



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Personas Rechazadas por la Moda: Mujeres Talla Plus**

**Diana Tamara Molina Reyes**

**María Soledad Romero, B.F.A, Director de Tesis**

Trabajo de Titulación de grado presentado como requisito  
para la obtención del título de Licenciada en Artes Contemporáneas  
con mención en Diseño de Modas

Quito, diciembre 2014

**Universidad San Francisco de Quito**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITLACIÓN**

**Personas Rechazadas por la Moda: Mujeres Tallas Plus**

Diana Tamara Molina Reyes

María Soledad Romero, B.F.A,  
Directora de Trabajo de Titulación

---

Paola Rodas, M.S.C  
Miembro del Comité de Trabajo de Titulación

---

Carlos Echeverría, Ph.D.  
Miembro del Comité de Trabajo de Titulación

---

María Soledad Romero, B.F.A  
Directora del Programa

---

Hugo Burgos, Ph.D.  
Decano del Colegio de  
Comunicación y Artes  
Contemporáneas

---

**Quito, diciembre 2014**

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: Diana Tamara Molina Reyes

C. I.: 1718457151

Lugar: Quito

Fecha: diciembre de 2014

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a todas las mujeres jóvenes que se han sentido, se sienten, se sentirán o son rechazadas por la moda directa o indirectamente, para aquellas que han querido sentirse o verse de determinada manera y la sociedad de la moda y el consumo no se los permite.

A mi hermana que ha luchado conmigo esta batalla en contra de los cánones establecidos y a favor de aceptarnos y amarnos como somos cada día intentando siempre mejorar por nosotros, pero no cambiar por la sociedad.

Por último dedico este trabajo a quienes en lucha constante consigo mismas por verse de determinada manera han perdido la batalla y han caído en enfermedades y trastornos alimenticios, al igual que a quienes batallan con el sobrepeso día a día y buscan verse y sentirse mejor consigo mismas.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todos quienes colaboraron con información y abrieron sus corazones para que este proyecto fuera llevado a cabo, familia y amigos siempre dispuestos a colaborar con la investigación y con la presentación práctica del proyecto.

A mi profesora Jackie Carvajal que además de abrir su corazón con sus anécdotas para la investigación, me comparte siempre sus conocimientos técnicos.

A mis padres porque sin ellos no habrían sido posibles mis estudios, su apoyo incondicional hace posible que yo me desarrolle personal y profesionalmente cada día. A ellos les debo todo lo que soy.

A Marisol Romero, por siempre apoyarme en mi carrera, creer en mis capacidades y alentarme constantemente a seguir adelante.

A Paola Rodas, en su clase inició este proyecto, creyó en mí y alentó mis ideas.

A Sara Molina, más que compañera de clase, compañera de vida y amiga incondicional. Gracias por creer en mí y alentarme cada día.

## RESUMEN

Este trabajo de titulación es un estudio sobre las mujeres de talla grande que son rechazadas por los estándares de la moda, explora cómo se sienten y cómo influencia en su vida el no tener acceso a la moda o en general a indumentaria de su talla en nuestro país. Además, propone una solución con fundamentos teóricos sobre la técnica de patronaje y confección de prendas, más allá del costo o estándares establecidos por ciertas industrias, y pretende demostrar que la indumentaria realizada para tallas estándar puede ser también elaborada para tallas grandes sin necesidad de sacrificar la calidad o el diseño de la prenda.

Mediante una exhibición con una colección de las mismas prendas utilizadas por mujeres talla estándar y talla plus.

## **ABSTRACT**

This senior project is a study on plus size women that are rejected by the standards of fashion, how they feel and how this is an influence on their lives as not having access to fashion or generally dress in their size. It also proposes a solution with theoretical foundations of the art of pattern making and garment making, beyond the cost or standards established by certain industries, and aims to demonstrate that clothes made for standard sizes can also be made for plus sizes without sacrificing quality or design of the garment. This is made by an exhibition with a collection worn by standard size and plus size women.

## INDICE

<b>Resumen</b> .....	7
<b>Abstract</b> .....	8
<b>INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA</b> .....	10
Antecedentes .....	10
El problema.....	10
Hipótesis .....	10
Preguntas de investigación.....	10
<b>MARCO TEORICO (Revisión de literatura en relación al tema)</b> .....	12
Géneros de literatura incluidos en la revisión.....	12
Pasos en el proceso de revisión de la literatura.....	12
Citas Literarias .....	12
<b>INVESTIGACION</b> .....	15
Antecedentes e identificación del problema .....	15
Entrevistas a sujetos de investigación femeninos .....	18
Entrevista a diseñadora y su punto de vista .....	23
<b>SOLUCION</b> .....	24
Propuesta de solución a la problemática.....	24
Investigación de métodos para la solución y referencias.....	25
Práctica de la Solución.....	28
<b>CONCLUSIONES</b> .....	30
Respuestas de la investigación.....	30
Autoconclusión del estudio.....	30
Recomendaciones generales .....	30
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	32
<b>ANEXOS</b> .....	33
Conceptualización de la colección.....	33
Atmósferas de Inspiración y Tendencia.....	34
Paleta de Color.....	35
Dibujos Planos .....	36
Ilustraciones .....	40
Fotografías .....	45

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo de titulación de carácter investigativo y práctico, se ha realizado mediante entrevistas y consultas de bibliografía en cuanto al tema de los estándares de morfologías corporales femeninas dentro de la moda y cómo estas afectan psicológica y emocionalmente a mujeres que padecen obesidad o sobrepeso y que por ende no encajan en los estándares establecidos por la sociedad para la moda, belleza o estética teniendo como grupo objetivo mujeres jóvenes de entre 17 y 28 años de clase social media. Como consecuencia no son participes de actividades como la moda o compra de indumentaria por cuanto el mercado de Quito, ciudad donde se llevó a cabo el sondeo, no ofrece el producto para este público en específico, haciéndolas sentir relegadas. Sin embargo, existen tiendas o marcas que pretenden satisfacer superficialmente esta necesidad, haciendo del término “PLUS<sup>1</sup>” una sección de la cual las marcas o tiendas de ropa han optado por utilizar para referirse a las tallas grandes que excedan la XL o 14. Lamentablemente dentro de estas secciones o tiendas especializadas no se da la importancia al diseño o calidad, al igual que las prendas “normales” de la S o 6 a la L o 12, por el contrario las prendas en estas secciones son de deficiente calidad y en su mayoría mal diseñadas o feas por utilizar un adjetivo, hacen que las personas se sientan aún más enojadas, mas decepcionadas y mal consigo mismas.

Por lo tanto, el objetivo primordial de esta investigación es entender y dar a conocer a quienes lean este trabajo, y utópicamente a la población ecuatoriana en general, las experiencias vividas por estas personas, cómo sobrellevan la situación de sentirse rechazadas, cómo lo afrontan y lo solucionan en su diario vivir. Conocer, además, el sentir de estas mujeres, que pueden tener poder adquisitivo, pero esta condición afecta su cotidianidad, y la sociedad de la moda no contribuye al bienestar de este tipo de cliente al contrario, lo segrega, margina, discrimina y hasta ridiculiza haciendo limitado y casi imposible el acceso del mismo a la ropa en general y más específicamente a la moda, que no piensa del todo en este tipo de cliente. Sin embargo, las pocas tiendas que intentan incluir a este tipo de clientas, las segregan mayormente a secciones donde hipotéticamente podrían encontrar ropa de su talla pero que incomodan y hasta hiere la susceptibilidad de las mismas.

---

<sup>1</sup> PLUS: término utilizado por muchas tiendas y marcas de ropa para referirse a tallas grandes desde las XL o desde la 14 en adelante

Como postulado de solución a esta situación después del estudio de campo en donde describí claramente una problemática, no solo de vulnerabilidad social o segregación, sino también de mercadeo en donde la oferta de ropa de talla grande para mujeres jóvenes, que además tenga diseño y de la calidad adecuada, es escasa y hasta inexistente. En este proyecto se plantea la creación de una colección para tallas grandes en comparación a la misma en tallas estándar o “normales”, con el objetivo de demostrar que la ropa que se crea para un mercado homogéneo y estándar puede crearse para tallas grandes también, sin necesidad de ver afectada la calidad o el diseño de las prendas. Asimismo se tomó en cuenta las modificaciones técnicas para la realización de las mismas en orden de proporcionar calidad y confortabilidad a las tallas grandes, es decir, que los patrones pueden ser sujetos a modificaciones según la morfología de la persona, pero recalando que el diseño y calidad serán iguales sin desmerecer ninguna talla.

Una justificación estadística para la realización de este proyecto es que en el Ecuador existen 4'876.076 de personas en edad adulta que padecen de obesidad, este dato según el Ministerio de salud Pública en (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2013); sin tomar en cuenta a los que padecen solo sobrepeso y no están incluidos por no llegar a ser una enfermedad crónica. Estamos diciendo que alrededor del 40% de la población adulta del país tiene esta enfermedad. Hombres y mujeres que tienen que vestirse y desean verse atractivos, mientras puedan solucionar su condición médica.

La principal motivación por la cual me incliné a la realización de este trabajo como proyecto de titulación, es porque me siento muy identificada ya que formo parte de este grupo objetivo y he vivido en carne propia la difícil tarea de vestir mi cuerpo en este país y en esta sociedad tan prejuiciosa con la apariencia; soportando rechazo y segregación desde muy temprana edad. Sin embargo, esto no ha detenido mi vida y estoy a punto de terminar mi carrera en diseño de modas, carrera la cual quería estudiar desde muy pequeña, y con estas herramientas podré dar servicio a las personas que padezcan estas condiciones sin segregarnos ni rechazarlas.

Esta investigación también envuelve a un círculo cercano de amigos y familiares que padecen esta enfermedad con quienes compartimos experiencias similares y por quienes expreso su inconformidad; además crear prendas para todos aquellos que gustan de la ropa, del diseño y de calidad pero que se ven inatendidos por las diferentes tiendas de nuestra ciudad. Cabe recalcar que si bien quiero expresar la inconformidad, el rechazo y la

segregación de este grupo de personas en el cual me incluyo, y en un futuro poder servirles como clientas amable y amistosamente, este trabajo no pretende hacer apología de la sobrepeso u obesidad. Estas son enfermedades graves que pueden producirse por muchas circunstancias controlables o incontrolables por cada persona con las cuales tenemos que vivir y tratar sobre todo por salud, más allá de la estética. Aun así, estas personas necesitan vestir un cuerpo con el cual tal vez no están conformes pero que no por eso lo vamos a desmerecer y obligar a vestir inadecuadamente.

## MARCO TEÓRICO

Es importante para cualquier trabajo investigativo conocer qué dicen los autores acerca del tema que se plantea para así, con conocimiento fundamentado, poder exponer el problema de la investigación y ratificar o descartar posibles teorías o sensaciones en cuanto al trabajo. Esta revisión teórica me servirá para poder ratificar que los estándares de estética en la sociedad están establecidos culturalmente y que existe un problema de aceptación social que afectan generalmente a la población, específicamente femenina.

Investigaciones más recientes sobre la belleza, nos hablan de ésta como una construcción cultural donde el cuerpo es; un sitio de control social directo sujeto a regímenes de belleza y delgadez (Moscoso2010.pg46).

La sociedad es la que construye los cánones perfectos de belleza, estética o moda según el contexto histórico y cultural. El control masivo de la sociedad de consumo y la estandarización de una estética restrictiva, donde la delgadez, a veces extrema, es símbolo de perfección y meta a ser alcanzado por todas las mujeres; se vuelve un problema de discriminación y exclusión. En los últimos tiempos este tipo de cuerpo ideal, ha acarreado muchos otros desórdenes alimenticios, además del planteado por la investigación, como anorexia, bulimia, etc.

Ese cuerpo soporte ha debido adaptarse a las estrategias de cultura de masas. Desterrada de su propia topología, tuvo que aplanarse, homogeneizarse, adelgazar hasta asexuarse porque su única función era conformar, con el vestido masivo, la imagen exigida por la sociedad. (Sualquin.S.2010.pag 168).

El cuerpo de la mujer, para los grandes mercaderes que solo producen en masa, se vuelve un objeto para satisfacer una economía de consumo salvaje. Ese cuerpo se volvió simplemente un objeto de estantería, un maniquí más para usar una prenda más de las miles de millones hechas en masa para una masa de cuerpos; estos cuerpos se homogenizaron hasta no distinguirse, para complacer a esta sociedad que manipula la forma femeninas y masculina para que todos seamos un solo paquete de cuerpos y nada más.

La publicidad maneja determinados estereotipos que la sociedad suele aceptar de “cómo” debe ser una mujer o un hombre para lograr el triunfo social o afectivo en una sociedad. (Díaz. Muñiz y Cacerez.2009).

Sucede que mediante los medios de comunicación y la publicidad, nos transmiten ese pensamiento de estética perfecta, de cánones y estereotipos que todos debemos seguir, parecernos, o por lo menos, intentar acercarnos, de otro modo no encajaremos en el juego de la belleza superficial, y no tendremos el éxito que esta misma publicidad nos propone; un éxito efímero y vano enfocado únicamente en la apariencia física establecida y repetida en el patrón masivo del que hablamos anteriormente que vende una idea falsa de felicidad. Muchas personas se toman tan en serio este éxito discursivo que se encargan de limitar y segregar a los que no, a los que pensamos diferente y procuramos otros alcances en nuestras vidas. Por esto durante nuestra vida en alguna ocasión seremos rechazados profesionalmente o sentimentalmente solo por no cumplir con el molde establecido como correcto.

En el seno de nuestra sociedad, la inquietud por la apariencia obliga a transigir con la moda o, dicho de otra manera con las elecciones colectivas en favor de ciertas tendencias. (Erner.G.2005.pag 183).

Queda claro entonces, cómo lo hemos mencionado antes que esta idea vendida e instaurada queda en el subconsciente masivo y toda la sociedad e industria

se mueve por la apariencia física y por llegar a ser el modelo perfecto de estética y belleza. Las grandes corporaciones se aprovechan y elaboran ropa masiva con tendencias rígidas y repetitivas a través del tiempo. Esto es así por el simple hecho del comercio, necesitan que todas las personas encajen en una tendencia exacta y un molde estándar para cumplir con un único objetivo que es vender. Continuará el juego repetitivo de tendencias, parámetros y diseños masivos, aunque no estemos de acuerdo, lo seguiremos por tratar de encajar en esta tan cruel sociedad.

La Moda se materializa en la vida cotidiana...la literatura se enfoca en el cuerpo textual o discursivo y no en el cuerpo vivo y experimental. (Entwistle. J.2002.pag 17).

Para problema de muchos y ventaja de otros vestarnos es una actividad cotidiana, casi espontánea y natural. Una actividad que llevamos a cabo ya sin darnos cuenta y aun así, la vestimenta nos define como personas, por lo que no debería ser una actividad desmerecida y el motivo de vestirse no debería ser de rechazo, segregación y dolor. Nos hemos olvidado de nuestro cuerpo, el real, el que tenemos, no el que tuvimos o el que tendremos y buscamos vestir una irrealidad. Estamos muy absortos en lo que la sociedad de mercado nos dice y ofrece el momento de vestarnos y nos olvidamos del yo real, de lo que “yo quiero”; formando ideas erróneas de nosotros mismas y volviendo a ser parte del rechazo, pero esta vez auto infligido y aún más doloroso.

En un intento de entender por qué hay escasez de ropa de talla grande encontramos un artículo “The Problem with Plus Size” del blog en inglés y revista en línea “Refeniery 29”, el cual explica según la entrevista a la diseñadora Trudy Hanson, quien ha trabajado en varias marcas de ropa tanto estándar con grande y la cual empieza su propia línea para tallas grandes, el porqué de que la ropa de talla grande no sea confeccionada.

People don't believe that there's a good reason for plus-size garments being big. A lot of them think — and, in fairness, half the time this is true — that there's a fat tax.

(Hanson.refeniery29)

Hanson, se refiere a que en realidad uno de los problemas de tallas grandes son los costos, a su parecer: “Es como si hubiera un impuesto sobre la grasa”. La ropa de talla grande cuesta más, pero ¿por qué? La explicación que tiene Hanson al respecto es que, en el proceso del diseño en papel, para un figurín de moda es realmente fácil, no es nada más que un conjunto de líneas o rectángulos en un papel plano, el problema será cuando este diseño plano tenga que transformarse en una prenda de vestir, para un cuerpo de tres dimensiones. Aún más difícil será elaborar la prenda para una talla grande, lo que normalmente se hace es agrandar el patrón o diseño estándar, esto genera incomodidad y deformación de la prenda en ciertas partes del cuerpo. El costo de la elaboración de una talla grande será mayor, ya que se debe tomar en cuenta varios factores, como; patrones acordes a las morfologías corporales, costuras y ajustes específicos, más tela y por lo tanto cada pieza cuesta más producir.

Siendo que la elaboración de tallas grandes requiere un esfuerzo extra, los empresarios lo ven más como una complicación, porque elaborar tallas grandes cuesta más,

esto sube costo al público y se vuelve difícil vender. En cierta forma, es un mundo de segregación, Hanson en esta entrevista indica que la solución sería equiparar costos y dividirlo para todas las tallas que la marca produzca de esta manera una talla estándar y una grande costaría lo mismo, sin segregación y sin pérdidas para nadie.

## INVESTIGACIÓN

### Antecedentes

La información obtenida para esta investigación fue mediante entrevistas realizadas a sujetos femeninos, de diferentes edades y parecida condición social, todos viven en el sector norte de la ciudad de Quito y tienen relación de amistad y familiaridad entre ellos y conmigo, los principales relatos de vida de los sujetos de investigación forman parte importante de la misma. Las visitas al campo, como centros comerciales, fueron importantes para darme cuenta de la situación vivida por los sujetos.

Esta es una investigación netamente cualitativa ya que se enfoca en las percepciones de cada sujeto, no existe una verdad total, todas son las apreciaciones y realidades de cada individuo. “La investigación cualitativa se basa, ante todo, en el proceso mismo de recolección y análisis. Recordemos que es interpretativa, ya que el investigador hace su propia descripción y valorización de los datos” (Sampieri, 2006: 527). Y es así que en la recolección de la información, según cada sujeto, fue guiándome al punto donde esta investigación pretende llegar que es entender y dar a conocer cómo afecta el rechazo y la segregación de la moda a las personas con sobrepeso u obesidad, mediante sus propias experiencias.

El campo en el que se desarrolla el problema de investigación son las tiendas de ropa, boutiques, y show rooms<sup>2</sup>, dentro o fuera de un centro comercial, en la ciudad de Quito. Al verme afectada personalmente por esta enfermedad del sobrepeso, estoy muy consciente y he vivido en carne propia las terribles experiencias de hacer compras de ropa, y no solo para mí sino para mi hermana, la cual también padece de sobre peso y que es parte de esta

---

<sup>2</sup> Show Room: lugares en los cuales diseñadores o marcas exponen y venden su ropa sin ser necesariamente un lugar permanente o de su propiedad

investigación como uno de los sujetos de estudio. El campo ha sido observado toda mi vida sin saberlo, las experiencias vividas con respecto a comprar ropa son realmente terribles, incluso en las entrevistas realizadas se establecen quejas y malestar al recordar lo vivido al ir de compras.

Lo que para muchos es un hobby y la relajación, para mis sujetos y para mi es una tortura. En una ocasión volví a experimentar la situación de ingresar a boutiques, el día 30 de Octubre de 2013, tuve la posibilidad de volver a observar y vivir el campo. Mi primera entrevista la realicé en un Centro Comercial de norte de nuestra ciudad, en donde me encontré con mi primer sujeto, la cual además es mi prima, Andrea Montalvo, ella se retrasó y llegó con su hermana menor Daniela y realizamos la entrevista. Poco después llegó mi segundo sujeto de investigación la cual es mi hermana y se llama Gabriela y se convirtió en una reunión de primas. Después de la primera entrevista, decidimos dar una vuelta por el centro comercial, no necesariamente buscando ropa, pero sí mirando los escaparates y entrando a tiendas donde podrían tener algo interesante. Esto me sirvió para observar y sentir de nuevo la experiencia de buscar ropa.

Entramos en un establecimiento conocido y popular en la ciudad, una tienda de ropa en masa de marca nacional, noté que fue bueno el cambio de la imagen corporativa de la empresa, sin embargo la ropa sigue siendo de deficiente calidad. Andrea encontró una blusa talla L en la sección femenina, el problema es que no le quedaba tan bien, ajustaba su abdomen y no existió una talla más grande. Mi hermana ni siquiera quiso buscar. Obviamente veía algo que podría interesarle y no le quedaba a simple vista, decidiendo salir del establecimiento sin ni siquiera preguntar si existía otra talla porque después tantas experiencias vividas suponíamos que la respuesta sería “no”. Además, la atención es deficiente no existe un real interés por complacer al cliente.

Decidimos ir a una tienda en donde siempre encontramos ropa, ubicada en la planta alta del mismo centro comercial llamada “Must”. Mi hermana estaba fascinada viendo la ropa, ya que es original y tienen todas las tallas, mi prima no sabía de la existencia de la tienda pero quedó muy grata al encontrar cosas que le quedaban bien. La dueña del establecimiento es muy amistosa y está lista a ayudarte a encontrar lo que busques, no se rinde hasta que estés feliz con tu elección. Los precios son iguales a las demás tiendas, un poco altos en algunas cosas, pero mi hermana dice que vale la pena. La ropa está distribuida

sin secciones de tallas ni segregación, refiriéndome a otras tiendas donde existen tallas grandes o “plus”.

Al seguir deambulando por el centro comercial, Andrea entró a otra conocida tienda de nuestro país en donde solo miraba la ropa y las etiquetas, notamos que existían tallas XS pero no XL, además que sus precios en algunas cosas son demasiado elevados para la calidad. Mi hermana ni siquiera quería entrar, realmente para ella la experiencia de las compras es muy dolorosa. Entramos a un establecimiento de calzado de marca extranjera, habían muchos zapatos de interés común, el problema es que en las tallas grandes como las de mi hermana y prima no había tanta variedad. “Lo mismo de siempre, ¿porque no traen tallas grandes?, mierda”, dijo mi hermana y salió molesta.

Este centro comercial cuenta con varias tiendas de ropa, al pasar por una en donde sus escaparates llaman la atención por los vestidos de gala y los zapatos de tacón, mis primas y mi hermana en coro dicen “ Tamy, ya hazme ese vestido, yo quiero el de atrás, mira que hermoso, eso no me queda pero ni engrasándome (*risas*). Ay! Ta (*abreviación de Tamara*) ya gradúate y pongamos una tienda, ñaña quiero ese vestido para mi grado”, y así continuaron los comentarios.

Los centros comerciales son fríos e impersonales, me doy cuenta de que es una suerte encontrar una boutique donde te atiendan bien, amistosa y hasta cariñosamente, es lo que encontramos en “Must” y por eso volvemos. Nos sentimos apreciadas sin ser juzgadas, lo que lastimosamente no pasa en el resto de tiendas donde en la mayoría te juzgan, con una mirada te dicen todo y a la vez no te dicen nada. En tiendas donde es un crimen si quiera preguntar si existe otra talla, donde te sientes mal tan solo al entrar y que sabes que no volverás nunca más. Las boutiques pequeñas, que casi siempre que pertenecen mujeres emprendedoras suelen ser más amistosas y personificadas en su atención y también en sus artículos. Mis sujetos no viven o estudian o trabajan en este campo, tampoco pasan todos los días aquí, pero el día que “penosamente” deben comprar ropa este campo es el peor, es una tragedia desde la entrada hasta la factura, es sufrimiento para ellas, y sus familias, son traumas y autoestimas bajas debido a que son rechazadas por el campo, las tiendas, la moda.

## ENTREVISTAS A MUJERES

En esta sección de mi investigación me gustaría dar conocer la situación de tres jóvenes mujeres que se enfrentan día a día al prejuicio y discriminación de tener sobrepeso en nuestra sociedad. Comienzo con mi primer sujeto de estudio, mi prima Andrea Montalvo Molina de 24 años, Licenciada en publicidad, graduada en Septiembre de 2013. Su peso actual es 73kg, llegó a pesar 80 kg y su peso ideal medicamente hablando es 58kg. Andrea desde pequeña ha tenido sobrepeso, ha ido a varios médicos y se ha sometido a varios tratamientos para adelgazar. En su vida ha sido una constante bajar de peso. En un comienzo por la apariencia y la presión de la sociedad en la que vivimos, ahora ella siente que por salud debería bajar de peso. Ha sido una víctima de la sociedad, ya que al tener sobrepeso ha sido difícil vestirse, ha habido experiencias traumáticas y ha sido un reto sobrellevar esta situación.

Cuando yo era chiquita yo era súper gordita, no sé cuánto pesaba y no me importaba, era súper gordita pero no me importaba, porque era niña. Cuando comenzaron las críticas demasiado exageradas de las niñas, y sobre todo comienza la época de los novios, ahí comienzas a sentirte como que algo está mal, ya no te gusta como estás porque obviamente todas tus amigas comienzan a estar delgadas, y comienzan a tomar formita los cuerpos, están como todas unas señoritas y los novios, y tú (*te preguntas*) ¿y yo?. (Montalvo, entrevista, 2013)

Con esta idea de Andrea corroboramos la teoría de Díaz, Muñiz y Cáceres que se refiere al cómo debería ser un cuerpo para lograr el triunfo social y afectivo en la sociedad. Los medios y la sociedad nos incitan a este supuesto éxito y amedrentan a una mujer desde muy pequeña. En los siguientes comentarios, Andrea, expresa todo lo que ha pasado psicológicamente y también sentimentalmente desde adolescente y que además la hicieron sentir el malestar consigo misma; llegando al extremo de que su vida y su mundo giren en torno al peso, pero ya no por salud si no por estética y por moda, que no precisamente influye positivamente en el autoestima.

Aparte de todo el stress del peso, de cómo te ve la gente, ni siquiera tienes ropa...imagínate lo feo que es, yo en algún punto decía: *quiero bajar de peso para que me quede la ropa.* (Montalvo, entrevista, 2013)

Con respecto a las tallas “PLUS”, Andrea no solo opina, también sabe a ciencia cierta cómo se siente la segregación. Esta aparente complacencia de las tiendas para un tipo determinado de cliente es en realidad separación del mismo a un espacio donde la ropa no es igual, ni en diseño, ni en materia prima, ni en costo y esa realidad es peor que si no hubiera ninguna oferta de indumentaria en lo absoluto.

Les ponen unas etiquetas que te siguen lastimando, eres modelo, eres hermosa, punto ¿para qué le ponen el plus?! Osea yo creo que eso a la gente como sigues en esa sociedad que atacan, te sientes atacada por el PLUS... Tampoco te sientes bien yendo a la sección y que te vean en la sección esa porque ¡Ay está más gordita! osea, te sientes juzgada. (Montalvo, entrevista, 2013)

Estamos muy conscientes y nos desagrada pensar en que las industrias no cambiarán por lo pronto y como dice Entwitle “La moda se materializa en la vida cotidiana... la literatura se enfoca en el cuerpo textual o discursivo y no en el cuerpo vivo y experimental” (2002: 17). Es la moda con la que vivimos diariamente y Andrea afronta esta moda cotidiana que no necesariamente la complace.

Toda la vida he odiado salir de compras, o salir de la casa, y la razón era, ¡Ay, están gastando plata, siempre gastamos plata, laralara!, odiaba que la Sol, la Dani (*hermanas del sujeto*) se estén comprando ropa a cada rato y no sé qué. y más allá de eso ¿qué estaba?, el “yo no puedo comprarme”, “a mí no me queda”, “el odio entrar a las tiendas” y frustrarme probándome, y la que me gustó no me queda. La talla más grande con la ilusión de que te entre, no te entra. Ves una media ancha pero se ve fea. En ti no luce porque tienes que estar flaca para usar las blusas flojas, a ti la floja te queda apretado. Entonces ya no es el modelo que tenía que ser. Frustración total, acalorada y enojada y frustrada. (Montalvo, entrevista, 2013)

Sin embargo, Andrea ha ido a un curso de coaching, el cual la ayudado a ver la vida de manera diferente y a pesar de que padece sobrepeso y su realidad con respecto a la ropa y a la moda no ha cambiado, su semblante y optimismo cambian su vida y la entrevista se torna en experiencias pasadas y maneras de sobrellevar hoy en día las dificultades; lo que antes era demasiado importante hoy son tonterías que tienen solución y que además las ve como la oportunidad perfecta para ayudar a las demás personas en estas condiciones. O por lo menos esto es lo que ella dice. Su mirada refleja optimismo y esperanza pero siento que en el fondo todavía guarda ira, tristeza y frustración y por más que trate de cambiar sus pensamientos en el fondo lucha consigo misma para sentirse de una mejor manera y hacer a un lado a su propio pensamiento de discriminación propia el cual le indujo toda esta sociedad.

Mi segundo sujeto de investigación es mi hermana menor Gabriela Molina, tiene 17 años pero el 16 de enero cumple 18, tengo el permiso de nuestra mamá para hacerle la entrevista, es estudiante del tercero de bachillerato del colegio y padece sobrepeso y aún no sabemos si obesidad ni en qué grado. Ha sido rechazada por la moda en los últimos años, y al ser adolescente sufre mucho más esta situación ya que quisiera verse como el resto de sus contemporáneas o como su estrella de tele favorita como Miley Cyrus, Selena Gómez y otras. La entrevista con Gabriela es más sentimental por su condición de adolescente, todo le afecta mucho más y, por ser mi hermana, me dolió verla y oírle en ese sentido de angustia. Naturalmente no quería hablar conmigo sobre este tema tan difícil en nuestra familia, tal vez se siente avergonzada y juzgada hasta por mí. Pero al final decidió compartir su experiencia.

Osea, tú sabes cómo me siento...es que es incómodo es a veces estresante, es repugnante, es estúpido porque hacen ropa para un estereotipo que la sociedad nos da y nos presenta como belleza y no es belleza... me siento incómoda, me siento rechazada. (Molina G, Entrevista, 2013)

Te quedan viendo todas las manes de los departamentos de ropa, es como que ósea “para ti aquí no hay nada”, “mejor ándate”, “aquí no te va a quedar, mejor anda a rebajas”. Yo lo siento así, es una constante discriminación. (Molina G, entrevista, 2013)

Si ellos tuvieran una talla más yo de mi mesada me gastaría en una blusa, en un pantalón, porque es como que no te queda por esto (*con sus dedos expreso que es poco*), es como un stress y una rabia contigo misma. (Molina G, entrevista, 2013)

Cuando tú sabes que a veces tú estás haciendo todo lo posible de ti, pero no se los que hacen la ropa no te ayudan a sentirte bien y te hacen sentir peor. Hacen que tengas una idea en tu cabeza errónea de ti. (*Lágrimas en los ojos y voz entrecortada*). (Molina, entrevista, 2013)

Su memoria y lo vivido cotidianamente en las tiendas hacen que Gabriela al hablar demuestre ira y tristeza. Ser adolescente y no poder ir al ritmo de la moda es algo difícil para ella. A pesar de que intenta disimularlo diariamente, sobre todo si está rodeada de sus amigas, en el fondo tiene celos de ellas y de no poder usar la misma ropa.

No creo que haya habido una persona que haya hecho algo al respecto, como que ¡Sí! ¡Vamos a hacer una huelga! O una caminata por esto, porque esto no puede seguir así, ¡No!, y es muy difícil que alguien haga algo (Molina, entrevista, 2013)

Sería importante que las personas que padecen sobrepeso puedan ser escuchadas e incluso aquellas que solo son más curvilíneas o más prominentes, lastimosamente las quejas

que pueden existir no son realmente escuchadas y son insignificantes para los grandes imperios de ropa, que no busca cambiar ni satisfacer a nadie más que a ellos mismos.

Las tallas plus son discriminativas, es que es una estupidez... ¿Por qué simplemente no puede haber en el mismo estante de la XS a la XXL? ¿Por qué el hecho de decir PLUS? ¿que gana con eso? Hacen sentir peor a la gente. (Molina, entrevista, 2013)

No conformes las tiendas con no tener ropa para todas las tallas, y creyendo que aportan una solución momentánea y realmente no de fondo, han optado por tener tallas grandes en diferentes secciones de la tienda o secciones de tallas “PLUS”. Esto es aún más doloroso para estas personas, aún más discriminatorio, haciéndonos sentir que no encajamos en lo “normal”, entonces ¿somos anormales, somos fenómenos?, si nos segregan a otras secciones debemos serlo.

La tercera muchacha que incluiré en este grupo es Dayana Guaman Carvajal, ella tiene 26 años de edad, es nutricionista e hija de Jackie Carvajal diseñadora de modas de Quito y me cuenta cómo ha sido la experiencia de tener sobrepeso, lo que le llevó a estudiar su carrera de nutrición y cómo es ser hija de una diseñadora en cuanto a la ropa y a la moda.

Si me he sentido discriminada porque no encuentras ropa de acuerdo a la talla de uno, no encuentras, o encuentras en la sección tipo señora. Entonces al ser una persona adolescente, una persona joven, no encuentras ropa que tal vez esté a la moda o tal vez a tu gusto, en tu talla no hay (Guaman, entrevista, 2013)

Te sientes frustrada hasta cierto punto, eso a mí sí me afectó, y ese fue uno de los factores para que yo escoger mi profesión como nutricionista (Guaman, entrevista, 2013)

Yo llegué a ser talla 16,18 y a pesar de que mi mami es diseñadora hay cosas que no se trabajan, un jean, tal vez un top y algo así; entonces era difícil encontrar en mi talla esa. Luego opté porque mi mamá me haga la ropa. Ya me deprimía cada vez que iba a una tienda (...) Ropa bonita a la moda en tallas grandes no hay (Guaman, entrevista, 2013)

Dayana me expresa a lo largo de la entrevista lo difícil que ha sido para ella encontrar ropa en nuestro país. Ya que ha viajado y ha notado que en otros países la discriminación no es tanta y, al contrario, si existe una oferta de ropa para personas grandes. También puedo notar que este padecimiento marcó su adolescencia en donde llega a compararla con la de su madre, también de talla grande y como ella no tomó forma y se quedó en el sobre peso durante mucho tiempo. Al tener esta enfermedad durante su adolescencia y juventud no pudo

ser portadora de un “jean” que le quede bien y hasta ahora es una de las prendas más problemáticas para encontrar de Dayana. Y como las secciones de talla PLUS son segregativas y no precisamente la solución, ella preferiría una tienda especializada donde nadie la juzgue a una sección en donde todos la miran y la prejuician.

Para suerte de Dayana su mamá y su hermano son diseñadores de modas, lo que le ayuda a vestirse a la moda a pesar de ser una talla grande, y no ha afectado en ese sentido a su autoestima. Pero lastimosamente, en la desesperación de bajar de peso para cumplir con lo establecido socialmente, por una falsa autoestima y no tanto por salud, en su adolescencia Dayana recurrió a métodos para adelgazar muy dañinos en su salud física y mental, tratando de todas las formas posibles de encajar en el sistema, mediante el cambio de apariencia.

La desesperación por bajar de peso, porque yo toda mi vida fui gordita...y busque muchas formas para bajar de peso, inadecuadas totalmente. Comencé a tomar a mis catorce años (productos asociados a la pérdida de peso de marca extranjera) y en ese tiempo (esta marca) también se manejaba con pastillas. Tomaba pastillas para adelgazar, mi mamá me metió en uno como spa y me enyesaron (el abdomen). Yo iba al colegio a veces enyesada, era feo porque había gente que se daba cuenta. Luego me compré las fajas de látex. Ósea que no hacía ósea todo, todo lo que podía para poder bajar de peso y la última cosa que hice para bajar de peso salió justo en este tipo, estuvo de moda el coctel de pastillas, que daba un doctor, entonces eran las pastillas de colores y te tomas una pastilla de diferente color en cada día y con eso bajé de peso, pero salió en las noticias que tenía bastantes anfetaminas y ahí dejé de tomar. (Guaman, entrevista, 2013)

Ella eliminó todos estos hábitos cuando entró a estudiar nutrición pero los prejuicios de la gente siguen estando día a día y Dayana tiene pacientes que esperan ver una nutrióloga delgada y perfecta que dé el ejemplo. Aun cuando ella se mantiene bien, a pesar de tener hipertiroidismo, lo cual cambia su metabolismo y nunca llegará a ser una talla 2. Además, de su lucha diaria y constante y de que gracias a su profesión ella sabe los motivos de su sobrepeso y como prevenir y controlar, es víctima constante de la discriminación y prejuicios, ya que en su círculo de amigas las bromas, las críticas y las quejas de la gordura a pesar de ser delgada, la hacen sentir segregada e incómoda.

### **Diseñadora y afectada:**

Para concluir con mis entrevistas a personas con sobrepeso u obesidad que se sienten rechazadas por la moda, he hablado con una diseñadora que padece de obesidad, Jackie Carvajal. Ella tiene su atelier<sup>3</sup> en la zona norte de Quito y es muy consciente de su enfermedad, de cómo la obtuvo y de que ha descuidado su salud. Sin embargo, es una gran profesional y técnica en la confección y diseño. Al padecer de esta enfermedad, Jackie sabe cómo tratar a una cliente en sus mismas condiciones y ellas se sienten tan a gusto que siempre vuelven. La historia de Jackie es parecida a la mayoría de mis sujetos, ella ha padecido de la enfermedad desde que era niña, su cuerpo cambió parcialmente en la adolescencia y con el tiempo volvió a padecer sobrepeso.

Realmente para mí una de las inspiraciones para ser diseñadora era ser gordita (...) normalmente antes los papis nos llevaban a que las costureras conocidas nos elaboren la ropa, y obviamente éramos cuatro hermanas. Entonces la señora decía que lo que mis hermanas pedían estaba bien, pero para la gordita nunca había lo que le pedía porque no le alcanzaba la tela, entonces yo me vestía como ella quería. Era una locura pero era una realidad, era mi realidad y era mi frustración (...) a los 11-12 años yo tenía que vestirme con la ropa de mi mamá porque era lo que me quedaba. (Carvajal, entrevista, 2013)

Jackie además de ser diseñadora es profesora de confección en algunas instituciones y de hecho fue mi profesora. Ella al dar clases se asegura de darte todo el conocimiento técnico posible, para poder adaptarte a cualquier tipo de cuerpo y más a las que ella llama “gorditas”. Es importante para ella impartir su conocimiento a sus alumnos para crear buenos profesionales, consientes de los diversos cuerpos que existen y que se deben y pueden vestir adecuadamente en diseño, calidad y técnica, sin necesidad de segregar o excluir. Si un diseñador después de tener estos conocimientos decide no aplicarlos es por decisión propia y en algún punto por segregación o temor a no ser capaz de cumplir con el cliente.

Además Jackie sirve a todo tipo de clientes y entre ellas un gran porcentaje de gorditas. Lo más importante es hacerlas felices, que sepan que ella está dispuesta a ayudarles con cualquier modelo de ropa, asesorando en caso de que no pueda quedar el diseño pero sin herir la susceptibilidad de nadie

---

<sup>3</sup> Atelier: Taller o estudio de moda donde se lleva a cabo todo el trabajo de diseño, planificación y confección de prendas de vestir de diseñadores específicamente.

Un gran porcentaje de mis clientes son gorditas, porque saben que puedo vestirles con toda la tranquilidad, libertad. Sé cómo manejar esos cuerpos sobre medida, no es que a la gordita le voy a poner un costal, o una funda o una camiseta que los hombros le queden casi cerca del codo. Si no que el hombro quede en el hombro, de acromio a acromio ahí tiene que quedar... Saben que así estén gorditas su traje le va a quedar como un guante porque es hecho a medida. (Carvajal, entrevista, 2013)

Jackie está consciente de su sobrepeso y de los problemas de salud que esto le acarrea, su hija Dayana como nutricionista controla la alimentación de ella para que pueda mejorar su salud, pero lastimosamente bajar de peso se hace muy difícil, y a la vez muy necesario para ella. La prioridad que motivaría a Jackie es su salud, más que la estética o los cánones, y ya que ella no compra ropa fuera y se la elabora a sí misma no ha padecido desde hace mucho la segregación de las tiendas de moda. Sin embargo por su condición y la de su hija y al estar consciente de todo lo que acarrea el sobrepeso en la estética de la mujer, Jackie hace ropa bajo medida a cualquier cuerpo.

## SOLUCIÓN

Después del trabajo de investigación que se ha llevado a cabo, y en conciencia de que existe una falencia de oferta de ropa o indumentaria de calidad y con diseño para personas con sobrepeso u obesidad, la solución que se propone es realizar una colección prototipo para personas con esta cualidad y una en tallas “estándar” para comparar y comprobar que es posible ofrecer ropa linda, cómoda, bien diseñada y ejecutada en ambos tipos de talla. Sin embargo es necesario recalcar que por cuestión de morfología corporal, la parte técnica referida a patronaje y costurado puede y debe ser modificada en ciertos aspectos para asegurarnos la impecable confección y diseño de la prenda. Para lo cual y en favor de llevar a cabo esta parte del trabajo, se estudió a marcas extranjeras las cuales se especializan en tallas grandes como Lane Bryant, marca la cual se especializa únicamente en tallas grandes para mujer y tiene la línea propia y en colaboración con diseñadores como Isabell Toledo para Lane Bryant igual que colabora con marcas de lencería como Cacique y línea de mujeres Catherine’s. Poseen diseños bonitos y sobre todo adecuados para la morfología de estos tipos de cuerpo.

Según Refinery29, una página web estadounidense, parecida a una revista de moda, estética, belleza, diseño y glamour en la cual la publicación de tallas grandes siempre son tomadas en cuenta. Nos indica una guía básica, de la cual he recopilado la idea más importante de cada punto, útil para quienes diseñamos y consumimos moda de talla grande y lo que se debe evitar el momento de adquirir o diseñar prendas de este tipo.

“Plus-Size Design Elements to Avoid (elementos de diseño para tallas plus que deben evitarse”.

1. “*Evitar la pretina en parte elástica (Partly elasticated waistbands)*”. A pesar de que este es un invento relativamente reciente de la década de los 80s, esta es una técnica que fue pensada para que las prendas le queden a cualquier talla, lo único que ocasiona esta terrible pretina semi elástica son bultos en la ropa, marcas en la piel y sobrante de tela en los muslo.

2. “*La ropa de hombre fue hecha para hombres (Menswear made for men)*”. A pesar de que ciertas prendas que fueron pensadas para el uso masculino pueden ser asombrosas en una mujer cuando son bien adaptadas a las siluetas y formas femeninas. La ropa masculina está diseñada para la forma de hombre y ellos no tienen busto, ni caderas, ni pompas. Técnicamente sí, pero definitivamente no tienen la misma morfología femenina.

3. “*Prendas sobre adornadas (Over embellishment garment)*”. Algunas marcas para tallas grandes o “plus” piensan que las clientas quieren más adornos, más brillo, más color, más estampados y a veces todo en conjunto. Lo que no se dan cuenta es que al contrario las mujeres de talla grande no quieren lucir más llamativas. El resultado de estos diseños como dice la autora es “Una migraña en forma de prenda de vestir, colgando en su armario”.

4. “*Proporciones extrañas (Weird proportions)*”. Uno de los errores más frecuentes es que aquellos diseñadores o patronistas que no entienden las proporciones de una talla “plus”, harán prendas extrañas de mangas muy largas, entrepiernas demasiado holgadas, puños descuidados, escotes caídos, hombros caídos y sisas gigantes. Los pocos diseñadores que entiendan de proporciones “plus” serán porque ellos mismo son de talla grandes, y serán los que logren algo bueno. Sin embargo, una prenda mal hecha no tendrá arreglo si con el mejor sastre.

5. “*Polyester (poly-freaking-easter)*”. El polyester es una fibra relativamente nueva que aplicada en pocas cantidad o en prendas específicas no tendría nada de malo, al contrario un poco de esta fibra sintética ayuda a evitar arrugas, desgaste, manchas y decoloración. Sin

embargo, usada en demasía puede sentirse y verse terrible, te sentirás caluroso y sudoroso, y después de un tipo incluso puede empezará a oler la prenda, es preferible evitar demasiadas prendas de pura fibra artificial o sintética.

6. *“Mala calidad (poor quality)”*. La mala calidad con acabados descuidados, telas demasiado ligeras o demasiado ásperas, adornos deplorables, no solo afecta a las prendas de talla grande, sino también a las prendas de talla estándar. Este problema normalmente adjudicado a las prendas masivas de bajo costo, no es exclusivo de estas, las marcas de mayor rango económico cuentan con este problema también. Es mejor estar atentos y no pagar por algo que no valga la pena como consumidor y como diseñador, no menos preciar al cliente.

7. *“Piezas que no entallan (Fitted pieces that don’t fit)”*. Tener cuidado para que las piezas sean cómodas y entallen perfectamente es un regla que debe respetarse no solo en las tallas grandes. Cuando esto falla, el busto tiende a forzarse, la sisa también si los hombros colapsan. Siendo que las prendas en masas no están diseñadas específicamente para ti, lo mejor es probarse varias prendas hasta que una quede bien. Una pista de que la prenda es la que no funciona será si se ve mal incluso en un maniquí.

8. *Ropa con falencia de diseño integral (Clothes with lack of design integrity)*. Un mal diseño no se vende, entonces porque lo hacen así para tallas plus. Pero no debemos preocuparnos porque aunque nos cueste, buscando podremos encontrar buenas piezas de talla grande.

Este es un resumen de la muy útil guía que Trudy Hanson refiere en este artículo de Referiere<sup>29</sup>. Nos demuestra que no solo en nuestra ciudad o país existe una falencia el momento de realizar prendas de talla grande, es común ver a mujeres jóvenes usando ropa muy holgada, de mala calidad, de colores opacos luciendo como personas de mayor edad o, en su defecto, usando ropa demasiado ajustada, de colores, diseños y formas extravagantes que no ayudan a la estética de la mujer. Es aún más común que este tipo de problemas se de en mujeres de edades jóvenes entre 16 y 35 años, esto sucede por cuanto la oferta de tallas grandes son pensadas en mujeres adultas de edades mayores, ya que en el absurdo pensamiento de estas tiendas, solo las mujeres de edad avanzada pueden padecer obesidad o sobrepeso.

No obstante, algunas tiendas pretendiendo satisfacer la necesidad de tallas grandes para mujeres jóvenes han optado por ofrecer este producto, sin embargo como futura

diseñadora, mujer, y joven con sobrepeso puedo darme cuenta que estas prendas no son modificadas adecuadamente técnicamente para la morfología de un cuerpo robusto, y entonces la ropa aunque “más bonita” igual no luce en un cuerpo de características grandes, o en su defecto la oferta es limitada en cantidad y en límite de tallas, volviendo a segregar el mercado.

Ahora, técnicamente y para un apropiado uso de prendas en tallas grandes se deben tomar en cuenta ciertas modificaciones técnicas a la hora de patronar ya sean partes superiores como blusas, corpiños, camisetas o chaquetas, partes inferiores como; pantalones, faldas o shorts y enteros como jumpers y vestidos. Según el criterio de una experta en la materia la diseñadora quiteña, Jackie Carvajal, a quien entrevistamos anteriormente para conocer sus antecedentes como diseñadora y como afectada, y quien tiene mucho conocimiento del tema se necesita tomar en cuenta lo siguiente:

Lo mejor es realizar moldes a la medida, pero en caso de no ser factible, se deben dejar holguras en las partes de desarrollo de la prenda, es decir en el busto y vientre, y modificaciones en la espalda inferior que suele ser más amplia que la espalda superior y ajustes en los escotes. (Carvajal.2014)

En el libro corte y confección, para la familia y el hogar, se toma en cuenta ciertas consideraciones el momento de modificar un patrón para que calce perfectamente en el cuerpo de la usuaria, en este caso personas de tallas grandes. En la espalda se modificará el patrón cortando debajo del brazo y verticalmente hacia los hombros, así como se da profundidad a la pinza del hombro. En otros casos dependiendo de la silueta, se contará de hombro a cintura dando más espacio en los omoplatos para el desarrollo de la espalda inferior, igual que en el delante se modificará, haciendo un corte desde la sisas hacia la cintura en forma de pinza y modificando las pinzas añadidas sean centrales o de busto. Estas modificaciones se pueden llevar a cabo con la finalidad de dar confort a la persona y además de que se vea estéticamente bien la prenda en la misma.

Tomando en cuenta estas consideraciones tanto de Hanson en cuestiones de diseño, tamaño y morfología, como de Jackie Carvajal, al momento diseñar y patronar, se propone la elaboración de una colección prototipo de 5 salidas, para tallas grandes y la elaboración de la misma colección en tallas normales para su comparación y comprobación de que se puede elaborar, diseñar y confeccionar la misma prenda en tallas estándar y en talla grandes, la

misma que tomará en cuenta los pasos básicos para el diseño de una colección así como: conceptos, atmósferas de inspiración, color y tendencia.

## **PRÁCTICA DE LA SOLUCIÓN**

EL día 25 de Octubre del 2014 se llevó a cabo la exhibición de la propuesta de colección la que conto con 5 salida prototipos, tomando en cuenta toda la teoría de la solución, se compró la tela e insumos dependiendo de cada diseño y se confecciono el mismo diseño para talla estándar M y talla Grande.

Además se realizó una sesión de fotos<sup>4</sup> con la cual queda constancia de que las prendas son utilizadas por mujeres de talla estándar y de talla grandes. También investigamos que opinaron los sujetos acerca de las prendas y de la moda para tallas grandes.

### **Testimonio de las participantes del proyecto.**

Es bonito sentirse incluida en algo, ósea me gusto poder ponerme lo mismo que se pone una flaca (Molina G, 2014)

La verdad me sentía full cómoda, porque no es necesario que la ropa este muy ceñida al cuerpo o enseñe demasiada piel para sentirte cómodo y femenina, No paso que la ropa al ser floja o cómoda pierda la feminidad. (Molina S<sup>5</sup>, 2014)

Opino que debe haber de todo para todos, debe haber diversidad y todos deberías poder vestirnos como queramos. Igual, si una gordita tiene algo lindo yo también voy a querer poder ponerme eso. (Molina S, 2014)

La ropa es súper cómoda, además de fresca y bonita, el poder lucir todas creando una igualdad entre las mujeres para poder lucir esta ropa, ayuda al ego de todas; en el caso de las mujeres muy delgadas la ropa da una apariencia perfecta, estilizando la figura y permitiendo cubrir donde hace falta, de la misma manera en las mujeres con un poco más de peso, la

---

<sup>4</sup> Las ilustraciones, dibujos planos y fotografías de este proyecto se incluyen en los "ANEXOS" al final del trabajo.

<sup>5</sup> Sofía Molina: Modelo de la exhibición talla estándar M

vestimenta brinda frescura y sensualidad, sobre todo confianza en poder lucir una ropa tan bonita. (Valencia K, 2014)

Puede ser los colores o la forma pero no dejen de tener femineidad independientemente de la talla (Montalvo A, 2014)

El aporte de las personas que colaboraron en el proyecto es de vital importancia para conocer si la colección tuvo la acogida que se esperaba. El testimonio de las modelos de talla estándar como de los sujetos de estudio es muy halagador y a la vez útil, ya que verificamos una vez más que la necesidad de prendas en talla grande existe, pero también que las chicas de talla estándar no quieren ser relegadas. Lo que abre el espectro de posibles clientes que quieren verse y sentirse bien, pero que además no tienen conflicto en que otra chica de una talla más grande o más pequeña use lo mismo.

Queda demostrado entonces el objetivo principal de este proyecto, el cual pretendía que la ropa que es elaborada para una talla estándar puede ser elaborada para una talla grande o “PLUS”. Es decir, que el proceso de diseño, patronaje y confección fue el mismo para ambas tallas, con los mismos insumos y realizados por la misma persona. Con referencia a los materiales y personas que intervinieron en este proyecto se adjunta en los ANEXOS al final del trabajo, con el fin de distinguir específicamente las cualidades de cada diseño.

Los resultados de la colección y de la propuesta de este proyecto han sido cumplidos en su totalidad. Es decir que probamos que es posible diseñar, ilustrar, patronar y confeccionar una misma colección para cualquier talla sea estándar o grande. Las complicaciones que pueden presentarse son solucionables ya que pueden ser fallas técnicas el momento del patronaje o de la confección. Y si nos referimos al gasto de las prendas grandes en comparación a las estándar es sostenible, en algunas telas el costo variará por la cantidad requerida pero en cuanto a todos los demás insumos y detalles el costo es exactamente el mismo para ambas tallas. Es así que puedo indicar que el objetivo de este trabajo queda demostrado técnica y visualmente.

## CONCLUSIONES

En conclusión, estamos conscientes que el sobrepeso y la obesidad no están bien, son enfermedades que pueden y deben ser prevenidas y tratadas para evitar más complicaciones en el futuro, principalmente por salud estas deben ser tratadas con la ayuda de profesionales médicos y psicológicos. En ningún punto de esta investigación se pretende motivar al sobrepeso y mucho menos exaltarlo, pero si dar a conocer como las personas que padecemos de esta enfermedad luchamos diariamente para corregirla y con la sociedad que no precisamente nos acepta efusivamente y, lastimosamente, el sector de la moda es parte de esta segregación.

Las tallas “plus” no deben ser solo un título o nombre en una sección determinada de una tienda, solo para simular una integración, deben ser estudiadas y realizadas conforme a las necesidades del mercado. Si pensamos en marketing o estrategia de venta, ellos están segregando un sector importante del mercado, ya que las personas normales, con curvas, de constitución gruesa o con sobrepeso son más. No están llegando al cliente y se están perdiendo de todo los ingresos que podrían ganar si se preocuparan por ellos. Sin embargo, no solo es el dinero el que debería mover este mercado, y tal vez estoy siendo utópica, idealista y hasta ingenua, pero la moda debería ser por las personas y para las personas. Aun cuando existen diseñadores y tiendas que tratan de acceder a este mercado principalmente segregado, todavía hay mucho por hacer y soluciones que dar para evitar la segregación.

Este enfoque más humano y particularizado no se ha tomado en cuenta como tal, siendo que la falta de calidad, de diseño correcto, de técnicas de patronaje y elaboración adecuada y de comercialización de tallas grandes es escasa y hasta inexistente. Esto es una segregación a un grupo específico y que afecta más a las mujeres jóvenes que escasamente encuentran una prenda que cumpla estas características y que deben conformarse con prendas hechas para un mercado de edades mayores y faltas en todas las cualidades antes mencionadas. Pueden realizarse colecciones y diseños específicos para este tipo de clientes pero también pueden adaptarse y acoplar los diseños de tallas estándar para tallas grandes, no es necesario un gasto extremo pero tampoco una falta de preocupación y de oferta.

Por mi parte como diseñadora, investigadora y afectada solo me queda recalcar que todos tenemos derecho de vernos como queramos, de vestirnos según nuestros gustos,

creencias y posturas personales. El hecho de que una persona sea delgada, normal o tenga sobrepeso, que sea alta o pequeña no debería ser un obstáculo para llevar la moda que nos agrade, y mucho menos para ser segregados o menospreciados por este mismo sector o la sociedad en general. Es refrescante ver que poco a poco las opciones para personas de talla “plus” o denominadas “mujeres curvy” se están expandiendo y que se valore igual que al resto del sector femenino. Sin embargo, todavía queda mucho camino por recorrer en el sector de la moda para tallas grandes en nuestro país.

El aporte que se llevó a cabo con este proyecto fue una muestra de una posible solución no solo teórica pero practica de que la ropa puede ser ejecutada y diseñada sin importar la talla para mujeres jóvenes que pretenden verse y sentirse bien con lo que llevan puesto y consigo mismas. Después de la exhibición, puedo asegurar que el objetivo de este trabajo se cumplió, se ha podido demostrar que el mismo diseño y la misma calidad empleada en tallas estándar pueden ser aplicadas a tallas grandes. No es necesaria la separación de categoría por talla y que la ropa puede ser exhibida en una misma percha desde la talla más pequeña a la más grande, sin necesidad de segregación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Montalvo, A. (2013). *Entrevista "Las Personas Rechazadas por la Moda"*. Quito
- Molina, G. (2013). *Entrevista "Las Personas Rechazadas por la Moda"*. Quito
- Molina, F (2013). *Entrevista "Las Personas Rechazadas por la Moda"*. Quito
- Espinosa, J (2013). *Entrevista "Las Personas Rechazadas por la Moda"*. Quito
- Guaman, D (2013). *Entrevista "Las Personas Rechazadas por la Moda"*. Quito
- Carvajal, J (2013). *Entrevista "Las Personas Rechazadas por la Moda"*. Quito
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Version español*. Barcelona: Paidó.
- Sualquin, S. (2010). *La muerte de l amoda, el día después*. Buenos Aires: Paidós.
- Moscoso, J. (2010). *Re Inventando Cuerpos: Construcción de estereotipos de belleza a partir del "peso ideal"*.
- Paloma Diaz, C. M. (2009). Consumo de revistas de moda y efectos en la autoéerpcion del cuerpo de las mujeres. *Comunicación y Sociedad*, 221-242.
- Lobel Source, B. B. (1952). "Fashion" in Women's Clothes and the American Social System. *Social Forces*, 124-131.
- Hanson, T. (15 de Abril de 2014). *Refinery29*. Recuperado el 17 de Abril de 2014, de [www.refinery29.com](http://www.refinery29.com)

## ANEXOS

### 1. Conceptualización de la colección

Nombre de la Colección: Latin Essence (Esencia Latina)

Inspiración: Arte, artesanía, colores, lugares, formas Latinas desde México hasta Argentina

Tendencia: Artesanal/ Colorido

Temporada: Primavera - Verano

Universo del vestuario: informal - semiformal

Mercado Objetivo: Mujeres jóvenes-adulto

Grupo de edades: mujeres entre 18 y 30 años

Grupo social: clase media / media- alta

Momento del día: mañana, tarde, noche

Atmosfera de Inspiración: adjunta pg33

Atmosfera de tendencia: adjunta pg34

Carta de color: adjunta pg35

Dibujos planos por prenda: adjuntos pg22, 23, 24 y 25

Ilustraciones: adjuntas pgs26-31

## 2. Atmosferas de Inspiración y Tendencia



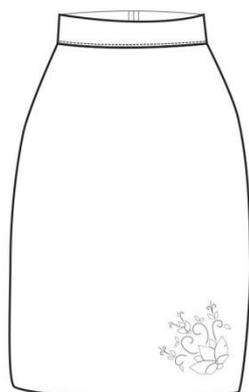
## 3. Paleta de color

Paleta de Color

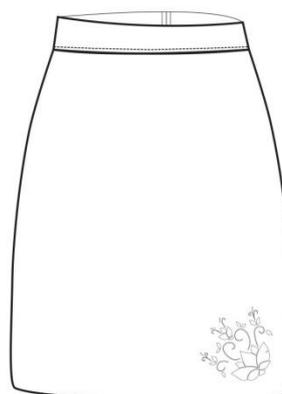


4.

5. Dibujos planos

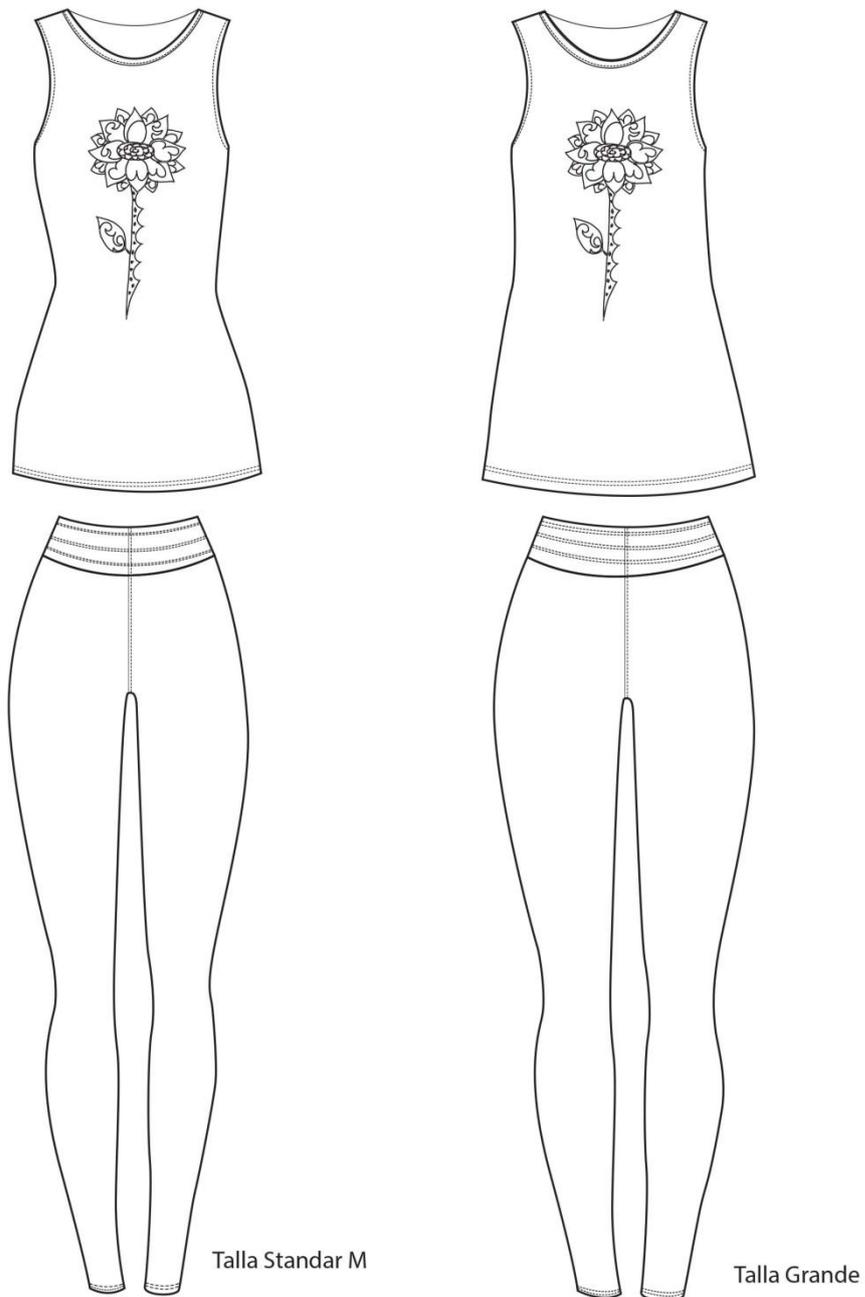


Talla Standar M

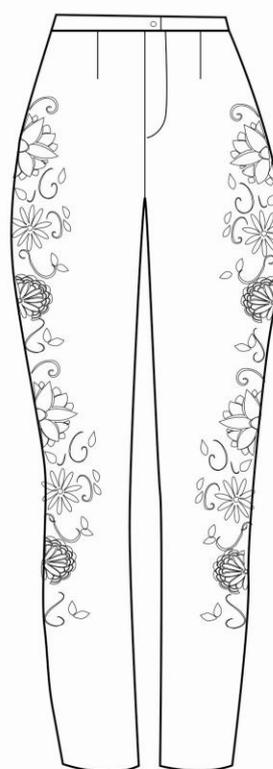
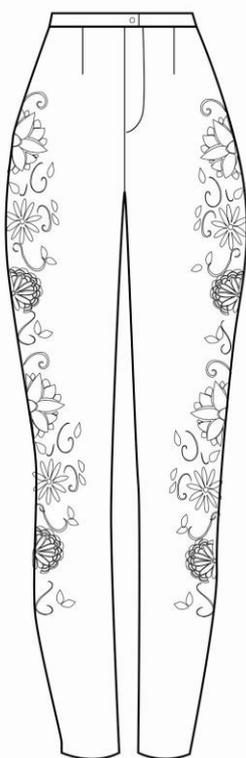


Talla Grande

1. Camiseta de poli-algodón con estampado en transfer  
Falda de drill de algodón con detalle pintado a mano y pretina tejida artesanal.



2. Camiseta larga de poli-algodón con estampado en transfer  
Leggins de algodón lycrado y pretina elástica.



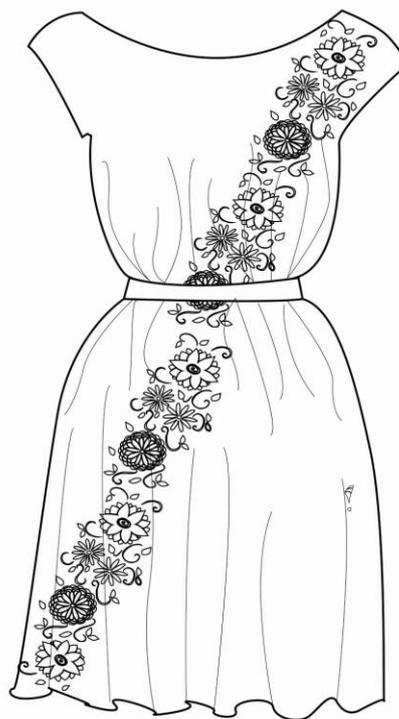
Talla Standar M

Talla Grande

3. Blusa de viscosa de algodón color mango con detalles frontales pintados a mano.  
Pantalón corto de drill de algodón con detalles al costado pintados con plantilla y aerógrafo.

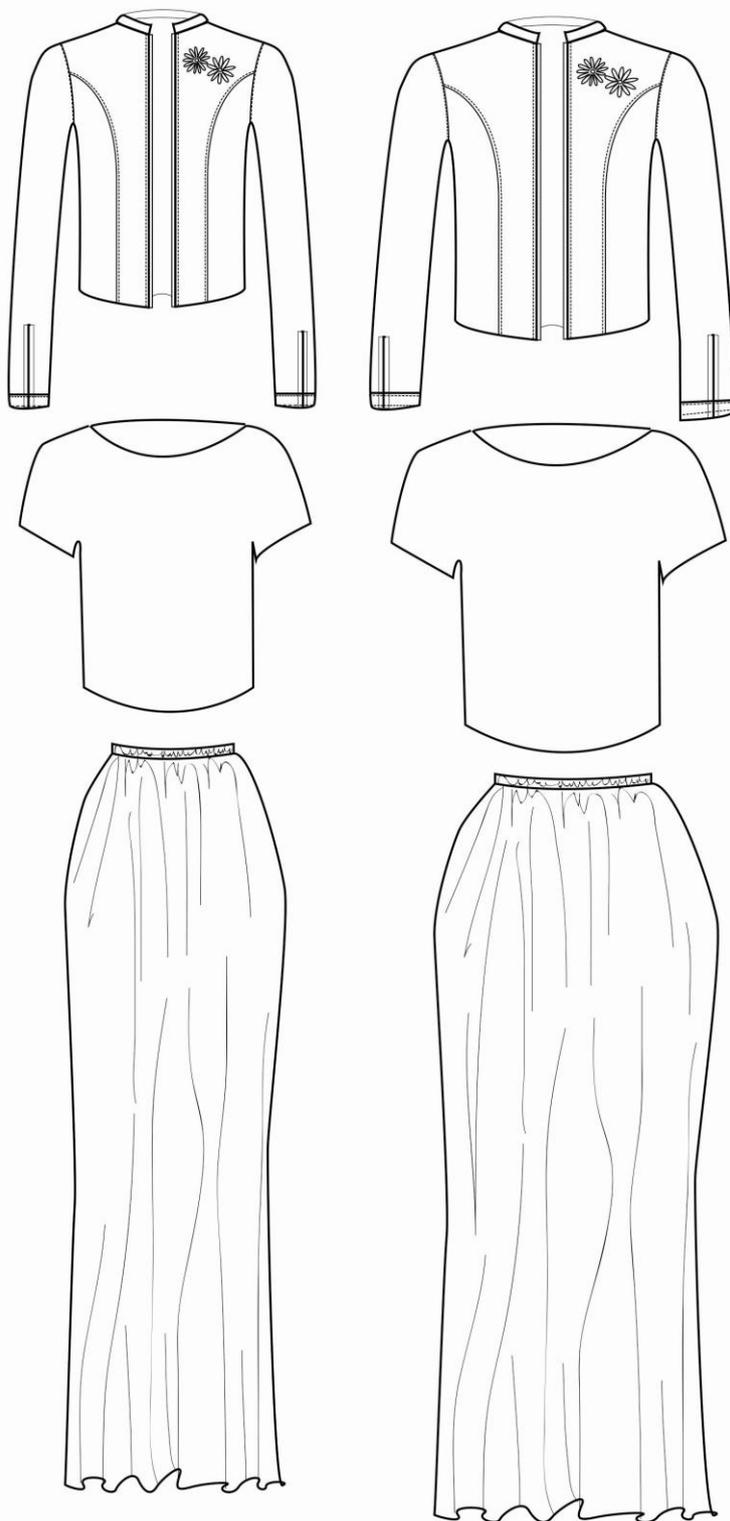


Talla Standar M



Talla Grande

4. Vestido de viscosa de algodón con detalles florales pintados con plantilla y aerógrafo  
Fajín tradicional y autoctono Otavalo



Talla Standar M

Talla Grande

5. Chaqueta de denim de algodón con costuras dobles, cierres metálicos y detalles florales pintados a manos en el delantero y posterior con pintura de relieve.  
Blusa de viscosa de algodón estampada y falda de viscosa de algodón larga tubular con pretina elástica.

6. Ilustraciones











## 7. Fotografías









