que permitía que el usuario ajustara sus medidas al largo y ancho que estimara conveniente dependiendo de lo que solicitaba en ese momento. Esta es una característica que deberá ser considerada al momento de diseñar las prendas y pensar en distintos escenarios de uso.

4 __ PROYECTO

4.1 __ CONCEPTOS GENERALES A APLICAR

__ PRENDAS SIN TALLA

El generar prendas que no se basen en una tabla de tallas estandarizada es el principal objetivo del proyecto. Esta característica es considerada el motor del proceso de diseño, destinando toda decisión en función de la diversidad de cuerpos presente actualmente y el querer ser respuesta a la segregación que el mercado presenta actualmente.

Para este proyecto, si bien no se considerará un sistema de tallas explícito, sí se realizará un estudio, análisis y registro de medidas corporales que poseen las personas chilenas en la actualidad. El fin de esto es poder crear prendas que consideren cuerpos reales y sus medidas para ajustarse a ellos y brindar una mayor seguridad y comodidad.

__ AJUSTE MEDIANTE RECOGIDO

Tras los resultados de las experimentaciones y testeos físicos, el drawstring es la forma más viable de aplicar una adaptabilidad correcta sobre cualquier volumen en que se sitúe la prenda. Con este sistema se podría ajustar tanto el ancho como el largo de la prenda en función de las medidas que posea el cuerpo del usuario, posibilitando diversas opciones de uso de estas en determinados contextos.

__ PATRONAJE ZERO WASTE

La estructura de las prendas tendrán como base cuadriláteros los cuales, dispuestos sobre un plano de tela, calzan para no generar ningún residuo de este. Bajo este sentido, la visualidad de la prenda serían prendas simples y más sobrias, sin embargo, al aplicar el recogido, este cambiaría totalmente la forma de estos, apareciendo siluetas orgánicas y curvas que permiten jugar con los ajustes y volúmenes según lo estime conveniente el usuario. Por otra parte, estas figuras al poseer un ancho y largo mayor, permitirían contener diversas siluetas en su interior y no limitarse o segregar.

4.2 __ ESTUDIO DE CUERPOS

Como se ha mencionado en el desarrollo de la investigación, hoy en día todas las marcas trabajan con sus propias tablas de medida, las cuales son distintas entre sí, generando inconformidad en los consumidores al no saber que talla son realmente. Además, estas tablas de medidas no están diseñadas en base a los cuerpos chilenos, sino que están estandarizadas en cuerpos norteamericanos o europeos, los cuales poseen distintas medidas, e incluso distintos rangos de talla, teniendo como ejemplo a E.E.U.U que sus tallaje puede llegar hasta un 5XL, número que en el territorio nacional no se ha visto jamás.

Como se expuso en el capítulo “Inconsistencia de tallas” de esta investigación, mediante una encuesta realizada personalmente (con 305 respuestas), alrededor de un 56,4% de los encuestados compran mayoritariamente en multitiendas, y un 70,8% en tiendas de retail individuales (H&M, Zara, Forever21, entre otras). Además, se revela que el 98% afirma haber tenido problemas con prendas que son de su talla pero no se les ajusta cómodamente a su cuerpo, como quizás otras prendas de otra tienda sí lo hacen. Debido a esto, y como parte de la misma encuesta, es que se les preguntó a las personas las zonas corporales que se ven más afectadas por esta inconsistencia de tallas, obteniendo como resultado:

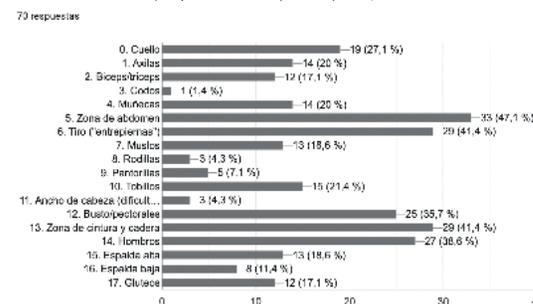
__ ZONAS MÁS CRÍTICAS EN MUJERES

Cintura, cadera, muslo, busto y glúteos.

__ ZONAS MÁS CRÍTICAS EN HOMBRES

Cuello, cintura, cadera, pecho y espalda.

Si tu género es hombre, y en base a la siguiente imagen, ¿En qué puntos/zonas has presentado problemas o incomodidades al momento de que una prenda no se ajusta correctamente a tu cuerpo? (marca cuantas opciones quieras)



Si tu género es mujer, y en base a la siguiente imagen, ¿En qué puntos/zonas has presentado problemas o incomodidades al momento de que una prenda no se ajusta correctamente a tu cuerpo? (marca cuantas opciones quieras)

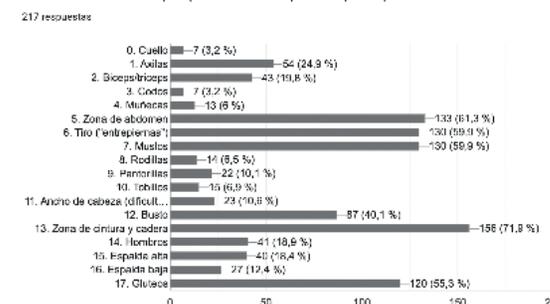


Figura 13 y 14, resultados de encuesta “Inconsistencia de Tallas en la vestimenta”, elaboración propia, (2022).

Como respuesta a lo anterior, es que en función del proyecto se realizó un estudio y análisis de los cuerpos de la población chilena, considerando desde la talla XS a la 2XL. Se integraron personas de distintas edades y morfologías para notar la diferencia y generar un promedio con las medidas más grandes y pequeñas por cada talla y tener en consideración una desviación por las variaciones. El fin de esto fue considerar la realidad corporal de los consumidores para el diseño y confección de las prendas. Sin embargo, dentro del desarrollo del proyecto se consideraron principalmente las medidas de las tallas más grandes ya que al poder ajustar la prenda, las tallas más pequeñas estarían inscritas dentro de estas.

HOMBRES	CUELLO	CINTURA	CADERA	PECHO	ESPALDA	GLÚTEOS	MUSLO
XS	33 cm	69 cm	77 cm	87 cm	50 cm	86 cm	50 cm
S	36 cm $\sigma = 2,06$ cm	76 cm $\sigma = 5,16$ cm	80 cm $\sigma = 3,95$ cm	91 cm $\sigma = 2,50$ cm	50 cm $\sigma = 3,86$ cm	92 cm $\sigma = 2,52$ cm	51 cm $\sigma = 0,96$ cm
M	40 cm $\sigma = 1,29$ cm	83 cm $\sigma = 2,16$ cm	92 cm $\sigma = 0,50$ cm	95 cm $\sigma = 6,24$ cm	53 cm $\sigma = 3,83$ cm	101 cm $\sigma = 4,83$ cm	55 cm $\sigma = 5,26$ cm
L	41 cm $\sigma = 1,53$ cm	85 cm $\sigma = 5$ cm	92 cm $\sigma = 5,20$ cm	96 cm $\sigma = 3,61$ cm	89 cm $\sigma = 32,36$ cm	100 cm $\sigma = 4,73$ cm	55 cm $\sigma = 2,08$ cm
XL	44 cm $\sigma = 4,04$ cm	108 cm $\sigma = 19,29$ cm	106 cm $\sigma = 13,43$ cm	114 cm $\sigma = 15,53$ cm	87 cm $\sigma = 1,15$ cm	105 cm $\sigma = 11,68$ cm	54 cm $\sigma = 5,51$ cm
XXL	45 cm	115 cm	109 cm	115 cm	92 cm	104 cm	56 cm

MUJERES	CUELLO	CINTURA	CADERA	PECHO	ESPALDA	GLÚTEOS	MUSLO
XS	30 cm $\sigma = 2,18$ cm	65 cm $\sigma = 1,61$ cm	82 cm $\sigma = 4,65$ cm	85 cm $\sigma = 4,16$ cm	40 cm $\sigma = 2,52$ cm	92 cm $\sigma = 6,65$ cm	47 cm $\sigma = 9,64$ cm
S	32 cm $\sigma = 1,26$ cm	65 cm $\sigma = 2,58$ cm	83 cm $\sigma = 2,22$ cm	86 cm $\sigma = 3,87$ cm	41 cm $\sigma = 3,56$ cm	91 cm $\sigma = 3,30$ cm	50 cm $\sigma = 3,30$ cm
M	33 cm $\sigma = 2,08$ cm	66 cm $\sigma = 2,65$ cm	84 cm $\sigma = 6,48$ cm	92 cm $\sigma = 2$ cm	46 cm $\sigma = 3,50$ cm	101 cm $\sigma = 2,58$ cm	50 cm $\sigma = 3,77$ cm
L	34 cm	87 cm	107 cm	101 cm	45 cm	112 cm	59 cm
XL	35 cm	95 cm	121 cm	104 cm	44 cm	128 cm	63 cm
XXL	38 cm	102 cm	128 cm	124 cm	48 cm	127 cm	78 cm

Figura 15 y 16, tablas de medidas de la población chilena, elaboración propia, (2022).

4.3 __ CONTRUCCIÓN DE PROTOTIPO: PRENDA ANCLA

Dentro del mundo de la indumentaria, y como materia de los talleres textiles impartidos en la escuela de diseño, se le conoce como “prenda ancla” a la prenda principal de una colección, la cual integra todos los elementos de esta y muestra un panorama de lo que se podría encontrar en las demás prendas.

Para comenzar con el diseño de lo que sería la colección, se definieron ciertos parámetros que las prendas debían cumplir para formar una colección, considerando su corte, confección, formas, dimensiones y zonas de ajuste en función de las tallas a considerar. Dentro de estos encontramos:

__ CALCE OVERSIZED

Al considerar las tallas más grandes como base del diseño de las prendas, se generarán piezas más grandes que la silueta normal del cuerpo, esto debido a que con el sistema de ajuste y recogida de tela que se genere, estas dimensiones disminuirían hasta adaptarse a la silueta real.

__ GENERAR CORTES RECTOS

Se evitan cortes curvos ya que con estos es posible generar residuos que no tengan funcionalidad dentro del proyecto.

__ MANGAS SUPER LARGAS

Para las prendas que posean mangas, se decide que estas sobrepasen el nivel de la muñeca con el fin de aplicar en ellas el sistema de ajuste y el usuario pueda optar por el largo de su manga en función de lo que necesite en el momento.

__ ASIMETRÍA

El equilibrio visual de la prenda se basará en la asimetría, la cual se integrará a la colección de distintas formas, ya sea en planos más largos que otros, o en la aplicación del sistema de ajuste, el cual al recoger la tela, crearía asimetría visual en el calce y adaptación al cuerpo.

__ COSTURAS EN TERMINACIONES

La durabilidad de las prendas es esencial al hablar de moda sustentable. Por tanto, el dejar terminaciones deshiladas, puede significar un desgaste mayor de la prenda y una vida útil menor.

__ INTEGRACIÓN DE TANCAS

Las tancas son también conocidas como “tapanudos”, las cuales son unos elementos plásticos o metálicos que se sitúan al final de un cordón para fijar el recogido de tela que este lleve a cabo y para evitar que este se salga de la prenda.

4.3.1 __ PATRONAJE ZERO WASTE

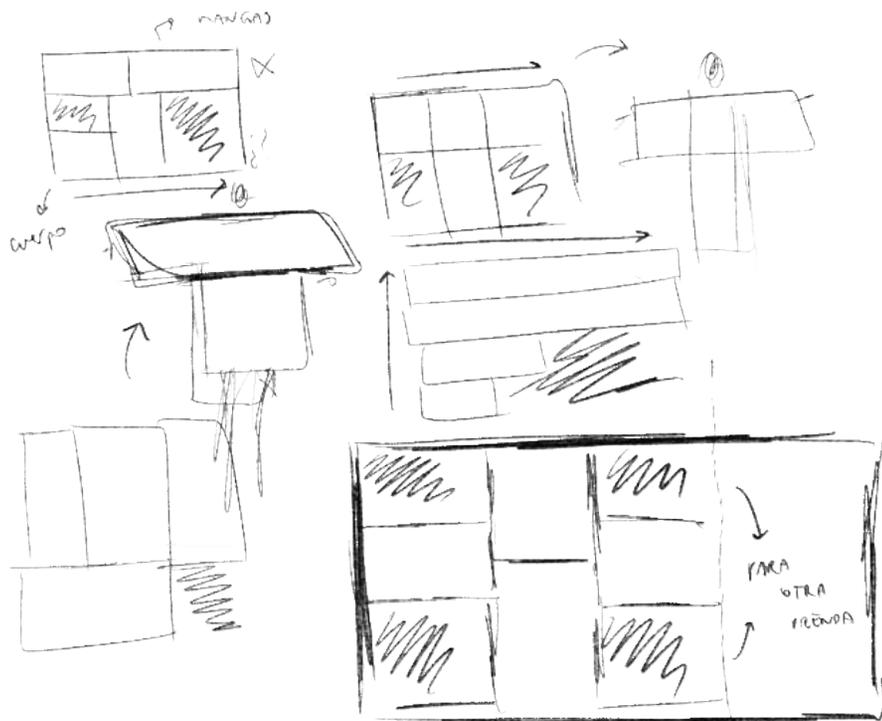


Imagen 73, "bocetos de patronaje", elaboración propia (2022).

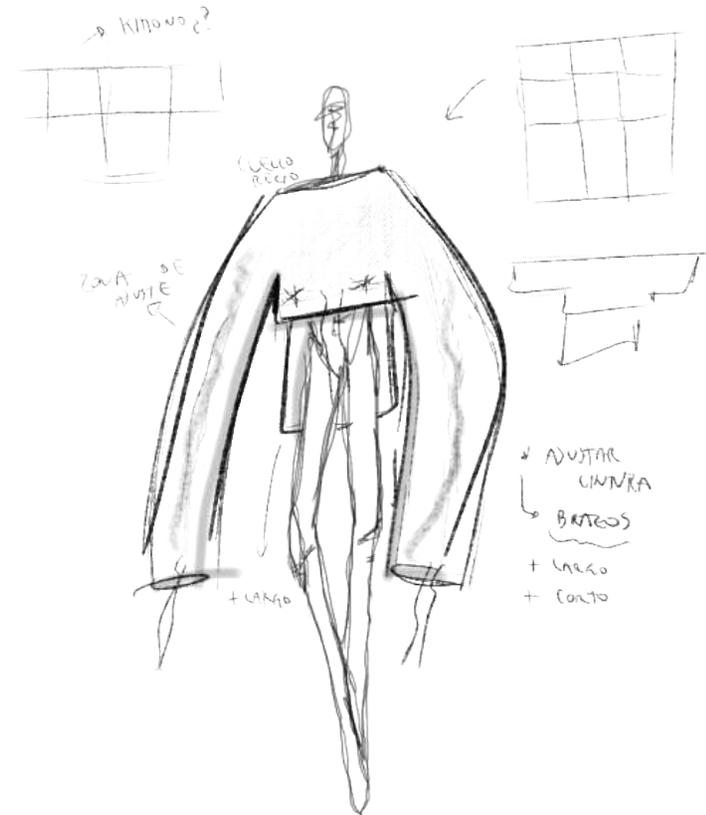


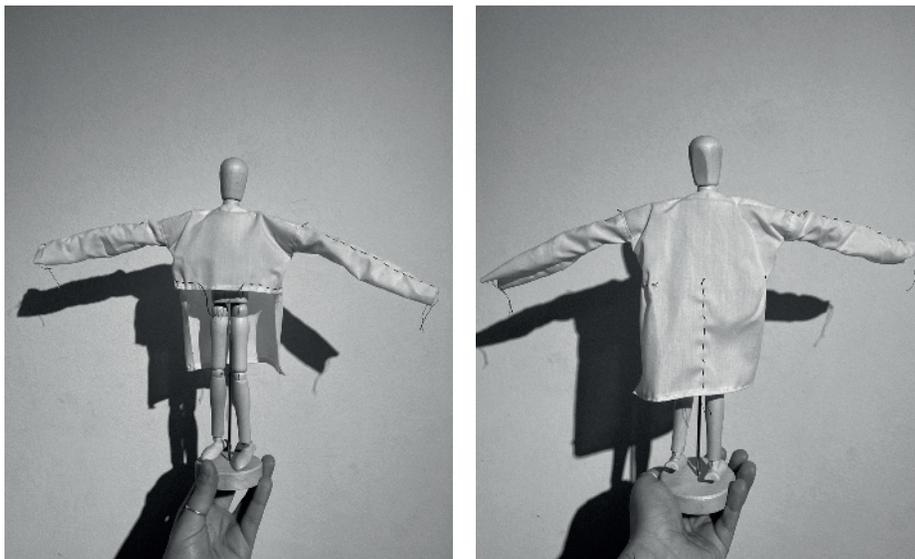
Imagen 74, "bocetos de prenda", elaboración propia (2022).

Como primera instancia para comenzar con el diseño de la prenda ancla, se consideró un rectángulo como si fuese el plano de tela original en el que se trabajaría. Dentro de este, se inscribieron diferentes formas cuadrilaterales las cuales, unidas entre sí, darían la forma a la prenda. Así es como se bocetaron distintos calces de estas en el la figura plana, buscando la el mejor orden posible para no generar residuos y cumpliera con los factores ya mencionados.

Así es como se llegó a una forma definitiva en que se sacarían las formas de un plano de tela, el donde si bien se presentan desechos, estos, al ser figuras geométricas igual que las demás, serían la base para generar otra prenda distinta a la actual. Así es que se boceteó un diseño que estaría creado a partir de las formas obtenidas del patronaje, y dentro de lo esperado, sería la prenda ancla de la colección.

4.3.2 __ DIMENSIONES Y ZONAS DE AJUSTE

Una vez que se resolvió el patronaje, y se tenía una idea del diseño de prenda mediante el boceto, se cortó y confeccionó una maqueta a menor escala de lo que sería la pieza ancla con el fin de conocer cómo se comportaría con el cuerpo y en qué zonas se incluiría el sistema de ajuste. Esta maqueta luego se escalaría a tamaño real y se crearían dos prototipos de prenda ancla en distintas materialidades, con el fin de detectar qué prefiere el usuario y por qué.



Imágen 75 y 76, "maqueta prenda ancla a menor escala", elaboración propia (2022).

Las medidas finales para generar la prenda ancla, e integrando cintas y bandas de tela para el sistema de ajuste, consideran:

__ **RECTÁNGULO DELANTERO:** 78x74 cm.

__ **RECTÁNGULO ESPALDA:** 78x108 cm.

__ **RECTÁNGULO MANGAS:** 84x54 cm.

__ RECTÁNGULO DE 180x3,5 cm.

__ RECTÁNGULO DE 146x3,5 cm.

__ DOS RECTÁGNULOS DE 110x3,5 cm.

__ DOS RECTÁNGULOS DE 84x3,5 cm.

__ 2 RECTÁNGULOS DE 74x3,5 cm.

__ 2 RECTÁNGULOS DE 52x3,5 cm.

4.4 __ TESTEO DE PRENDA ANCLA

Se realizó un testeo de ambos prototipos de la prenda ancla de la colección los cuales están confeccionados con telas distintas: uno con popelina (tela plana) y el otro con lycra (tela de punto). Se le pidió a 10 personas, de distintas edades, géneros y morfologías, que se probaran ambas prendas de la forma que quisieran, mientras se generaba un diálogo para saber sus opiniones, comentarios y reacciones frente al producto. Posterior a esto, se realizaron fotografías de ambas pruebas sobre cuerpo y se realizó una pequeña encuesta para poner el valor las características de las piezas. La encuesta consideró 7 factores de la prenda para saber cómo fue la realidad al usarla:

1__ MATERIALIDAD

Al poseer dos prototipos en telas distintas, se hace necesario saber cómo se sienten ambas materialidades en relación al cuerpo y cuál de estas se adapta mejor, tanto al cuerpo como al gusto del consumidor.

2 __ COMODIDAD

Es el factor que afecta tanto física como psicológicamente a la persona, determinado por cómo se siente, como le queda en el cuerpo, su textura, forma, cortes, confección, entre más.

3 __ INCOMODIDAD

Es lo contrario a la comodidad, donde nacerían sentimientos negativos en el uso de la prenda.

4 __ ADAPTABILIDAD

Es la capacidad que posee la prenda de ajustarse adecuadamente al cuerpo y sus volúmenes, considerando el tamaño y dimensiones de la propuesta.

5 __ CALCEL AL CUERPO

Tiene que ver con una correcta relación entre la forma, la tela y el cuerpo del usuario.

6_ POSTURA DE PRENDA

Se refiere a la facilidad de poner y sacar la prenda del cuerpo.

7 __ APARIENCIA

Es un factor subjetivo relacionado con el aspecto que posee la prenda y cómo es percibido por el usuario.



Imágen (grupo) 78, "Testeo de prenda ancla", elaboración propia (2022).



Imágen (grupo) 79, "Testeo de prenda ancla", elaboración propia (2022).

Luego de realizar el testeado, con las respuestas a la encuesta posterior de este y mediante conversaciones con los y las participantes, nacen interacciones críticas que afectan positivamente para el proyecto:

1 __ RECEPCIÓN CONFORTANTE

Si bien las prendas poseen un lenguaje distinto al visto en el mercado retail, los participantes interactúan con ellas de forma rápida, fácil y con confianza. Al tomar la prenda y ponerla sobre el cuerpo, se comenta que, como posee una silueta similar a lo que se conoce como “polera”, es fácil de entender cómo puede ser usada y qué partes van hacia adelante o hacia atrás. Además, si bien ambas materialidades son muy distintas una de la otra, ambas son consideradas como una buena opción, aunque la popelina (tela plana) es considerada más fácil de usar y combinar en el día a día, y permite un ajuste más ordenado al cuerpo.

2 __ VERSATILIDAD EN USO

Gracias a las medidas de las prendas y el sistema de ajuste que se encuentra en ellas, los participantes encontraron un gran nivel de libertad en su uso y visualidad que podían darle. En conversación con ellos y ellas, se menciona y destaca cómo las prendas permiten múltiples formas de uso, pudiendo ser usadas más a la cintura, más a la cadera, más sueltas, con mangas largas o con mangas cortas. Es un factor que al momento de vestir es innovador y hace el acto de vestir un momento más lúdico y personalizado.

3 __ PERCEPCIÓN POSITIVA

Estéticamente hablando, el gusto que se tuvo por las prendas es elevado al ser una prenda visualmente básica pero con un factor de transformación que es único y diferente a lo que se encuentra en el mercado. La mayoría de los y las participantes, al ajustar y recoger la tela de las mangas, comenzó a mover los brazos y jugar con las cintas que colgaban de los prototipos, elemento identitario de toda colección. Además, el uso de color neutros (blanco y gris) para la confección de las piezas, fue mencionado y destacado, ya que se vuelven mucho más usables y combinables con prendas que ya poseen, permitiendo además ampliar los contextos de uso al ser colores aceptados en todas partes.

4 __ NECESIDAD INMEDIATA

Desde que comenzó el testeado hasta que terminó, se hicieron presente los comentarios “lo necesito”, “lo quiero”, “hazme uno así”. Así mismo, al momento de usarlo y ajustarlo a sus diferentes cuerpos, se presentaron muchos contextos en donde se podrían usar estas prendas y automáticamente la personalidad y actuar de las personas cambiaba, mostrando confianza y actitud con el uso de las piezas.

Conociendo estas interacciones con los prototipos, es que se comprende la viabilidad que puede tener el proyecto. La facilidad con que el usuario se pudo desenvolver en el acto de usar las prendas demuestra un aporte y cambio positivo a lo que se vive en el mercado del retail, dando además versatilidad y personalización en la estructura de la vestimenta.

5 __ IMAGEN DE COLECCIÓN

5.1 __ ATRIBUTOS Y VALORES

__ SISTEMA DE TALLAS REAL

El trabajar con medidas y cuerpos reales de la población chilena se hace indispensable para el diseño de la colección. El mercado actual genera una violencia sistémica gigante al momento en que una persona entra a una tienda y se percata que su cuerpo no está considerado dentro de tal ideal de belleza. CUADRAR busca que sus usuarios y usuarias no categoricen su cuerpo en base a un número y ciertas medidas, sino que posea total libertad en el acto de vestir y no se generen sentimientos negativos hacia el propio cuerpo.

Es necesario generar una respuesta frente a las estandarizaciones que la moda rápida ha llevado a cabo durante años. Sus siluetas deben basarse en la realidad de sus consumidores locales o no en la de usuarios de otro continente.

__ VALORALIZACIÓN DE LOS CUERPOS

Cada vez que una persona se siente culpable, y mal consigo misma, tiene a cubrir su cuerpo con el fin de no mostrar su inseguridad o fuente de desconfianza. Mediante el sistema de ajuste que posee la colección, se busca lo contrario. Hoy en día existe una variación inmensa de formas corporales, con distintas dimensiones, colores y volúmenes, ¿Para qué esconderse? La adaptabilidad que poseen las prendas permite ajustar la silueta de la forma que el consumidor desee, acentuando las zonas de mayor seguridad y pudiendo disimular las que son de mayor conflicto en función de la seguridad personal y social. Cada cuerpo es importante. Cada cuerpo es valioso.

__ USO Y VERSATILIDAD

El diseño de prendas con calce oversized, basado en las tallas más grandes del estudio personal realizado, brinda más alternativas de uso para los usuarios y usuarias, donde el largo, ancho y profundidad de la vestimenta puede verse determinado por ellos y ellas mismas. Mientras que alguien quiera un uso de mangas más largas, alguien puede recogerlas hasta el máximo sin problemas. Esto le da un carácter lúdico y personalizable al acto de vestir de manera rápida y fácil, permitiendo la adaptabilidad tanto al cuerpo como a la circunstancia en que se encuentre la persona.

__ MIRADA SUSTENTABLE

Así como el pilar principal del proyecto es aportar positivamente en la vida de las personas que se ven segregadas del mundo del retail, también lo es el repensar y responsabilizarse por el impacto que pueden tener las prendas sobre el medio ambiente. CUADRAR ofrece un sistema de corte y confección zero waste en el cual no se desperdicia ningún retazo de tela. Además, las prendas tienen como características el uso de materiales amigables con el entorno, de buena calidad y durabilidad en el tiempo.

5.2 __ IDENTIDAD DE COLECCIÓN



El naming que recibe la colección es “CUADRAR”, término que puede definirse como el acto de conformar o ajustar una cosa con otra. Este significado hace referencia directa a lo que pasa entre las prendas y el cuerpo de los usuarios. Además, el “cuadrar” puede considerarse también como dar forma de cuadrado a algo, que en función del proyecto, podría definir al patronaje que se lleva a cabo para dar vida a las piezas textiles.

El diseño de logotipo comprende el naming del proyecto, pero como letras recortadas en ciertas partes, pudiendo notar la ausencia de elementos en su composición. El motivo de esto es representar que queda del plano, sigue sirviendo para otro objetivo (similar a lo que pasa en el sistema zero waste, de cortar lo necesario pero su desecho sigue sirviendo).

Para el logotipo se utilizó la tipografía EVERRET.

La paleta cromática se basa en los colores y tonos de las prendas de la colección, dejando todo en blanco y negro menos estos colores para dar detalle. Esta es aplicada como variaciones del logotipo.

CUADRAR

1234567890#\$
 ABCDEFGHIJK
 Aa Ee li Oo Uu

CUADRAR
 CUADRAR
 CUADRAR
 CUADRAR
 CUADRAR

5.3 __ MOODBOARD



Imágen 80, "Moodboard de colección", elaboración propia (2022).

5.4 __ STATEMENT

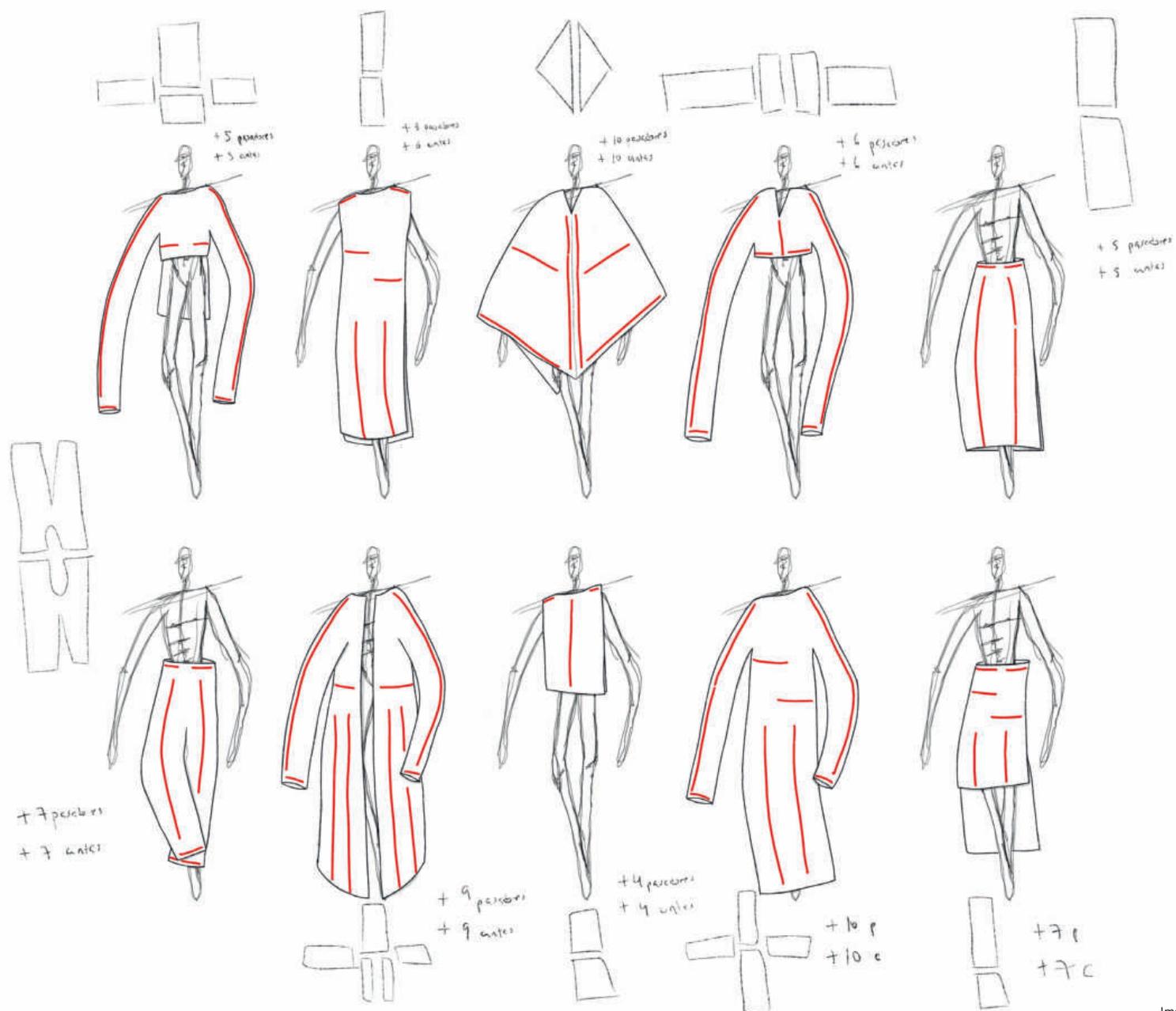
En una sociedad donde el acto de vestir y la libertad de expresión se han visto limitados por las estandarizaciones de cuerpo que ofrece el mercado, se vuelve necesario generar una respuesta contra estos códigos erróneos basados en una silueta irreal.

CUADRAR pone en valor la gran variación de cuerpos que existe hoy en día y crea prendas ajustables y adaptables a cualquier volumen en el que se sitúan, brindando seguridad, confianza y comodidad a su usuario sin tener que depender de medidas establecidas.

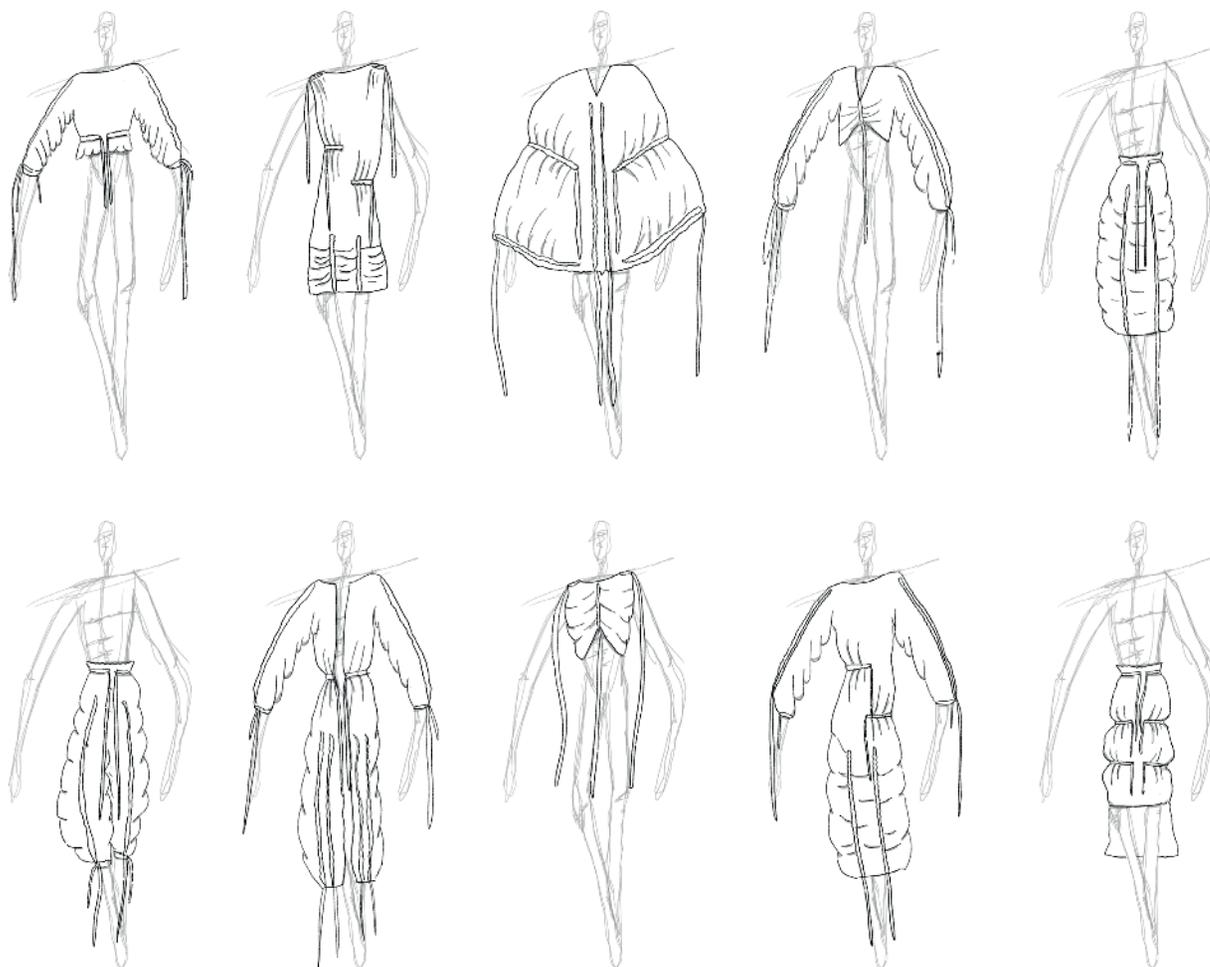
Dicho ajuste y adaptación se basan en una confección zero waste de las prendas, el cual comprende la unión de figuras geométricas entre sí las cuales, al ser cortadas de un plano de tela, no generan residuos textiles, ayudando a generar una línea más sostenible frente al impacto que la industria posee actualmente.

CUADRAR es una alternativa de vestimenta en contra de la violencia sistémica que los tallajes actuales implementan en sus modelos de venta. La colección busca generar una inclusión de todas las personas y sus siluetas en vez de segregar y diseñar solo para ciertos estereotipos morfológicos.

5.5 _ DISEÑO DE COLECCIÓN



Imágen 81, "prendas de colección", elaboración propia (2022).



Imágen 82, "prendas de colección",
elaboración propia (2022).

5.6 __ MATERIALIDAD Y CARTA CROMÁTICA

Para definir el material definitivo con el cual se diseñaría la colección de la colección, se consideraron las experimentaciones, testeos y conversaciones que se tuvieron con las personas participantes de estos. Además, se tuvo que considerar la durabilidad que deberían tener las prendas y que el sistema de ajuste pudiera realizarse sin problemas o complicaciones. Es por esto que la elección definitiva fue el trabajar con fibras naturales que tuviese un porcentaje de fibras sintéticas, como lo es el lino-rayón, y también con fibras 100% naturales que sería el lino-algodón.

Ambos materiales son cómodos en la interacción con la piel, además de fáciles de adaptar y trabajar. Además, son fibras respirables y flexibles, por lo que permite generar un recogido rápido y fácil sin aumentar la temperatura del cuerpo con sus volúmenes.

Además, en cuanto al sistema de ajuste, se integraron tancas metálicas para que el recogido se sostuviera sobre la cinta llegando a cierto nivel y no se devolviera.

En cuanto a la carta cromática, para la primera instancia del proyecto, se definió ocupar colores de una gama más neutra y turbia (entendiendo los colores turbios como tonos con aspectos grisáceos). Esta decisión se toma en base a querer que las prendas sean versátiles en su combinación cotidiana, dando así un aspecto más limpio y serio equilibrado con la visualidad que se genera mediante el sistema de recogido. Además, los tonos escogidos se basaron en la limitación cromática que el mercado del material ofrecía, optando por colores claros y oscuros.



6 __ DEVOLUCIÓN

6.1 __ MODELOS



La elección de las personas que modelarían las prendas en la sesión fotográfica, se basó en las ganas de querer distintos cuerpos, de distintas edades, y con distintas características morfológicas (como altura, largo de brazos, y anchos) para disponer sobre diferentes cuerpos las prendas y ver como el sistema de ajuste se adapta a ellos.



6.2 __ MAQUILLAJE



El maquillaje elegido para aplicar en los y las modelos debía ser simple y neutro, con ciertos detalles de iluminador, sombras y máscara de pestañas, pero nada exagerado o que se sobre notara en contraste con las prendas. Esto con el objetivo de que la composición visual de la imagen fuera más neutra, limpia y sin colores fuera de los de las piezas textiles. Además, así se intentó reflejar las diferencias entre personas y su rostro.}

En cuanto al peinado, el cabello de los y las modelos se dejó natural, sin intervenir mediante planchado, onduladora, o elementos externos que le quitaran naturalidad en su movimientos y estética.

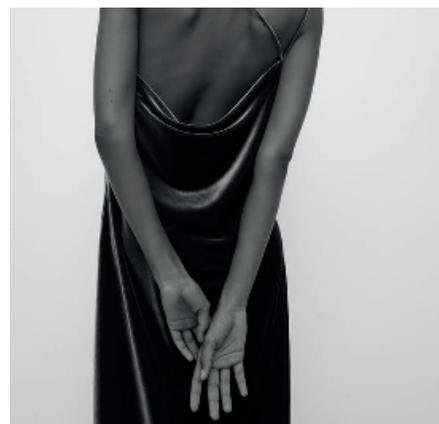


6.3 __ ACTING



El acting a lograr en la fotografía debía ser natural pero estructurado. Con esto se buscaría generar poses muy intencionadas pero en función de la prenda, sus cintas y volúmenes. Además, al estar en una locación más “simple” y sin tanta información visual, las poses exageradas crearían un contraste y podría ponerse más en valor la prenda y sus atributos.

Por otra parte, se consideraría incluir fotografías en parejas, interactúan entre las personas con las prendas.

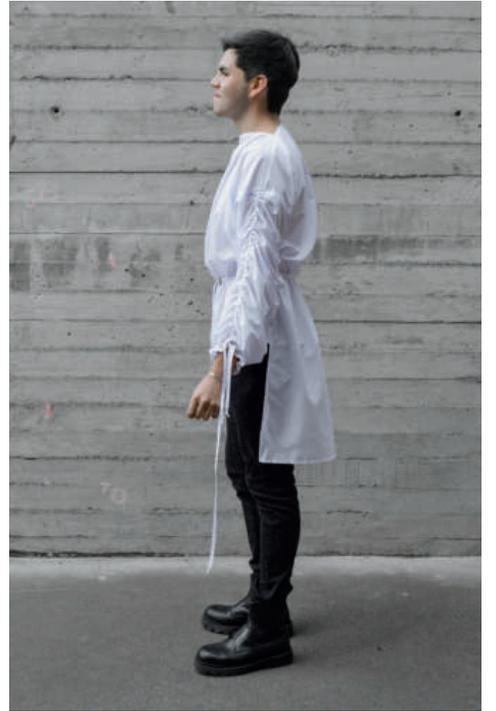


6.4 __ LOCACIÓN



La locación de dónde se tomarían las fotografías era de suma importancia ya que se quería aprovechar al máximo la materialidad de las prendas y sus sistema de ajuste, lo que significaba tener que situarse sobre un fondo que no tuviese mucha información y que acompañara bien a la piezas y su look complementario. Es por esto que se decidió tomar las fotografías en una zona donde existiera suelo y fondo de concreto, pudiendo jugar con las poses, profundidad de campo de las fotografías y además mantener en una escala cromática como la del proyecto.

7 __ RESULTADOS EDITORIALES Y LOOKBOOK















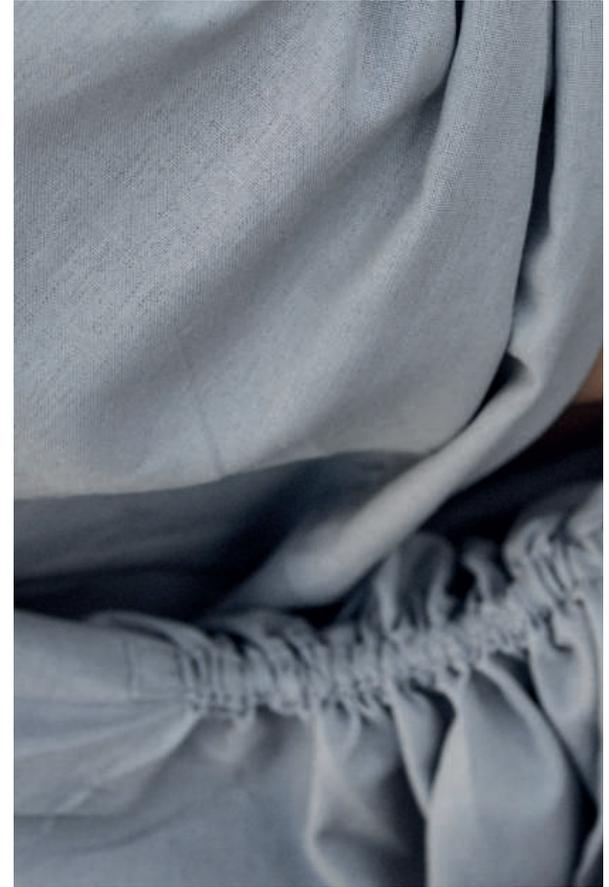




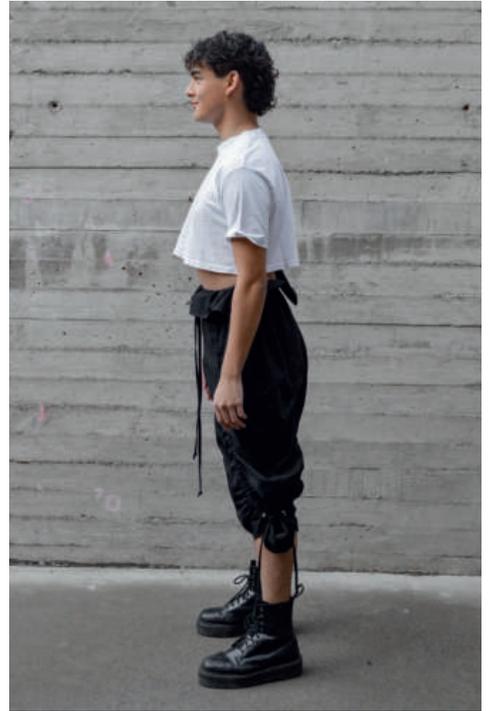
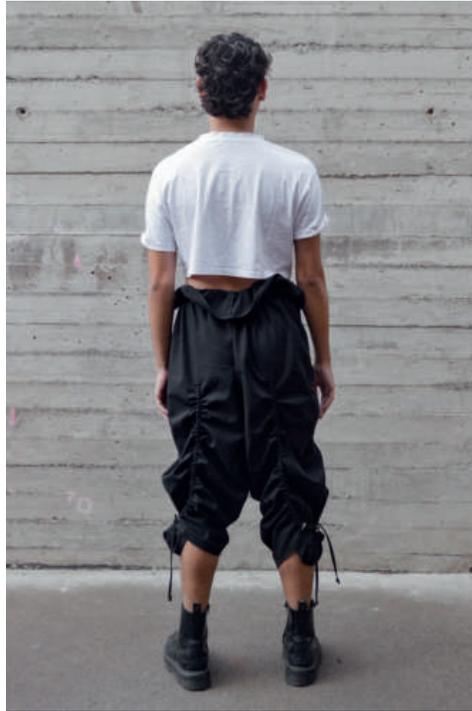


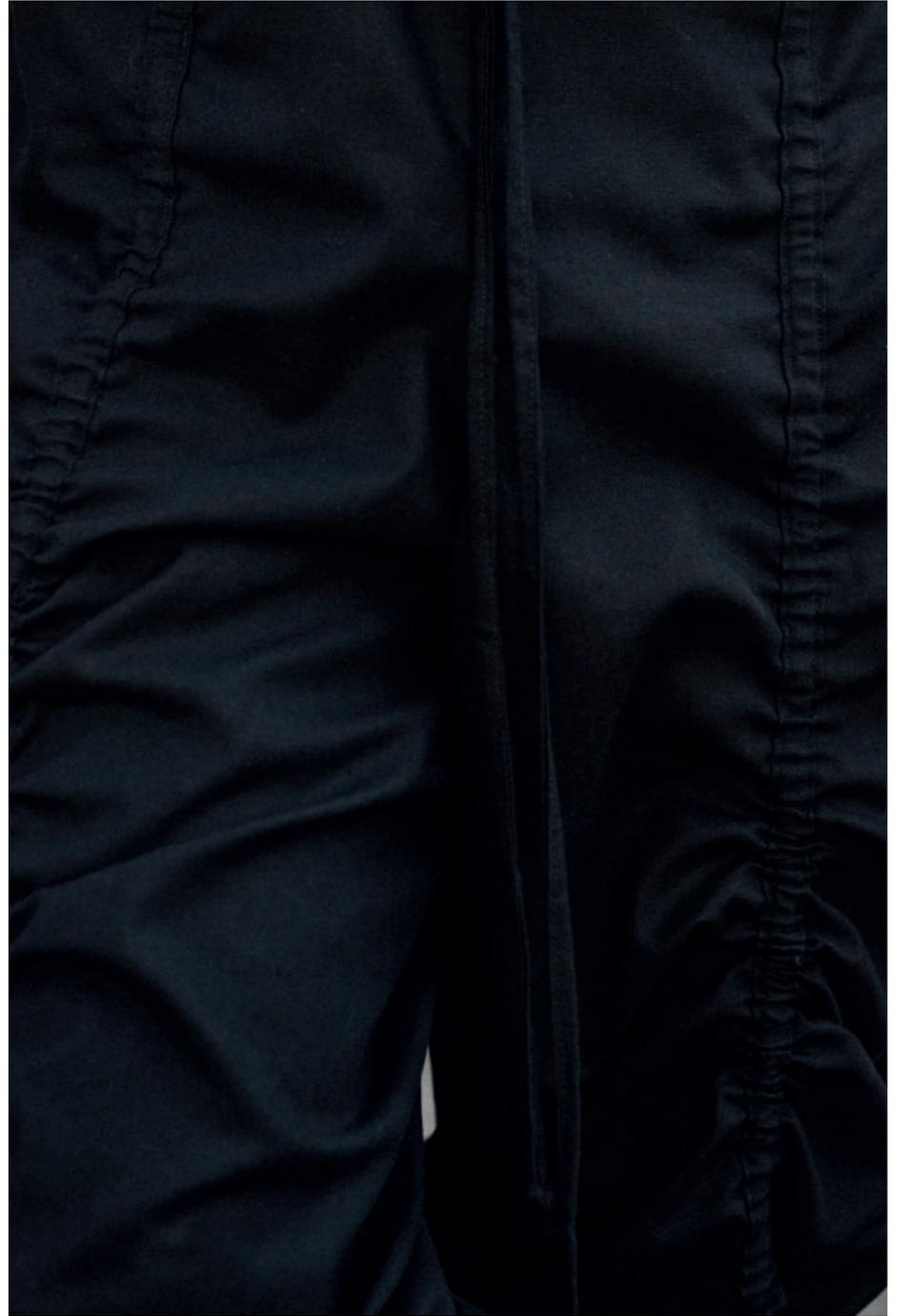




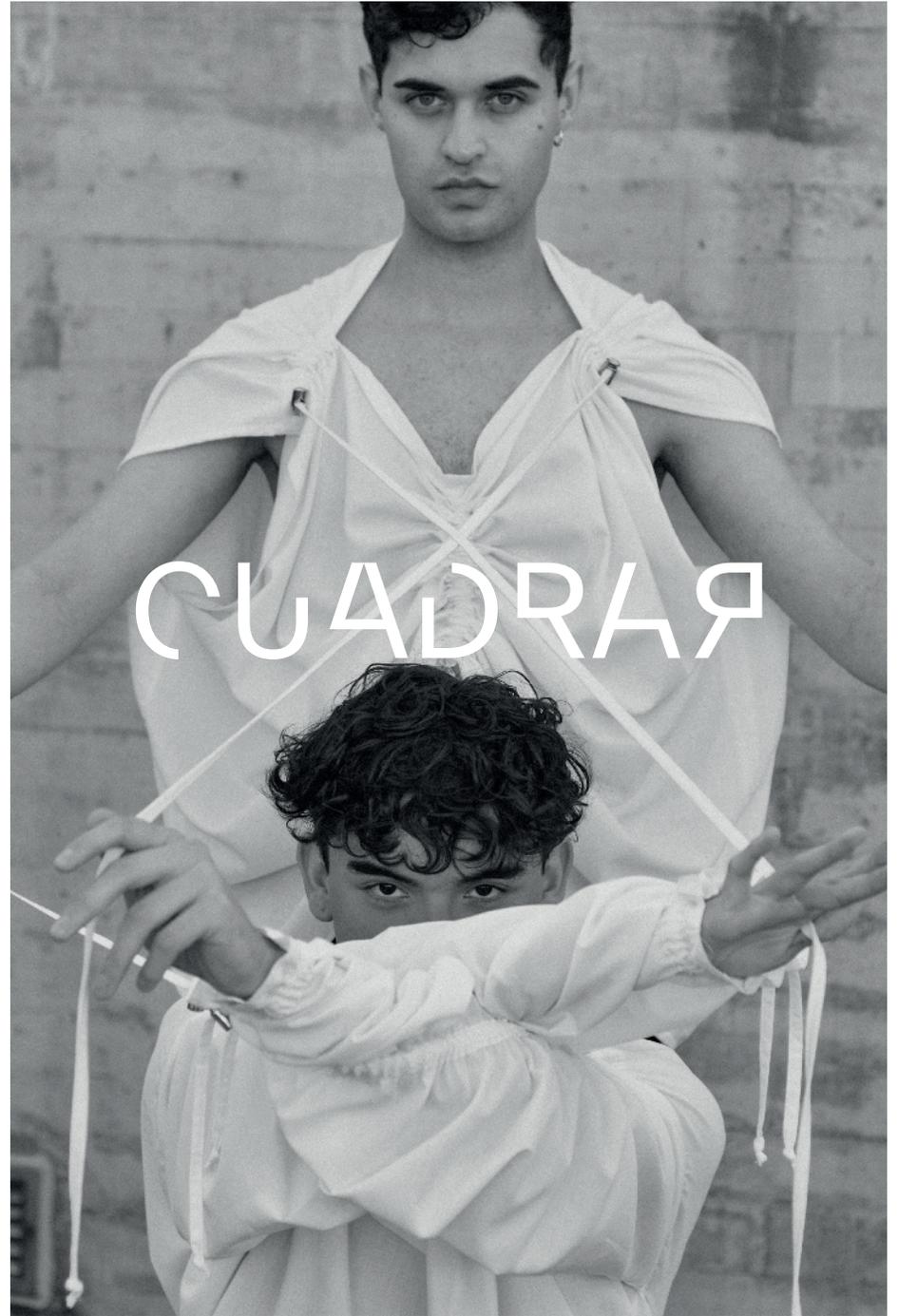


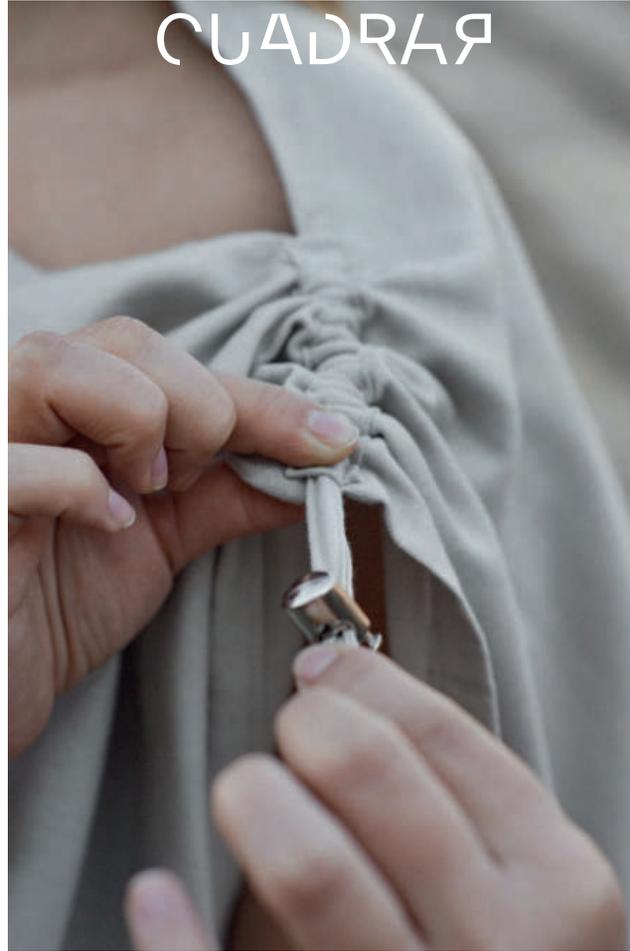












8 __ REFLEXIÓN

9 __ CIERRE

10 __ REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez-Munárriz, L. (2011). La compleja identidad personal. Disparidades. *Revista De Antropología*, 66(2), 407–432. <https://doi.org/10.3989/rdtp.2011.15>

Atxa, J. (2020). Teoría paradójica del cambio. Recuperado de <https://junepsicologia.com/teoria-paradojica-del-cambio/>

Boorady, L. (2022). Functional clothing— Principles of fit. NIScPR Online Periodicals Repository. Recuperado de <http://nopr.niscpr.res.in/handle/123456789/13228>.

Bordalí, M. (2022). ¿Qué talla eres? Una nueva ley que puede salvar la salud mental. POUSTA. Recuperado de <https://pousta.com/ley-de-tallas-chile/>.

Calvo, S. (2016). El Nuevo Vestir. Cómo se hace y se lleva la moda hoy. Santiago: RiL editores.

Chun-Yoon, J., & Jasper, C. (1995). Consumer Preferences for Size Description Systems of Men's and Women's Apparel. *The journal of consumer affairs*, 429-441. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1995.tb00055.x>

Cifelli, R. (2021). Reciclaje de Chile en cifras: cada persona genera 1,19 kilos de residuos diarios y solo el 1% se recicla - CodeXVerde. CodeXVerde. Recuperado de <https://codexverde.cl/cada-chileno-produce-15-kilos-de-basura-al-dia-y-solo-el-10-recicla/>.

Cynthia, I. (2017). Moda chilena: El diseño de autor en el país del retail. Fashion United. Recuperado de <https://fashionunited.es/noticias/moda/moda-chilena-el-diseno-de-autor-en-el-pais-del-retail/2017012223484>.

Fletcher, K., & Grose, L. (2012). Gestionar la Sostenibilidad en la Moda: Diseñar para cambiar (Primera edición en lengua española). Barcelona, España. Editorial Blume.

Gwilt, A. (2014). Moda Sostenible. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili. Introducción a las Medidas y Tallas de Ropa. Moda Fácil. (2016). Recuperado de <https://www.modafacil.com/introduccion-a-las-medidas-y-tallas-de-ropa/#:~:text=Talla%20S%20%3D%20Small%20o%20Talla,o%20Talla%20EG%20%3D%20Extra%20Grande>.

Joanne Entwistle (2002). El Cuerpo y la Moda: Una visión sociológica. Madrid, España. Editorial Paidós Ibérica.

La Tercera. (2011). El imperio del retail. La Tercera. Recuperado de <https://www.latercera.com/paula/el-imperio-del-retail/>.

Lipovetsky, G. (1987). El imperio de lo efímero (5ta edición). Barcelona, España. Editorial Anagrama.

Lobo, A. (2018). La contaminación no tradicional del desierto: ropa. La Tercera. Recuperado de <https://www.latercera.com/nacional/noticia/la-contaminacion-no-tradicional-del-desierto-ropa/228580/>.

Lomas, C. (2022). Vanity sizing, la talla que no le queda a nadie. La Tercera. Recuperado de <https://www.latercera.com/paula/vanity-sizing-la-talla-que-no-le-queda-a-nadie/>.

Masini, B. (2021). Nadie se baña dos veces en el mismo río mediático. Informe de medios – ITESO. Recuperado de <https://informedemedios.iteso.mx/2021/03/30/nadie-se-bana-dos-veces-en-el-mismo-rio-mediatico/>

Medina, F. (2008). La moda, el sentido del vestir y la posmodernidad. Recuperado de <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7158>

Memoria Chilena. (2016). La industria textil en Chile. Recuperado de <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-printer-100671.html>

Monneyron, F (2006). 50 respuestas sobre la moda. Barcelona: GC.

Niebles, L. (2019). Moda sustentable, moda amigable, una oportunidad de mercado. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10554/46669>.

Pearson, J. (1993). Comunicación y género. Barcelona: Paidós.

Pérez, R. (2015). El cambio en Terapia Gestalt. Concienciarte: Psicoterapia Humanista Integrativa. Madrid. Recuperado de: <https://www.psicologosconcienciarte.es/el-cambio-en-terapia-gestalt/#:~:text=La%20Teor%C3%ADa%20parad%C3%B3jica%20del%20cambio,cambiarnos%20menos%20vamos%20a%20cambiar>.

Pozo, V. (2021). Terriblemente mal hecha: “El vestuario tiene tallas que consideran sólo cierto tipo de mujeres, además, una talla no es la misma en un comercio que en otro”. El Mostrador. Recuperado de <https://www.elmostrador.cl/braga/2021/10/26/terriblemente-mal-hecha-el-vestuario-tiene-tallas-que-consideran-solo-cierto-tipo-de-mujeres-ademas-una-talla-no-es-la-misma-en-un-comercio-que-en-otro/amp/>.

QuintaTrends. (2013). Moda emergente, moda independiente o moda de autor: ¿cuál es la mejor definición?. Quinta trends. Recuperado de <https://www.quintatrends.com/2013/09/moda-emergente-moda-independiente-o.html>.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. Recuerado de: <https://dle.rae.es>

Rey, P. (2020). Las principales diferencias entre slow fashion y fast fashion que (ya) deberías conocer. Recuperado de <https://www.vogue.mx/moda/articulo/fast-fashion-y-slow-fashion-principales-diferencias>

Riemann, F (2009) Formas básicas del miedo: un estudio psicológico profundo. Múnich: Reinhardt. Recuperado de: https://www.academia.edu/26702516/Grundformen_der_Angst

Rojas, T. (2022). S, M, L, XL: ¿Qué significa contar con una Ley de Tallas?. La Tercera. Recuperado de <https://www.latercera.com/paula/s-m-l-xl-que-significa-contar-con-una-ley-de-tallas/#:~:text=En%20Chile%2C%20el%20proyecto%20de,antropom%C3%A9trico%20de%20los%20cuerpos%20chilenos.>

Salcedo, E. (2014). Moda Ética para un Futuro Sostenible. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili.

Salzman, A. (2007). El cuerpo diseñado:, sobre la forma en el proyecto de la vestimenta. Buenos Aires: Paidós.

Sánchez-Contador Uría, Amaya (2016). La identidad a través de la moda. Revista de humanidades, n. 29, p. 131-152, ISSN 1130-5029 (ISSN-e 2340-8995). Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:revistaRH-2016-29-7050>

Sepúlveda, C. (2021). Ley de Tallas: El derecho de vestir y sentirse bien con el cuerpo - Copadas. Copadas. Recuperado de <https://copadas.cl/2021/05/20/ley-de-tallas-derecho-vestir-cuerpo/>.

SERNAC. (2021). Estudio exploratorio para la armonización, clasificación y estandarización de tallas de vestuario femenino en Chile. Servicio Nacional del Consumidor. Recuperado de https://www.sernac.cl/portal/619/articles-64732_archivo_01.pdf.

SERNAC. (2021). SERNAC ofició a 11 empresas para iniciar estudio que promueva la estandarización de tallas en vestuario femenino - Portal SERNAC. SERNAC: Noticias. Recuperado de <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-62863.html>.

Tobar, K. (2022). Tallas en Chile: un juego mental y de consumo sin reglas. Franca Magazine. Recuperado de <https://francamagazine.com/tallas-en-chile-un-juego-mental-y-de-consumo-sin-reglas/>.

__ IMÁGENES

Imagen 1. Pollio, S. (2017), recuperado de <https://unsplash.com/es/fotos/ZCOEbdLC8G0>

Imagen 2. “Heráclito”, Bruggen, H. (1628), recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Her%C3%A1clito>

Imagen 3. “Self Made Man”, Carlyle, B. (1988), recuperado de <https://www.aongking.com/self-made-man-statue/>

Imagen 4. “Tribu Kayan”, Chhibber, S. (2021), recuperado de <https://unsplash.com/es/fotos/nuINBMXzEcw>

Imagen 5. “Punk and a Monk”, Stonehouse, R. (2012), recuperado de <https://www.nationalgeographic.com/magazine/>

Imagen 6, 7, 8, 9 y 10. Junnyan (2020, 2021), recuperado de <https://www.instagram.com/harajukufashionwalk/>

Imagen 11. “Línea de tiempo”, Orellana, F. (2018), recuperado en curso ‘Historia de la Indumentaria’.

Imagen 12. “Fashion Industry”, Le Nguyen, F. (2020), recuperado de <https://unsplash.com/es/fotos/pouTfHUG430>

Imagen 13. “Filas en H&M Casa Costanera”, Sepúlveda, J. (2020), recuperado de <https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/region-metropolitana/2020/08/05/fiscalizacion-evidencia-falencias-hm-casacostanera-modificaron-domicilio-trabajadores.shtml>

Imagen 14. “Locura por H&M”, Agencia Uno. (2013), recuperado de <https://www.24horas.cl/nacional/largas-filas-y-gran-expectacion-marcan-la-apertura-de-la-tienda-hm-571525>

Imagen 15, 16 y 17, “Mensajes en etiquetas de Shein”, Desconocido (2022), recuperado de <https://www.twitter.com/>

Imagen 18, “Enormes vertederos de ropa en el desierto de Atacama”, Bernetti, M. (2021), recuperado de <https://www.theclinic.cl/2021/11/08/vertederos-de-ropa-desierto-de-atacama/>

Imagen 19, “La moda rápida y barata está contaminando nuestros ríos en todo el mundo”, Desconocido (2019), recuperado de <https://organicconversation.com/fast-fashion/>

Imagen 20, 21, 22, 23, 24 y 25, Colección “132 5”, Miyake, I (2010), recuperado de <https://www.isseymiyake.com/1325/standard/>

Imagen 26, “Egipto: introducción y traje femenino. Kalasiris”, Rodd, A (2016), recuperado de <https://www.wattpad.com/243495542-gu%C3%ADa-hist%C3%B3rica-del-traje-wattpadiense-egipto/page/2>

Imagen 27, “Himation”, Desconocido (S/A), recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Himati%C3%B3n>

Imagen 28, “Sobre Kimono para una joven de clase alta (uchikake) en 1840-1870”, Desconocido (S/A), recuperado de https://hmn.wiki/es/Khalili_Collection_of_Kimono

Imagen 29, “Unku”, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. UNSAAC (S/A), recuperado de <https://artsandculture.google.com/asset/unku-inca-culture/VgGiQZLfKjDTJA?hl=es>

Imagen 30, 31, 32 y 33 “Retazos textiles sin uso”, elaboración propia, 2022.

Imagen 34, 35, 36 y 37, screenshots de la aplicación de Zara y sus descuentos, elaboración propia, 2022.

Imagen 38, “Industria textil chilena crónica de una agonía”, desconocido (S/A), recuperado de <https://www.latercera.com/masdeco/industria-textil-chilena-cronica-de-una-agonia/>

Imagen 39, “Falabella se mantiene dentro de las diez marcas más valiosas de Latinoamérica”, América Economía (2020), recuperado de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/multilatinas/falabella-se-mantiene-dentro-de-las-diez-marcas-mas-valiosas-de>

Imagen 40, “Abrigo Largo Afieltrado Alpaca/Lana - Camel”, Sisa (2022), recuperado de <https://www.shopsisa.cl/es/collections/coats-jackets/products/felted-alpaca-wool-long-coat-camel>

Imagen 41, “Eonia Summer 22”, Sfeir, R (2022), recuperado de: <http://www.instagram.com/doslobos/>

Imagen 42, “Ritmos Nocturnos, look 02”, Noli Provoste (2021), recuperado de: <http://www.instagram.com/martin.luttecke/>

Imagen 43, “Johhnie Walker x The Remix”, Salamanca, C (2021), recuperado de: http://www.instagram.com/matias_hernan/

Imagen 44, “Abrigo Cordellate”, Queirolo, J (2022), recuperado de: http://www.instagram.com/zurita_designstudio/

Imagen 45, “TRES”, Toledo, D (2022), recuperado de: http://www.instagram.com/ceremonia_/

Imagen 46, “Look 3”, Madariaga, U (2022), recuperado de: <http://www.instagram.com/kinderloco/>

Imagen 47, “The NIKKIS Denim Top with Removable Sleeves”, Holmes, L (2021), recuperado de: http://www.instagram.com/loraineholmes_official/

Imagen 48, “Tapado en arpillera”, Gajardo, L (2021), recuperado de: <http://www.instagram.com/lupegajardo/>

Imagen 49, “Look 6”, Gentillon, M (2022), recuperado de: <http://www.instagram.com/tttemet/>

Imagen 50, “Pollera y chaqueta print”, Valdivieso, M (2022), recuperado de: <http://www.instagram.com/disenosmariapazvaldivieso/>

Imagen 51, “Diferencia de pantalón en diversas tallas”, elaboración propia (2022).

Imagen 52, soldados caminando con un mismo uniforme, desconocido (S/F), recuperado de: <https://www.eltiempo.com/mundo/europa/nuestro-mundo-se-parece-al-que-desato-la-segunda-guerra-mundial-407380>

Imagen 53, “Body Acceptance”, Kozub, M (2020), recuperado de <https://unsplash.com/es/fotos/QafmAPmmDfQ>

Imagen 54, “Rihanna’s Savage X Fenty Lingerie Line”, SavageXFenty (2021), recuperado de <https://www.them.us/story/rihanna-savage-x-fenty-lingerie-line-pride-collection>

Imagen 55, “Vestido Hada”, Gajardo, L. (2021), recuperado de <https://lupegajardo.com/es/collections/zero-waste/products/pre-order-hada-dress-brown>

Imagen 56, “SINTA”, Finat, F. (2020), recuperado de <http://www.instagram.com/sinta.cl/>

Imagen 57, “Lidia Mombiela Coat-Ecru”, LR3 (S/F), recuperado de <https://lr3-studio.com/outfits/lidia-mombiela-coat-ecru/>

Imagen 58, “Upcycled Faux Fur Bomber Jacket”, Y.A.N.G. (2021), recuperado de https://www.instagram.com/y.a.n.g._/

Imagen 59, “TÚNICA CAMISERA TENCEL”, Paulamar (2022), recuperado de <https://www.paulamar.cl/collections/vestidos-invierno/products/tunica-camisera-tencel-2>

Imagen 60, “GUATE VA VEST”, Peukes, I. (2016), recuperado de <https://www.pinterest.es/pin/394205773610064003/>

Imagen 61, “Práctica de Bungee Jumping ”, desconocido. (2015), recuperado de <https://deportextremoperu.wordpress.com/2015/06/12/preparacion-para-bungee-jumping/>

Imagen 62, “Red de pesca ”, desconocido. (S/F), recuperado de <https://shopee.cl/-precio-Bajo-8-15-20-25-30-40-m-de-larga-red-de-pesca-trampa-de-malla-red-red-de-red-de-red-de-Nylon-cebo-fundido-jaula-Gill-red-aparejos-de-pesca-i.441014030.13206314256>

Imagen 63, “Carpa Iglú The North Face ”, desconocido. (2020), recuperado de <https://www.facebook.com/AcamparInfo-313287779504691/photos/775884639911667>

Imagen 64, “Cajas de cartón corrugado”, Aliexpress (S/F), recuperado de <https://es.aliexpress.com/item/1005003636412846.html>

Imagen 64, “Casa Container Granja Viana / Container Box”, Vada, P. (2011), recuperado de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/910745/casa-container-granja-viana-container-box>

Imágen (grupo) 65, “Experimentación I: Textil Sobre Volúmen; Crea, Popelina y Jersey”, elaboración propia (2022).

Imágen (grupo) 66, “Experimentación II: Geometría como módulos”, elaboración propia (2022).

Imágen (grupo) 67, “Experimentación II: Geometría como módulos”, elaboración propia (2022).

Imágen (grupo) 68, “Experimentación II: Geometría como módulos”, elaboración propia (2022).

Imágen 69, “planificación zero waste”, elaboración propia (2022).

Imágen 70, “unión y cierre mediante amarras”, elaboración propia (2022).

Imágen 71, “unión y cierre mediante cintas y elementos metálicos”, elaboración propia (2022).

Imágen 72, “ajuste de tela mediante recogido”, elaboración propia (2022).

Imágen 73, “bocetos de patronaje”, elaboración propia (2022).

Imágen 74, “bocetos de prenda”, elaboración propia (2022).

Imágen 75 y 76, “maqueta prenda ancla a menor escala”, elaboración propia (2022).

Imágen (grupo) 78, “Testeo de prenda ancla”, elaboración propia (2022).

Imágen (grupo) 79, “Testeo de prenda ancla”, elaboración propia (2022).

__ FIGURAS

Figura 1, recuperada de Salcedo, E. (2014). *Moda Ética para un Futuro Sostenible*. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili.

Figura 2, 3 y 4, resultados de encuesta “Inconsistencia de Tallas en la vestimenta”, elaboración propia, (2022).

Figura 5 y 6, “Medidas de pecho y cintura en mujeres estándar”, basado en gráficos de National Institute of Standards and Technology, American Society for Testing and Materials (2022), recuperado de: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-3198565/Marilyn-Monroe-size-2-12-today.html>

Figura 7, 8, 9, 10, 11 y 12, resultados de encuesta realizada a través de Instagram, elaboración propia, (2022).

Figura 13 y 14, resultados de encuesta “Inconsistencia de Tallas en la vestimenta”, elaboración propia, (2022).

