



LA DICTADURA DE LA ROPA FEMENINA
EN LA MODA: DE LA CIENCIA A LA
REALIDAD



Carla Alcaraz Gómez
2016/2017
Segundo de bachillerato
Eduardo Ruiz Tosaus



Índice

1. Introducción.....	pág.3
2. Abstract.....	pág.5
3. Tipos de cuerpos.....	pág.6
3.1. Rectangular o cuadrado.....	pág.7
3.2. Triángulo invertido.....	pág.10
3.3. Reloj de arena.....	pág.13
3.4. Triángulo.....	pág.15
3.5. Forma circular.....	pág.19
4. Interpretación de los colores de nuestro armario.....	pág.22
4.1. Rojo.....	pág.23
4.2. Azul.....	pág.23
4.3. Blanco.....	pág.24
4.4. Púrpura o violeta.....	pág.24
4.5. Verde.....	pág.25
4.6. Amarillo.....	pág.25
4.7. Marrón.....	pág.25
4.8. Gris.....	pág.26
4.9. Negro.....	pág.26
5. Efectos ópticos sobre la ropa.....	pág.27
6. Diferencias anatómicas de la mujer alrededor de 18 países diferentes.....	pág.28
7. Las tallas femeninas de distintas conocidas marcas.....	pág.29
8. Reivindicaciones por las tallas.....	pág.36
9. <u>Vestidos</u> (parte práctica).....	pág.37
10. Encuesta.....	pág.43
10.1. Grafico de la encuesta.....	pág.44
11. Conclusiones.....	pág.47
12. Webgrafia.....	pág.49
13. Bibliografía.....	pág.55
14. Anexos.....	pág.56



1.Introducción

Este trabajo de investigación hace referencia al mundo de la moda en la actualidad. El trabajo esta dividido en dos partes, la primera está la teoría del trabajo, donde se ha buscado información sobre todos que los temas que son importantes de tratar para conseguir que la tesis coja más peso. Respecto a la segunda parte está la parte práctica, donde se han realizados diversos mecanismos para poder verificar nuestra tesis. Además en la parte práctica se ha realizado un experimento propio a través de la creación de cinco vestidos para cinco personas con distintos cuerpos, se ha realizado una encuesta y además se ha realizado una entrevista a una de las personas encargadas del diseño de patrones en la empresa Zara. Esta tesis mencionada anteriormente su eje central del proyecto en general es la política de las tallas actuales, es decir, mi tesis parte de que no existe una concordancia lógica entre los tallajes ofrecidos por las empresas y la realidad anatómica de las mujeres. Por un lado, encontramos las prendas entalladas que podemos encontrar en cualquier tienda de ropa, pero otra cosa distinta es el cuerpo que cada persona tiene. De esta idea surge la siguiente cuestión que es : ¿Cómo puede haber unos estándares si cada cuerpo es diferente?

Para poder verificar mi tesis inicial he indagado en varios temas relacionados con la moda, como por ejemplo, la determinación corpórea y los tipos de cuerpo femeninos. También encontramos conceptos como el de los colores y sus efectos ópticos y psicológicos, así como la comparación de las tallas de la empresa de Inditex y de otras marcas. Así pues, otro punto que se aborda en este trabajo son las personas que se reivindican por las tallas o los cánones de belleza de dieciocho países de alrededor del mundo y hacen ver la realidad a través de las nuevas plataformas que nos ofrece esta era digital: las redes sociales.

Una vez buscada toda esta información, la puse en práctica. Creé cinco vestidos iguales para cinco tipos de cuerpos femeninos, gracias a esto se puede ver que no a todos los cuerpos les puede quedar bien el mismo patrón y tallaje. Aparte hice varias encuestas y una entrevista a una encargada de diseño de la empresa de Inditex. No obstante, en el transcurso del trabajo se han presentado dificultades que se han podido resolver durante el camino. El problema más grave fue que las guías de tallas de las empresas de moda son confidenciales, por lo tanto solo hemos podido investigar por la información que ellos ofrecen al público, una información a menudo manipulada e irreal, por motivo se ha mostrado de forma subjetiva y reforzada con la entrevista de la diseñadores de patrones de la empresa Zara.

Mi trabajo pretende demostrar, por tanto, que las tallas son hechas de una forma general para todos los públicos y no son proporcionales a los cuerpos, al no tener en cuenta cómo son las personas, además cada cadena de empresas de ropa tiene un tallaje marcado del cual no puede variar de su estándar, este estándar se caracteriza por su canon de talla que quieren proyectar y de edad. Finalmente, podemos concluir que únicamente tienen en cuenta el modelo que quieren crear a través de su ropa y esto es porque el diseñador se centra únicamente en cómo tendría que ser su prenda vestida por una persona no una persona llevando su prenda.

2.Abstract

This work has been done through the research and fulfillment about tests for achieve verify whether the sizes are proportionally anatomical for women. This work has been divided in two parts. The first one is theoretical. Here we intend to describe the body types, the color's psychology –and his optical effects- to conclude with the comparison between the sizes in the Inditex company. On the other hand, we have the realization of five dresses made by myself, an opinion poll and an interview with the pattern designer of the Zara's company.

3. Tipos de cuerpos

Todos los humanos poseemos cuerpos diferentes, pero aunque estos sean distintos existen unos estándares en cuanto a la clasificación de su forma que nos ayudan a vestirnos según el tipo de figura que tengamos. Hablamos de los estándares: cuerpo rectangular o cuadrado, triángulo invertido, de reloj de arena o forma de ocho, triangular o forma pera y por último el cuerpo de tipo manzana o redondo¹.

Este concepto fue creado por William H. Sheldon en los años 40 en el estudio *The Varieties of Human Physique* y se sigue usando hoy en día, pero es difícil centrarse en solo tres categorías en la actualidad. Estas tipologías sirven para identificar las características de cada cuerpo. A estos tipos de cuerpo se les llama tipos morfotipos/ somáticos y son únicamente tres: ectomorfo, generalmente la gente delgada, mesomorfo mayor tendencia a incrementar la masa muscular y endomorfo que son cuerpos esféricos y grasos. Dentro de la clasificación general de tipos somáticos, podemos hacer una división algo más concreta y empezaremos por los tipos de cuerpos femeninos.

Ilustración 1 Google
imagenes

3.1. Rectangular o cuadrado

El tipo de forma corpórea que llamamos rectangular o cuadrado se caracteriza por la anchura de los hombros y las caderas, que es exactamente la misma: una cintura no marcada y senos pequeños. Al no tener una forma con curvas se puede llegar a considerar masculina, pero también hay los que piensan que es una estructura corpórea perfecta al ser una línea recta. Como Coco Chanel que de una manera, ella misma fue el principal modelo de su marca: delgada y poco pecho, Chanel se convirtió en el prototipo de *garçonne*. Además así lo afirma el polémico diseñador de la marca Chanel Karl Lagerfeld²: "Nadie quiere ver una mujer curvilínea."

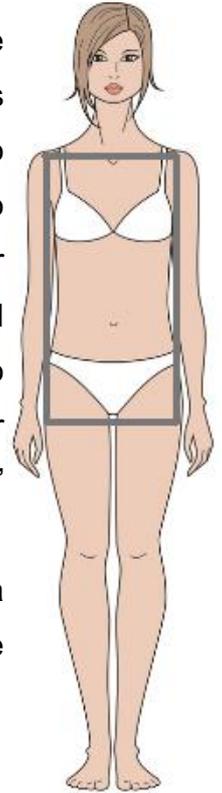


Ilustración 2 Google imágenes

Para realzar el torso de este tipo cuerpo tan rectangular, se debe ocultar la cintura ancha y visualmente aumentar la medida de los pechos. Esto se puede conseguir con las siguientes prendas:

- Prendas con estampados grandes y telas coloridas.
- Tops, blusas o túnicas con un profundo escote en V y U de esta manera alargan el cuello.
- Prendas con bolsillos en la zona del pecho, cuellos voluminosos, botones grandes, con drapeado, volantes.
- Abrigos o chaquetas algo entallados con la línea del hombro bien marcada, acampanados hacia abajo con el largo de media cadera o un poco por debajo de las rodillas. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 3 Google imágenes

- Cinturones anchos.

¹ Jenkyn Jones, Sue (2013). Tipos de cuerpos. *Diseño de moda*. Londres. Blume, Información extraída de la pagina 168 del libro.

² Diseñador actual de la firma de alta costura de Chanel

- Vestidos estilo *imperio*, con corte lateral, mangas acampanadas, detalles decorativos y cruzados. Vestidos con contrastes de color en los laterales o con corte diagonal, fruncidos o volantes, pero siempre usando un cinturón para marcar la cintura. El largo ideal es por encima de la rodilla.

Lo que no es recomendable en este tipo de forma es utilizar estas prendas:

- Ropa recta y entallada.
- Cinturones angostos.
- Prendas con estampado horizontal.

Para la parte inferior se debe acentuar la cadera y las piernas para corregir la línea de la cadera. Para conseguirlo, usamos las siguientes prendas:

- Pantalón estrecho en la parte de abajo, recto, acampanando a partir de las rodillas o la caderas. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 3 Google imágenes

- Prendas de telas gruesas que mantienen la forma (textura tejana, prendas pesadas ...)

- Prendas con elementos decorativos: bolsillos, cremalleras en los bolsillos traseros, y estampados grandes
- Faldas de forma circular, medio circular «tulipán» y con forma de lápiz y plisadas. Como el ejemplo siguiente:



*Ilustración 4
Google imágenes*

En cambio, lo que no se recomienda para la parte inferior es utilizar los siguientes puntos:

- Blusas, camisetas, o jerséis por dentro del pantalón.
- Modelos que entallan la cadera.

Respecto al calzado, hay que acentuar adicionalmente las piernas esbeltas. Por ello se debe usar los zapatos o botas con tacón recto y resistente y zapatos de tacón mediano. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 4 Google imágenes

3.2. Triángulo invertido

En segundo lugar, tenemos la forma corpórea de triángulo invertido que consiste en tener hombros o busto anchos, pechos medianos o grandes, una cadera estrecha y cintura poco marcada. Esta forma de cuerpo suelen darse en nadadoras o personas muy deportistas, las cuales trabajan mucho la zona del torso.

Para estilizar se debe disimular el busto o los hombros anchos, dicho en otras palabras, en el torso hay que reducir visualmente la parte superior del cuerpo.

Esto se puede conseguir vistiendo este tipo de ropa:

- Prendas de tonos oscuros.
- Cinturones anchos.
- Abrigos de corte recto un poco entallados, con el largo un poco por encima de las rodillas.
- Respecto a las chaquetas algo entalladas, el largo un poco encima de la cadera.
- Camisas, suéteres y jerséis con cintura marcada, escote en V o U, así como escotes en la espalda a la misma altura que el escote delantero.
- Tirantes finos.
- Collares largos y sencillos que lleguen por debajo del pecho.
- Prendas con escote corazón, corte imperio y corte en V o U.

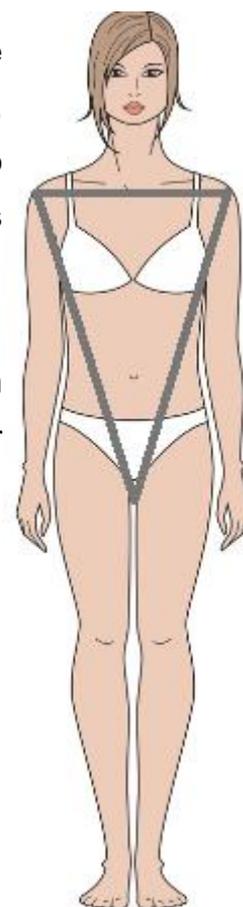


Ilustración 5 Google imágenes

- Vestidos de estilo griego, de corte recto y con cintura *basque*. Es preferible los vestidos largos o la altura justa hasta las rodillas, con la cintura marcada y una caída ligera o con bolsillos laterales. Respecto a las mangas de estas prendas, es mejor no tenerlas o, si no, mangas cortas $\frac{3}{4}$. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 6 Google imágenes

Lo que no realza a una mujer con estas curvas son estas cuatro prendas:

- Blusas de tirantes angostos.
- Prendas con volumen
- Camisas de manga corta y ancha.
- Evitar los vestidos con mangas anchas o detalles grandes en los hombros

En la parte inferior del cuerpo se debe acentuar las piernas esbeltas, por eso hay que utilizar este tipo de prendas:

- Pantalones acampanados a partir de las rodillas, llamados *capri*
- Prendas con detalles decorativos en cintura y en los muslos.

- Faldas con pliegues, formas circular, «tulipán», trapecio, campana... También otros tipos de faldas que se pueden usar para estilizar son las faldas con tablas, plisadas y evasé. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 7 Google imágenes

Al contrario, lo que no debe utilizar para poder lucir las piernas son:

- Los pantalones estrechos en la parte de debajo de las rodillas.
- Faldas de corte recto o tubo.

Para acentuar más las piernas y parecer más esbeltas el calzado necesario son unos tacones de aguja de colores vivos, sandalias decoradas y vistosas, zapatos con punta redonda y con tiras en los tobillos.

3.3. Reloj de arena

Seguidamente, el tercer tipo de forma corpórea de un cuerpo femenino es la forma de reloj de arena o también llamado forma de guitarra. El reloj de arena se caracteriza por tener una cintura delgada bien marcada y pechos y cadera del mismo tamaño. Estilizamos el torso consiguiendo un equilibrio entre la parte superior y la parte inferior del cuerpo. Esto se consigue si seguimos los siguientes puntos:

- Chaquetas entalladas con un largo por debajo de la cintura y en un poco por encima de la cadera.
- Abrigos entallados con un largo hasta las rodillas o un poco por encima de ellas.
- Vestidos: modelos estrechos en la parte del final del vestido, acampanados a partir de la cadera, y vestidos cruzados.

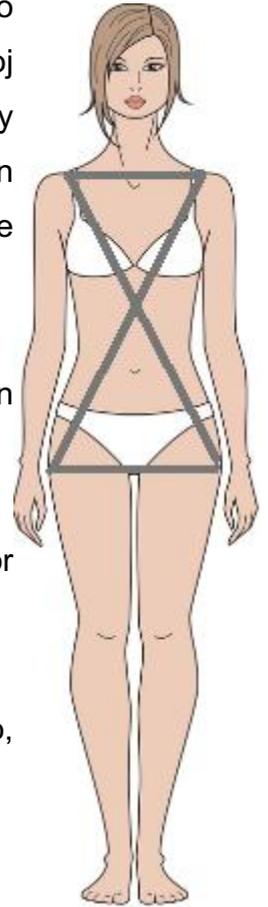


Ilustración 8 google imágenes

Las personas con forma de reloj de arena no deberían usar:

- Prendas de telas gruesas.
- Modelos estampados coloridos, a rayas o a cuadros.
- Ropa holgada o larga y acampanada. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 9 Google imágenes

- Prendas con bolsillos laterales o en el área de los pechos.

En la parte inferior hay que agregar el equilibrio de la parte del torso a la silueta.

Para lograr este equilibrio se debe seguir el cuadro siguiente:

- Prendas de telas oscuras con rayas verticales.
- Respecto a los pantalones: anchos, de corte recto con cintura baja y holgados en la parte de la cadera; pantalón de mezclilla *stretch* de cintura media, y acampanados.
- Faldas: con cintura alta, forma lápiz, medio circular, multiniveles y por último cruzadas con el largo por debajo de las rodillas. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 10 Google imágenes

Las prendas que no logran conseguir este equilibrio entre el torso y la parte inferior son las siguientes:

- Pantalones pitillo.
- Prendas de cintura baja.
- Prendas con rayas horizontales, estampado grande y bolsillos.

Por último, para acabar de conseguir una silueta perfecta para este tipo de cuerpo tenemos unos tacones con la puntilla redonda y elegante, si queremos usar un zapato plano los ideales serían las bailarinas. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 11 Google imágenes

3.4. Triángulo

La estructura corpórea llamada triángulo o forma de pera consiste en tener un tórax estrecho, cintura marcada, pechos pequeños y hombros inclinados y anchos al igual que la cadera.

Para resaltar el torso hay que aumentar visualmente la parte superior del cuerpo y marcar la cintura, de esta manera se disimularán las caderas.

Para conseguir este efecto visual se puede a partir de estas pautas:

- Pendras con escote V, corazón, princesa, hombros abiertos, ancho y cuadrado, ovalado y los asimétricos. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 13 Google imágenes

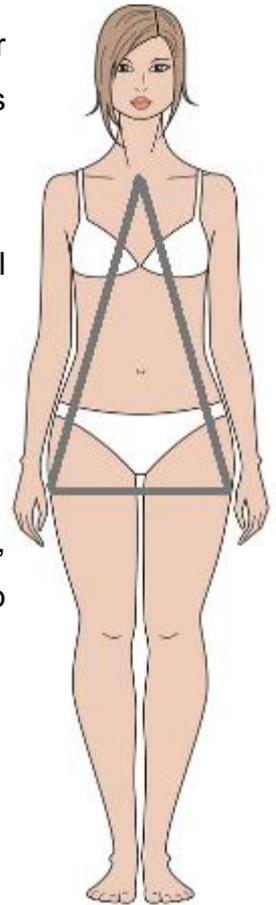


Ilustración 12 google imágenes

- Uso de drapeados o bordados con volumen en la zona del pecho.
- Cinturones anchos.
- Tirantes anchos y cortes asimétricos para que llamen la atención.
- Vestidos estilo imperio, con corte en A, y con caída que ayuden o disimulen el volumen de las caderas. En el caso en que el vestido tenga mangas tiene que tener volumen tipo floral, con pliegues o volantes. Y el mejor largo es justo por encima de la rodilla.

- Vestidos bicolor, con estampado o color más claro en la parte del torso y liso y más oscuro en la parte inferior.



Ilustración 14 Google imágenes

- Camisas, blusas, jerséis de colores fuertes con estampados del largo por debajo o por encima de la más ancha de la cadera
- Collares grandes y llamativos o bufandas.

A diferencia de lo que no se puede llevar es son los siguientes puntos:

- Prendas de colores oscuros.
- Ropa muy entallada
- Vestidos de corte recto. Como el ejemplo siguiente:



Seguidamente, para la parte inferior se debe reducir visualmente la cadera. Este efecto visual se consigue a partir de las siguientes prendas:

- Prendas oscuras.
- Faldas de línea A ,lápiz, <<tulipán>> , de tiro alto, y por último unos centímetros por debajo de las rodillas
- Pantalones de estilo recto, algo acampanado a partir de la rodillas.

Lo que no hace favor a estas prendas son las siguientes:

- Prendas con muchos bolsillos
- Pantalones estilo militares y de corte masculinos, por ejemplo estilo *boyfriend*. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 15 Google imágenes

- Pantalones o faldas de baja cintura.
- Estampados grandes y rayas horizontales

Para finalizar, el uso de unos zapatos de plataforma, tacones o punta aguda aumentará visualmente la altura. Como el ejemplo siguiente:



Ilustración 16 Google imágenes

3.5. Forma circular

Finalmente, la última estructura corpórea es la Circular. Se caracteriza por tener mayormente los brazos y piernas más delgados que todo el cuerpo, pechos grandes, una cintura no marcada y una espalda y hombros anchos.

El uso de la siguientes prendas para el torso hacen que alarguen visualmente la silueta y no se vea tan circular.

- Prendas de colores y rayas verticales.
- Camisas, blusas, jerséis con un pequeño escote de forma V, holgadas a partir de la línea del pecho y con el largo de la cadera. Como en el ejemplo siguiente:



Ilustración 18 Google imágenes

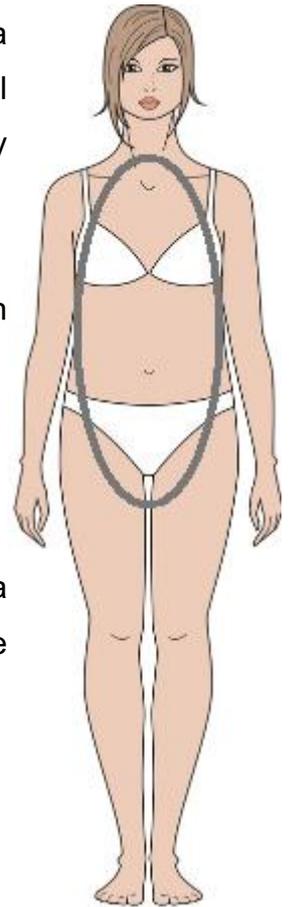


Ilustración 17 google imágenes

- Chaquetas estilo americana, chaquetas tipo camisa hasta la cadera y abrigos en forma de trapecio con el largo hasta las rodillas. Como en el ejemplo siguiente:



Ilustración 19 Google imágenes

- Vestidos de silueta A, con cintura alta, de telas ligeras.

Aquello que no se puede utilizar para este tipo de forma son las siguientes prendas:

- Ropa entallada.
- Suéteres o jerséis grandes.
- Accesorios grandes (collares, pendientes, bufandas...)
- Cinturones anchos.
- Prendas con estampados grandes y coloridos.

Para la parte inferior hay que acentuar la atención hacia las piernas, así se consigue una silueta más marcada y más esbelta. Este efecto se lleva a cabo gracias a las siguientes prendas:

- Prendas de telas oscuras y gruesas.
- Ropa de tiro alto.
- Faldas rectas, con la cintura algo baja, formas lápiz, con pliegues, forma trapecio. Todos estos tipos de faldas deben tener un largo hasta el medio de las rodillas o algo encima de ellas.

- Pantalones: acampanados, pantalones tipo pescador, bermudas, pantalones de corte recto con rayas planchadas en el medio. Como en el ejemplo siguiente:



Ilustración 20 Google imágenes

En cambio, no podemos usar:

- Prendas de colores claros.
- Prendas con la cintura baja.

Gracias a un calzado adecuado se puede alargar visualmente las piernas consiguiendo la atención que buscábamos para resaltarlas. Para ello tenemos los zapatos con plataforma y los de tacón.



MOD. TOKYO-211 BLACK ZM-07 FABRIC

Ilustración 21 Google imágenes

4. Interpretación de los colores de nuestro armario

Todos tendemos a tener un color predominante en el armario. Esto sucede porque la elección de uno u otro color refleja nuestro estado de ánimo o personalidad. Aun así puede variar según la edad, el clima, la moda y nuestro estado de ánimo. Por eso es importante saber cómo interpretar los colores, cuál es el tono que más predomina o entender su significado. Esta teoría fue estudiada por la psicóloga y socióloga Eva Heller³, experta en la teoría del color.

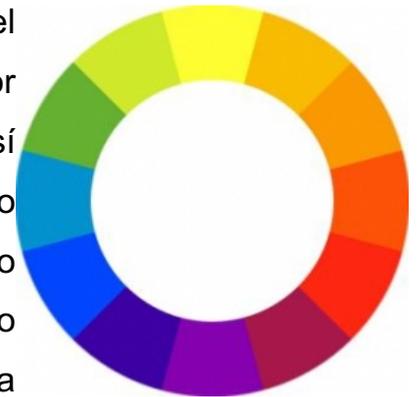


Ilustración 22 Google imágenes

Ya en el siglo XVIII se comenzaron a evaluar los efectos del color sobre la psicología humana. Con el tiempo se realizaron diversos estudios, test y pruebas en los que se comprobaron las reacciones psicológicas que los colores producen. Estos estudios han avanzado al punto que en la actualidad existe un método curativo denominado cromoterapia, a través del cual se ayuda a curar ciertas enfermedades a través de la utilización de colores.

Para empezar a entender por qué estamos afectados por los colores, debemos saber qué es el color.

El color se forma cuando la luz blanca pura pasa por un prisma, esta se descompone en colores visibles. Cada una de estas impresiones tiene una longitud de onda y pueden combinarse entre sí para dar lugar a nuevos colores. Y nuestra retina los percibe cuando estos se combinan. Para entender el significado de cada color se utiliza la psicología del color. La cultura es muy determinante en el significado de los colores.

³ Heller, Eva (2004): *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Berlín. Gustavo Gili.

Existen múltiples investigaciones sobre los colores, una de las más importantes es el estudio⁴ que llevó a cabo el psicólogo suizo Max Lüscher⁴ que intentó averiguar lo que significa el color que domina en tu vestuario.

4.1. Rojo

El rojo es un color pasional y estimulante. Se considera el color más atractivo porque aumenta la presión arterial, acelera el pulso y la respiración. Además transmite energía y vitalidad. Fisiológicamente, el rojo produce al verlo una aceleración del ritmo cardiaco, aumenta la presión sanguínea y acelera la respiración, también se puede producir un aumento de la tensión muscular, el deseo y la excitación. Provoca una influencia poderosa sobre el humor de los seres humanos.

Si este color predomina en tu fondo de armario, indica que eres una persona centrada, algo agresivo, sabes qué es lo que quieres, apasionado. También dice de ti que te gusta llamar la atención delante de una multitud y ser estricto respecto a las situaciones o cosas. En definitiva, provoca una influencia poderosa sobre el humor de los seres humanos. Está comprobado que las personas a las que les irrita este color, son fieles y estables pero con un complejo de inferioridad.

4.2. Azul

El azul⁵ psicológicamente es tranquilizador y pacificante del sistema nervioso. Este color aumenta la presión de la sangre por contracción de las arterias y el pulso, la presión sanguínea y la frecuencia de la respiración se reducen. El azul es el más sobrio de los colores fríos. Transmite seriedad, la suavidad de modales, confianza y tranquilidad. En cambio, la persona con el gusto de este color es desconfiada y maniática. Además puede llegar a transmitir una

⁴ Lüscher, M. (1972). *Evaluación de la personalidad a través de la elección de colores*. Estocolmo . PanBooks.

⁵ *Color Preference in the Insane,* Siegfried E. Katz, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 26, no. 2, July 1931, pp. 203–11.

depresión o incluso fatiga. Según el estudio⁶ realizado por el psiquiatra Siegfried E. Katz junto al New York State Psychiatric Institute and Hospital, los maníaco-depresivos prefieren el azul frente al 42% de pacientes con otros trastornos. Dicho en otras palabras, el azul es el color preferido entre las personas que tienen algún tipo de trastorno o patología.

Por otro lado, existe el azul marino, que a diferencia de la gama cromática azul transmite autoridad y seriedad, y dice de quien lo lleva que es trabajador, equilibrado y digno de confianza.

4.3. Blanco

El color blanco es la fusión de todos los colores con la absoluta presencia de la luz. Es un color purificador, que da la sensación de limpieza y claridad. Representa el amor divino, estimula la humildad y la imaginación creativa.

El uso de este color representa la inocencia y delicadeza. Este color no repele a nadie pero tampoco aporta ninguna información sobre quien a menudo lo lleva, por eso puede o no aportar confianza al no saber cómo interpretar su temperamento. Por lo tanto, hablamos de personas neutrales o sombrías.

Su significado es asociado a la paz, la pureza, la fe, a la nada y a la muerte. El Blanco es usado en los funerales de religión budista de países como India, Japón o China. Para ellos, el blanco simboliza la palidez de la muerte y expresa la idea budista de “venir vacío, irse vacío”. A diferencia de la cultura europea que las novias se suelen casar de blanco porque simboliza la pureza y la fe al matrimonio.

4.4. Púrpura o violeta

El color púrpura es una mezcla de rojo y azul, un color secundario y una combinación de colores totalmente opuestos. El púrpura hace que se acelere el corazón. Aumenta la resistencia de los músculos y tejidos al ser un color que llama la atención. Reduce las fobias y el miedo.

Representa el misterio, la espiritualidad, la realeza, el lujo, la riqueza. Antiguamente el color púrpura era de un precio muy caro, quienes podían permitirse esto significaba que eran gente de dinero o de la realeza, por esto se

⁶ Katz, S. (1931). *Color Preference in the Insane*, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 26, no.2, pp. 203-11.

asocia con el lujo. Si el púrpura predomina en el armario, también significa que es una persona bastante exigente, ambiciosa y seguro de sí mismo, o dicho de otra forma tener actitud de líder.

Pero el uso obsesivo de este color puede fomentar la depresión para aquellas que tienen tendencia a la depresión. Una curiosidad sobre el púrpura es que se ha demostrado que el 75% de los niños/as antes de llegar a la adolescencia prefieren el color púrpura. Se relaciona con la unión entre lo masculino y lo femenino, ya que a esa edad no se cuestionan muchas cosas como la homosexualidad, los grupos mixtos etc. Además los niños lo prefieren porque aún idealizan el mundo.

4.5. Verde

El color verde se encuentra en el medio del espectro de luz. Es un color sedante y tranquilizador. Disminuye la presión sanguínea. Ayuda a dilatar los capilares. Reduce el estrés, el insomnio y la fatiga. El verde es un color sedativo, relaja a la vista.

Simboliza la naturaleza, la fecundidad, y la esperanza.

Si este color predomina en el fondo de tu armario es porque eres una persona enigmática y misteriosa. Son personas con un gran ego y muy seguras de sí mismos, ya que se consideran superiores, más poderosos y con más fuerza que los demás. Sobre todo son personas que buscan constantemente el reconocimiento del resto y gustarles. Y por último son personas con un gran deseo de ser únicos.

4.6. Amarillo

El amarillo es el color más difícil de descifrar para el ojo humano y el cerebro. Es el color de la luz del sol. Incita el buen humor y la alegría y actúa como un avivador energético positivo, ayuda al sistema digestivo y a los músculos. Este color está vinculado a la actividad mental, porque llama la atención y estimula en contra del cansancio. Pero mucho uso del amarillo puede causar migraña o dolor de cabeza. Es, además, el color de la mala suerte.

Este color transmite tranquilidad, alegría y denota que la persona que lo lleva tiene un gran sentido del humor. La gente con más uso del amarillo en su ropa quieren expresar que buscan librarse de algo que les oprime, con esa liberación

conseguir la felicidad que en ese momento no tienen. En cambio, si este color no te gusta, demuestra que eres una persona irritable y bastante aislada.

4.7. Marrón

El color marrón es el color de la tierra y de la naturaleza. En las colecciones de moda se usa para otoño o invierno, es un color que no es frío, gracias a eso se asocia a un color acogedor en la ropa y da confianza. Depende la tonalidad de marrón es poco favorecedor a la piel de la persona. Si la mayoría de las prendas son de este color significa que es una persona seria, muy razonable y lenta, suele hacer todo despacio y sin prisa. También usan este color las personas tradicionales y familiares. Para ellos es un color que expresan tranquilidad.

Al contrario, las personas que odian el color significan que aún no han entrado su identidad.

4.8. Gris

El gris es un color indefinido, de la mezcla del blanco y negro, e indica que las personas que las usan son reservadas y no buscan llamar la atención. Además son personas algo aburridas y monótonas con miedo a los compromisos. Sobre todo son neutrales.

Este color expresa respeto, elegancia, vejez y aburrimento. Vestir totalmente de gris transmite un aire futurista y moderno. Aunque el color gris es confuso, porque también lo usan aquellas personas que quieren transmitir que son tímidas pero en realidad son manipuladoras, son «eminencia gris⁷».

4.9. Negro

El negro es la ausencia del color y de toda luz, es lo opuesto a la luz ya que concentra todo sí mismo. También llamado como el color de la nada. Representa el dolor, la oscuridad y lo majestuoso.

Es un color que representa a una persona triste, fría y distante, pero que también da poder. De hecho, durante la era moderna comenzó a dar estilo y elegancia. Al igual que el color púrpura se considera un color del lujo. A la hora de vestir es el color que más favorece ya que hace parecer más delgado. Llevar muy a menudo el negro significa que hay cosas que no quieres revelar.

⁷: Término utilizado para describir a un consejero de soberanos o gobernantes que operan secretamente o de forma no oficial.

El negro también se utiliza para el luto y como vestido nupcial aquí en España, no fue hasta bien entrado el siglo pasado que las novias se vistieron en sus bodas de negro y no de blanco, debido al problema económico que sufría el país en aquel momento.

5. Efectos ópticos sobre la ropa

Los colores pueden influir mucho en una persona pero también lo puede hacer los efectos ópticos aplicados en la ropa. Estos pueden hacer parecer más delgado, más gordo, más alto, más bajo o más estilizado. El primer efecto óptico que debemos comentar son las rayas horizontales y verticales. Las rayas horizontales afectan a la vista que hace que parezcamos más anchas, es decir, crea una ilusión óptica



Ilustración 23 página web tengountruco.com

de amplitud del cuerpo. Por lo tanto, se debe evitar. Al contrario las rayas verticales estilizarán nuestra figura y crearán un efecto óptico favorecedor que nos hará parecer más altas y delgadas.

También pueden afectar a los efectos ópticos las ropas con estampados. Se debe evitar los estampados para parecer más esbelto.

Por último, se puede jugar con los vestidos de dos colores. Los colores deben estar en la parte del centro del cuerpo y en los laterales. El vestido debe tener un color claro en la parte delantera del cuerpo, es recomendable el color blanco, que remarque la figura de la mujer en forma de reloj de arena. En la parte de los laterales debe tener colores oscuros o incluso transparencias. Con esto conseguimos realzar las curvas y parecer más delgado.



Ilustración 24 página web google imagines

6. Diferencias anatómicas de la mujer alrededor de 18 países diferentes

Cada país es diferente, tiene sus normas, sus costumbres y su forma de hacer las cosas. Así como cada zona geográfica reúne unas características diferentes, hay que tener en cuenta que cada país tiene sus cánones y su prototipo sobre la mujer, y, por lo tanto, su propia forma de entallar.

Para demostrar esto podemos recurrir al portal británico Superdrug Online Doctor (SOD) (este estudio se puede encontrar en su página oficial de internet en inglés). En el año 2015 realizó un estudio para averiguar cuál es el prototipo de mujer en 18 países diferentes. El experimento fue realizado usando Photoshop para demostrar cómo es el cuerpo perfecto femenino únicamente con ropa interior. Para realizar el estudio, denominado *Las percepciones de la perfección alrededor del mundo*, reunieron a cada diseñador de cada país, con el objetivo de editar la foto de la modelo según el gusto de esta. Los diseñadores tenían todo tipo de libertad para modificar (más delgada, con más peso, color de piel, pelo, ojos etc.) la imagen original con tal de poder lograr esa búsqueda de la perfección.

La investigación concluyó con una serie de conclusiones expuestas por los investigadores de dicho experimento: “El objetivo de este proyecto era comprender mejor las normas potencialmente poco realistas de belleza y ver cómo tales presiones varían en todo el mundo.”



Ilustración 25 Página web QUO.es

Ilustración 26 página web missmedidas.com

7.Las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

La sociedad tiende a creer en el hecho de tener una talla determinada de ropa cuando la realidad es que todas las marcas tienen diferentes patrones de tallas. Hay que tener en cuenta que cada año los patrones varían, según la tendencia de ese año. Y esto conlleva el cambio de tallas. Además de la variación de las tallas hay otros factores que afectan a la hora de verte con una determinada prenda, como puede ser el vestuario donde te lo pruebas, el uso de unas determinadas luces y los espejos, que pueden estilizarte o engordarte. A continuación, demostraré que no se puede tener una talla única porque cada empresa decide el estándar de tallas que quiere vender.

Para poder demostrarlo he indagado en las tallas de empresas como Zara, Pull and Bear, Bershka, Mango y H&M. Esta información únicamente se sabe gracias a su página web aunque, como demostraré, no son reales. La información sobre la escala de tallas de cada cadena de Inditex es confidencial. Por tanto, se hará una comparación subjetiva de aquello que nos proporcionan.

En primer lugar, empezaré hablando sobre la empresa **Inditex**, fundada por Amancio Ortega, es la empresa que más se aproxima a la medida anatómica de una mujer estándar a partir de los 18 años en adelante. Su página web actualizada este año 2016, ofrece la guía de tallas femeninas donde se puede apreciar las medidas de cada talla. En la siguiente tabla se muestra las diferentes escalas en centímetros en la parte del torso y parte inferior del cuerpo.

Talla	34 /XXS	36/XS	38/S	40/M	42/L	44/XL	46/XXL
Pecho (cm)	82	86	90	94	98	102	106
Cintura (cm)	64	66	70	74	78	82	86
Cadera (cm)	90	94	98	102	106	110	114

Gracias a la tabla podemos contemplar que dispone desde la talla 34/XXS hasta la 46/XXL. Nos proporciona tres informaciones: el pecho, la cintura y la cadera en centímetros. Según el estándar de medidas en Europa, la escala de tallas varía cada cuatro centímetros, aumenta una talla más. Estas medidas pueden variar según las prendas escogidas, es una tabla generalizada.

Primeramente, comentaré las medidas correspondientes a las tallas del pecho. La talla más pequeña de pecho es la 34 que dicho en centímetros son 82 cm. Cada talla aumenta cuatro cm más. En España la talla de pecho más utilizada es la 40 y 42, pero en Zara proporciona hasta 106 cm de pecho que es equivalente a una 46.

Es también destacable comentar la cintura de la mujer. La cintura más pequeña que tiene esta marca es unos 64 cm equivalente a XXS y la más grande son 86 cm que es una talla 46. Por último, las medidas de la cadera: la más pequeña son unos 90 cm y la más grande son 114 cm.

En conclusión, se puede apreciar que las medidas respecto la guía de talla de cintura, pecho, y cadera no son proporcionales a todos los tipos de cuerpos femeninos. Esto se puede ver calculando las tres medidas a la vez y todas son proporcionales a un único tipo de cuerpo, el cuchara. Significa que su producto va dirigido a un único vendedor.

Aun así es poco común que una tienda ofrezca tallas grandes, normalmente la talla más grande es un 42. En este caso llega hasta la talla 46.

La segunda empresa a comentar es **Pull and Bear**, es una cadena de tiendas de ropa que está englobada en Inditex. Es una tienda para un público joven entre entre los 14 años y los 30 años. Su página web ofrece la guía de tallas femeninas del 2016. Además, la página web de Pull and Bear nos proporciona todo tipo de medidas, en la tabla consiguiente solo nos centraremos en las tallas de pecho, cintura y cadera para comentar.

Talla	XS	S	M	L	XL
Pecho (cm)	70-78	78-86	86-94	94-102	102-110
Cintura (cm)	50-58	58-66	66-74	74-82	82-90
Cadera (cm)	80-88	88-96	96-104	104-112	112-120

A primera vista se puede apreciar que las tallas no son exactas sino son aproximadas. Se puede suponer que es dependiendo de la prenda que se escoja. Pull and Bear ofrece desde la talla XS hasta la XL. Según esta marca la escala de medidas aumenta cada talla 8 cm. Aun con un gran aumento respecto los centímetros de las tallas, siguen siendo tallajes pequeños.

Comenzando a comentar la talla XS de esta empresa, observamos que esta medida es bastante pequeña, y roza una delgadez excesiva. Estas medidas tan extremas pueden afectar mucho al público que compra, provocando una inseguridad e incluso una enfermedad es mental como es la anorexia. Sin embargo, según Pull and Bear, se ofrece una talla grande como es la XL que por medidas no es una talla razonable porque realmente equivaldría a un L. Pero rara vez se encuentre una XL porque no suelen fabricar muchas.

En definitiva, la marca Pull and Bear ofrece su estándar en tallaje para gente delgada, a pesar de tener una XL y para gente joven.

La última empresa a comentar perteneciente a Amancio Ortega, es **Bershka**, uno de los mayores grupos de distribución de moda a escala mundial. Esta tienda se centra a la moda más joven y adolescente del mercado, y tiene una gran influencia en los jóvenes. La media de edad es los 12 años hasta los 25 años. Bershka es una de las tiendas de ropa más vendidas en España. En la actualidad su página web no ofrece la guía de tallas femeninas. La única guía que he podido encontrar es de hace dos años, del año 2014, por lo cual se tiene que contemplar con una cierta sujeción porque como he comentado inicialmente las tallas varían según los años o nuevas tendencias. Aún así se sabe que Bershka es la tienda de Inditex con tallas más pequeñas del mercado.

En la siguiente tabla mostraré las medidas de la parte superior del torso e inferior.

La tabla de medidas es del año 2014 de la marca de ropa Bershka.

Talla	XS	S	M	L	XL
Pecho (cm)	80	84	88	94	98
Cintura (cm)	58	62	66	72	76
Cadera (cm)	80	86	92	98	102

Primeramente, en este caso se aprecia mayoritariamente la escala mencionada anteriormente en la cual aumenta cuatro cm cada talla. Salvo en las medidas de la cadera que aumentan seis cm por cada talla, menos de la talla L a la XL que son 4 cm.

Se puede contemplar que se afirma que esta marca de Inditex con tallas más pequeñas del mercado. Sobre todo por las medidas de cada tallaje. La XS es una proporción bastante complicada de conseguir, es la única que calculando las tres medidas de la tabla donde se puede ver que es un tipo de cuerpo diferente a los demás. Este tipo de cuerpo es la parte superior del reloj de arena. El tipo de cuerpo más difícil de tener de la población femenina. Bershka, que es la más influyente en la moda adolescente, al igual que Pull and Bear puede llegar afectar mucho al público que compra sus prendas.

Analizadas estas tres tablas pertenecientes a la gran empresa multimillonaria de Inditex, se contempla la desproporción y variación de las prendas ofrecidas al público. Cada tienda tiene como objetivo obtener un público exigente determinado por una edad y un peso concreto, y una estética muy marcada. Este “determinismo” no debería existir en una cadena de empresas de un mismo fundador. Pero al analizar estas tres tablas se puede ver que si existe este “determinismo “ que lleva a la confusión del comprador.

Zara se puede apreciar que es la tienda que más se acerca a la anatomía femenina de España. Aun tener hasta la talla 46 sus tallas también son relativas. Dependiendo el año, tendencia o prenda pueden ser o más grandes o más pequeñas. El objetivo de Zara es atraer gente algo mayor y seria, además poder atraer a la gente que no puede entrar en otras marcas, es decir mujeres que tienen curvas. No obstante, con un tallaje normal, la 42 es la media más vendida en España para las mujeres de más de 30 y la 38-40 para las chicas más jóvenes.

A diferencia de Zara, las otras dos marcas de ropa para jóvenes adolescentes, Pull and Bear y Bershka son tallas excesivamente pequeñas. El objetivo de estas dos tiendas es reducir gastos en tallas. Esto se consigue disminuyendo las tallas de este modo la gente, sobre todo joven se trastorne y sufran trastornos alimenticios con tal de caber en las tallas marcadas por las tiendas.

En conclusión, en la cadena de empresas de Inditex, cuanta más edad tengas más proporcional será la talla que corresponde a su medida estándar. Pero cuanta menos edad tengas más pequeñas serán las tallas que se ofrece en el mercado. Aun así se demuestra que son tallas no proporcionales a ningún tipo de cuerpo ni a ningún estándar normal de una mujer española.

A continuación hablaré de las dos grandes marcas no pertenecientes a la cadena de empresas de Inditex . Estas dos marcas de ropa son : H&M y Mango. Primeramente comentaré la marca de ropa que es el segundo grupo textil más importante de Europa en facturación. Este grupo textil tan importante es **H&M**. H&M (Hennes & Mauritz) es una cadena sueca de tiendas de ropa, complementos y cosmética. Fue fundada por Erling Persson que inaugura una tienda de ropa para mujer con precios asequibles y para todo tipo de mujer. Su página web ofrece la tabla de medidas perteneciente al torso y la parte inferior que es la siguiente.

Talla	XS/ 32-34	S/ 36- 38	M/ 40- 42	L/44- 46	XL/48- 50	XXL/ 52-54	XXXL/ 56-58
Pecho(cm)	76-80	84-88	92-96	100- 104	110- 116	122- 128	134- 140
Cintura (cm)	60-64	68-72	76-80	84-88	94-100	122- 128	134- 140
Cadera (cm)	84-88	92-96	100- 104	108- 112	117- 122	127- 132	137- 147

Una característica de H&M es la gran diversidad de tallas que tiene. A diferencia de las demás marcas es la única que tiene hasta la XXXL que es poco común. Las medidas de esta marca son proporcionales a cualquier edad, aquí se puede apreciar que no tiene ese “determinismo” tan marcado para la venta de sus prendas. Al tener tanta variación en las tallas no provoca confusión al público. Sigue una escala en aumento de cuatro o seis centímetros por cada talla.

La última tabla que vamos a comentar es la de la marca **Mango**. El fundador es Isak Andic Ermay un empresario español del sector de la moda, cofundador, dueño y presidente de la multinacional textil Mango. Mango no tiene un público de una edad determinada si no lo que pretende es mantener un equilibrio entre el buen precio y la exclusividad de las prendas, por lo que ofrece diseños propios a un precio asequible. Pero por media es para mujeres trabajadoras de media 25 a 45 años. Su página web ofrece la guía de tallas que es la siguiente.

Talla	XXS/32	XS/34	S/36	M/38	L/ 40-42	XL/42-44	XXL/46-48
Pecho(cm)	80	82	86	90-92	94-98	98-102	106-111
Cintura (cm)	60	62	66	70-72	74-78	83-85	90-93
Caderas (cm)	88	90	94	98-100	102-106	110-112	114-119

Mango al igual que H&M también tiene una gran diversidad de tallas. Estas tallas son proporcionales en el cuerpo femenino de cualquier edad.

Al ver la guía de tallas de las marcas que no corresponden a la cadena de empresas Inditex, he podido apreciar que son mucho más flexibles respecto a las tallas y a su público. Inditex lo que busca es ahorro con prendas más pequeñas sin tener en cuenta al comprador y sus necesidades. En cambio las marcas que no pertenecen a esta empresa se preocupan más por el comprador ofreciéndole una gran diversidad de tallas desde las más pequeñas hasta las más grandes del mercado y estilos muy diferentes de ropa. Que a diferencia de Inditex siguen casi la misma línea de estilo de moda joven. Esto conlleva a que no implica una cierta inseguridad a la gente con la ropa y adquirir carácter cuando la llevas.

8. Reivindicaciones por las tallas

Este conflicto sobre tallas ha generado molestias al consumidor. Haciendo reivindicar su molestia e incluyéndome yo realizando varios experimentos para verificar la variación de tallas dependiendo cada tienda y modelo. Los dos experimentos más conocidos de la falsedad política en la ropa son por parte de una la estadounidense Deena Showmake y Ruth Clemens. Otra chica importante de estas reivindicaciones fue Inna, así se llama la redactora de AdMe, pero ella se centró más en los efectos ópticos de los espejos y de las luces. Cada una de ellas recurrió a un post en las redes sociales para denunciarles. En caso de Deena Showmake publicó seis fotos que demostraban que su cuerpo se ajustaba perfectamente a las prendas de diversas medidas. Allí publicó como pie de foto “Buscando entre mi ropa me he dado cuenta de lo diferentes que son las tallas de mis pantalones. Y tengo un problema real, ya que me quedan igual de bien unos infantiles de la talla 35 como unos de adulto de la talla 42 “. La otra mujer que ganó gran importancia en pocas horas en las redes sociales por su quejas con la firma de H&M fue Ruth Clemens donde criticaba lo pequeñas que eran las tallas. Ruth Clemens consiguió hablar con la misma empresa la cual le respondieron a su queja diciendo lo siguiente : En H&M hacemos ropa para todas nuestras tiendas en todo el mundo, por lo que el tamaño puede variar dependiendo del estilo, corte y material. Muchas personas se empiezan a dar cuenta de la mala política de las tallas y eso provoca gran molestar en la población.



Ilustración 29 Deena Showmaker



Ilustración 28 Ruth Clemens



Ilustración 27 Inna

Una vez indagado en la parte teórica y estudiado todo aquello que puede influir en los tallajes, proseguimos a la parte práctica del trabajo. Esta parte práctica consta de una realización de cinco vestidos iguales de talla, con uso de un mismo patrón, el patrón es un vestido de tipo A de tirantes y cuello barca. Además cuenta con una encuesta relacionada con los temas trabajos y en el anexo se puede encontrar una entrevista con la encargada de patronaje y confección de tallas de la empresa de Inditex.

9. Vestidos (parte práctica)

Para poder realizar esta parte práctica tuve que buscar a cinco modelos adolescentes de 18 años para encontrar los cinco cuerpos diferentes. Para conseguir estos modelos tuve que pedir las medidas del contorno del pecho, caderas y cintura. El listado de todas las medidas que indague fue el siguiente:

Laura Jiménez (Triangulo Invertido) :

Medida contorno del pecho : 101 cm

Medida de la cintura: 91 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 96 cm

Laura Arco (Cuerpo Pera) :

Medida contorno del pecho : 79 cm

Medida de la cintura: 61 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 81 cm

Marta Muñoz (Parte superior de reloj de arena) :

Medida contorno del pecho : 104,5 cm

Medida de la cintura: 81,5 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 105 cm

Irene Velasco (Triangulo Invertido) :

Medida contorno del pecho : 99 cm

Medida de la cintura: 83 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 95 cm

Celia Casado (Cuerpo Pera) :

Medida contorno del pecho : 96 cm

Medida de la cintura: 85 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 100 cm

Tania Gallardo (Cuerpo Pera) :

Medida contorno del pecho : 102 cm

Medida de la cintura: 88 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 104 cm

Anna Canudas (Cuerpo Pera):

Medida contorno del pecho : 85 cm

Medida de la cintura: 69 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 93 cm

Luty López (Cuerpo Pera) :

Medida contorno del pecho : 85 cm

Medida de la cintura: 69 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 93 cm

Elena Hernández (Cuerpo Pera) :

Medida contorno del pecho : 92 cm

Medida de la cintura: 78 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 103 cm

Alexandra Nicolau (Cuerpo Pera) :

Medida contorno del pecho : 85 cm

Medida de la cintura: 68 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 99 cm

Alba Panera (Cuerpo Rectangular) :

Medida contorno del pecho : 76 cm

Medida de la cintura: 64 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 75 cm

Noemí Martin (Cuerpo Circular) :

Medida contorno del pecho : 85 cm

Medida de la cintura: 95 cm

Medida de las caderas (por debajo del trasero) : 103 cm

Una vez conseguido recoger toda la información sobre las medidas, con la ayuda de una página web llamada “EasyCalculation”⁸ pude calcular que tipo de cuerpo tiene cada una. Una vez calculado, escogí las cinco chicas más próximas al tipo de cuerpo buscado. Estas cinco chicas fueron Noemí Martin (Cuerpo Circular), Alba Panera (Cuerpo Rectangular), Irene Velasco (Triangulo Invertido), Marta Muñoz (Parte superior de reloj de arena), y por último Laura Arco (Cuerpo Pera). Para poder seguir con la práctica, busqué por internet un patrón a escala de la misma talla (L) para poder ponérselo a todas las chicas. Con la intención de poder verificar después que no depende de la talla de la prenda, sino del tipo de cuerpo de cada una de las modelos. Por tanto, todos los vestidos realizados, son hechos de un único patrón que la fotografía siguiente y su ha derecha es el patrón que yo hice a mano:



Ilustración 31 Pinterest



Ilustración 30 Fotografía propia

En primer lugar, es un vestido corto con la forma de tipo A con un cuello barca y con tirantes de 3 cm. El motivo de escoger esta forma de vestido es porque necesitaba que fuera adaptable y que se pudiera apreciar como se acentúa a sus cuerpos de la forma más visual posible. Con el cuello de barca se consigue que el pecho no se aprecie tanto y se aprecie más su torso, al ser de forma tipo “A” no va ajustado en ninguna parte del cuerpo, como bien dice su nombre tiene una forma de A”” donde es estrecho de torso

⁸ La página web mencionada es : <https://www.easycalculation.com/es/health/cuerpo-forma-calculadora.php>

pero ha medida que cae es mucho más amplio. Respecto al color de la tela, es un color marrón camel. El motivo de este color es porque quería poner en relación el análisis de los colores estudiados en el trabajo. Además quería poner un color poco favorecedor a tonalidades claras de piel para así poder ser más visual el resultado del experimento. Este vestido de largo es perfecto para todas las chicas porque las modelos de media miden 1,64 cm y este vestido de largo mide 85 cm. En segundo lugar, para poder crear un vestido de cero hice en papel de patronaje a escala de las medidas que indicaban, pero en este caso como habían cinco modelos, algunas de las medidas han sido modificadas para poder cuadrar a todas ellas, el resultado de mi patrón se puede ver en la fotografía de arriba a la derecha. Una vez tenido el patrón con los centímetros exactos, compré siete metros de tela marrón, calculando que cada vestido necesitaría un metro y medio. Ya tenido todo el material necesario realice los vestidos, al acabar de cortarlos bien y sin imperfecciones los cosí con la máquina de coser haciendo el bajo del vestido y las sisas⁹. Ya acabados todos los vestidos quedé con las modelos para hacerles las fotografías con mis vestidos. A continuación las fotografías de las modelos.



Ilustración 33 fotografía propia



Ilustración 32 fotografía propia



Ilustración 34 fotografía propia

⁹ Hacer cortes en una prenda de vestir para que se ajuste mejor al cuerpo.



Ilustración 36 fotografía propia



Ilustración 35 fotografía propia

A primera vista se ve una gran diferencia entre todas las modelos. En este caso no nos fijamos en el peso sino únicamente nos centramos en el cuerpo. En la primera fotografía, la modelo tiene un cuerpo de tipo reloj de arena, ya que tiene el torso y las caderas de la misma medida, y una cintura estrecha en proporción al cuerpo. Al tener ese tipo de cuerpo, se aprecia que al ser ancha de torso provoca que el vestido sea más corto que los demás. La segunda fotografía es un cuerpo de tipo triangular, para ser exactos un triángulo invertido. Al ser un triángulo invertido tiene más torso que cadera, por eso lo que podemos extraer de esta fotografía al realizar la prueba de vestuario, es que este vestido de forma tipo A, le quita forma a su cuerpo haciéndolo más recto de lo habitual, es decir no acentúa ninguna de las partes de su cuerpo. En la tercera fotografía tenemos un cuerpo de tipo triangular, este cuerpo recordemos se caracteriza por tener las caderas más anchas que el torso. Este cuerpo es uno de los únicos que le queda bien el vestido porque al tener poco torso en el pecho se ajusta más y cae de forma natural, esto es porque las caderas al ser anchas, la forma de tipo A de este vestido se adapta a su cuerpo. La siguiente fotografía es el cuerpo circular, cuerpo circular con torso, cintura y caderas de la misma proporción, en este caso el vestido le disimula su cuerpo porque el vestido no tiene una forma marcada y por tanto se ajusta a su forma corporal. Y por último está el cuerpo rectangular, un cuerpo que no tiene forma y suele ser muy delgado o rectangular, podemos ver que en este caso si le sienta bien porque le crea la forma que su

cuerpo no tiene. Al ponerle un vestido de forma tipo A se crea una visión óptica diferente respecto a su cuerpo.

En conclusión, gracias al haber realizado este experimento hemos podido verificar nuevamente la tesis que hemos planteado desde el principio. Podemos concluir que no depende de la talla, sino del tipo de cuerpo que tiene cada una, esto significa que si comparamos con las tiendas de la empresa Inditex, no es lógico hacer una generalización de tallaje, porque el diseño va centrado únicamente a un prototipo de persona y no puede quedar anatómicamente proporcional a todo tipo de mujer. Por tanto, al realizar este experimento podemos decir con seguridad que los tipos de cuerpos si influyen en la política de las tallas ofrecidas al mercado.

10. Encuesta

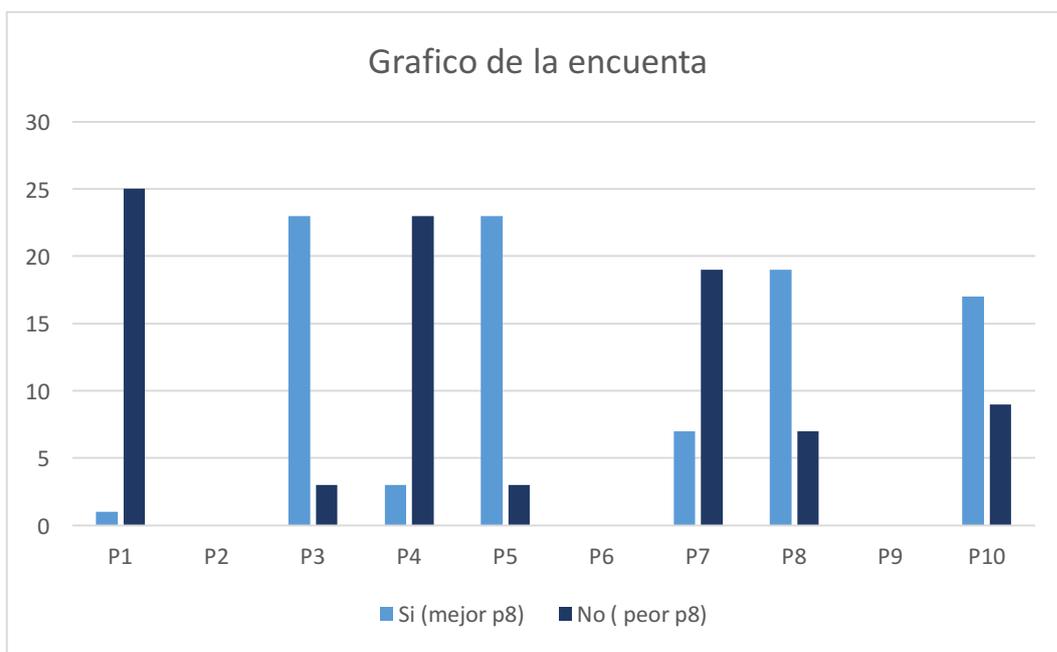
A continuación, como he dicho anteriormente he realizado una encuesta entre los habitantes de Mataró. La media de edad es aproximadamente desde los catorce hasta los cincuenta-i-ocho años. Esta encuesta está formada por unas diez preguntas, donde se intenta observar las respuestas de las preguntas formuladas para adquirir más información de aquello que he trabajado y estudiado entorno de las tallas de la empresa Inditex y el ámbito de la moda. Las preguntas en cuestión son las siguientes:

- Pregunta número 1 : ¿ Crees que todas las tallas de la empresa Inditex son reales y proporcionales a la anatomía de la mujer ? Sí o No
- Pregunta número 2 : ¿ Qué tienda se ajusta más a tu talla ? Respuesta abierta
- Pregunta número 3 : ¿ Crees que los colores nos afectan psicológicamente ? Sí o No
- Pregunta número 4 : ¿ Crees que hay un único y generalizado tallaje en toda la empresa de Inditex? Sí o No
- Pregunta número 5 : ¿ Consideras que las mujeres tienen diferentes tipos de cuerpos ? Sí o No
- Pregunta número 6 : Si la respuesta anterior has marcado sí ¿ Podrías nombrar los que sepas ?
- Pregunta número 7 : ¿ Crees que es bien que cada tienda tenga un tallaje diferente ? Sí o No
- Pregunta número 8 : ¿ Consideras que es mejor o peor que cada tienda tenga un tallaje diferente ?
- Pregunta número 9 : ¿ Qué talla para ti debe ser la mínima? ¿Y la máxima ?
- Pregunta número 10 : ¿ Crees que Inditex hacen las tallas pequeñas para ahorrar más ? Sí o No

Una vez hechas las preguntas, las envíe a través de la aplicación abierta de Drive donde la gente podía contestarlas de forma voluntaria. En total contestaron unas 40 o 45 personas. Para continuar pondré de ejemplo 10 de las personas encuestadas.

10.1. Grafico de la encuesta

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, he hecho un gráfico de la preguntas anteriores para poder compararlos. El resultado del gráfico es el siguiente:



Lo representado es un gráfico de barras, contiene una leyenda con dos informaciones. Estas dos informaciones son la respuesta “Si y en el caso de la pregunta ocho es “Mejor” y la otra información que obtenemos es la respuesta “No” y en el caso de la pregunta ocho es “Peor”. Es una encuesta formada por diez preguntas, salvo tres que son de forma abierta o con posibilidad de más de una respuesta.

Se puede contemplar que la pregunta en la que coincide más gente es la primera respuesta. Esta primera respuesta gana el No gracias a eso podemos concluir que la mayoría de las personas saben y son conscientes que la empresa de Inditex no se ajusta a las tallas reales y proporcionales de las mujeres. Este es un punto muy importante a tener en cuenta, ya que ilustra que las tallas de las grandes empresas de ropa que hemos analizado no se asemejan a la mayoría de cuerpos en la realidad.

Por otro lado, en la segunda pregunta – aunque no se haya hecho un gráfico porque es una respuesta abierta – las mujeres prefieren las marcas que están fuera de Inditex, como sería por ejemplo H&M y Mango. ¿El motivo? La mayoría de respuestas van en la misma dirección: afirman que la variedad de tallas es más extensa y, por lo tanto, disponen de más variedad para escoger qué talla se ajusta más a sus cuerpos.

En tercer lugar se ve de forma mayoritaria que la gente opina que los colores afectan psicológicamente a las personas, gracias a eso podemos verificar el apartado estudiado anteriormente titulado “Interpretación de los colores de nuestro armario”. En la pregunta número cinco se puede observar el conocimiento sobre los diferentes tipos de cuerpos que se clasifican cada mujer, por ello la pregunta número seis que no está en el gráfico se pregunta cuáles de estos tipos saben. Los tipos de cuerpos más conocidos son: el redondo, rectangular y cuerpo pera. Y la última pregunta que considero que es también importante es la pregunta número diez. Esta pregunta cuestiona si la empresa Inditex hace las tallas más pequeñas para ahorrar más en telas. Esta respuesta ha sido la que ha causado más problemática ya que nunca se lo habían planteado de esa forma. No obstante, al final respondieron que sí que lo creen.

En conclusión, gracias a esta encuesta hemos podido verificar y saber la opinión de algunas personas sobre los temas planteados en este trabajo. La gente es consciente del problema en el mundo de las tallas porque conoce bastante bien los factores que intervienen en cada prenda o talla, pero los ignoran quitándole la importancia que tiene realmente este tema. No algo que se planteen como un problema trascendental, sino que lo perciben como algo a lo que ya están acostumbrados. Algo que no se puede cambiar.

11. Conclusiones

Todos nos hemos preguntado alguna vez, ¿Qué puedo ponerme? ¿Qué prenda me quedaría bien? A todos – a algunos más a otros menos- nos preocupa cómo nos ven los demás. Y no solo eso, sino también cómo nos vemos a nosotros mismos, que es incluso más importante. Gracias a este trabajo hemos podido comprobar que hay diferentes tallas y distintas formas de entallar la ropa según la tienda que donde se compre, aunque sean de la misma cadena empresarial. Pero no existe un modelo que pueda representar a todos los cuerpos de las mujeres. Todas somos distintos, y existen muchos factores que dificultan la producción de un tallaje real. Aún así hemos podido comprobar que nuestra tesis era acertada ya que no tiene una relación proporcional con los cuerpos femeninos, estas dificultades son las que se ha estudiado en el trabajo como los tipos de cuerpos, con una explicación de los cinco tipos de cuerpo y todo seguido un análisis de las prendas en la parte superior del cuerpo e inferior que quedan bien o no según tu tipo de cuerpo, a continuación he realizado un estudio cromático de como nos sientan los colores que predominan en nuestro armario y sus efectos ópticos, y la manipulación del producto, explicado en la ejemplificación de tres mujeres que a través de las redes sociales crearon una disputa con las marcas y una comparación de tallajes entre las empresas de Inditex y otras marcas. Como he mencionado anteriormente , todo esto hace que dificulte y cree conflicto a causa de que las tallas no sean proporcionadas al todo el público y por eso la teoría y la realidad sobre las prendas y sus tallas no coinciden. Pero aún así sabemos que cada tienda tiene un público específico, con la ayuda de Cristina, la diseñadora de patrones de la empresa de Zara, y la comparación de las propias guías de tallas que ofrecen sus páginas web, que a simple vista parece que son lógicas pero si se presta más intención se ven muy marcados por sus objetivos con las tallas que ofrecen a la venta, gracias a esto podemos afirmar que cada talla y marca va dirigido para a un único público.

Para poder verificar toda esta información de propia mano he realizado cinco vestidos para cinco tipos de cuerpos, con el objetivo de comprobar si realmente con un mismo patrón y una misma talla puede quedar bien a las cinco modelos. Como era de esperar la misma talla no queda bien a todas las modelos, el caso es que el problema no son las tallas sino que los diseños no tienen nada en cuenta el cuerpo femenino, por tanto los tallajes lo hacen de una forma generalizada. Por lo tanto, una vez más se ha cumplido la tesis que esperábamos.

Quizás lo que se debería hacer es empezar a abrir un camino entre aquello que nos venden las grandes multinacionales y lo que nosotras sabemos que es mentira. Lo que he podido comprobar en este trabajo es la ignorancia de la gente delante del problema de las tallas, porque la gente sabe que hay un problema pero no quieren una solución únicamente una comodidad.

En conclusión, he podido demostrar todas las tesis que he planteado en este trabajo. Especialmente en el tema de las tallas. Que en resumen son hechas de una forma general para todos los públicos, sin tener en cuenta cómo son las personas, únicamente tienen en cuenta el modelo que quieren crear a través de su ropa. Como he dicho anteriormente la gente tiene conciencia de esto pero no le dan importancia, por tanto el problema seguirá estando porque a las multinacionales les sale más rentable crear un único prototipo de mujer.

12. Webgrafía

- 1- <https://www.pinterest.com/pin/529806343642480495/>

Última actualización: 23 de julio 2014

Autor: Armando Skarlett (skarlett.es)

Pertenece a: Triángulo invertido

- 2- <https://ru.pinterest.com/pin/405535141428690603/>

Última actualización: 23 de julio 2014

Autor: Armando Skarlett (skarlett.es)

Pertenece a: Triángulo, rectángulo

- 3- <http://www.abc.es/estilo/moda/20141205/abci-tallas-numeros-zapatos-201412050806.html>

Última actualización: 5 diciembre del 2014

Autor: abc.es

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

- 4- <http://moda-maniere-stile.blogspot.com.es/2014/02/guia-de-tallas-pull-bershka-mujeres.html>

Última actualización: 28 de febrero de 2014

Autor: Beshka

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

- 5- <http://www.blogdisea.com/colores-emplean-lutos.html>

Última actualización: 1 de septiembre 2010

Autor: Blogdisea

Pertenece a: Uso del blanco en el luto

- 6- <https://modarapida.wordpress.com/estrategia/ambito-competitivo/>

Última actualización: -

Autor: caso estrategia empresarial: Inditex

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

- 7- <http://es.feelforfit.com/fisiologia/formas-del-cuerpo-femenino>

Última actualización: 24 de enero

Autor: Dino Donati

Pertenece a: Estructura corpórea

- 8- http://www.divinity.es/revista/moda/vestido-elegir-siluepa_0_1920450080.html

Última actualización: 7 de febrero 2015

Autor: drevista

Pertenece a: Estructura corpórea

- 9- <http://www.20minutos.es/noticia/540937/0/karl/lagerfeld/curvas/>

Última actualización: 12 septiembre del 2009

Autor: revista 20 minutos

Pertenece a: Estructura corpórea, diseño de moda.

- 10- <http://www.escuelaweb.com.mx/amazon2.htm>

Última actualización: -

Autor: escuela web.com

Pertenece a: Los colores

11-<https://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-color-blanco.htm>

Última actualización: -

Autor: euroresidentes

Pertenece a: el significado del color blanco

12-<https://genial.guru/inspiracion-mujer/como-resaltar-las-ventajas-y-ocultar-las-desventajas-de-tu-figura-eligiendo-la-ropa-adecuada-220660/>

Última actualización: -

Autor: Genial.guru

Pertenece a: Estructura corpórea

13-http://www2.hm.com/es_es/service-clients/sizeguide/ladies.html

Última actualización: 2016

Autor: H&M

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

14-<http://culturacolectiva.com/lo-que-el-color-de-tu-ropa-favorita-dice-de-tu-personalidad/>

Última actualización: 16 de octubre de 2015

Autor: Julieta Sanguino

Pertenece a: Colores

15-<http://www.mango.com/guiaTallas/index.php?pais=001&idioma=ES&generoActivo=M&generos=M T S I H A O V&familia=2>

Última actualización: 2016

Autor: Mango

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

16-<http://www.marcelplanellas.com/iniciativa-emprededora/el-corazon-de-mango/>

Última actualización: 29 de enero 2011

Autor: Mango

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

17-<https://genial.guru/inspiracion-psicologia/que-dice-de-ti-tu-color-de-ropa-favorito-55755/>

Última actualización: -

Autor: Max Luscher

Pertenece a: Colores relacionado con la personalidad.

18-<http://mejorconsalud.com/conoce-como-los-colores-afectan-al-estado-de-animo/>

Última actualización: -

Autor: mejor con salud

Pertenece a: Colores

19-<http://www.pullandbear.com/webapp/wcs/stores/servlet/ProductGuideSizeAjaxView?storeId=24009400&pricePrecedence=1&langId=-5&idTypeSize=1&catalogId=20109401>

Última actualización: 2016

Autor: Pull and Bear

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

20-<http://pijamasurf.com/2011/12/%C2%BFque-colores-prefiere-la-locura/>

Última actualización: 12 agosto del 2011

Autor: Siegfried E. Katz

Pertenece a: Estudio de colores favoritos de las personas que parecían un trastorno psicológico.

21- <http://soymoda.net/consejos-de-que-prendas-usar-segun-la-forma-del-nuestro-cuerpo/>

Última actualización: 18 de febrero 2015

Autor: Susan

Pertenece a: Estructura corpórea: Triángulo , el triángulo invertido y el reloj de arena

22- <http://cual-es-el.com/color-purpura-y-violeta/>

Última actualización: -

Autor: Susana

Pertenece a: Púrpura o violeta

23- <http://www.galeon.com/lagrafologia/articulos/psicologiadelcolor.htm>

Última actualización: -

Autor: Teoría del Dr. Max Luscher

Pertenece a: Psicología del color

24- <http://es.wikihow.com/vestir-seg%C3%BAAn-tu-tipo-de-cuerpo>

Última actualización: -

Autor: Wikihow

Pertenece a: Estructura corpórea

25- <http://www.zara.com/es/es/product/3712574/size-guide>

Última actualización: 2016

Autor: Zara

Pertenece a: las tallas femeninas de distintas conocidas marcas

26-<https://casademoda.cl/vestidos-para-diferentes-tipos-de-cuerpos/>

Última actualización: 24 de julio 2014

Autor: -

Pertenece a: Estructura corpórea

27-<http://www.maquillajepius.com/2010/07/asesoria-de-imagen-que-tipo-de-cuerpo-tengo.html>

Última actualización: 22 de febrero 2013

Autor: -

Pertenece a: Estructura corpórea

28-<https://www.pinterest.com/emmayadira9/diseño-de-imagen/>

Última actualización: -

Autor: -

Pertenece a: Estructura corpórea, diseño de moda.

29-<http://www.hacerfamilia.com/mujer/noticia-colores-ropa-dicen-ti-20140311143404.html>

Última actualización: -

Autor: -

Pertenece a: Los Colores

30-<https://www.pinterest.com/emmayadira9/diseño-de-imagen/>

Última actualización: -

Autor: -

Pertenece a: Estructura corpórea, diseño de moda.

31-http://www.europafm.com/noticias/viral/foto-chica-probandose-pantalones-que-indignado-red_201606175763fd566584a824cb663e2f.html

Última actualización: 17/06/2016

Autor: -

Pertenece a: reivindicaciones por las tallas

32-<http://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20161221/412780278483/chica-denuncia-falsa-politica-tallas-pantalones.html>

Última actualización: 21/12/2016

Autor: -

Pertenece a: reivindicaciones por las tallas

13. Bibliografía

1. Jenkyn Jones, Sue (2013). Tipos de cuerpos. *Diseño de moda*. Londres. Blume.
2. Heller, Eva (2004). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Berlín. Gustavo Gili.

14. Anexos

14.1 Entrevista

He tenido la oportunidad de quedar con la señora Cristina García, diseñadora de los patrones en Zara. Le hice una entrevista que duro una hora y esta grabada en audio, donde me ha resuelto varias cuestiones. A ella también le hice algunas de las algunas de las cuestiones de la encuesta hecha anteriormente, pero sus respuestas han sido mucho más profundas. Algunas de las preguntas que le hice fueron las siguiente:

- Pregunta número 1 : ¿ Crees que todas las tallas de la empresa Inditex son reales y proporcionales a la anatomía de la mujer ?
- Pregunta número 2 ¿ Crees que los colores nos afectan psicológicamente?
- Pregunta número 3 : ¿ Crees que hay un único y generalizado tallaje en toda la empresa de Inditex?
- Pregunta número 4 : ¿ Crees que Inditex hacen las tallas pequeñas para ahorrar más ? Sí o No
- Pregunta número 5 : ¿ Cual es la talla exacta que trabajan las tiendas de Inditex?
- Pregunta número 6 : ¿ Los tallajes ofrecidos a la venta son tallajes reales o van marcados a un prototipo de persona?
- Pregunta número 7 : ¿ Podrías afirmar que entre las empresas de la misma cadena de ropa tienen diferentes patrones de tallajes?
- Pregunta número 8 : ¿ Es posible hacer una talla proporcional a todos los cuerpos?
- Pregunta número 9 : ¿ Los diseñadores a la hora de crear la prenda se fijan en todos las tallas que se hará la prenda o solo está pensado en la talla que considera correcta?
- Pregunta número 10 : ¿ Porque estas empresas en la guía de tallas de página web no dicen la verdad de la talla?

Las primeras preguntas fueron de la encuesta, con la primera pregunta me pudo afirmar aquello que las empresas me habían denegado saber. Esto es que claramente las tallas de la empresa Inditex y en general no son reales ni proporcionales a un cuerpo de una mujer. Esto es porque cada diseñador diseña para un prototipo de persona, no para todo el mundo, únicamente se centra en la visión que tiene de su prenda encima del prototipo “perfecto” de modelo. Así contestando a la novena y a la sexta pregunta, es decir que los diseñadores proyectan una imagen con su prenda y no quieren que esta de modifique. Esta modificación la llamo “los extras” de la producción de la prenda. Podemos concluir que si fuera porque están obligados a haber una diversidad de tallas harían únicamente aquella que proyectaran. La respuesta de la segunda pregunta fue la siguiente, ella al trabajar con las telas considera colores no afectan psicológicamente sino que reflejan los estados de ánimo de las personas y los colores nos visten a nosotros porque tenemos la tendencia a coger la ropa del color de como nos sentimos en ese momento. Una vez aclarado el tema anterior le pregunte por la pregunta número cuatro y su respuesta fue que no que el verdadero motivo por el cual realizaban el tallaje pequeño era por motivo de la imagen que tiene el diseñador de la prenda. La pregunta siguiente no me pudo explicar exactamente la respuesta pero si por encima porque la respuesta es confidencial pero me confeso lo siguiente: las empresas Bershka y Stradivarius están centradas a una única talla de mujer. En el caso de Bershka tiene un único tallaje centrado en la talla S o 32/34 lo demás se considera extras y en cambio Stradivarius se centra más en la talla M que equivale a una 40 de mujer. Afirmino que cada tienda de la empresa Inditex son muy diferentes a la hora de trabajar con los patrones, puse de ejemplo Zara donde realmente es para quiénes ella trabaja que ellos se ceñían más en las tallas en proporción a la edad, gracias esta información se puede verificar la tesis formada en el apartado de las tallas, cada marca de ropa va dirigida a un público específico según su edad. La respuesta a la pregunta número ocho me dijo que es imposible crear una talla proporcional para todos los cuerpos el motivo es porque primeramente cada persona tiene un tipo de cuerpo y el segundo motivo y el que tiene más peso que el diseñador exige su diseño en real por tanto deben cumplir con las ordenes del

diseño creado. Y la última pregunta me contesto que prefieren dar la mínima información posible sobre sus prendas porque serían muy cuestionados y prefieren la discreción. Así no tiene la obligación de dar sus reales tallas y de este modo venden la imagen del canon social que pretenden crear a través de sus diseños.

En conclusión, las tallas son creadas por los diseñadores para un prototipo de persona específico y con un canon social muy marcado. Además también podemos concluir que cada empresa se ciñe a una edad específica. Gracias a esta entrevista se ha podido ampliar y verificar la información buscada anteriormente sobre la comparación de las tallas ofrecidas a la venta, las cuales habían sido buscadas únicamente por internet a causa de que las empresas no dan ningún tipo de información ya que son confidenciales. Y por último la información más destacable de esta entrevista ha sido respuesta a que no se puede crear una talla proporcional a la anatomía de la mujer porque hay muchos factores que impiden la generalización de las prendas y por tanto no es rentable para las empresas.

14.2 Vocabulario

<p>tirantes angostos:</p>		
<p>cintura basque:</p>		
<p>pantalones capri :</p>		
<p>falda circular :</p>		
<p>falda trapecio:</p>		

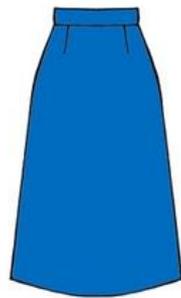
pantalón de mezclilla stretch:



zapatos de punta aguda :



Falda línea A:



abrigo con forma trapecio:



<p>Tipos de silueta :</p>	
<p>escote asimétricos:</p>	
<p>falda tabla:</p>	
<p>escote U:</p>	
<p>falda evasé:</p>	

Drapeado:



corte diagonal :

