



Maestría en Diseño Multimedia

ESTUDIO

COMPARATIVO DE PRESENTACIÓN DE MODELOS EN
3D VS MODELOS REALES

Autora: Marcela Torres Lucero

Director: Dr. Víctor Manuel González y González

Cuenca - Ecuador

2016

DEDICATORIA:

Dedico este trabajo a Conchita y mis tías María y Sari por su cariño y apoyo incondicional, a Priscila y Jorge Felipe por su preocupación constante en este proyecto. A la Tamia por compartir su alegría, a la Sisa, Orus y Fuzer por ser los mejores y al Chevis que sin su valiosa ayuda no hubiese logrado esta meta.

AGRADECIMIENTOS:

Mi sincero agradecimiento a la Universidad del Azuay por haber guiado una vez más mi enseñanza, esta vez la de un postgrado, muchos han sido los gratos momentos en esta universidad por lo que enfatizo en ello. Así mismo quiero agradecer al departamento de postgrados y todos mis profesores de la maestría por haber compartido no solo sus conocimientos si no su tiempo y amistad. Quiero agradecer a Andrés Sánchez Torres por ayudarme con la bibliografía, que fue escaneada con toda la paciencia desde España y el resto de ayuda en este proyecto. A Shela Cooper por ser mi modelo en las fotos, a Roxy Vélez por los motion graphics, a Carla Vega por ser mi modelo en el video, a los profesionales que tuvieron el tiempo para ser entrevistados, gracias Guila Saltos, Majo Campoverde,

Alex Neira y Pablo Ampuero. A la socióloga Carolina Gainza. A los profesores que me abrieron las puertas de sus aulas y me permitieron realizar los distintos experimentos, gracias Genoveva Malo, Mari Trelles, Fredy Galvez y Silvia Zeas. Agradezco también a Ernesto Santos por la ayuda en el tema 3D, a José Luis Eguía por la información brindada, a Juan Lazo por responder siempre a mis dudas, a Mao Reyes por las fotos, a Viviana Vázquez, Carlos Pérez, a mis tías por la confección del vestidor portátil. A su vez quiero dar las gracias a todos los estudiantes de diseño de modas que estuvieron en los experimentos y a mi familia por la ayuda incondicional. Y al resto de amigos que de una u otra forma colaboraron con este proyecto.



CAPÍTULO INTRODUCTORIO

Introducción	009
Objetivos	012
Antecedentes	013
Metodología	016
Diseño del experimento y análisis estadísticos	023

LO VIRTUAL

La tecnología 3D	027
Interactividad y multimedia	029
Elementos narrativos	033
Modelado y animación 3D	036
Materiales y texturas	043
Personajes	047
Los vestidores virtuales	050



LO REAL

La figura humana	063
Tipos de cuerpo femenino	070
La Indumentaria	077
El vestido y su función	082
El vestir como expresión social	084
Estereotipos de vestimenta según edades y ocasiones	086
Materiales utilizados para la confección de prendas de vestir	090
El color en el diseño textil	094
Los vestidores	102

REAL VS VIRTUAL

Descripción	106
Selección de individuos	108
Entrevistas	111
Pruebas de campo	119
Resultados y valoración del experimento	129
<hr/>	
CONCLUSIONES	174
GLOSARIO	180
BIBLIOGRAFÍA	185
ANEXOS	187

RESUMEN:

El presente trabajo pretende realizar un análisis comparativo de herramientas interactivas y multimediales a partir de un estudio con modelos en 3D vs modelos reales, en este caso puntual se analizará una modelo 3D dentro de un vestidor virtual vs una modelo de carne y hueso en un vestidor real.

Por medio de entrevistas, algunos expertos nos darán un marco conceptual de ideas para la elaboración de un cuestionario

que será aplicado a estudiantes universitarios en busca de resultados que permitan establecer las diferencias entre lo 3D y lo real.

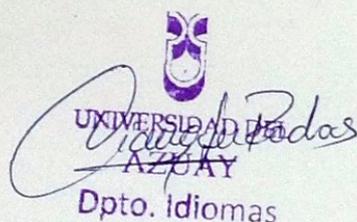
El problema que se pretende abordar es la falta de conocimiento sobre cómo utilizar de manera óptima determinadas tecnologías, como el 3D y los personajes virtuales, las cuales según algunas investigaciones, mejoran sensiblemente la comunicación entre el usuario y la máquina.

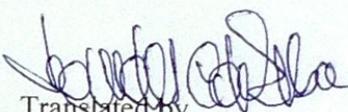
ABSTRACT

This paper aims to conduct a comparative analysis of interactive and multimedia tools from a study with 3D models versus real models. In this case, a 3D model will be analyzed inside a virtual dressing room versus a real model in a real dressing room.

Through interviews, we will obtain a framework of ideas from some experts that will help to develop a questionnaire to be applied to university students in search of results that will enable to establish the differences between 3D and real.

The problem to be addressed is the lack of knowledge about how to make optimum use of certain technologies, such as 3D and virtual characters, who according to some research, substantially improve the communication between the user and the machine.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

ABSTRACT:

This paper aims to conduct a comparative analysis of interactive and multimedia tools from a study with 3D models versus real models. In this case, a 3D model will be analyzed inside a virtual dressing room versus a real model in a real dressing room.

Through interviews, we will obtain a framework of ideas from some experts that will help to develop a questionnaire to be applied to

university students in search of results that will enable to establish the differences between 3D and real.

The problem to be addressed is the lack of knowledge about how to make optimum use of certain technologies, such as 3D and virtual characters, who according to some research, substantially improve the communication between the user and the machine.



Figura 1.

0.1. INTRODUCCIÓN

El tiempo es una de las demandas en aumento en el modelo de sociedad actual; la constante lucha por generar recursos económicos que permitan sobrellevar los ritmos de vida actuales reducen el tiempo disponible, volviéndose indispensable su optimización para la vida cotidiana de las personas. Cada vez hay menos tiempo para realizar tareas cotidianas como desayunar, compartir con seres queridos e incluso, el escoger la vestimenta que se usará. La tecnología en la actualidad, teniendo en cuenta la problemática antes expuesta, se esfuerza por innovar y ayudar a solventar ciertos temas cotidianos, un ejemplo palpable es la aplicación en los tan conocidos chats y redes sociales, los que permiten estar en constante contacto con amigos y familiares en cualquier parte del mundo; así también, existen aplicaciones que permiten con un clic realizar desde complicadas operaciones bancarias hasta simples pedidos de comida y, por supuesto, también ha permitido crear los vestidores virtuales. Estos se han desarrollado por algunos años y aunque muchos han sido los esfuerzos de varias marcas por brindar una experiencia lo más cercana a la realidad, los resultados obtenidos aún dejan mucho que desear. Los elevados costos de dicha tecnología han hecho poco común su uso o permisible solo a nivel de almacenes de ropa como Prada, accesibles únicamente para ciertas élites. En la industria de la moda son los estilistas; quienes prueban durante días enteros ropa en modelos de carne y hueso con la finalidad de crear "looks" adecuados para el mercado, lo cual conlleva largas y costosas jornadas de trabajo que podrían ser sustituidas por una aplicación de tecnología multimedia. Ahora, desde éste enfoque cabe preguntarse ¿podría acaso los vestidores virtuales llegar a reemplazar a la manera habitual de probarse la ropa? ¿O es que la poca "realidad" de esta tecnología en la actualidad afecta a que se de este paso?

Por lo expuesto, se pretende realizar un análisis comparativo entre los recursos monomedia y herramientas interactivas multimediales al momento de probarse prendas de vestir; más concretamente se pretende comparar el uso de un vestidor virtual con modelos 3D y catálogos de ropa vs modelos

reales, para encontrar aspectos positivos y/o negativos que permitan determinar la factibilidad de reemplazar los modelos de carne y hueso por modelos 3D.

Para poder analizar y comparar un vestidor real de ropa con la tecnología 3D y puntualmente con un vestidor virtual 3D frente a un vestidor real de ropa, es importante entender qué elementos existen en cada uno de estos. Por ello es necesario comprender ciertos conceptos del modelado virtual y el mundo real. La parte virtual se va a trabajar desde el 3D, para esto no es solo necesario comprender como modelar un 3D y los materiales que lo pueden generar, las formas y colores que este puede tener, si no también comprender como se da la interacción entre hombre y máquina, cual es la comunicación que existe y la manera adecuada de abordarla, para que el usuario sienta que está tratando con un modelo real y no un robot.

Para entender la parte real se debe tomar en cuenta dos cosas: el cuerpo femenino y la ropa. Estos son los elementos que se necesitan para un vestidor real. En cuanto al cuerpo femenino, analizar su estructura desde la parte artística para comprender su forma y cómo vestirlo. Adicionalmente, es importante conocer lo que representa la indumentaria la función que cumple, para de esta manera construir una experiencia real del vestidor.

Para completar esta investigación se considera primordial contar no solo con un enfoque teórico, si no con una experiencia desde el enfoque de profesionales relacionados con el mundo de la indumentaria, por esto se ha contemplado una serie de entrevistas a un grupo de expertos; estas experiencias permiten identificar los conceptos utilizados para evaluar prendas de vestir y generar cuestionarios aplicados a usuarios cuyas respuestas permitan un análisis que contribuye a las respuestas buscadas.



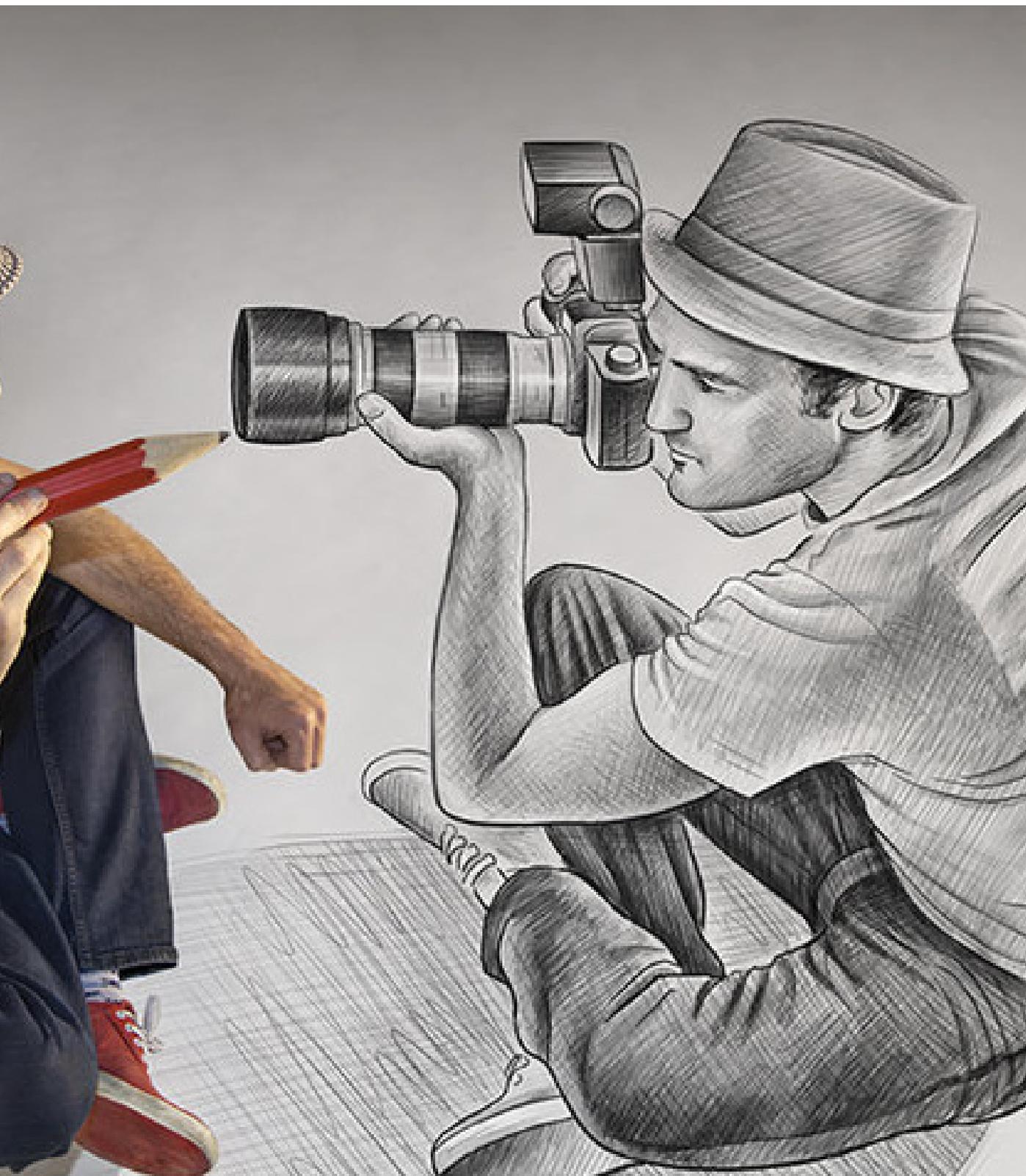


Figura 2. por BenHeine

0.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO

OBJETIVO GENERAL:

Realizar un estudio de evaluación controlado para identificar cuáles son las diferencias que tiene la utilización de representaciones 3D frente a las representaciones 2D dentro del contexto de la valoración de prendas de vestir (vestidor virtual/real de ropa).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar las diferencias entre el vestidor virtual/real a través de pruebas a usuarios
- Sistematizar las respuestas por parte de los usuarios, por medio del experimento.
- Comparar herramientas interactivas y multimediales, para representar información de modelos tridimensionales o modelos de presentación de materiales físicos (ropa).

0.3. ANTECEDENTES

La gráfica 3D o tres dimensiones (largo, ancho y profundidad) es la simulación de una "realidad" que se genera mediante un computador. Este tipo de gráficas se han desarrollado a lo largo de las últimas dos décadas y comenzaron a emplearse en el cine hacia los años 80's.

Dentro de la gráfica 3D podemos encontrar a personajes no solo utilizados en películas animadas para niños, sino también en distintas aplicaciones que logran que la comunicación entre el usuario y la máquina sea más natural e interactiva. Incluso, según otros estudios, se transforma en una importante ayuda en aspectos técnicos y psicológicos de la interacción.

Paulatinamente, se han utilizado modelados 3D para sustituir a la figura humana, como en el caso de vestidores virtuales, en donde las personas pueden escoger y probarse distintas prendas y accesorios.

Por ejemplo, en el proyecto "PARC" (*Palo Alto Research Center*) realizado por Bo Begole, Takashi Matsumoto, Wei Zhang, Nicholas Yee, Juan Liu y Maurice, se utilizó una tecnología para comprar ropa llamada *Responsive Mirror* (espejo respuesta), la cual registra imágenes de una persona y muestra cómo luce con diferentes prendas. En este espejo, las imágenes se desplazan automáticamente junto con el usuario; de esta forma, el comprador ya no tiene que probarse ropa de forma real.



Figura 3. Wei Zhang testea El Responsive Mirror

Otro ejemplo es el proyecto de Wei Zhang, "*Apparel silhouette attributes recognition*", que mediante la técnica de la visión

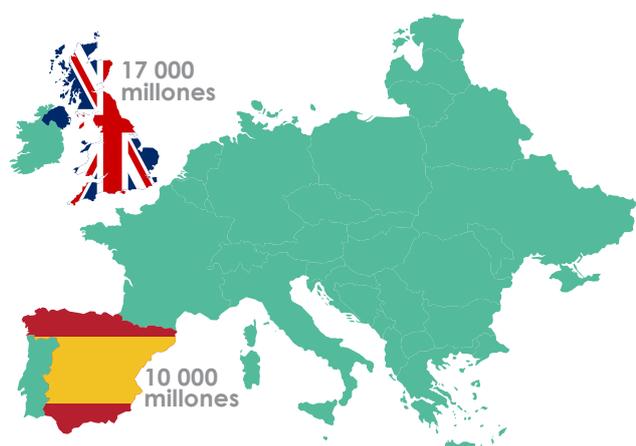
por computador se combina con conexiones inalámbricas en tiempo real, con una exactitud del 95%.

Fits Me es un ejemplo de vestidor virtual en el cual no se requiere de una presencia física frente al espejo. Este sistema funciona en la web: cada persona puede colocar sus medidas y el programa calcula la talla, de esta manera el usuario puede adquirir artículos con la medida adecuada.

Es importante mencionar que algunos vestidores virtuales han sido realizados para utilizarse en internet por grandes marcas y la tendencia va creciendo en este mismo medio. "El comercio electrónico empezó en los 80's. Los primeros negocios de ropa por internet eran principalmente derivados de las empresas de venta de ropa por catálogo", pero hoy en día cada tienda de ropa tiene su propia web lo que permite una compra directa a la tienda, (McAssey y Buckley, 2011) grandes, medianas y porque no pequeñas marcas no pueden quedarse atrás, es necesario empezar a utilizar estas tecnologías.

McAssey y Buckley (2011) , nos dice que "en el año 2009 las ventas de moda por internet en el reino unido sobrepasaron los 17000 millones de libras esterlinas." Las ventas de ropa fueron superadas por discos y libros en la lista de artículos mas vendidos en internet.

Datos del *Ecommerce* nos dice que el volumen del comercio electrónico en España en 2013 "fue de casi 10.000 millones de euros y el de la moda más de 500 millones".



La realidad en Latinoamérica es diferente, la revista América Economía nos dice que “aunque las cifras de crecimiento del comercio electrónico en varios países latinoamericanos superan el 20% anual, su participación total en el mercado es aún muy reducida. Con suerte llega 1,0% del consumo total de bienes y servicios”. Sin embargo es cuestión de tiempo para que la venta electrónica de Latinoamérica se parezca a la europea, por esta razón se debe estar listos.



Para esto se debe tener alternativas de herramientas que se van a presentar en estas plataformas de internet, McAssey y Buckley (2011) nos dicen que “los clientes de moda necesitan poder ver los productos de manera rápida y clara, con la debida atención a los detalles del artículo, para que la navegación resulte sencilla” además de esto nos dicen que “el estilismo comercial para la publicidad impresa y para internet son iguales, ya que ambos requieren el mismo conjunto de técnicas y de aptitudes”.

Se está apostando cada vez más en estas tecnologías y el grupo de personas que está detrás de esto, es cada vez mayor.

0.4. METODOLOGÍA

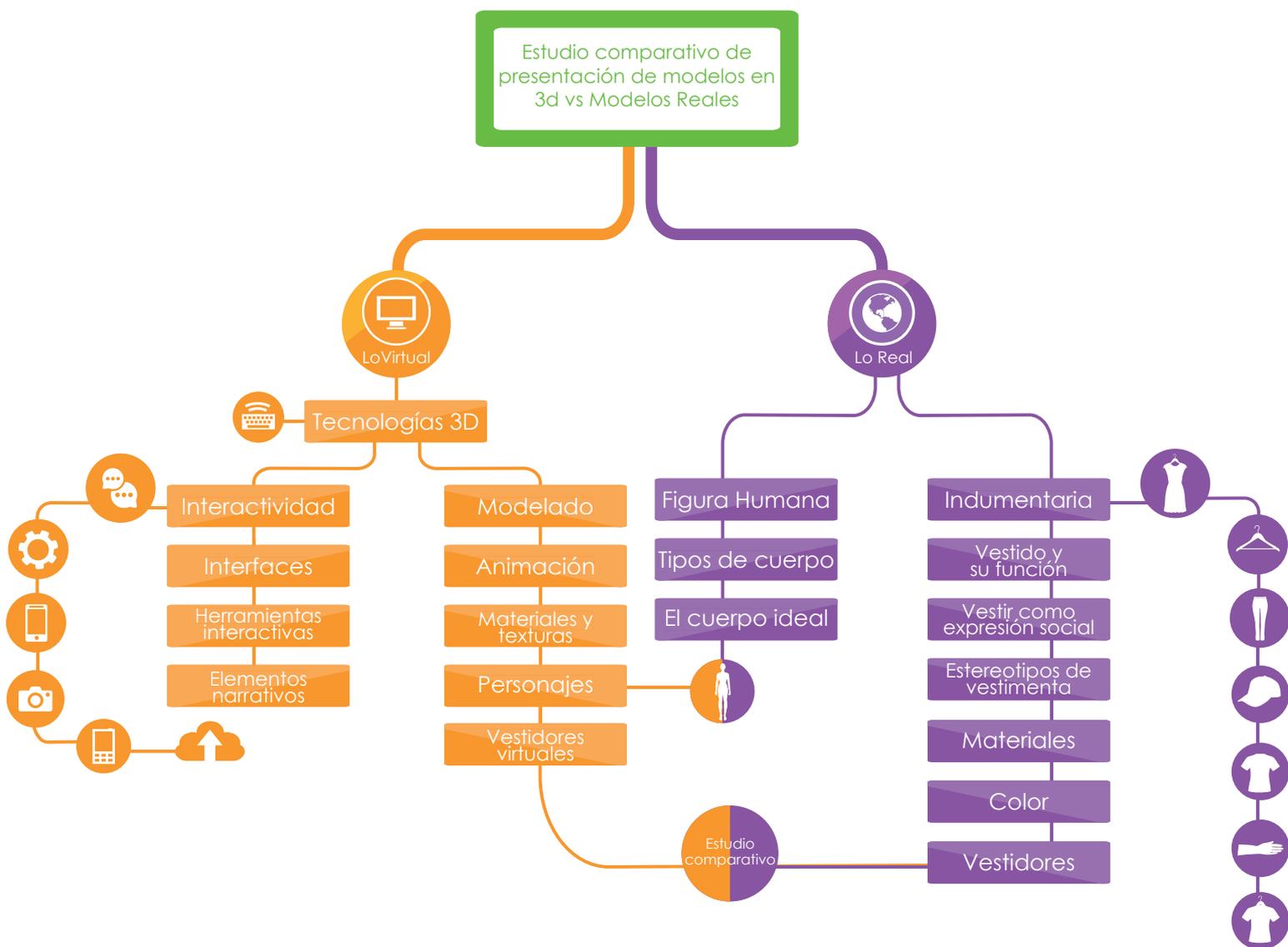
La metodología empleada para la presente investigación es de tipo cualitativa y se puede dividir en dos: por una parte una entrevista a profesionales de moda que son los que generarán los criterios para la etapa siguiente que es la aplicación de un ejercicio experimental con estudiantes de moda (mediante evaluaciones directas).

Para este proyecto se realizó el estudio de un vestidor de ropa. El procedimiento consiste en analizar experiencias de usuarios con conocimientos en el área textil, con la finalidad de evaluar ciertas características que permiten calificar la ropa y su valor estético.

A continuación explicaremos las etapas de este trabajo de investigación.

Primera etapa:

1. El conocimiento directo de vestidores virtuales: búsqueda en la Web, aplicaciones, juegos de video, etc.
2. El conocimiento de tecnología 3D para moda: la investigación bibliográfica, tanto en bibliotecas físicas como digitales *Online*.
3. El conocimiento directo de catálogos de ropa: digitales como impresos, de distintas partes del mundo.
4. El conocimiento acerca de estilismo de moda: bibliotecas físicas como artículos en revistas de moda online.



Segunda etapa:

1. Selección de vestidos virtuales
2. Búsqueda de tecnología 3D: para la elaboración de la modelo 3D que posteriormente servirá para el experimento.
3. Selección de catálogos impresos de ropa

Tercera etapa:

1. Entrevistas a expertos en estilismo de moda: se realizó entrevistas a expertos personalmente y con video conferencia, puesto que algunos entrevistados se encontraban viviendo fuera de la ciudad y del país.
2. Análisis de entrevistas: fueron de mucha utilidad para una comprensión profunda acerca de todo el trabajo que implica el estilismo de modas.
3. Realización de cuestionarios: se realizaron tres cuestionarios para cada escenario, los cuales tenían preguntas en común, adaptándose a cada experimento.
4. Guía de apoyo: previamente se conversó con algunos profesores y alumnos de la carrera de diseño textil y modas, para saber el conocimiento de estilismo que tienen los distintos cursos, por lo que se decidió generar una pequeña guía en donde estaba información básica que un estilista de moda tiene.

Cuarta etapa:

1. Se redacta la documentación gráfica y escrita. Para las citas que constan en el presente documento se utilizó el sistema de la Asociación Estadounidense de Psicología (APA).

La búsqueda bibliográfica, inició con la consulta del material disponible en Bibliotecas virtuales de universidades de la ciudad de Cuenca, pero no se encontró mucho, por lo que se optó por adquirir libros, como principal bibliografía se adquirió libros físicos: de estilismo de moda en Montevideo y en una librería local, el libro de 3D y Figura Humana se consiguió en la Biblioteca Central de la Universidad Politécnica de Valencia. Libros digitales, se consiguió en una biblioteca virtual de la página www.

academia.edu. Por último, la investigación Online ha sido un aspecto importante, ya que ha permitido encontrar publicaciones y artículos de importantes diseñadores como el museo virtual de Valentino.

Aunque la parte teórica de esta investigación fue importante, el conocimiento y las entrevistas llevadas a cabo con distintos expertos fueron de vital importancia. La experiencia viva de cada uno de los entrevistados es algo que a nuestro criterio se ha considerado como un gran aporte ya que los criterios emitidos difícilmente pueden ser encontrados en libros de estilismo de moda; además, ayudaron a reforzar partes teóricas que servirían para la parte experimental. Después de todas las entrevistas realizadas pudimos ver que la profesión de estilista de moda es muy completa y compleja.

Quinta etapa:

1. Selección modelo: el primer paso fue buscar la modelo que sería la protagonista para esta etapa. Se buscó una modelo que tuviera las características de cuerpo "ideal" para vestir que nos comentaron los estilistas y teoría encontrada en distintas fuentes bibliográficas. En este caso se eligió a Shela Cooper.

2. Estilismo: primero se eligió la vestimenta que utilizaría la modelo, la mayor parte de looks fueron armados con ropa de la talla de la modelo, si bien es delgada y fue sencillo colocar ropa, es alta y algunas prendas que se consiguió no le daban. Los looks fueron armados para lucir en distintas ocasiones: formal, casual y deportiva, esto se realizó con la intención de acercarse a la realidad de lo que la gente común utiliza y no que parezca ropa de un editorial, desfile de modas o fantasía.

3. Pre-producción de cada experimento: se empezó por el experimento de la herramienta de vestidor 3D. Se modeló en 3D a la modelo, en este caso Shela. Se colocó el cuerpo, tono de piel, cabello y se modeló el rostro. Este proceso fue aproximadamente de 3 horas, y fue realizado

con el vestidor de Sims3, que es el videojuego “de simulación social que te ofrece el poder de crear y controlar a gente”. Este *software* fue creado por el diseñador Will Wright, desarrollado por Maxis y publicado por *Electronic Arts* en el año 2000. Para este experimento se adquirió una versión original de los Sims3, la cual fue escogida porque el vestidor de ropa se apegaba más a nuestro estudio. Tras instalar el videojuego en una MacBook pro de 15 pulgadas, se procedió a interactuar con los estudiantes de sexto ciclo, cada uno de ellos tuvo la oportunidad de jugar en este vestidor aproximadamente entre 5 y 8 minutos, tiempo suficiente para poder entender la finalidad del vestidor 3D.

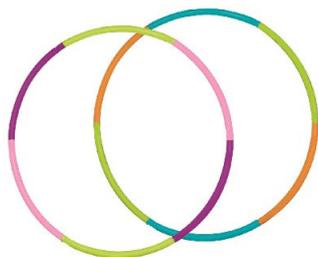


Figura 4. portada catálogo

Como segunda pre-producción se realizó la sesión fotográfica con Shela Cooper, con la colaboración del fotógrafo Edgar Reyes. Se realizó fotografías en estudio de los distintos looks escogidos previamente. El equipo utilizado fue una cámara réflex digital Nikon D7000 y un lente Nikon 18-135 mm; luego, el revelado de las fotografías se realizó digitalmente con el *Software Lightroom 6* y luego fueron cortadas

en Photoshop CS6 pero no se hizo ningún retoque de cuerpo de la modelo porque no se quería que se alejara de la realidad y que sea igual a la modelo que estaría en los otros escenarios.

El diseño del catálogo se basó en algunos de los catálogos analizados, en los que se utilizan escenarios dibujados no realistas.



El catálogo fue impreso en papel couche de 250 gramos en formato A4 horizontal.

Los catálogos fueron entregados a las estudiantes de cuarto ciclo, cada uno de ellos tuvo el catálogo por un tiempo aproximado de 1 hora, tiempo más que suficiente para analizarlo.

Por último, en la pre-producción del experimento realizado con la presencia física de la modelo, se necesitaba un vestidor real y, gracias a la experiencia adquirida tras algunos años de trabajar en *shoots* fotográficos con modelos en exteriores, pudimos reproducir uno de los métodos para cambiar de ropa a la modelos.

El modelo de vestidor portátil que reproducimos, es una especie de vestidor cilíndrico. Este fue confeccionado con un par de "ula ula" y doble capa de tela de hilo negra, para evitar que se transparente y se vea a la modelo cambiándose de ropa.

La falta de tiempo por parte de la clase de los estudiantes de segundo ciclo, hizo que la modelo con cada *look* estuviese frente a ellos alrededor de 5 minutos, pero consideramos que fue suficiente ya que no fue el único *look*, ni sus prendas fueron complicadas.

El registro fotográfico, de los distintos experimentos ha sido realizado con una cámara 7D Canon digital con un lente 28-135 mm Canon y otro 10-20 mm



Elaboración propia

Sigma.

Posteriormente, a cada uno de los tres grupos de estudiantes se les pidió que hagan sus observaciones en base a un formulario con preguntas predeterminadas.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, se pasaron a limpio en Word y luego en tablas Excel, en donde se dibujaron los cuadros estadísticos de los resultados de los distintos escenarios, para luego estos gráficos ser mejorados estéticamente en Adobe Ilustrador.

0.5. DISEÑO DEL EXPERIMENTO Y ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

Se compara diferentes formas de representar el vestuario: real, simulación 3D y visualización en papel (2D).

Se intenta generar a través de entrevistas a expertos, un modelo de parámetros que permita calificar lo adecuado de una prenda.

Se entrega dicho modelo de parámetros a los estudiantes como instrumento de evaluación en la presentación de ropa de modelos en los tres escenarios (real, 3D y 2D).

Tras la obtención de los resultados del estudio de evaluación controlado, se procedió a analizar la información para obtener los resultados del estudio general.

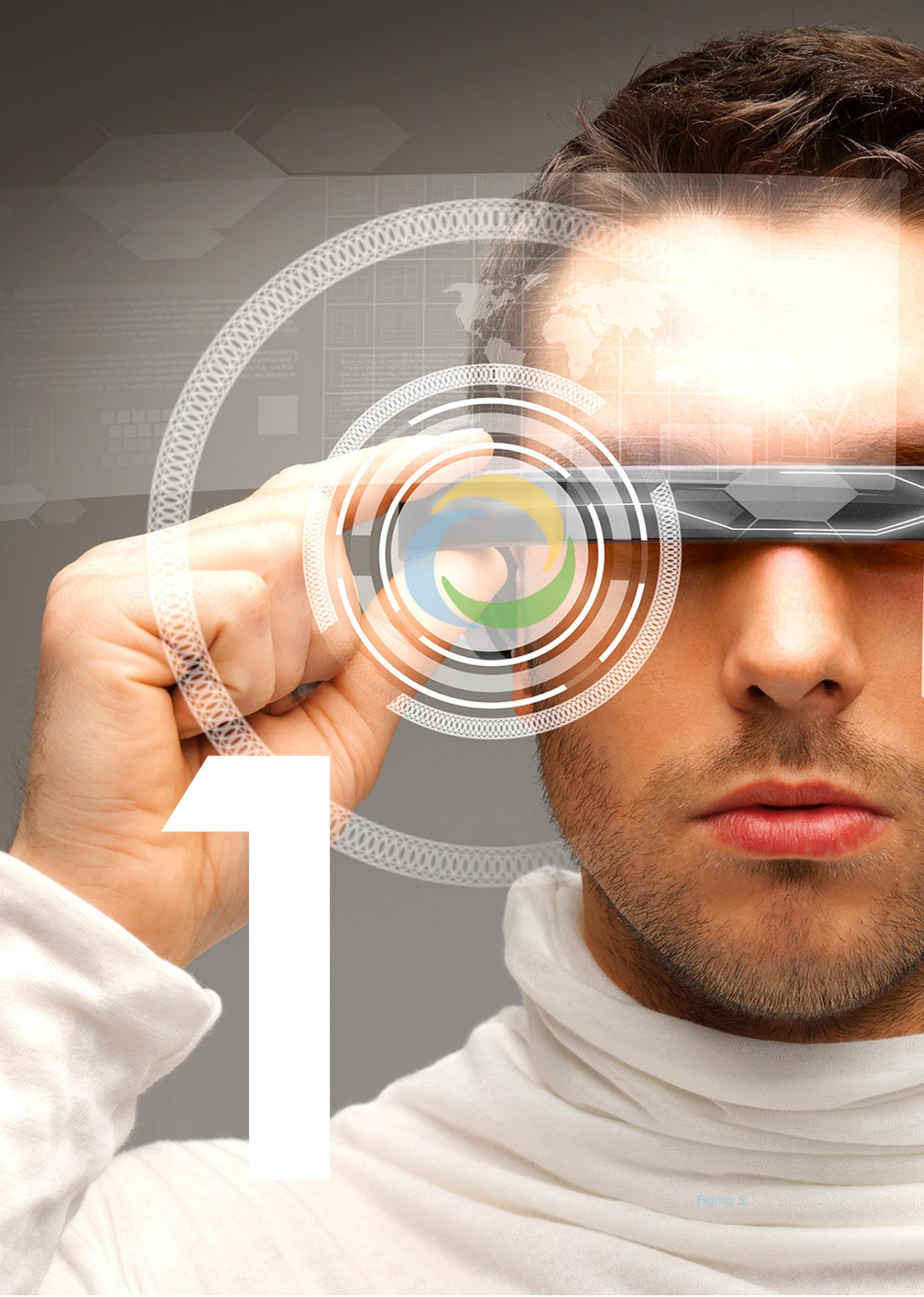


Figura 5.

LO VIRTUAL: INTRODUCCIÓN

¿Qué es virtual? la RAE lo define como “Que tiene existencia aparente y no real” dicho con otras palabras, y aplicado para el presente documento, lo virtual es aquello que está dentro de un computador, un dispositivo móvil y no es tangible. La socióloga entrevistada Carolina Gainza lo define como “una especie de realidad paralela pero que no está desconectada de nuestra vida cotidiana. Es un mundo donde tu puedes crear una identidad alterada”.

Un claro ejemplo son los “renders” utilizados en arquitectura, en los que podemos ver construcciones completas de edificaciones, casas, parques que aún no han sido edificadas; sin embargo, son generadas a través de un software de computador para mostrarnos cómo va a ser el resultado final de determinado proyecto.

Otro ejemplo son las famosas mascotas virtuales “tamagotchi” que tuvieron su auge a finales de la década de los 90’s. Estas “viven” dentro de un dispositivo móvil digital que fue elaborado exclusivamente como un juguete que pretendía reemplazar a las mascotas reales.

El mundo virtual ha llegado tan lejos que hasta ha permitido la creación de una especie de mundo paralelos; un ejemplo claro es el popular video juego Second Life,

en donde los usuarios juegan a tener, en un entorno virtual, una vida paralela en la que su personaje puede desde tener los rasgos físicos que desee o diseñar su casa ideal, hasta tener un empleo remunerado o incluso una familia.

Tal es el alcance de este juego que se puede comprar por internet artículos virtuales para complementar su hogar, vestimenta, o cualquier otra cosa que requiera para disfrutar a plenitud su vida virtual. El éxito de estas comunidades virtuales es quizá que no son irreales, como nos explica Castells “funcionan en un nivel diferente de la realidad”. Gainza nos da como ejemplo “el juego Second Life donde tu puedes tener una vida paralela, pero estos dos mundos están relacionados, ósea, lo que tu construyes en lo virtual tienen influencia en lo real y viceversa”.

El libro “Diseño de moda” nos dice que “Los entornos virtuales como second life estimulan la creación de imágenes de moda y ropa. En algunos se celebran concursos y existen tiendas donde se puede comerciar con ropa virtual”; por otra parte, el libro de “La era de la información” explica que críticos sociales como Mark Slouka “han criticado la deshumanización de las relaciones sociales producida por los ordenadores” dice que la vida on-line es la forma más fácil de escapar de la vida real.

Castells nos dice que las investigaciones indican que en algunas circunstancias el uso de Internet aumenta las probabilidades de soledad y depresión. También se asocia a una menor comunicación de los participantes con los miembros de su familia en el hogar y la reducción de su círculo social.

En este capítulo vamos a enfocar lo virtual desde el modelado 3D y empezaremos por explicar la interactividad, que es un factor decisivo por ser el puente que une el mundo real y el virtual, además de ser clave para que el usuario

se enganche con un juego o más específicamente en el caso del presente estudio con el vestidor virtual de ropa.

Una vez entendido las interacciones se explicará brevemente la manera de generar un 3D, así como los materiales que podemos colocar para comprender los factores que intervienen en un vestidor virtual.

1.1. TECNOLOGÍAS 3D

Al hablar de 3D nos referimos al largo, el ancho y la profundidad de un objeto.

La tecnología 3D es muy explotada principalmente en videojuegos, infoarquitectura, ingeniería y el cine. Existen algunos programas con los que podemos crear 3D, como por ejemplo de la casa Autodesk: 3Ds Max o Maya, de la casa alemana Maxon está Cinema 4D, Houdini de la casa Side Effects Software, Poser de Smith Micro Software, etc.

Estos programas son utilizados ya sea para la creación de escenarios, personajes, entre otros usos y están diseñados para distintas necesidades que un modelador 3D requiera.

El 3D no sólo ahorra en algunos casos tiempo y dinero, si no crea mundos "paralelos" es el caso del diseñador Valentino, quiso realizar la muestra de sus colecciones pero para esto necesitaba 107.500 metros cuadrados por lo que decidió realizar su propio museo virtual, en el 2011 donde podemos observar maniqués en 3D luciendo mas de 300 vestidos de su trayectoria (50 años) entre estos los utilizados por Elizabeth Taylor, Julia Roberts, Sophia Loren y Jacqueline Kennedy.



Valentino Clemente Ludovico Garavani, es un diseñador de modas italiano. Su prestigiosa marca reconocida mundialmente ha vestido a importantes mujeres como Ava Gardner, la antigua emperatriz de Irán Farah Diba, la reina Noor de Jordania, la ex primera dama de Estados Unidos Nancy Reagan y la princesa Diana de Gales



“En términos sociológicos la influencia de las tecnologías digitales se ha estudiado principalmente desde la construcción de la subjetividad y la identidad.”

Carolina Gainza



Figura 6. Museo Virtual Valentino

1.2. INTERACTIVIDAD Y MULTIMEDIA:

A mediados de los 90's "un nuevo sistema electrónico de comunicación comenzó a formarse a partir de la fusión de los medios de comunicación de masas y comunicación a través de ordenador...El multimedia, extiende el ámbito de la comunicación electrónica a todos los ámbitos de la vida...Los gobiernos y las empresas de todo el mundo ya se habían lanzado a una frenética carrera para situarse en una posición favorable y establecer el nuevo sistema, considerando una herramienta de poder, fuente potencial de ingentes beneficios y símbolo de la hipermodernidad" (Castells, 2011).

En la entrevista realizada Ernesto Santos nos dijo que la definición

de la multimedia es "MULTIMEDIOS, que significan varios canales de emisión, como el sonido, texto, video, etc. Su uso se funda en que al existir diversos canales de emisión se puede llegar de una manera más amplia al usuario, en lugar de usar monomedia que es un solo canal de emisión, por ejemplo un libro es un monomedia.

"Las empresas de todo el mundo estaban situándose en una posición favorable para entrar en un mercado que podía convertirse a comienzos del siglo XXI en el equivalente de lo que el complejo industrial del automóvil-petróleo-caucho-autopistas fue en la primera mitad del siglo XX".

Manuel Castells



Figura 7. Película Lego

Al hablar de sistemas digitales hablamos de dos cosas, interacción e interfaz. La interacción es la comunicación entre dos partes, que puede ser del siguiente tipo, humano-humano, humano-máquina y máquina-máquina; al hablar de la comunicación entre humano y la máquina es la interacción humano-ordenador, y la manera en la cual se comunican es la interfaz, es decir, ese soporte en el cual se da el diálogo que puede ser a nivel tangible o intangible. A nivel tangible es el *hardware* y a nivel intangible es el *software*.

“La mayoría de los sistemas digitales hoy en día usan la interfaz gráfica que no es más que la pantalla en la cual se realizan las acciones, son los gráficos, botones, textos que resaltan en los dispositivos de uso

masivo como ordenadores, celulares y tabletas”.(E. Santos, comunicación personal, 7 de abril de 2015).

El autor Jorge Mora nos dice que la interactividad es la comunicación entre el hombre – ordenador y el control que pueda tener el usuario con el contenido. Esta rompe con la estructura lineal de la información. La interfaz es la conexión entre hardware (física) y software (funcional) por medio de la cual el usuario se comunica. Y sus componentes son:

- Expresiones multimedia interactivas “que configuran la apariencia estética de la interfaz y que individualmente constituyen cada puerta de paso a la interacción con



Figura 8. Touch Dynamic

las distintas partes del contenido narrativo hipermedia" (Mora, 2009). He citado textualmente lo que nos menciona Mora, puesto que, en el caso del vestidor virtual, la parte estética o la apariencia que tenga la ropa virtual debe ser muy parecida a la ropa real, así como la modelo 3D que la porte.

- Formas narrativas interactivas: estas generan emociones por medio de personajes, paisajes y acciones.
- Valores y desvalores interactivos: existen reglas dentro de la parte interactiva como en el caso de juegos; estas reglas serán las que el usuario deberá o no respetarlas, para conseguir el objetivo deseado.

Del mismo modo podemos clasificar a la interfaz de la siguiente manera:

Interfases de hardware o periféricas:

- Intermediación: mediante estos instrumentos se conecta con el software, puede ser el ratón, el control de un juego de video, etc.
- Mimético naturales: son más intuitivas y cómodas ya que se basan en conductas de la vida diaria entre estas está el lápiz óptico, pantallas táctiles, entre otros.
- Interfases de software: conjunto de elementos que sirven para poder comunicarnos entre estos tenemos a la tipografía, íconos, símbolos, signos, sonidos, imágenes, iconografía, etc.

- Convergentes: juntan la interfaz de intermediación y la interfaz de software.
- Interfases opacas o transparentes: las interfaces opacas son las interfaces en las que necesitamos entrar en un enlace o mediante un clic para ver la información; al contrario, las interfaces transparentes son aquellas en las que tenemos el contenido a la vista como una especie de menú, un ejemplo es la televisión digital.
- Interfases estáticas o dinámicas: las dinámicas son utilizadas cuando tenemos abiertas varias ventanas y podemos realizar actividades en conjunto e interactuar; mientras que las estáticas se mantienen lineales, siguen un recorrido.
- Interfases mudas o sonoras: se refiere a interfaces sin sonido y con sonido.
- Interfases inteligentes: son aquellas en las que el usuario puede cambiar sus características o activar distintas funciones. Estas recuerdan y guardan las funciones y características colocadas por el usuario.

Para este estudio utilizaremos una interfaz convergente, puesto que el experimento será realizado a estudiantes en la universidad, se buscará un vestidor virtual que pueda estar en un ordenador.

HERRAMIENTAS INTERACTIVAS:

Son herramientas que el usuario utiliza para jugar, educarse o relacionarse. Éstas permiten utilización de voz, imágenes, video, texto, etc. Una de las grandes virtudes de estas herramientas es la motivación del usuario por utilizarlas y la retroalimentación, además del seguimiento que se le puede dar a este. Para que éstas cumplan su función es necesario que los códigos utilizados sean comprensibles por parte del usuario; además, es necesario que el programa que genera esta herramienta funcione con rapidez y responda efectivamente a las acciones del usuario, así como la navegación que debe ser amigable.

Entre algunas de estas están los videojuegos, las enciclopedias, diccionarios, periódicos, o cualquier otro material didáctico digital, así como tutoriales o simulaciones utilizadas en aeronáutica o clases de manejo, entre otras.

Consideramos que para el vestidor virtual que utilizaremos sería conveniente que estas herramientas sean muy intuitivas, no considero que deba ser muy sofisticado ya que el vestirse es algo cotidiano.



Figura 9. Simulaciones



Figura 10. Museo Virtual Valentino



Figura 11. Simulación de vuelo



Figura 12. Smart Table

1.3. ELEMENTOS NARRATIVOS:

La participación que brindan los programas interactivos, así como su éxito, depende de la interacción de la interfaz sobre el contenido narrativo. Es así que mientras la estética representada, al igual que los objetos contenidos dentro de videojuegos, simulaciones, etc. Sean atractivos para el usuario, permitirá que éste se identifique con los mismos.

Por ello la importancia de estos vínculos, que harán que el usuario vuelva a utilizarlo. Para esto existen elementos narrativos con los que se puede conseguir una interacción adecuada y estos son el espacio y papel o funciones de los personajes:

ESPACIO

Es el sitio en el cual colocaremos a *nuestros* personajes, este a su vez se divide en:

a) Forma de construcción: aquí vamos a considerar el espacio real o imaginario. Podemos decir que el espacio real es el espacio natural el que el usuario se relaciona con la realidad, ya que éste intenta imitarla. En cambio el espacio imaginario o mimetizado va más con la creación del autor y podrá o no existir en la realidad.

b) Sentidos implicados: serán los sentidos que van a participar, como pueden ser vista, oído y tacto. Depende cual de estos se active para utilizar ya sea guantes



Figura 13. Película Avatar

de datos, gafas estereoscópicas, cascos, audífonos, etc.

c) Espacio percibido: se considera al espacio ya sea implícito o explícito. En el explícito está todo puesto de manera clara por lo que no existe dudas en el lector. En cambio en el implícito, será la imaginación del lector la que interprete el contenido de los mensajes por medio de interacciones.

d) Elementos técnicos: dimensiones espaciales: ya sea 2D, 3D y cuatridimensional.

e) Perspectiva: según el punto de vista se colocan tamaños.

f) Enfoque y desenfoco: en donde va estar el centro de atención.

g) Iluminación y temperatura de color: dominancia de alguno de los colores sobre los demás.

h) Atrezzo: todos los objetos como muebles que se colocan para completar la escenografía o interactuar con el usuario.



Figura 14. Gafas estereoscópicas

Principalmente, los elementos narrativos que se deben buscar para el estudio de nuestro vestidor 3D, serán en la forma de construcción: el espacio real, ya que queremos comparar experiencias y necesitamos que el usuario no se confunda y sienta que es real. Los Sentidos Implicados, serán vista y tacto, puesto que será un vestidor en un ordenador. El Espacio percibido será explícito para no generar dudas en el lector y los elementos técnicos, la dimensión espacial será 3D.

SEGÚN EL PAPEL O FUNCIONES QUE JUEGAN DENTRO DE LA NARRATIVA:

a) Espacio como protagonista: “el personaje principal y el objetivo principal es el movimiento y el descubrimiento dentro del espacio” (Mora, 2009) teniendo en cuenta que en el caso del vestidor virtual será un único personaje, este vendría a ser el principal y por esto

debería considerarse buscar un espacio con estas características.

b) Espacio ausente y sugerido: aquí el receptor mediante su imaginación tendrá que reconstruir elementos faltantes por medio de otros elementos narrativos como acciones, personajes o tiempo.

c) De selección y representación: acá se selecciona la interfaz y se reproduce el relato en donde se desenvolverá la acción.

d) Hiperespacio: es el espacio en donde va interactuar el espectador, este a más de ser claro también puede estar construido con gustos y preferencias del lector.

Una vez que se comprendió la importancia de la interactividad e interfaz pasaremos a ver como modelar y animar un 3D.

1.4. MODELADO Y ANIMACIÓN 3D

Modelado:

Modelar: Configurar o conformar algo no material (RAE, 2015). El modelado 3D es generar por medio de un programa especial en un ordenador un objeto, animal, persona, etc.

El libro de Luque nos indica que para modelar un 3D, se inicia con polígonos que a su vez generan cuerpos geométricos llamadas "primitivas" como cubos, esferas, prismas, etc. A estas se les da un tamaño específico "escalado" ya sea en sus 3 ejes largo (x), ancho (y), profundidad (z) o solo en uno de estos, dependiendo del objeto que se quiera realizar. Se debe tener en cuenta los polígonos, puntos y lados que están formando las primitivas, se elige una cara y según el objeto que se va a realizar se hace una "extrusión" es decir se extrae una cara del objeto hacia afuera.

Otra forma de realizar un 3D es el modelado por medio de curvas, esto se utiliza para objetos como vasos, botellas, llantas e incluso texto; con este tipo de modelado



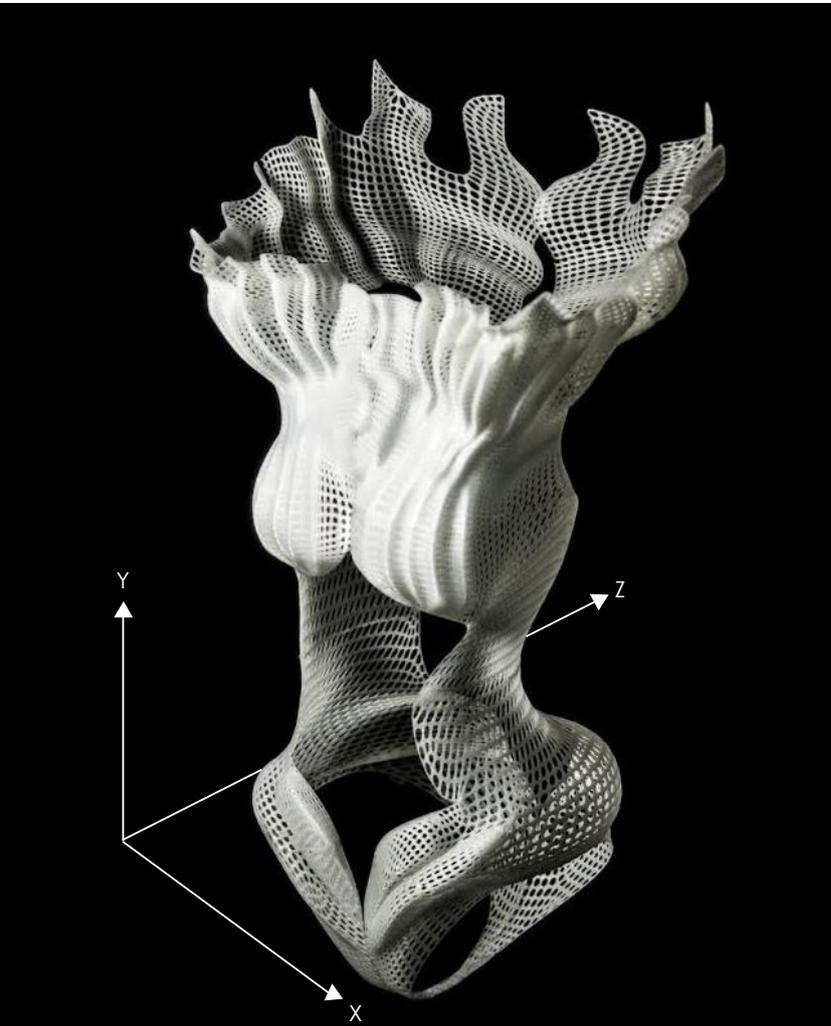


Figura 15. Ropa 3D

podemos realizar curvas perfectas. También, para generar un 3D podemos juntar un cuerpo geométrico poliedro con un redondo y así conseguir una nueva forma.

Estos conceptos elementales nos sirven para formar una idea clara de lo que es el modelar figuras en tres dimensiones. La intención de esta tesis no es el profundizar en este tema puesto que lo que se hará con el 3D es el comparar con una figura real, más no se modelará. Sin embargo es necesario tener claro lo complejo que este arte de modelar 3D requiere de mucho tiempo, precisión y sobre todo experiencia.

En la indumentaria vemos al 3D cada vez más como una herramienta necesaria de diseñadores, y como se mencionó anteriormente grandes diseñadores como Valentino están apostando por este.

Animación:

En una de las entrevistas del presente documento realizada al Magister Ernesto Santos nos dijo que "cuando hablamos de animación hablamos de fuerzas, de la física del mundo, y eso genera que las cosas se muevan, toda acción tiene una reacción, en animación le llaman CAUSA-EFECTO, cuando se anima se debe pensar en tres estados: ACCIÓN, TRANSICIÓN Y REACCIÓN. Por ejemplo, cuando animamos a un personaje que salte, la acción es cuando toma impulso, transición cuando está en el aire, y la reacción cuando caen sus pies al piso.

Técnicamente hablando, cada uno de estos tres estados se llaman keyframes o fotogramas claves, y para terminar la animación, se aplican sistemas de animación como transiciones.

En cuanto a la animación al hablar de fotogramas se debe pensar en el sistema PAL que es de 24 fotogramas, pero también existe el NTSC que es de 30 fotogramas, ambos son los dos sistemas más usados, aunque el Sistema PAL inicialmente se lo usó en Canadá, Japón, y algunos países Europeos hoy en día es un estándar en sistemas de animación a nivel mundial". (E. Santos, comunicación personal, 7 de abril de 2015).

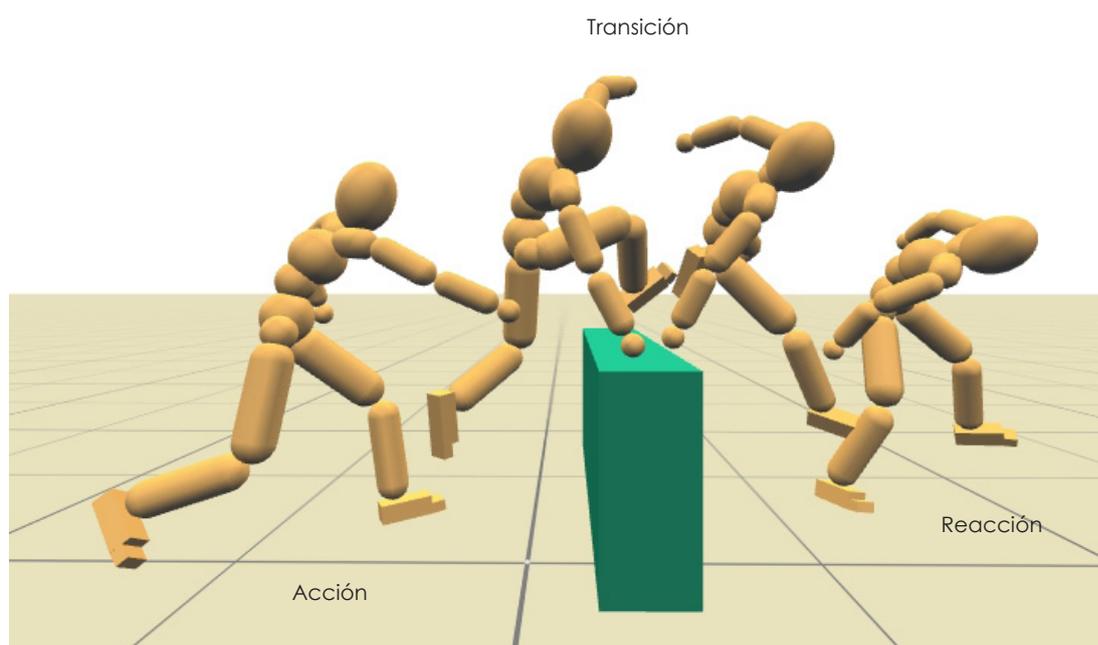
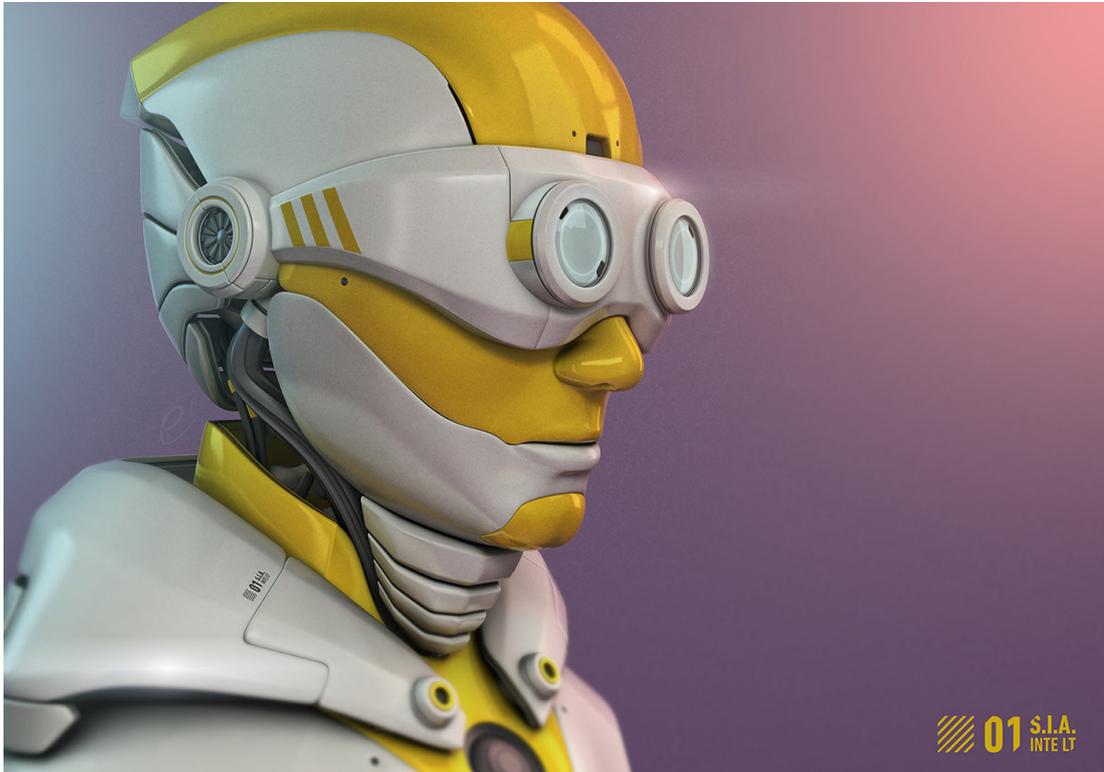


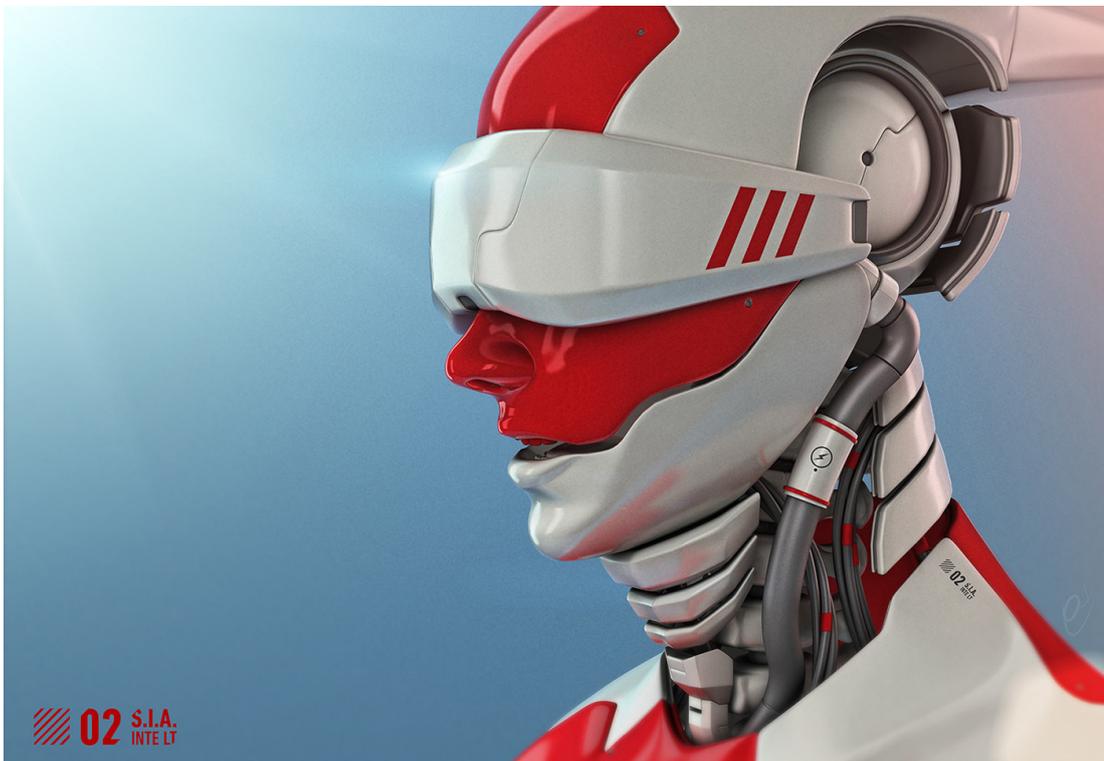
Figura 16. Causa - efecto



01 S.I.A.
INTE LT

S.I.A intel 01

Santos, E. (modelador 3D)



02 S.I.A.
INTE LT

S.I.A intel 02

Santos, E. (modelador 3D)

Luque nos menciona que para animar un objeto 3D se debe tomar principalmente el tiempo que queremos que dure la animación, esto lo trabajaremos en una línea de tiempo “*timeline*” que está dividida en fotogramas, que son imágenes que juntas en un lapso de tiempo nos dan la animación. Un segundo de video equivale a 24 fotogramas. Estos varían al momento de animar, en los dibujos animados se utilizan 12 fotogramas en vez de 24.

Dentro de la animación existen reglas para conseguir óptimos resultados, para que las animaciones se vean naturales y se acerquen a la realidad, a

continuación explicaremos las principales:

- Uno de los principios es el “estirar y encoger” se utiliza principalmente en casos como el rebote de una pelota u objetos que sean elásticos.
- Anticipación, se realiza antes de generar un movimiento o acción del personaje por ejemplo si va a realizar un salto alto, el personaje tiene que tomar impulso antes de realizar esta acción.
- La puesta en escena, son los movimientos de un personaje para definir una acción.



Figura 17 Inventors Room
Santos, E. (modelador 3D)

- Acción directa se refiere a una animación continua, por ejemplo en donde un personaje mueve sus pies para caminar, es repetitiva, cada paso será seguido por otro, o la de una pelota rebotando.
- Una acción continuada o superpuesta, es cuando una animación "principal" contiene otras animaciones, como ejemplo podríamos poner un personaje que sacude su cabeza, al detenerse su cabello largo continúa en movimiento un instante más.
- Entrada y salida lenta se utiliza en al inicio y final de una animación, esta corresponde a la aceleración y desaceleración de una acción, como puede ser un personaje que va a correr o un avión que va a aterrizar.
- Los arcos se usan para animar de manera fluida, la animación debe ser realizada con una línea curva, por lo que no se debe realizar con líneas rectas.
- La acción secundaria acompaña a la animación principal, esta sirve para darle mayor realismo, un ejemplo podría ser el de un personaje bailando debemos animar también sus expresiones faciales e incluso su respiración.
- Control temporal, es uno de los principios que se debe tener muy claro antes de animar un personaje u objeto, debemos saber la duración de cualquier acción, esto a mas de darle realismo le da equilibrio a la animación, en el caso de que un personaje levante las manos al mismo tiempo, el tiempo debe ser igual en ambos brazos. O el movimiento de la boca un personaje hablando debe ser similar al de una persona real.
- Exageración al momento de resaltar una acción , por ejemplo cuando un personaje se sorprende.
- Dibujo sólido esto se refiere a que antes de animar, el personaje u objeto debe estar correctamente modelado para que al momento de estirarlo, rebotarlo, etc. este no dé problemas como quebrarse.
- Personalidad es lo que va a diferenciar a el personaje de los demás, si bien este puede lucir diferente del resto pero también se lo debe animar diferente.
- Crear y editar cuadros clave, cada animación requiere de distintos movimientos que el modelador 3D sabrá colocar en momentos clave, para facilitar la animación también puede crear nuevos fotogramas.

- Estirar y encoger es utilizada básicamente para dar rebote a objetos blandos como una pelota.

Todas estas reglas que mencionamos son vitales para obtener una animación perfecta, generalmente en producciones grandes como películas en 3D tenemos dos ramas fundamentales: los modeladores 3D y los animadores 3D.

Los modeladores los hay de todo tipo desde simples objetos, hasta complicados personajes subreales. Por otra parte están los animadores,

que pueden especializarse desde expresiones faciales y movimientos humanoides, hasta animadores de agua que es una de las ramas más complicadas dentro de la animación.

Mencionamos esto porque creemos que es importante saber lo complejo que es el mundo 3D y comprender todo el esfuerzo que conlleva. En el caso del vestidor virtual se pretende buscar un software en donde la modelo no esté rígida, si no sea un personaje que pueda tener movimiento e incluso cierta personalidad.

1.5. MATERIALES Y TEXTURAS:

Ernesto Santos nos explicó que “un material no es más que la forma en la cual el objeto reacciona frente a la luz, y por tanto como nuestros ojos los ven. Algunos materiales son reflectivos porque reflejan la luz, otros son mate por que la absorben y, lo que se logra ver dentro de un material son las texturas, es decir los colores y formas dentro de cada material que es parte del objeto.

Lo que se debe tomar en cuenta es que los materiales dependen del programa y/o motor de *render*. Cada *software*, ya sea MAYA, 3D o Cinema 4D entre otros, posee materiales diferentes y, de igual manera, si se utiliza un motor de render como MENTAL o V-RAY poseerá también materiales extras. Efectivamente existen algunos que son comunes como el Blinn, Lambert

y Phong, el Constant y Toon, son de 3D Max”.(E. Santos, comunicación personal, 7 de abril de 2015).

En el modelado se define como “*specular*” a lo que comúnmente decimos brillo, “*diffuse color*” a las difusiones y “*ambient*” a la luz ambiental.

Conocemos que dentro de los materiales tenemos que poner atención en cuan transparentes o reflectivos pueden llegar a ser o juntar varias características de los materiales y conseguir un resultado único.

Tipos de materiales:

Sabemos que existen algunas opciones de *software* al momento de generar un 3D, lo que tienen en común son algunas herramientas y en este caso los tipos de materiales que podemos colocar a nuestro 3D

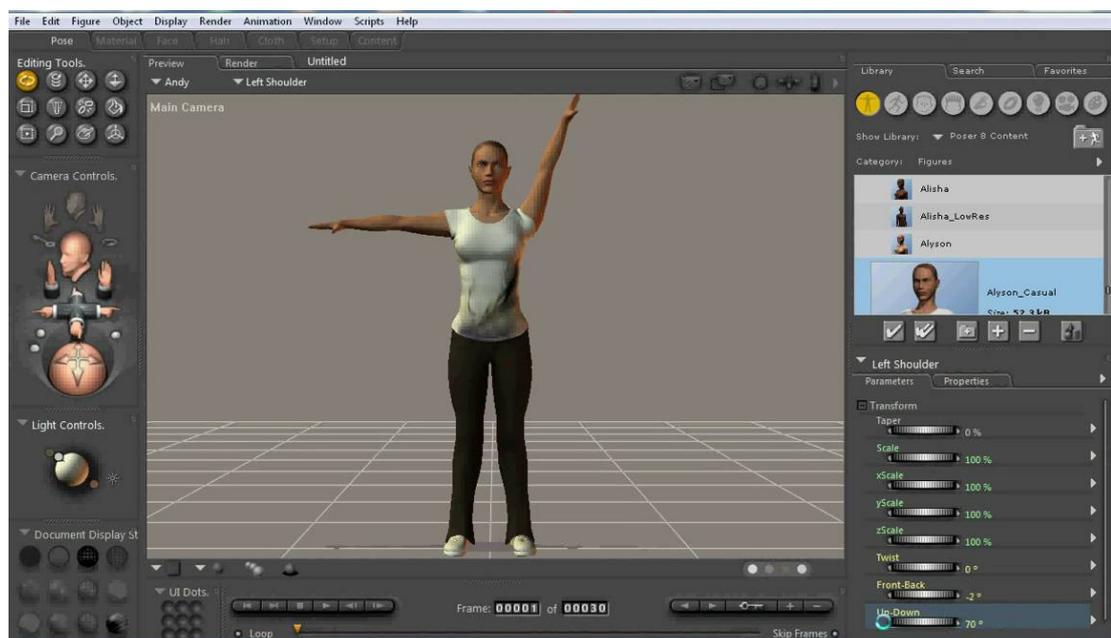


Figura 18. Generación de personajes 3D

Constant: colocaremos cuando queramos uniformidad en nuestro 3D, el color es constante. También se usa para crear efectos de luces.

Lambert: este no tiene brillo, es básico y contiene sombras base.

Phong: se lo utiliza generalmente para generar brillos duros como en metales, vidrios y plásticos.

Blinn: su principal característica es esparcir el brillo, es utilizado para generar pieles, terciopelo y objetos sucios. El "blinn" combinado con el "phong" generan la mayoría de materiales dentro del 3D.

Toon: se utiliza para simular el efecto de dibujos animados.

Aplicar un material:

En todo *software* para generar 3D cada objeto viene con un material base por *default*, así debemos poner atención en los materiales que vamos a modificar, ya que contienen el mismo material en la escena, por ello si modificamos alguno de ellos, lo estamos cambiando de todos. Para evitar esto podremos realizar una copia local, y añadir un material nuevo al objeto.

Texturizado:

Es importante cuando tenemos un material el colocar textura, no es una regla que se necesite colocarlos, pero tomando en cuenta que nuestro proyecto se

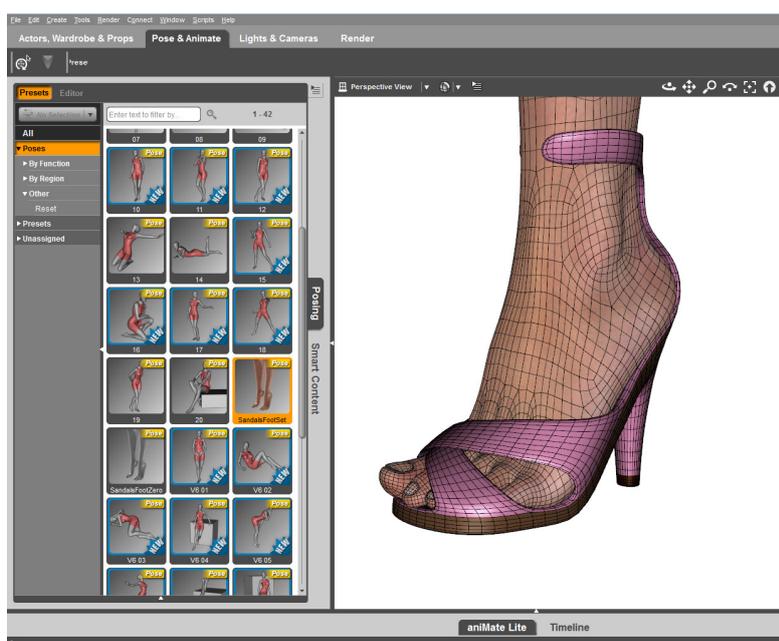


Figura 19. Mapeado 3D



Figura 20. Aplicaciones de materiales 3D

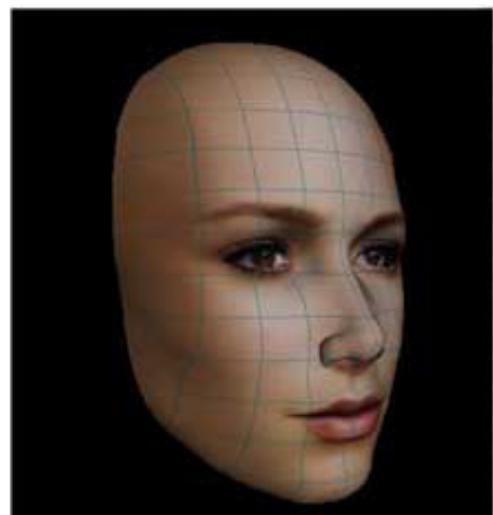
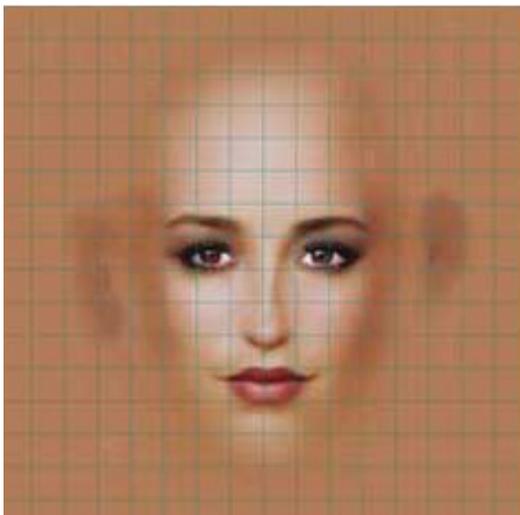


Figura 21. Mapeado 3D

trabajará con telas, es necesario mencionarlo.

Para colocar texturas existen dos caminos, el primero sería seleccionar de nuestra biblioteca de imágenes de texturas, la que necesitemos.

La segunda son las texturas "procedurales"; estas son creadas en el computador por medio de operaciones matemáticas y justamente son utilizadas para crear telas entre otras cosas como mármol y rocas.

La importante característica de esta textura es su resolución infinita, con esto queremos decir que por más que nos acerquemos mucho a esta se sigue viendo su textura sin perder calidad. Pero el principal problema es que da mala calidad al entorno.

Mapeado de texturas:

Este nos indicará la forma en la que vamos a colocar nuestra textura en la malla, y existen varios tipos:

Planar: es utilizado para colocar en superficies completamente planas, generando deformaciones en partes que no están paralelas al plano.

Esférico: este se coloca en superficies esféricas pero puede generar deformaciones en los polos.

Cilíndrico: se utiliza para objetos como botellas, este ya no genera el problema de los polos del mapeado esférico.

Se han mencionado los principales materiales que se pueden colocar en los 3D y hemos enfatizamos en el texturizado que se utiliza en las telas ya que depende mucho de la destreza del modelador para que este material se vea real, además de la plataforma en donde se va colocar. Este tipo de texturas suelen ser muy pesados conforme aumenta su grado de realidad.

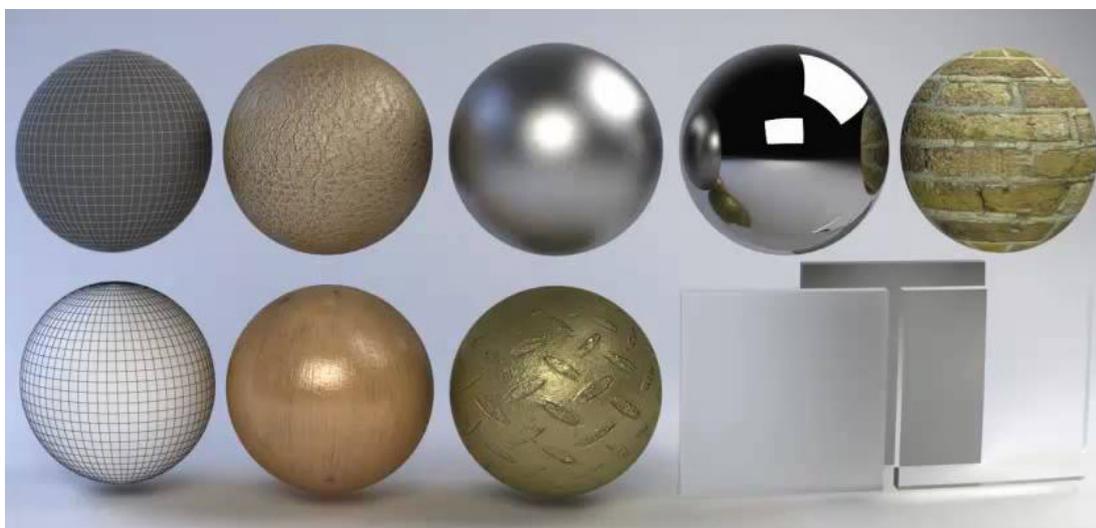


Figura 22. Materiales 3D

1.6. PERSONAJES:

El autor Jorge Mora los clasifica según los rasgos de los seres humanos: fisiológicos, sociológicos y psicológicos.

Añade que es importante la espiritualidad del personaje o los valores que serán el punto de partida del desarrollo del personaje. Mediante los valores que contenga cada personaje este actuará y tomará decisiones.

Para continuar con los elementos interactivos de los personajes es necesario mencionar que en muchos de las aplicaciones multimedia interactivas con las que nos encontremos vamos a ver un

“avatar” mas no un “personaje”.

Es decir, los personajes contienen ciertos rasgos que vienen dados por el autor y que no se los puede cambiar, este personaje por lo general lo encontramos en soportes lineales; pero en otros soportes como en el caso de vestidores virtuales necesitamos poder modificarlo, a esto lo llamaremos “avatar” en este el lectoautor podrá construir y cambiar dependiendo de las interacciones.

Las interacciones son las que nos darán la clasificación de los avatar, en primera, segunda y tercera persona.



Figura 23. Avatar en tercera persona

Avatar en primera persona:

por medio de una *webcam* el lectoautor es el personaje virtual. Este copia su morfología en dos dimensiones.

Avatar en segunda persona: el lectoautor reproducirá en segunda persona su físico en tres dimensiones, además podrá darle características psicológicas, sociológicas y valores.

Avatar en tercera persona: dependiendo de las expresiones interactivas y las herramientas que contenga la plataforma donde estamos creando el personaje, el lectoautor podrá crear el personaje a su gusto.

Rasgos fisiológicos: son las características físicas y de forma; sexo, edad, altura, peso, color de pelo, ojos y piel, aspecto corporal y de vestuario, defectos físicos y rasgos físicos hereditarios.

Rasgos sociológicos: corresponden a la parte de la sociedad, como está envuelto el personaje en el plano de lo social; estatus económico, empleo, educación, relaciones familiares, religión, nacionalidad, tendencia política y aficiones.

Rasgos psicológicos: es la parte interior del personaje, la parte espiritual, lo que contiene su mente; temperamento, la moral, sus inquietudes, ambiciones, actitud ante la vida, sus frustraciones, sus complejos, obsesiones, fobias, aptitudes, idiomas que domine, capacidades, cualidades, criterio, gustos, coeficiente intelectual.

Para nuestro estudio nos sirve tanto el avatar en segunda y tercera persona, ya que reproduciremos el físico de una modelo real. Si bien nos ayuda el hecho que la modelo se vea amigable, en cuanto a los

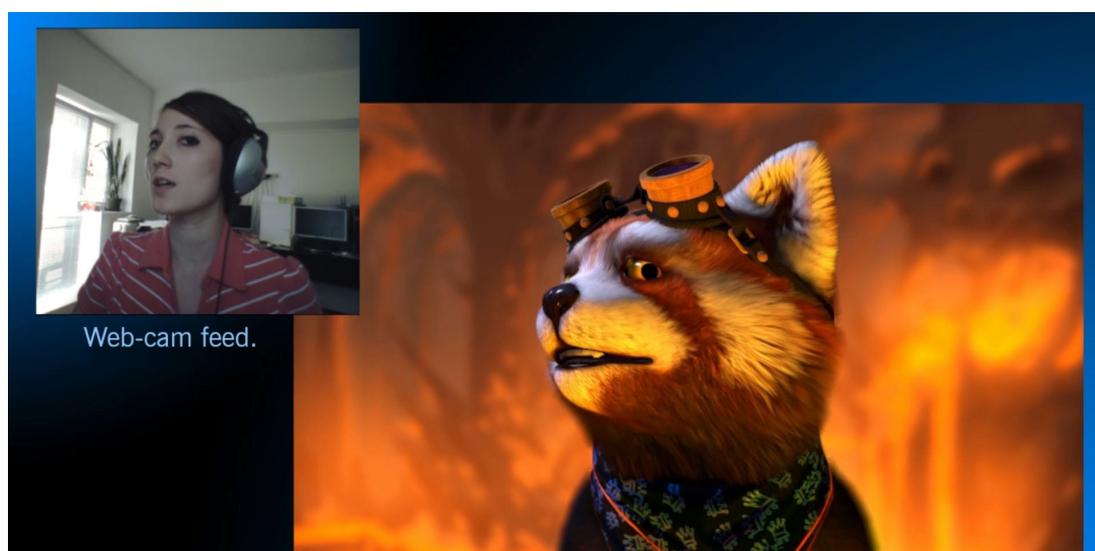


Figura 24. Avatar en primera persona

rasgos fisiológicos, sociológicos y psicológicos, se los ha dejado en segundo plano, debido a que si bien la acción de probar ropa a una modelo 3D podría en cierto punto llegar a ser una actividad lúdica, nuestra intención dentro del experimento es que los participantes se centren en su vestimenta.

“Nosotros no tenemos un cuerpo físico en el mundo virtual, sino un cuerpo digital llamado avatar, el cual aunque pueda asemejarse físicamente, no soy yo, pero dentro de la construcción de la identidad subjetiva me representa.

Carolina Gainza



Figura 25. Scanner 3D

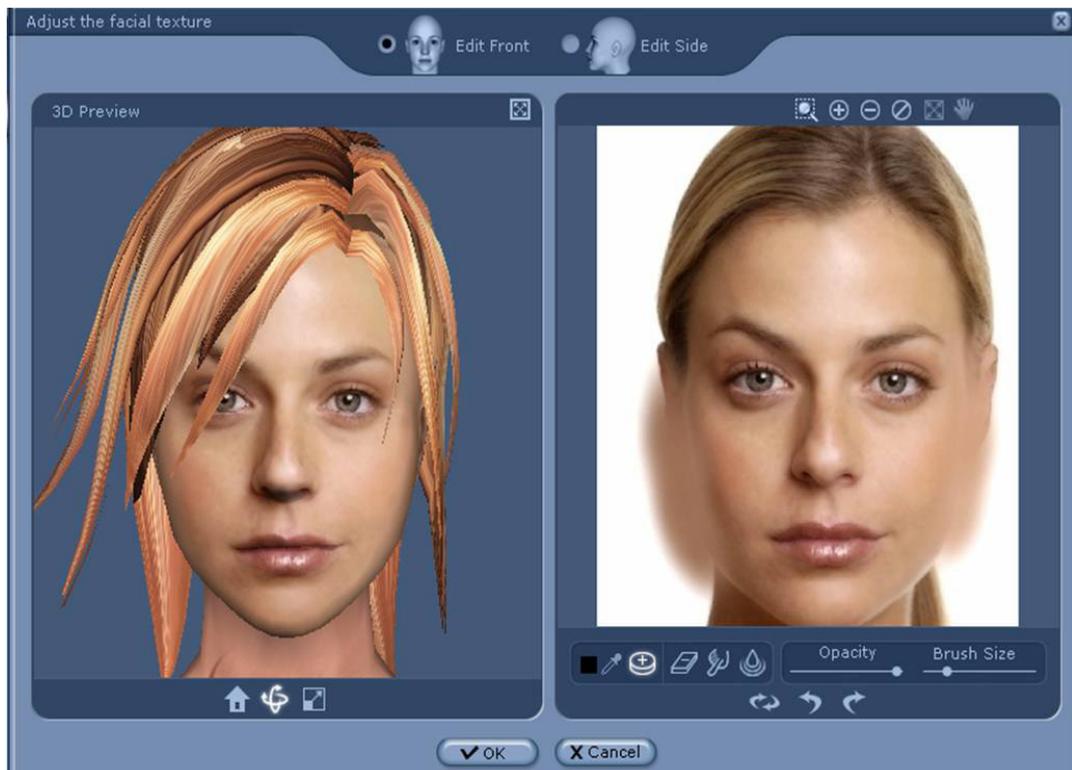


Figura 26. Avatar en segunda persona

1.7. LOS VESTIDORES VIRTUALES

¿Qué son los vestidos virtuales?

“Habitación de una casa utilizada para vestirse y para guardar la ropa.” (RAE, 2015). Esta definición hace uso de los vestidos tangibles, los vestidos reales, pero que pasa cuando a esta definición añadimos la definición de virtual: “tiene existencia aparente y no real.” (RAE, 2015). Nos da como resultado, que un vestido virtual es una habitación de existencia aparente y no real utilizada para simular el vestirse. A esto podríamos añadir, como mencionamos al inicio del capítulo, que están dentro de un ordenador u cualquier otro dispositivo.

Han sido varios los intentos durante los últimos años por mostrarnos un vestido virtual. Como mencionamos previamente en los antecedentes, *Responsive Mirror* fue uno de aquellos intentos que logró trascender y tuvo una gran acogida; ahora bien, podemos encontrarnos con otros proyectos con tecnología similar, como por ejemplo *Fitnect*, que merece ser mencionado debido a que como

“El consumidor dispone cada vez de menos tiempo para comprar y probarse ropa.”

Sue Jenkyn Jones





Figura 27. Vestidor virtual

explica en su página Web, “es un sistema de realidad aumentada en una sala de montaje completo de 3D personalizable”. Este proyecto, que a mas de permitir a los usuarios probarse prendas de ropa de manera virtual, trabaja con distintas marcas como, automóviles, equipos de futbol, (presente en la Copa del mundo 2014) licores, entre otros impulsándolas de una manera divertida entre los posibles consumidores.

El éxito de este proyecto ha sido tal que dicho sistema ha trascendido su país de origen (Hungría), llegando a utilizarse en países como Brasil, Perú, Rusia, Turquía, Rumania, Estados Unidos, Corea y Suiza.

Zugara es otro vestidor virtual que podemos encontrar actualmente y a diferencia de *Fitnect* este está al alcance de todo aquel que posea una cámara Web. Esta tecnología permite al usuario probarse ropa desde la comodidad de su hogar.

Zugara fue fundada en 2001 como una agencia de marketing interactivo pero desde el 2008 están generando interactividad con realidad aumentada

Estos vestidores virtuales a manera de espejos, en donde los usuarios se ven reflejados con distintas prendas de vestir es una de las tecnologías que consideraremos como vestidores virtuales, la desventaja de estos es que todavía no se ven tan reales como el usuario quisiera,



Figura 28. Fitnect en Moscú

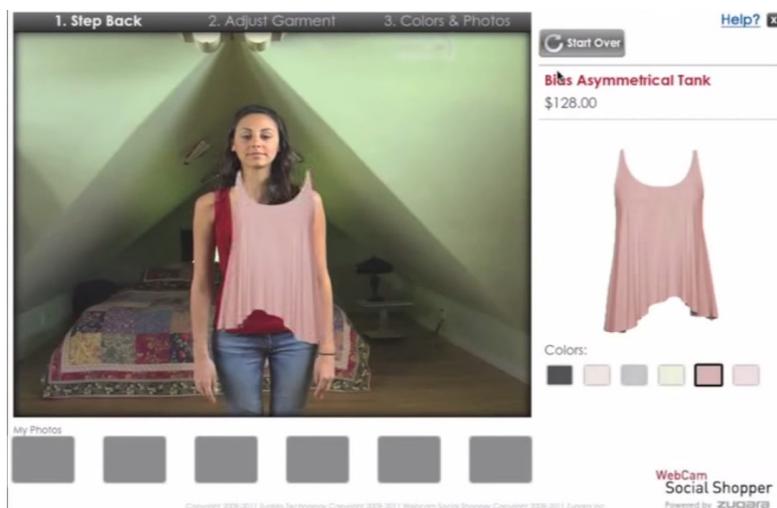


Figura 29. Vestidor virtual Zugara

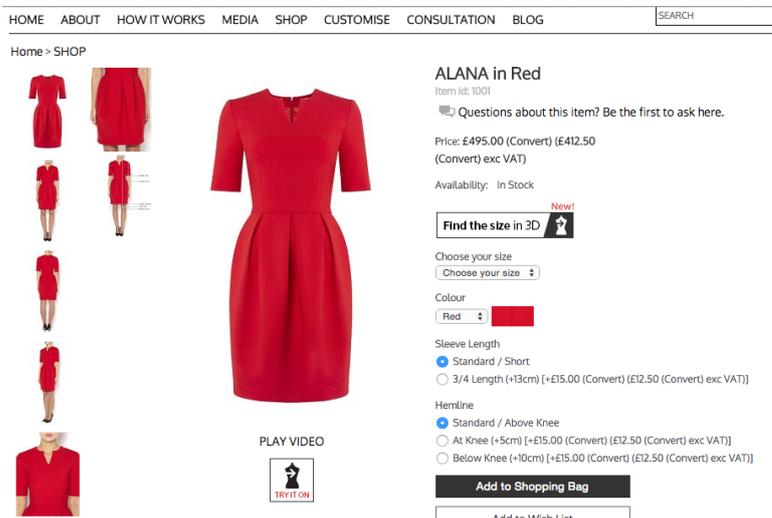


Figura 30. Vestidor Fitsme

más bien sirven a manera de referencia de las posibles prendas a ser utilizadas o compradas o incluso como en el caso de *Fitnect*, lo usan a manera de juego.

Paralelo a esto existe otra tecnología en 3D que la están utilizando diferentes estilistas y son vestidos virtuales como *Fits-me*, *Glamstorm*, *Metail*, entre otros y que también permiten simular como lucen las distintas prendas de ropa en modelos 3D.

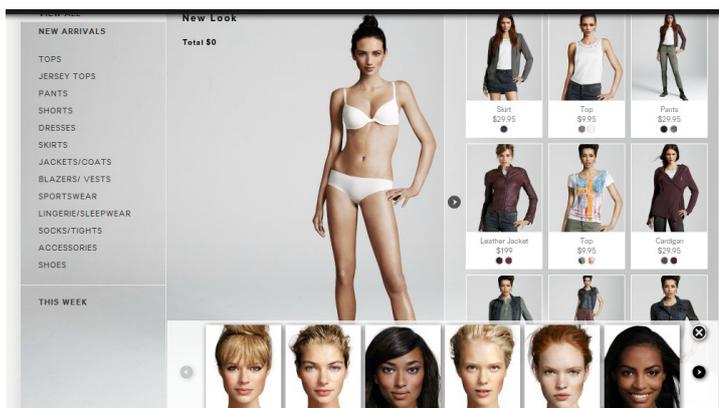


Figura 31. Vestidor virtual

Los vestidos que hemos mencionado, son utilizados para interactuar directamente con el usuario; sin embargo, en el caso de nuestro experimento, necesitamos que el vestidor cuente con el 3D de nuestra modelo real con la finalidad de comparar más acertadamente los datos obtenidos en nuestros tres escenarios. Con ésta condicionante, debemos utilizar un software que permita personalizar a la modelo y cuente con una amplia gama de vestimenta.

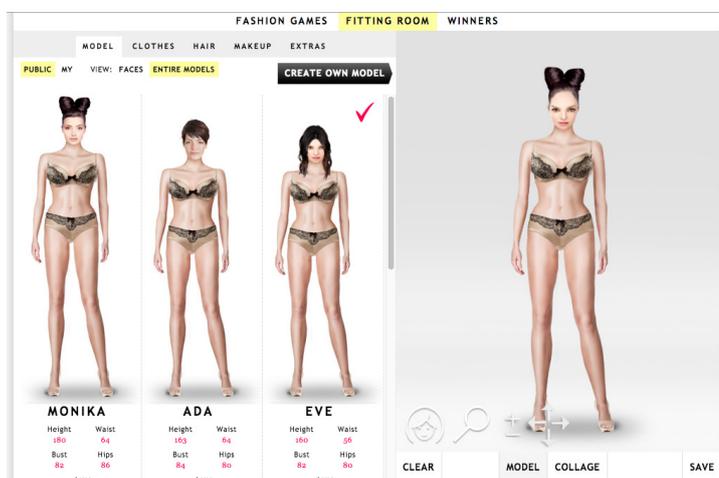


Figura 32. Vestidor Glamstor

Cabe recalcar que, el hecho de que actualmente se esté invirtiendo en la investigación y creación de vestidos virtuales no es por un aspecto lúdico o de moda, si no más bien nace de una problemática. Zugara nos dice que una vez que comenzaron a trabajar con realidad aumentada, se dieron cuenta de que el principal problema era el comercio

electrónico, por lo que comenzaron a diseñar, desarrollar y probar un prototipo de vestidor virtual: El Shopper Social Webcam (WSS) y, es ahora, tras siete años de su creación, que tiene clientes revendedores en todo el mundo.

A continuación hablaremos acerca del comercio electrónico e internet:

“Internet es la espina dorsal de las comunicaciones globales a través de ordenador” (Castells, 2011). De acuerdo con Castells, podríamos suponer que el internet también se convertirá en la espina dorsal de los dispositivos móviles que poco a poco están desplazando a los ordenadores en algunas funciones, como revisar correo electrónico o participar en redes sociales.

Una de las principales utilidades de internet es el comercio. “El comercio electrónico empezó en los 80’s. Los primeros negocios de ropa por internet eran principalmente derivados de las empresas de venta de ropa por catálogo, pero hoy en día cada tienda de ropa tiene su propia Web lo que permite una compra directa a la tienda” (McAssey y Buckley, 2011). Los tiempos cambian y tal vez años atrás no hubiese sido necesaria esta tecnología pero, actualmente, las personas tienen menos tiempo para comprar y probarse ropa, es por esto que los vestidores virtuales son una buena herramienta para

“Los primeros negocios de ropa por internet eran principalmente derivados de las empresas de venta de ropa por catálogo”.

Sue Jenkyn Jones

“La facilidad de comprar en internet o por catálogo ha aumentado considerablemente.”

Sue Jenkyn Jones

“Gap, Prada utilizan el vestidor virtual en sus almacenes, accesorios, zapatos y maquillaje se pueden mostrar y sugerir.”

Sue Jenkyn Jones

“Los clientes de moda necesitan poder ver los productos de manera rápida y clara, con la debida atención a los detalles del artículo, para que la navegación resulte sencilla”.

Sue Jenkyn Jones

“El internet a refrescado varias marcas de catálogos de ropa, transformando la industria de la moda de manera dinámica y volátil”.

Sue Jenkyn Jones

“Los entornos virtuales como *second life* estimulan la creación de imágenes de moda y ropa. En algunos se celebran concursos y existen tiendas donde se puede comerciar con ropa virtual”

Sue Jenkyn Jones

que el usuario encuentre fácil y rápido cualquier prenda, tratando siempre de brindar una experiencia placentera en donde le ahorre tiempo y a la vez vea esa prenda como luce en su cuerpo.

“La facilidad de comprar en internet o por catálogo ha aumentado considerablemente” (Jones, 2013). Lo que hace de los vestidores virtuales una herramienta necesaria al momento de publicitar o mostrar ropa en las distintas marcas; además, el alcance que tiene el internet es masivo y permite llegar a distintas partes del mundo. Como se menciona en el libro Diseño de Moda: “el internet a refrescado varias marcas de catálogos de ropa, transformando la industria de la moda de manera dinámica y volátil”.

Al momento de diseñar los vestidores virtuales y demás recursos que se utilizan en la Web para vender o mostrar ropa como catálogos y videos, es importante tener en cuenta que “para los consumidores resulta importante poder examinar el producto de la manera mas detallada posible, es importante que se vea claramente el color, las texturas, el tejido, adornos, etc. De la manera mas nítida que permita la tecnología de la red” (Jones, 2013). El internet cada vez es más rápido y ágil por lo que vamos a llegar a obtener resultados casi perfectos en cuanto a lo mencionado por Jones.

La ventaja de poder visualizar una pantalla ya sea en un ordenador, o cualquier dispositivo móvil es que en poco tiempo podemos navegar por la tienda y elegir la marca que estamos buscando y los artículos disponibles en los distintos modelos, con las gamas de colores ofertados; es así como “Los clientes de moda necesitan poder ver los productos de manera rápida y clara, con la debida atención a los detalles del artículo, para que la navegación resulte sencilla” (McAssey y Buckley, 2011). Las compras on line en Latinoamérica todavía no son tan fuertes como en Europa (o en otras partes del mundo), pero de seguro cuando lleguemos a ese punto, posiblemente el adquirir prendas de vestir on line, será tan intuitivo como ir a una tienda real.

La socióloga Carolina Gainza nos dice que en Estados Unidos y Europa, la gente ya no va a los Malls sino que compran on-line; entonces, si tienen la posibilidad de probarse ropa on-line, las relaciones vendedor-tienda-producto van a cambiar considerablemente. Todo ese modelo de circulación de la mercancía ya ha cambiado actualmente y los vestidores virtuales pueden ser un recurso que permitirán cambiar aun más la experiencia de compra.

Distintos recursos en la web:

En la red lo que podemos encontrar

son fotografías de prendas; en las que podemos realizar un zoom para ver algún detalle o tener una vista frontal y posterior del modelo. Otras tienen animaciones que nos permite ver los productos en 360 grados. Los modelos virtuales suelen ser un maniquí o la fotografía de una modelo real.

Otro recurso muy utilizado son los videos de desfiles, tanto pregrabados como en tiempo real, para promocionar marcas. Una de las plataformas más famosas y pioneras es “Showstudio de Nick knight”, en la cual encontramos videos y fotografías de varias marcas de ropa y, algunas como Burberry; que aunque ha sido parte de esta plataforma, ahora tiene su propio “host” en donde podemos ver el desfile de su última colección spring-summer.

Podemos añadir lo que Gainza nos dijo en la entrevista “no creo que nosotros (refiriéndose a los países de Latinoamérica) seamos productores de ésta tecnología, sino que más bien somos importadores de tecnología y, si esto se llega a desarrollar en algún momento llegará a nuestros países con un considerable retraso. Ahora, si creo que los vestidores virtuales es algo que cada vez se va a utilizar más, porque en cuanto a marketing son un recurso súper atractivo y aunque en nuestros países no está todavía explotado éste tema, en otras partes del mundo si lo está”.

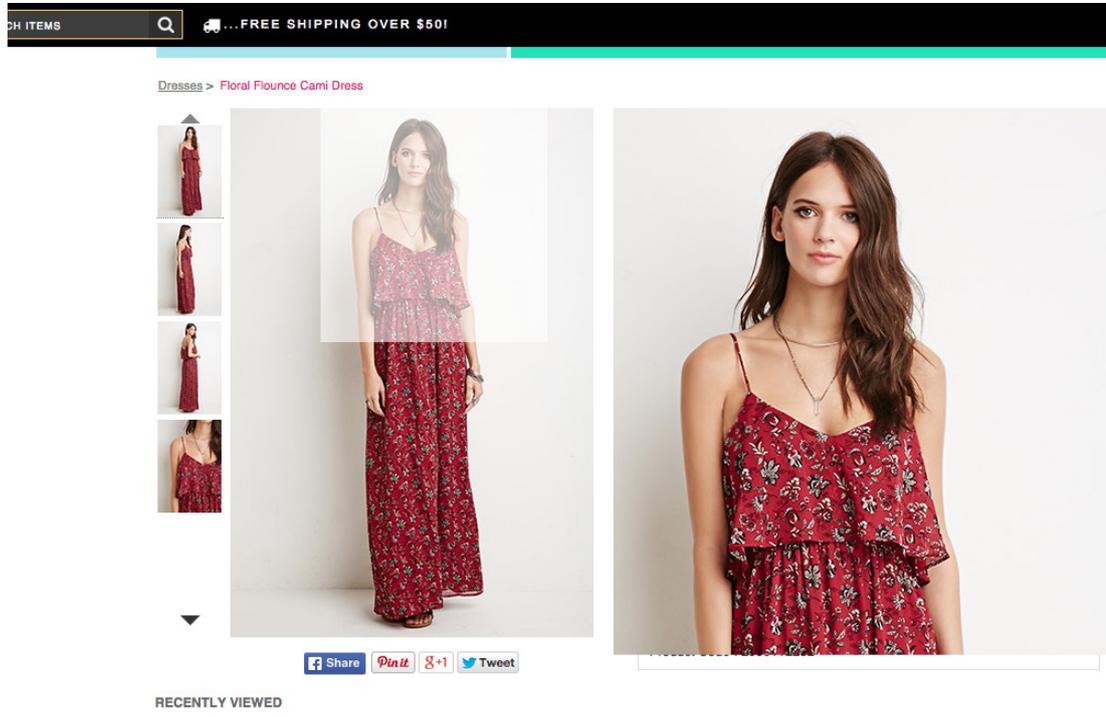


Figura 33. Catálogo Forever 21

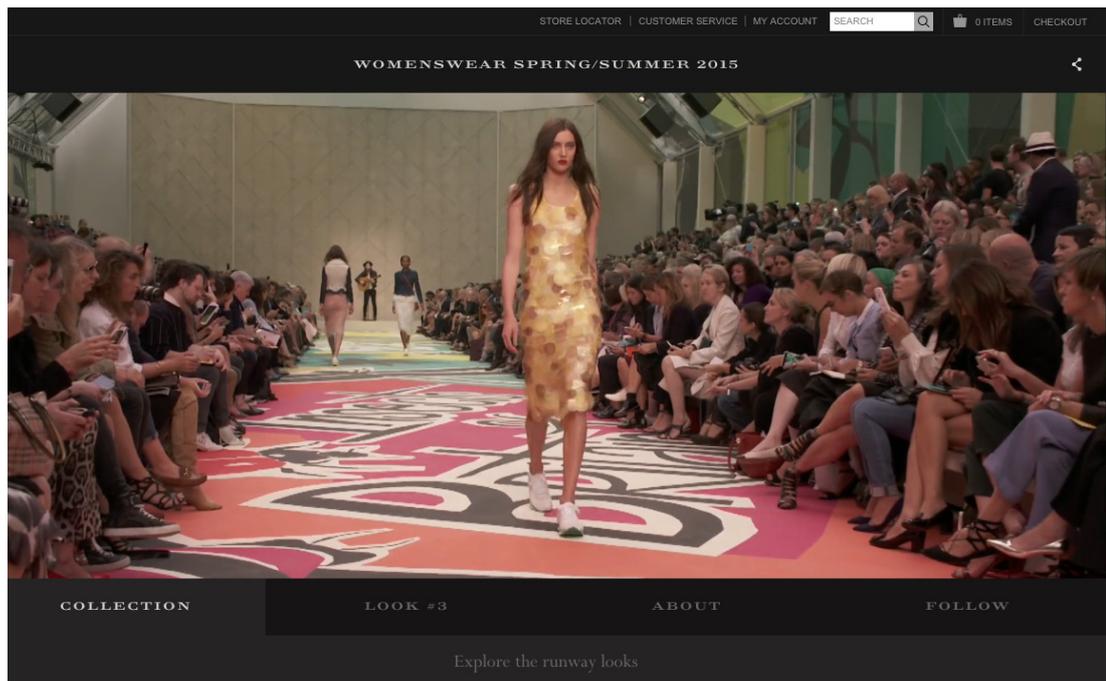


Figura 34. Desfile Burberry

Otras tecnologías virtuales:

Como mencionamos anteriormente, existen vestidores virtuales con tecnología 3D que permiten ver como lucen las distintas prendas de ropa en una modelo 3D. Si bien sabemos que no son modelos reales, la ropa, tanto en colores como en acabados se asemejan mucho a la realidad, incluso en algunos de estos programas se pueden personalizar medidas. Además, “la creación de prototipos virtuales en 3D ahorra dinero” (Jones, 2013), es por esto que podemos ver que marcas como El Corte Inglés, han colocado dentro de su Web vestidores virtuales y, es que no sólo disminuye el costo de las modelos, si no también de devoluciones de prendas.

Es conveniente mencionar que existen programas no solo con modelos 3D ya listos con sus vestuarios o con opciones para ir cambiándolos, si no para generar ropa, es decir en vez de realizar bocetos, los diseñadores tienen la opción de ver como van quedando los tejidos a diferentes escalas y colores en un maniquí 3D, entre estos programas podemos mencionar a Lectra, Optitex y Cad cam.

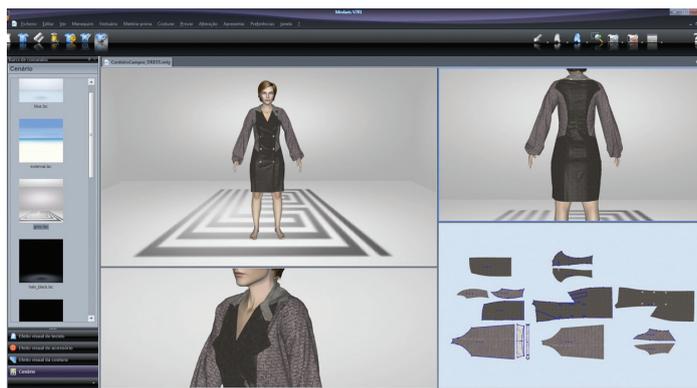


Figura 35. Lectra

“Los mercados del diseño y la moda no se basan únicamente en la venta de un producto, sino también en la creación y promoción de un sueño”

Sue Jenkyn Jones

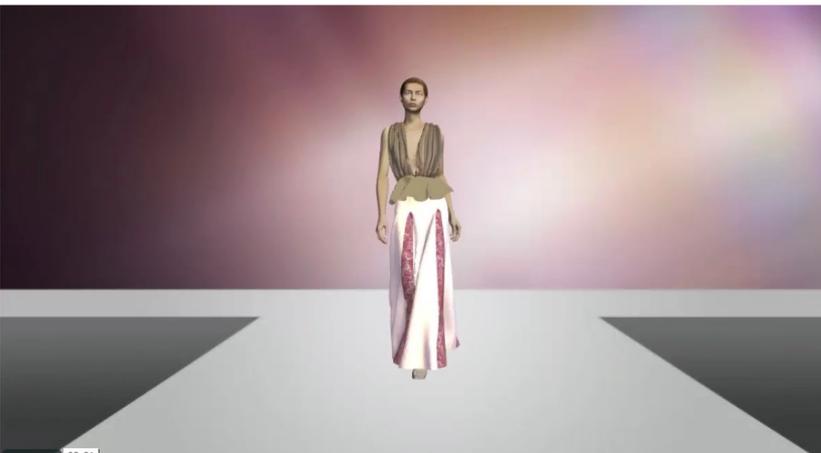


Figura 36. Desfile de moda 3D

“A la gente le resulta más fácil visualizar una prenda 3D que imaginarla partiendo de un dibujo bidimensional o un patrón” (Jones, 2013) por este motivo algunos modeladores 3D han llegado a generar desfiles de moda en 3D, simulando de una manera muy real el movimiento de prendas.

La reconocida marca Louis Vuitton contrató para su campaña de Spring Summer 2016 a una nueva supermodelo del mundo del animé y de los videojuegos Lightning, la heroína del videojuego Final Fantasy, el hecho de que ninguna de las modelos no tengan exclusividad con las grandes firmas, fue una de las razones que llevó a la marca a tomar esta decisión.



Figura 37. Lightning

La marca Louis Vuitton fue fundada por Vuitton en 1854 en París, Francia, empezó diseñando baúles y maletas que otros diseñadores imitaron el estilo y el diseño de LV. Desde la entrada de Marc Jacobs en la compañía, también posee colecciones de prêt-à-porter y complementos de lujo, actualmente es considerada como la marca de lujo más exclusiva del mundo.

Como menciona Jones, los programas informáticos de inteligencia artificial pueden recordar los artículos adquiridos previamente por otros usuarios con gustos similares además que una tienda virtual ahorra gastos de empleados, local y las prendas quedan intactas puesto que los probadores son virtuales. Con esto, vemos que incluso la experiencia del usuario podría llegar a ser mucho más placentera, empezando porque el programa “conoce” nuestros gustos y preferencias de compra y por la comodidad de no tener que caminar a lo largo de toda la tienda para ver la indumentaria que esta ofrece. Sin embargo Gainza hace una

reflexión acerca de este tema: “Habría que preguntarnos cuáles van a ser las consecuencias sociales del uso de ésta tecnología; qué va a pasar cuando las personas que trabajan en las tiendas de ropa ya no sean necesarias. Los cambios producidos en términos sociales, económicos y políticos podrían ser incalculables”.



Figura 38.

LO REAL: INTRODUCCIÓN

¿Qué es real?

La RAE lo define como "que tiene existencia objetiva". En la película Matrix, Morfeo dice a Neo "si te refieres a lo que puedes sentir, a lo que puedes oler, a lo que puedes saborear y ver, lo real podría ser señales eléctricas interpretadas por tu cerebro".

Castells nos explica que las culturas están hechas de procesos de comunicación que a su vez se basan en la producción y el consumo de signos. De esta manera nos dice que "la realidad, tal como se experimenta, siempre ha sido virtual, porque siempre se percibe a través de símbolos...En cierto sentido toda la realidad se percibe virtualmente" (Castells, 2011)

Desde éste interesante punto de vista, el definir qué es real podría ser objeto de grandes debates filósofos; sin embargo, para el presente trabajo y, desde un enfoque a un vestidor, cuando hablamos de "lo real" nos referiremos puntualmente y sin mayor complicación a dos elementos fundamentales: una persona que nos servirá de modelo

y la indumentaria a utilizarse.

Para escoger a una modelo adecuada, es necesario revisar algunos conceptos sobre la figura humana y, más concretamente, sobre la figura femenina. Su comprensión se abordó desde el enfoque artístico, lo cual, como veremos más adelante, ha permitido concluir en los diferentes tipos de cuerpos femeninos que existen y cómo ha cambiado la percepción del cuerpo ideal a través del tiempo.

Posteriormente, revisaremos conceptos sobre la indumentaria desde la perspectiva del diseño de modas: la función que cumple, la vestimenta como expresión social, los estereotipos según edades y ocasiones.

Finalmente, veremos los principales materiales utilizados para la confección de prendas de vestir y su relación con el color. Todo esto nos permite entender como vestir según el tipo de cuerpo, siendo una parte importante al momento de trabajar con vestidores

2.1. LA FIGURA HUMANA

Los trabajos dedicados al estudio de los cánones existentes en las formas de la naturaleza son muchos y, entre ellos, han sobresalido los dedicados al análisis de las proporciones del cuerpo humano, en los cuales, el pilar fundamental ha sido la Sección Áurea.

El libro *Las Proporciones humanas y los cánones artísticos*, nos explica que la sección áurea, también conocida como la "Divina

Proporción" es la resultante de la división de una recta en media y extrema razón; es decir, que el segmento menor sea al segmento mayor, como éste es a la totalidad de la recta; y es considerado por muchos como un principio universal de armonía y belleza.

El uso de éstas proporciones en el mundo del arte, ha estado presente desde tiempos remotos. Grandes pintores como Mondrian o Dalí han



Figura 39. Jirafas y Teléfonos

utilizado este recurso como principio compositor de sus obras.

En cuanto a la proporción del cuerpo humano, el estudio de las relaciones entre sus medidas ha sido un tema complejo objeto de estudio por varios personajes como Zeising en su trabajo "Nueva Teoría de las Proporciones del Cuerpo Humano", en el que expuso su amplio estudio sobre los cánones del cuerpo; o Le Corbusier, con su sistema de medidas detallado conocido como "Modulor", en el cual buscó establecer una relación

matemática entre las medidas del hombre y la naturaleza.

Adolf Zeising (1810-1876); Psicólogo alemán, realizó un estudio de las proporciones humanas publicado en 1854.

El uso de las proporciones áureas para la representación artística de la figura humana, se encuentra representado gráficamente en el famoso Hombre Vitruviano de Da Vinci, que fue realizado aproximadamente por el año 1490 en base a los textos de la

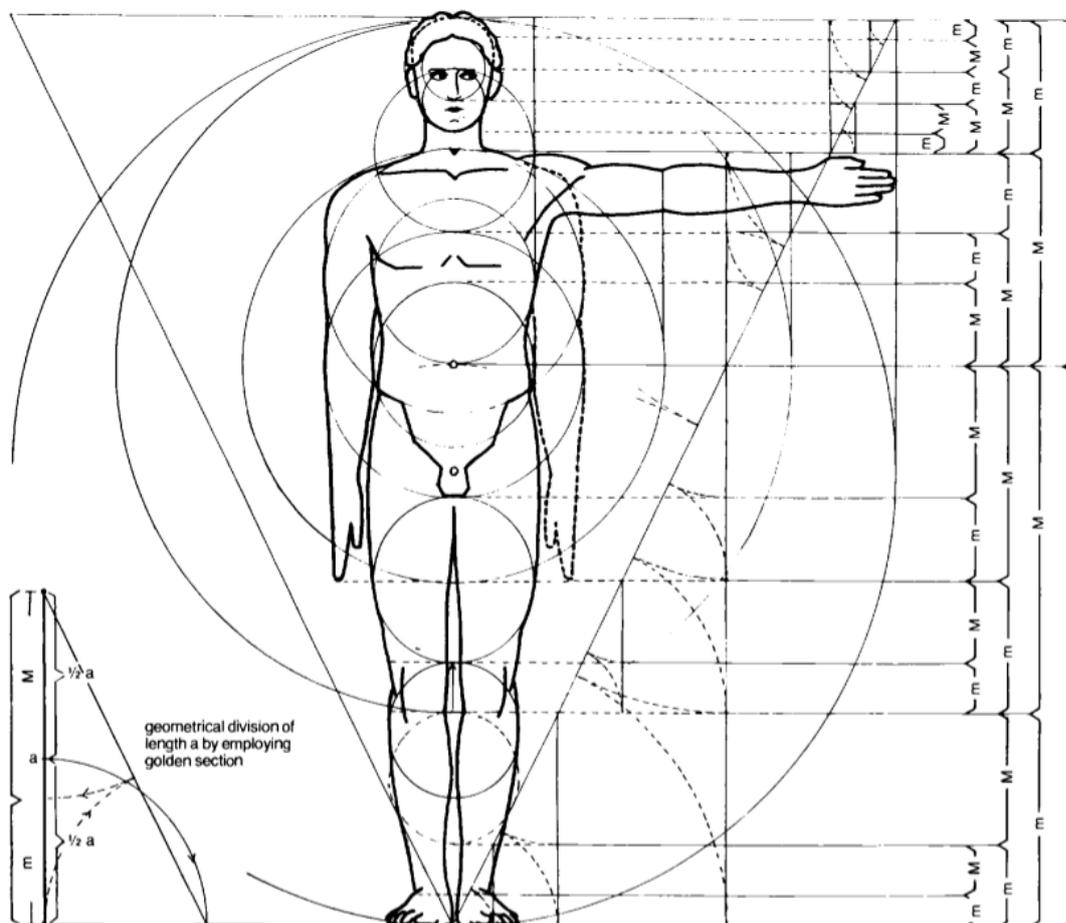


Figura 40. Proporciones del Cuerpo humano de Zeising

arquitectura de Vitruvio. El dibujo muestra una figura masculina en dos posiciones, ambas inscritas simultáneamente en un cuadrado y una circunferencia y, es considerado como un símbolo de la simetría del cuerpo humano.

Marcus Vitruvius Pollio; arquitecto, escritor, ingeniero y tratadista romano del siglo I a. C.

Por otra parte, el empleo de estas proporciones está presente en muchos de los trabajos escultóricos de famosos artistas, como ejemplo destacable está la imponente

escultura El David de Buonarroti; realizada en mármol blanco y con una altura que sobrepasa los 5 metros, la cual se ajusta a la sección Áurea en varios aspectos que van desde la situación del ombligo con respecto a la altura corporal, hasta la colocación de las articulaciones de los dedos.

Michelangelo Buonarroti (Roma, 1475 - 564). Arquitecto, escultor y pintor italiano renacentista, considerado uno de los más grandes artistas de la historia tanto por sus esculturas como por sus pinturas y obra arquitectónica.

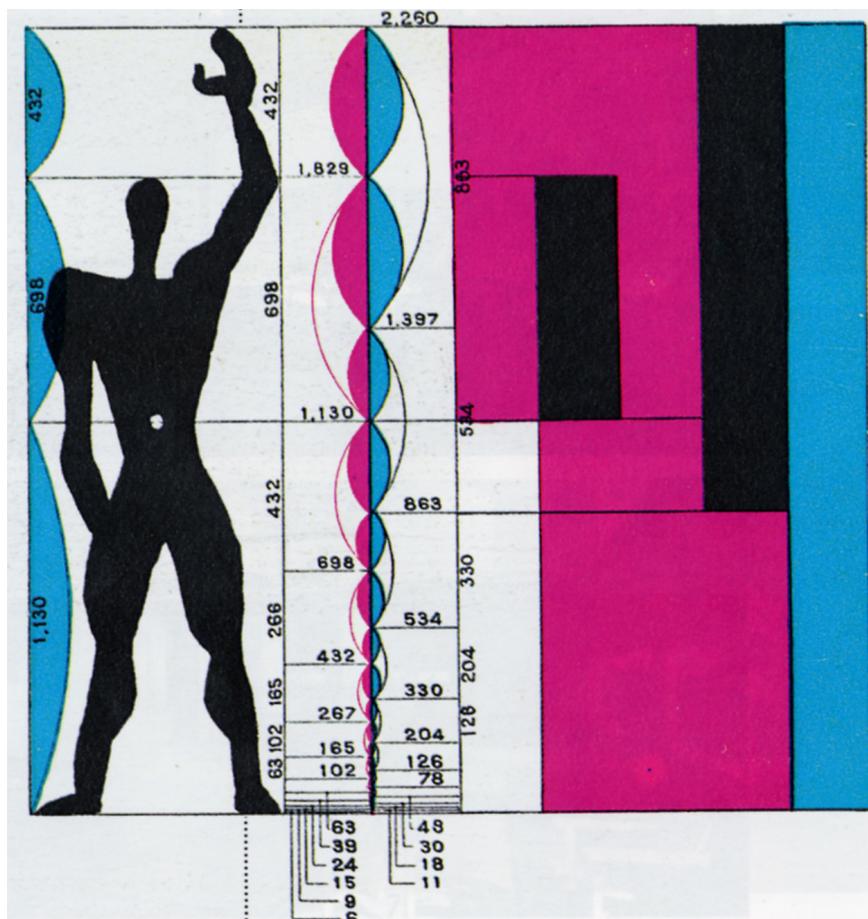


Figura 41. Le corbusier- modulor

A continuación revisaremos algunas de estas relaciones establecidas para entender de mejor manera los principios de proporción del cuerpo humano, dadas por el Hombre Vitruviano:

- Una palma equivale al ancho de cuatro dedos.
- Un pie equivale al ancho de cuatro palmas.
- La altura de un hombre son cuatro antebrazos.
- La longitud de los brazos extendidos de un hombre es igual a la altura.
- La distancia entre el nacimiento del pelo y la barbilla es de un décimo de la altura.
- La altura de la cabeza hasta la barbilla es un octavo de la altura del hombre.
- La distancia entre el nacimiento del pelo a la parte superior del pecho es un séptimo de la altura del hombre.
- La altura de la cabeza hasta el final de las costillas es un cuarto de la altura del hombre.
- La anchura máxima de los hombros es un cuarto de la altura del hombre.

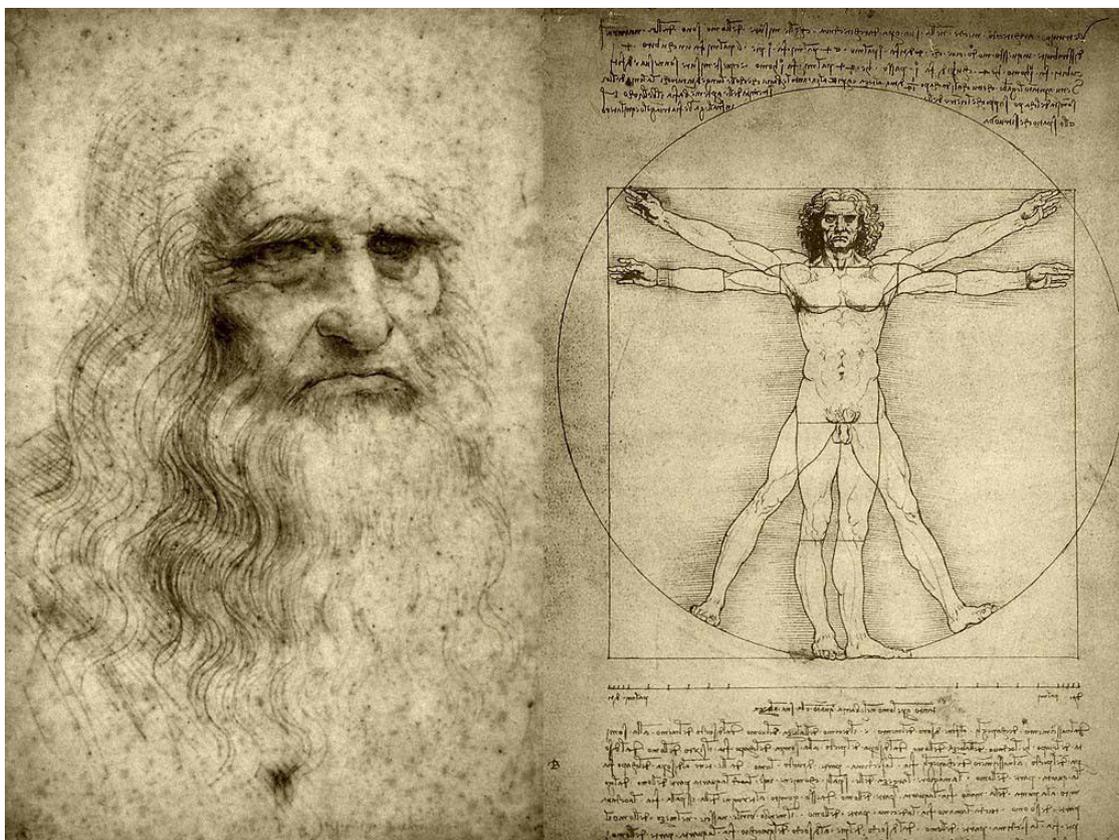


Figura 42. Da Vinci

- La distancia del codo al extremo de la mano es un quinto de la altura de un hombre.

- La distancia del codo a la axila es un octavo de la altura del hombre.

- La longitud de la mano es un décimo de la altura del hombre.

- La distancia de la barbilla de la nariz es un tercio de la longitud de la cara.

- La distancia entre el crecimiento del pelo y las cejas es un tercio de la cara.

- La altura de la oreja es un tercio de la longitud de la cara.

- La distancia desde la planta del pie hasta debajo de la rodilla es la

cuarta parte del hombre.

- La distancia desde debajo de la rodilla hasta el inicio de los genitales es la cuarta parte del hombre.

- El inicio de los genitales marca la mitad de la altura del hombre.

Como pudimos observar, en las anotaciones de Da Vinci no encontramos nada relacionado con la figura femenina. Analizando alguna de sus obras observamos que no presentan ninguna implicación especial, sin embargo en una de sus pinturas "Leda y el cisne" podemos observar que aplica el canon de 8 alturas de cabeza para proporcionar el trazo de la figura femenina.



Figura 43. Leda y el Cisne

Leonardo, al igual que muchos otros artistas, no mostraron un estudio de la figura femenina, pero fueron otros artistas como Cennino Cennini quien dijo, "te quiero hablar de las medidas del hombre, las de la mujer, las deo aparte, porque ninguna de ellas tiene perfecta medida".

Cennino Cennini fue un pintor Italiano, es conocido por su famosa obra El libro del arte, en donde explica todas las facetas del trabajo de un pintor.

Por otra parte, Durero le dedica un lugar importante en sus estudios sobre las proporciones, pero su descripción es en correspondencia con el hombre.

Durero o Albrecht Dürer, fue un importante artista alemán en el Renacimiento.

Stratz, dijo que "las proporciones de la mujer bien formada, corresponden a las proporciones de altura del hombre, con la sola diferencia de que la altura total es 10 centímetros menor".

Carl Heinrich Stratz, ginecólogo alemán, destacó en sus obras la belleza femenina.

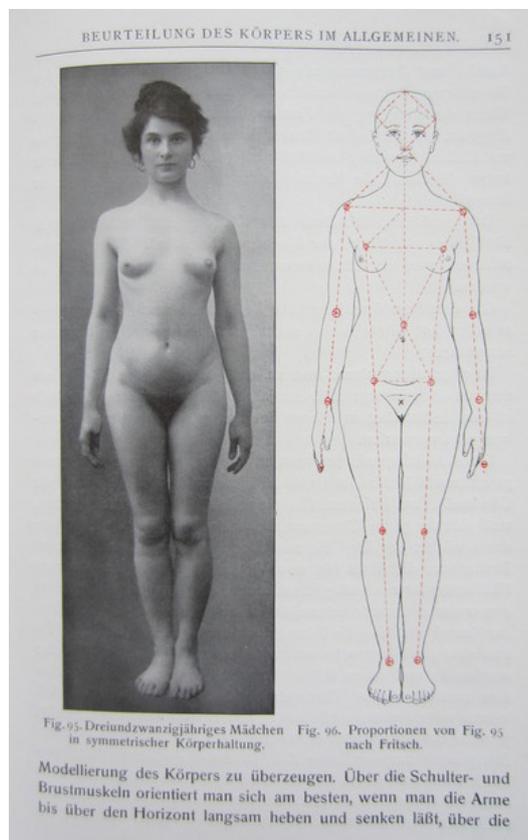


Figura 44. Fotografía del libro de Stratz

Palomino, escribe: "el cuerpo de la mujer consta de la mismas medidas; pero en el ancho discrepan, en tener algo mas anchas las caderas y los muslos, que el hombre; y de hombro a hombro, algo más recogidas, como una octava parte del módulo; y por la cintura tienen módulo y cuarto".

Antonio Palomino, pintor y tratadista español.

Actualmente sabemos que no hay una sola forma para el cuerpo femenino, si no varias. Los cuerpos de las mujeres son diferentes y existen varios tipos, pero fue tal vez el dolor de cabeza de aquellas épocas, en las que se decidió definir estructuralmente a la figura femenina desde las relaciones establecidas para el hombre y estas son:

- Mayor anchura las caderas.
- Menor anchura en los hombros.
- Curvaturas anteroposteriores de la columna ligeramente más acentuadas.
- Localizaciones adiposas.

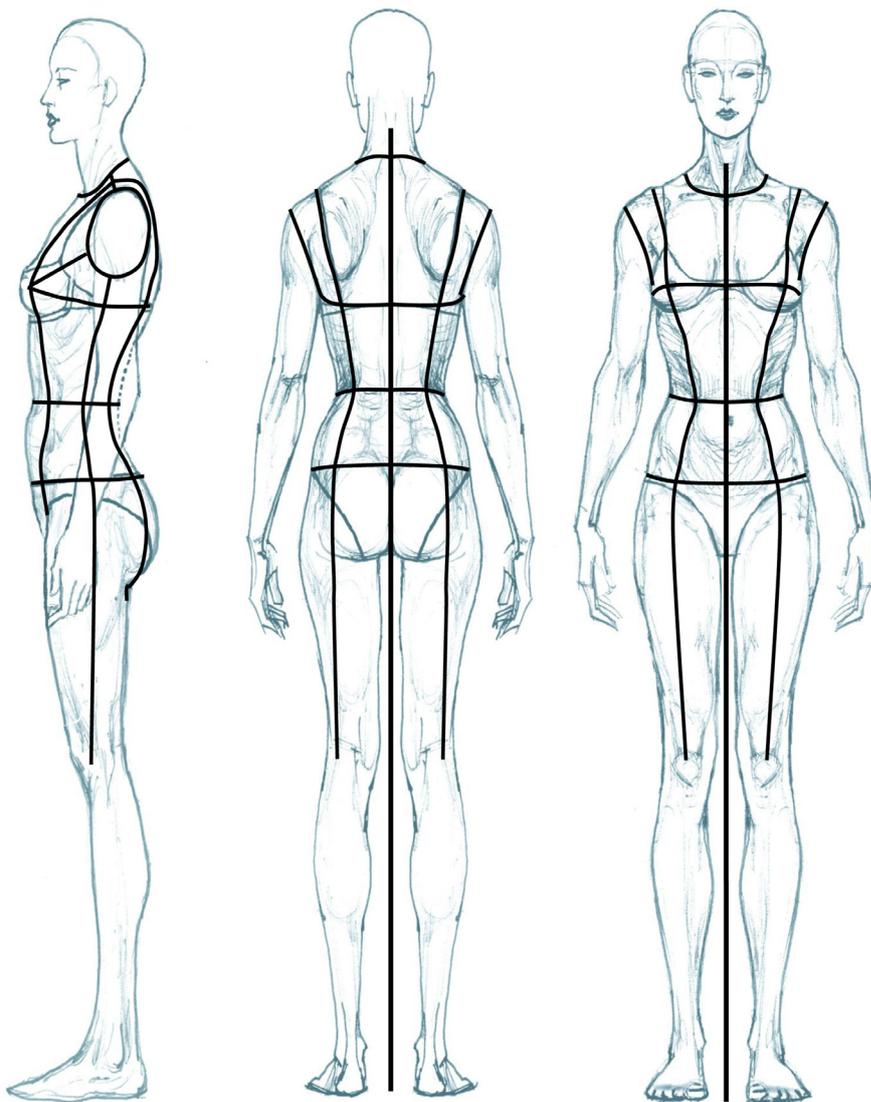


Figura 45. Figura femenina

2.2. TIPOS DE CUERPO FEMENINO

Existen varios tipos de cuerpos, es verdad que hay muchas formas y curvas diferentes que diferencian a cada mujer pero por lo general existen unos 5 o 6 tipos distintos de siluetas más habituales. Podemos resumir las más comunes en cinco tipos: el cuerpo manzana, el cuerpo pera o triángulo, el cuerpo reloj de arena, el cuerpo rectángulo y el cuerpo triángulo invertido.

A continuación explicaremos estos cinco tipos de cuerpo.

El cuerpo reloj de arena es el cuerpo preferido por muchos diseñadores al momento de crear sus colecciones, aunque podemos ver en desfiles que el cuerpo de la mayoría de las modelos es el cuerpo rectángulo.

Triángulo

Rectángulo

Ovalado

Triángulo Invertido

Reloj de Arena

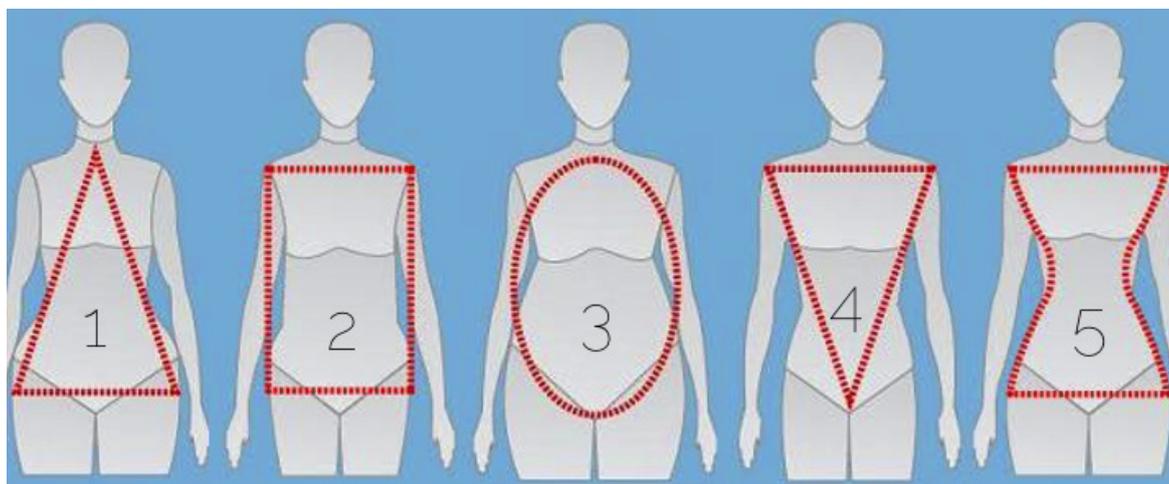


Figura 46. Tipos de cuerpo

Cuerpo pera (triángulo): Silueta con grandes caderas y hombros más delgados.

Cuerpo rectángulo: Silueta de medidas similares en la parte superior e inferior del cuerpo, con cintura poco definida.



Figura 47. Tipos de cuerpo

Cuerpo manzana (ovalado): en este tipo de cuerpo la cintura es ancha, los hombros finos y piernas delgadas.



Cuerpo reloj de arena: cuerpo con hombros y caderas de la misma proporción y cintura definida.



Cuerpo triángulo invertido: Silueta de hombros más anchos que las caderas.

EL CUERPO IDEAL:

Desde que se empezaron a realizar vestidos, los diseñadores se inspiraron en el cuerpo para cubrirlo y vestirlo con adornos y texturas que lo resalten.

Existen cierto tipo de formas en el cuerpo que son de inspiración y la base para diseñar ropa.

El cuerpo del hombre y la mujer son distintos; la mujer tiene formas más redondas, como un reloj de arena; en cambio el hombre, al tener los hombros más anchos, tiene más bien la forma de un triángulo invertido.

Los cánones de belleza varían según la época y el lugar pero, lo que muchos de ellos tienen en común actualmente, se relaciona con la juventud, los músculos y la delgadez. Además, en cada época existieron y existen modelos significativos de inspiración; por ejemplo Leslie Lawson, más conocida por su sobrenombre "Twiggy", fue un ícono en la segunda mitad de los años 1960 y su imagen fue asociada con la inocencia.



Figura 48. Twiggy

"La forma más compleja y redondeada de la mujer madura es más fácil de dibujar, pero más difícil de vestir".

Sue Jenkyn Jones

El modelo ideal de mujer a principios de siglo fue con silueta "S", marcada por el uso de corsé. Una cintura reducida resaltando con la cadera, fue moda en las clases sociales altas que pudieron costear éste artículo inicialmente hecho a medida y de material metálico. Como representante del canon de esa época está la actriz Theda Bara, primera "femme fatale" del cine mudo de Hollywood.



Figura 49. Theda Bara



Figura 50. Louise Brooks

En la década de los años 20's la silueta cambia a una aplanada, andrógina (cuerpo rectángulo). Debido a la influencia que tiene Coco Chanel, la mujer se libra de corsés y encajes y pasa regir una moda completamente opuesta. Como íconos de esta época están Louise Brooks o Clara Bow.



Figura 51. Mae West



Figura 52. Rita Hayworth

Más tarde, para los años 30's, regresa la silueta "femenina". Como íconos estuvieron las estrellas de Hollywood Jean Harlow, Mae West, Marlene Dietrich y Greta Garbo.

El canon de los 40's son las famosas *pin-ups*, cintura estrecha con caderas y busto grande; el ícono de la época fue Rita Hayworth y Ava Gardner.



Figura 53.

Audrey Hepburn



Figura 54.

Farrah Fawcett



Figura 55. Madonna

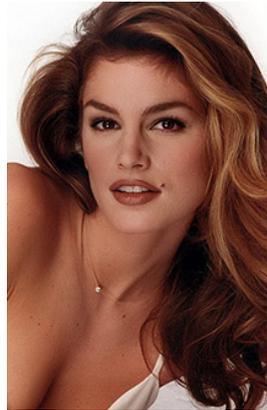


Figura 56.
Cindy Crawford



Figura 57. Kate Moss



Figura 58.
Scarlett Johansson



Figura 59.
Gisele Bündchen

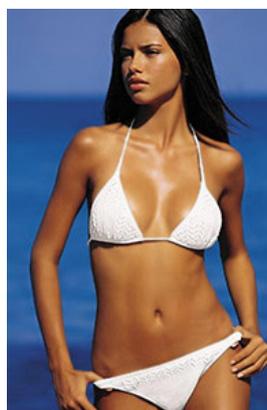


Figura 60. Adriana Lima

tonificadas. Los grandes íconos fueron las renombradas Marilyn Monroe, Elisabeth Taylor, Betty Page.

En los años 60's el ideal de mujer vuelve, de cierta forma, a la imagen de los años 20, como íconos estuvieron Twiggy y Audrey Hepburn.

En los 70's se mantiene la imagen de mujer delgada pero con más curvas y tonificada de aspecto atlético, mujeres como Farrah Fawcett, Ornella Mutti y Silvia Kristell fueron los íconos de aquella época.

Los años 80's se caracterizan por siluetas con hombreras y cinturas finas. Madonna, Brooke Shields, Sabrina y Samantha Fox se convierten en sus íconos. También inicia del boom de las cirugías de aumento de pecho y es el inicio de la era de las super modelos, Jerry Hall fue una de las precursoras.

Los 90's son los años de mujeres atléticas con cuerpos no muy delgados. Hay una gran lista de íconos de esta década como Cindy Crawford; Claudia Schiffer, Naomi Campbell; Sharon Stone y Pamela Anderson.

En este nuevo siglo volvemos a la delgadez de los 20's y 60's Kate Moss, Cara Delevingne, están dentro de esta tendencia, aunque aparece también otro estereotipo,

la mujer con curvas fuerte como Jennifer López, Beyonce o Scarlett Johansson y modelos atléticas como Gisele Bundchen y Adriana Lima.

Actualmente vemos modelos a las que muchas personas consideran mujeres de “cuerpos irreales”; sus cuerpos son cada vez más delgados y son estereotipos que muchas adolescentes tratan de alcanzar. Han surgido controversias sobre las modelos de talla cero.

Muchos diseñadores se sienten gustosos de poder trabajar con modelos tan delgadas, debido a que pueden colocarles cantidades de ropa y aún así no se las ve abultadas. Es importante recalcar que, para una modelo (tanto en pasarela como en *shoots*) a más de cumplir o no con cánones establecidos, es necesario que tengan actitud y sepan desenvolverse bien en los escenarios, indiferentemente del tipo de cuerpo que posean.

Cabe entonces preguntarse: ¿cuál es el cuerpo de mujer ideal? Desde la antigüedad artistas y diseñadores no se ponen de acuerdo y depende mucho de la ropa a utilizarse, así que no existe el cuerpo ideal para una mujer; sin embargo, para todo tipo de cuerpo existe determinada clase de vestimenta que podrá lucir bien; por

eso, ciertos modelos resaltan más en determinadas partes del cuerpo y, cada diseñador elegirá el ideal que vaya con sus diseños.

“Las mujeres han sufrido mucho durante siglos con corsés, ligas y ataduras para ajustarse a los estándares dominantes y ser atractivas sexualmente”.

Sue Jenkyn Jones

“Sociólogos e historiadores del vestido no se ponen de acuerdo en si ha sido el hombre o la mujer quien ha dirigido la demanda de vestidos que favorecen o enfatizan la figura como ayuda para encontrar un compañero”.

Sue Jenkyn Jones

2.3 LA INDUMENTARIA:

La producción masiva de la indumentaria empezó en 1829 con el invento de la máquina de coser y, entre los primeros artículos fabricados en serie estuvieron los ternos de hombre y uniformes militares.

La vestimenta ha ido cambiando con el pasar de los años siendo la moda la responsable de ello. El libro *Diseño de Moda* de Jenkyn Jones, nos indica que:

- En la última década el crecimiento de firmas de diseñador ha pasado a ser propiedad de multinacionales.
- La concientización por le medio

ambiente ha llevado a realizar fibras ecológicas, reciclaje y antipapeles.

- Retroceso de las marcas de consumos masivos; vuelta a las técnicas artesanales, ropa *vintage*, fibras ecológicas, reciclaje y materiales naturales.
- El Internet agiliza la comunicación y crecen las compras por este medio.
- La producción de alta tecnología agiliza las ventas y convierte a mucha de la ropa en desechable.
- Las cadenas gastan sumas considerables en el diseño de



Figura 61. Taller Costura

sus tiendas principales y de los equipamientos interiores.

- Eclecticismo, individualismo, moda como espectáculo. La moda se polariza entre el lujo y los estilos urbanos.

Hoy en día se puede realizar patrones y cortes por medio de ordenadores, cortes láser, etc, reduciendo tiempos de elaboración de la ropa.

“La segmentación del comercio de ropa tiene un mayor peso en la ropa de mujer, llevándose el 57% del mercado, es por esto que el 75% de las grandes marcas y diseñadores de moda se dedica a la realización de ropa femenina” (Jones, 2013).

“Los detalles de moda se identifican mediante el uso del color y la silueta, de los tejidos y de los cortes.”

Jackeline McAssey
y Clare Buckley



Figura 62. Moda Vintage

Es por estos datos que el estudio de investigación se centra en ropa femenina.

Existe cantidad de indumentaria hoy en día, ropa muy barata hasta ropa muy costosa, pero, ¿que las diferencian? Muchas de las veces no solo es la marca de renombre que se lleva puesta, si no la calidad de la tela, la durabilidad y sobre todo el diseño. No es igual la ropa de una prestigiosa marca comparada con ropa que es una mala copia de otra.

EL TALLAJE:

Se considera importante hablar sobre el tallaje luego de haber mencionado la figura de la mujer, ya que actualmente es uno de los principales factores que se ve para adquirir una prenda y, es la medida que nos guiará al momento de seleccionar entre las múltiples posibilidades.

Jenkyn Jones, explica: "las estadísticas señalan que gran parte de la población tiene dificultades para encontrar moda de su talla", ésta es la razón por lo que se mencionó que cada diseñador realiza la vestimenta de acuerdo a lo que considera la figura ideal.

Es importante enfatizar en que, normalmente, los usuarios acostumbrados a utilizar cierta talla en una marca, al cambiar de casa comercial, se podrían encontrar con que ésta no es correspondiente; por ello, Jones explica "No existen medidas internacionales para tallar las

hombros

busto



Figura 63. Tallaje



cintura

cadera

prendas, pero se han realizado estudios en Estados Unidos, Reino Unido, Europa y China para determinar tallas medias de medidas más realistas" (Jones, 2013).

En las distintas regiones y continentes las medidas cambian. Existe el instituto "British Standards" y el "US Department of Commerce" que designan las tallas de las prendas. Una mujer promedio en Estados Unidos mide 1,63 cm y su cuerpo tiene más forma de pera que de reloj de arena.

Existe una tabla de tallas femeninas enfocadas a Reino Unido, Norte América, Europa y Japón, pero éstos institutos no han designado tallas para Latinoamérica, las cuales, han sido definidas en cierta forma por las mismas marcas latinas, basándose en el *standard* de medidas internacionales y estandarizando las tallas en *Small*, *Medium* y *Large*, es por esto que al momento de comprar, las tallas varían según la procedencia de la marca de ropa.

2.4. EL VESTIDO Y SU FUNCIÓN

Alguna vez nos hemos preguntado ¿cuál es la función del vestir? es importante conocerla puesto que es algo que utilizamos todos los días durante lo largo de nuestra vida. Se dice que los exploradores y los viajeros fueron los primeros en utilizar adornos y ropa que encontraron en sus viajes. Actualmente tenemos muchas opciones de elección de ropa y pocos aspectos diferenciadores que señalen la utilización de cierto tipo de ropa por clases sociales.

Funciones del vestido: el libro diseño de moda señala ocho principales funciones establecidas por teóricos y analistas del vestir; éstas son:

Utilidad: Se define utilidad como la capacidad que tiene una cosa de servir o de ser aprovechada para un fin determinado. Por ello, la elección de determinada prenda de vestir debe estar en función de la actividad a realizar: "El bosquimano ha de mantenerse fresco; el pescador mantenerse seco; el bombero precisa protección contra las llamas y el minero contra los gases perjudiciales"

Pudor: El pudor está relacionado con la sociedad en la que se halle el individuo y , también ha variado a través del tiempo. La gente, puede usar la ropa desde para exponer el cuerpo, hasta para cubrirlo completamente como ocurre en países musulmanes, los que las

"La moda constituye una forma especializada de embellecer el cuerpo"

Sue Jenkyn Jones

"Toda moda es vestido, aunque no todo el vestido es moda...Necesitamos moda, más que vestidos, no para vestir nuestra desnudez, si no para vestir nuestra autoestima"

Colin Mcdowell (1995)





Figura 64. Vestido

mujeres, por su cultura y religión, ocultan su cuerpo.

Atracción sexual: “la ropa puede servir para realzar los atractivos sexuales” principalmente en ropa femenina. Las mujeres tienen distintas zonas erógenas, según el tipo de prenda podrán resaltar sus atributos.

Adorno: Son considerados desde cosméticos, joyas, uñas, extensiones de cabello, bronceados, tacos altos hasta la cirugía plástica. Estos a través de los años han alterado la silueta original de la mujer.

Diferenciación simbólica: la ropa va a diferenciar desde aspectos como la profesión o la religión, hasta el nivel social y estilo de vida de los individuos

Afiliación social: “La gente viste de modo parecido para pertenecer a un grupo”. Existen códigos de vestir que diferencian por ejemplo a un ejecutivo de un artista o a un rockero de un hippie.

Autoestima: “Los individuos se esforzarán por imponer su propia identidad”. Por medio de la ropa, el maquillaje, el peinado y los accesorios, las personas expresan su personalidad y estado de ánimo. La ropa muchas veces tiene la capacidad de influir en el estado de ánimo de la persona que la usa.

2.5. EL VESTIR COMO EXPRESIÓN SOCIAL

Cada año, estación y cambio de temporada, las grandes marcas sacan sus nuevas colecciones marcando estilos de las diferentes épocas. Es por esto que los países desarrollados, en donde se encuentran estas marcas, tienen la "ventaja" de ser los primeros en utilizar la moda y generar tendencias, creando la necesidad para ciertas personas de vestirse con las nuevas colecciones como expresión de "modernidad".

A lo largo del tiempo han aparecido íconos estilísticos; "existen multitud de imágenes que perduran en el

tiempo de gente con estilo que ha encarnado la visión de algún diseñador o reflejado el estado de ánimo y sentir de una época determinada" (McAssey y Buckley, 2011).

Dependiendo del modo de vida y de la personalidad, la gente puede adoptar distintas tendencias



Figura 65. Jackie Kennedy



Figura 66. Bianca Jagger

Es sencillo distinguir el tiempo en el que una película o fotografía fue hecha y/o ambientada, por medio de la vestimenta utilizada por los protagonistas que expresa la moda de determinada época; como por ejemplo en la película *Flash Dance*, en la cual la inconfundible moda de los 80's está presente.

Entre los ejemplos que menciona el libro de McAssey están Jackie Kennedy con su característico sombrero que se la vio utilizar en algunas ocasiones y Bianca Jagger con el sombrero blanco que usó el día de su boda con Mick Jagger (figura 63 y figura 64).



Figura 67. María Félix

Como ejemplo latino, tenemos a María Félix en su personaje de Doña Bárbara, que popularizó el uso de los sombreros.

Si bien artistas, modelos y figuras públicas entre otros, influyen en la moda, "la gente adopta determinadas tendencias según su modo de vida y su personalidad" (McAssey y Buckley, 2011), es decir, influye el medio en donde vive, siendo incluso el clima el que lleva a la gente a usar más o menos ropa y por supuesto, que sin importar el precio, el modelo, el corte o el color, la persona debe estar cómoda con lo que está usando.

Otro factor influyente es la silueta; "La silueta representa casi siempre la primera impresión de una prenda, vista a distancia y antes de que se perciban los detalles" (Jones, 2013). Se dice que durante la historia las siluetas han cambiado; por ejemplo, en el siglo XV las mujeres casadas llevaban vestidos con la línea de la cintura muy alta y gran cantidad de tela se acumulaba en la parte del vientre para crear una ilusión de embarazo y fertilidad. En 1720 los vestidos con tontillos y miriñaques eran planos y muy anchos dificultándoles el pasar por las puertas, en 1947 la silueta fue con cintura apretada, en los 60 faldas que cada vez se acortaban más.

2.6. ESTEREOTIPOS DE VESTIMENTA SEGÚN EDADES Y OCASIONES

“La indumentaria posee un lenguaje propio, que comunica la clase social, el género, el poder adquisitivo y la profesión. Conocer la función de vestir, su significado, su estatus dentro de la sociedad y su conexión con ciertos grupos sociales. Muchas tendencias surgen del look de un determinado grupo social o “tribu” (McAssey y Buckley, 2011). Muchas veces nos vemos regidos a utilizar determinadas prendas para ser parte de un grupo; existen casos como institutos públicos y privados que obligan a sus trabajadores a utilizar uniformes, al igual que muchas escuelas y colegios; siendo de esta manera, la imagen de la empresa.

Existen ejemplos tales como: los pantalones de *jean*, que en un inicio fueron utilizados como ropa de trabajo pero, posteriormente fueron adoptados por los cowboys en los 50’s, por los *hippies* y motociclistas en los 70’s y, en la actualidad constituyen una de las más comunes prendas de vestir utilizadas.

Entre los factores influyentes en la vestimenta tenemos:

El estilo de vida: La ropa tiene que estar de acuerdo con el individuo que la va a utilizar y con las ocasiones; como por ejemplo, el



Figura 68. Uniforme



Figura 69. Deportista

trabajo, las vacaciones u ocasiones especiales.

La constitución física y la edad:

Se debe determinar la altura, la constitución física, la silueta y la forma del rostro del individuo. La madurez del usuario irá de la mano con los colores que más se apeguen a está, tomando en cuenta el tono de su piel y cabello. A medida que el individuo envejece éstos cambian, así que se debe refrescar los pigmentos de la ropa.

Características personales: por medio de la ropa que utilizamos queremos mostrar o disimular edad, orientación sexual, situación económica o civil, profesión, religión, autoestima, actitudes, importancia, etc.

La búsqueda de prendas: dentro del guardarropa de un individuo debe existir prendas básicas como una camisa, camiseta blanca y lisa, *jeans*, camisetas de manga corta y de tirantes, que van a complementar un look.

Segmentación de mercado: estos dividen los mercados objetivos de esta manera:

- **Edad:** se dice que la mayor cantidad de ropa se vende para

personas entre 25 y 34 años, por lo que mucha de la moda se ve enfocada a estas edades. Se debe poner atención en que al momento de escoger la vestimenta, ésta vaya de acuerdo con la madurez de la persona que va a utilizarla.

- **Género:** debido a que actualmente ha aumentado la venta de ropa masculina (que aunque no supera la venta de ropa femenina), la mayoría de mercados han optado por colocar en la misma tienda ropa de hombres y mujeres.

- **Demografía:** Según al grupo étnico al que se pertenezca, se tendrá preferencias por ciertos colores y accesorios.

- **Estilo de vida:** Depende mucho de la profesión a la que se dedique un individuo para que se convierta en un consumidor de determinado tipo de ropa. Por ejemplo, un ejecutivo optará por corbatas, sacos, camisas formales; a diferencia de un deportista, que utilizará calentadores, sudaderas, zapatos deportivos, etc.

- **Características físicas:** Estudios demuestran que en occidente la gente engorda a medida que envejece; es por esto que

es importante que la gente esté consciente que las tallas van cambiando. Una persona que en la adolescencia haya usado talla *small*, en la edad adulta podrá usar una talla *medium* y en la vejez una talla *large*.

- **Psicografía:** Jenkyn Jones define psicografía como el estudio de actitudes respecto a la moda. La gente de grandes ciudades va a estar "a la moda" más rápido que gente de zonas rurales, por la facilidad de obtener la ropa. Hay que considerar que en nuestra zona rural de la sierra ecuatoriana, la gente tiene su propia vestimenta que los caracteriza y quizás no les

interese saber que utilizan las masas porque es un factor de cultura más que de globalización lo que los lleva a usar su propia vestimenta.

- **Clase social:** Existen determinadas marcas que llegan a ciertos niveles o *status*, sobre todo por sus precios.

- **Comportamiento social:** Está ligado al poder adquisitivo. Muchas de las veces una familia numerosa o monoparental no tiene el mismo poder adquisitivo que una persona soltera.

- **Valores y actitudes:** Son indicadores de estilo de vida relacionados con preferencias de



Figura 70. Hippie

música, películas, política, etc.

- **Circunstancias económicas:**

Depende no tanto de los sueldos de sus consumidores, si no al porcentaje que de éste se destine a la adquisición de ropa.

- **Religión:** Influencia en la utilización de vestimenta más conservadora.

Sin nos darnos cuenta, todos los días utilizamos estos estereotipos; sin embargo, el hecho de ser conscientes de ellos y poder comprenderlos será de gran utilidad para nuestro estudio porque nos permite escoger la ropa que usará la modelo de una manera profesional y no aleatoria.

“El foco de atención esta ahora en los usos de la ropa para ocasiones especiales o como manifestación de problemas sociales y cambios culturales”

Sue Jenkyn Jones



Figura 71. Moda étnica

2.7. MATERIALES UTILIZADOS PARA LA CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Las telas y texturas es lo que varios diseñadores escogen primero para empezar a diseñar ropa y serán factores muy importantes que permitirán diseñar prendas de acuerdo a las condiciones climáticas del entorno. Por ejemplo, en invierno se usarán telas impermeables y más gruesas que en verano.

Además de la textura de la tela que vaya con el clima, los clientes quieren una prenda que sea durable y fácil de lavar; por otra parte, los temas medioambientales han influido en la confección de estas. Los fabricantes han optado por realizar prendas de fácil cuidado y secado rápido.

El estilo de vida de hoy en día tiene tecnología que resuelve el lavado y secado de ropa “los avances en las técnicas de confección han llevado la creación de tejidos más ligeros, materiales elásticos, prendas sin costuras visibles, materiales y acabados multifuncionales como el tejido antiarrugas” (Jones, 2013). Estas exigencias se deben al tiempo reducido que las personas tienen para el cuidado de su ropa, la gente prefiere no planchar y quiere prendas sin costuras por comodidad, incluso se han fabricado prendas con microfibras que pueden desprender vitaminas y aromas.

“Hoy está ganando terreno el gusto por la moda ecológica o lo *eco chic*, pues cada vez más gente

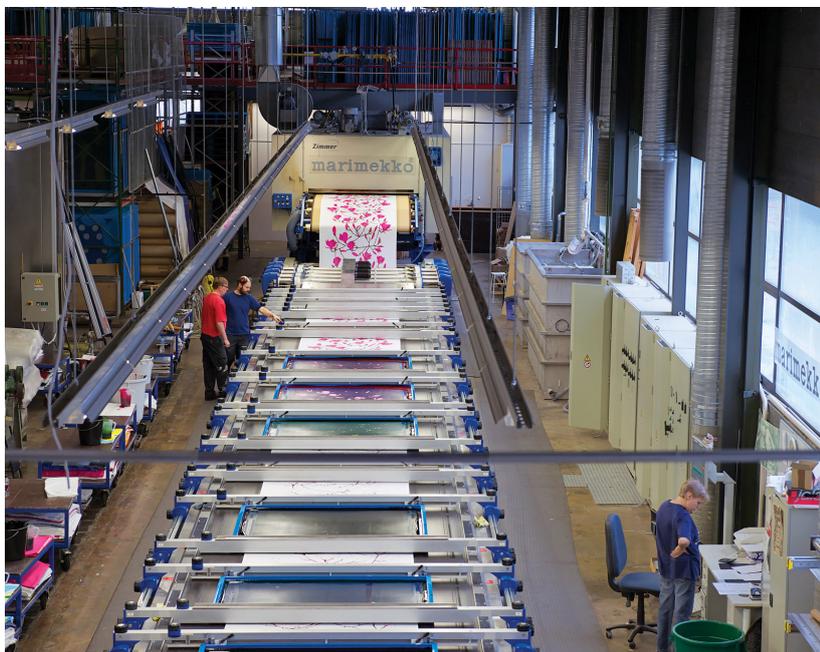


Figura 72. Impresión telas



Figura 73. Enrollado telas

desea crear y comprar productos de moda que se ajusten a criterios éticos y ecológicos" (Jones,2013) la gente busca además de comodidad, materiales que no contaminen el medio ambiente, por lo que varias decisiones al momento de comprar ropa pesa en el tema ecológico, escogiendo de esta manera fibras naturales, evitando las sintéticas. Aunque muchas de las veces el proceso de fabricación de lanas y algodón lo que se conoce como fibras naturales; es más contaminante que el proceso de algunas fibras sintéticas. "La demanda de tejidos basados en productos petroquímicos como el nailon se ha duplicado debido a su durabilidad y su procesamiento como teñido es mas limpio" (Jones, 2013). El nailon antiguamente reemplazó a la seda; en cambio, hoy en día se utiliza mucho por su costo accesible, además que es un material que no requiere planchado y su secado es rápido.

Dentro de las nuevas texturas utilizadas está la tecnología SMART y los nano materiales (tecnologías de reciclaje y fabricación sostenible). Se generan nuevas fibras para telas con metales, plásticos, cartones, nailon y materiales orgánicos como bambú, cáscara de maíz, conchas marinas o caucho amazónico.

Los materiales utilizados para la confección de prendas de vestir están ligados a sensaciones;

"Lencería y vestidos de noche esta hechos con tejidos que simulan la textura de la piel"

Sue Jenkyn Jones

"La demanda de tejidos basados en productos petroquímicos como el nailon se ha duplicado"

Sue Jenkyn Jones

“lencería y vestidos de noche están hechos con tejidos que simulan la textura de la piel”(Jones, 2013).

“La fibra o hilo es la materia prima con la que está hecho el tejido” (Jones, 2013). Existen varias categorías de fibras. Están las fibras animales, como alpaca, angora, cachemira, camélido, fieltro, geelong, lana de cordero, lana fría, merina, mohair, seda, vicuña, woollen, worsted. Tenemos las fibras vegetales como algodón, cáñamo, celulósica, crepe, lino, viscosa, yute. También están las fibras minerales como la fibra de asbesto, carbón, cristal y metal.

Y a su vez existen tipos como: Acetato, acrílico, cuentas, elastómero, flame, gauge, jersey, lana Shetland, licra, lurex, marga, melange, micro fibra, nailon, poliamida, poliéster, PVC, spandex y tencel.

La utilización de esta fibras dependerá de donde vayan a ser utilizadas, prefiriendo lanas para climas fríos, algodones para climas calurosos, o también depende de la ocasión, los casimires serán elaborados para ser usados en





Figura 74. Tela escocesa

ocasiones elegantes por hombres que llevarán puestos ternos de este material.

Las licras serán utilizadas en ternos de baño de mujeres por su rápido secado. En Ecuador los materiales más utilizados son algodones, licras, lanas, nailon, sedas y casimires. Se debe tener en cuenta el tipo de cuerpo y el estilo de vida para escoger los vestidos y, las telas de las distintas prendas no deben competir entre ellas si no complementarse. Hoy en día existe una tendencia por lo natural por lo que encontraremos muchas fibras que tienen su color natural.

“Muchos tejidos tienen significados y mercados asociados, pero hasta a las clásicas telas escocesas y los tweeds se les puede dar un giro divertido con tratamientos del color, acabados de superficie, coordinación con estampados y texturas inusuales” (Jones, 2013).

Además de conocer la variedad de tipos de telas que tenemos en el mercado, es importante saber como se observa la textura, el movimiento de la tela y la forma en la que cae; lo cual es perceptible en su totalidad según nuestra experiencia en una modelo real.

2.8. EL COLOR EN EL DISEÑO TEXTIL

“Al momento de elegir una prenda de vestir, el principal factor a tomar en cuenta es el color, luego el modelo y por último el precio”

Sue Jenkyn Jones

Actualmente, debido al cuidado de nuestro medio ambiente y de la salud de los trabajadores que fabrican o dan tratamientos a las telas, el uso de químicos es más cuidadoso que por ejemplo en los 60's y podemos ver que hay menos colores que en esa década.

El ojo humano distingue 350000 colores. Newton en 1666 descubrió que todos los colores estaban presentes en la luz natural y estos se separan a través de un prisma. Jacques Christophe en 1730 descubrió que mezclando 2 colores primarios se crean los secundarios y, al mezclar éstos dan los terciarios.

Existe la psicología del color; indica que los tonos relacionados con los colores de elementos naturales como el cielo y la hierba (azul y verde) bajan la presión arterial; al contrario de colores fuertes como el rojo que aceleran los latidos del corazón. Se puede diseñar mediante la aplicación de ésta teoría, un vestido rojo que sea divertido y provocativo, o un vestido negro que demuestre elegancia y sofisticación.

Para encontrar colores para la confección de prendas de vestir se utiliza la carta PANTONE, esta es universal y al utilizar sus colores no habrá problema con los cambios que puedan presentarse al momento de confeccionar las prendas.

Los colores verdes y amarillos son con los que se debe tener mayor

cuidado debido a que reflejan en la piel y no dan una tonalidad agradable en la mayoría de los casos; de igual manera con los rosados y beiges pálidos, porque puede empalidecer ciertos tonos de piel.

La previsión de color viene dado por grandes asesores de color de Europa y Estados Unidos (*british textile color group, international color authority, color association of the united states y color marketing group*), que se reúnen con 2 años de anticipación para analizar los colores que estarán a la moda dependiendo de aspectos culturales y sociales. En base a esto se fabrican las telas, hilos y no solo en la industria de moda si no también fabricas de automóviles, muebles, etc.

Existen ciclos de 7 años entre colores cálidos y fríos y, ciclos de 15 a 20 años entre modas intensas de colores grises, neutros y apagados. En ropa de mujeres estos ciclos duran menos tiempo que en ropa de hombre.



Figura 75. Muestra Pantone



Figura 76. Pantone



“El ciclo de la moda evoluciona rápidamente, y el azul eléctrico pasa a ser azul real, para después transformarse en azul cobalto”

Jacqueline McAssey
Clare Buckley

Figura 77. Pigmentos Indios



Figura 78. British textile colour group

Ya hemos visto los colores que pueden tener las telas y también los colores que según la temporada marcan tendencias; ahora, debemos entender como utilizarlos según los tonos de piel. A continuación veremos un factor a tener en cuenta al momento de escoger el color de prendas, según los estilistas:

Cálido: A las pieles cálidas se las puede reconocer cuando las venas tienen un color oliváceo o verdoso. Este tipo de piel va bien con lila y azul pálido, con tonos neutrales pasteles y con tenues matices rosas.

matices amarillos y anaranjados como durazno, ocre y coral.

No recomendable utilizar como color principal el café, camel, durazno.

Si bien estos conceptos son una guía, no se los debe seguir rígidamente puesto que dependen mucho de las tonalidades y las texturas de las telas. Existen colores que quedan bien con todos los tonos como: Rojo brillante, rosado pálido, morado oscuro y verde azulado.



Figura 79. Piel Cálida-piel fría

Frio: las venas tienen un color azulado

Es recomendable el contraste, negro, gris oscuro, chocolate, uva, verde oscuro, usar ropa con

Este será un criterio que daremos a los estudiantes en el experimento. (Anexo 16)

Ya hemos visto las formas de los cuerpos y las telas; ahora, brevemente trataremos las recomendaciones a seguir para lucir bien según los diferentes tipos de cuerpo:

Cuerpo pera (triángulo):

- Chaquetas que definan el torso y blusas encima de la cadera.
- Accesorios como collares, pañuelos, bufandas de colores claros.
- Estampados de rayas horizontales.
- Pantalones rectos o de pata de elefante.
- Faldas con volumen y vuelo pero ceñidas en las caderas.



Figura 80. Bodegón ropa 1

No es recomendable usar cinturones a la cadera, estampados grandes, vestidos globo, faldas y pantalones muy cortos.

Cuerpo rectángulo:

Es recomendable:

- Usar escotes con cuello en V.
- Definir la cintura con cinturones, faldas o vestidos con volumen en la parte inferior.

No es recomendable utilizar ropa con cuello cuadrado, pantalones con pierna ancha y botas a la altura de la rodilla con minifalda.



Figura 81. Bodegón ropa 2

Cuerpo manzana (ovalado):

Se debe utilizar sacos no ajustados, escotes en forma de pico, el corte imperio de blusas y vestidos, faldas y vestidos que tenga un largo por encima y debajo de la rodilla, pantalones de pierna recta y tacos.

No es recomendable usar ropa ancha o muy ajustada.



Figura 82. Bodegón ropa 3

Cuerpo triángulo invertido:

Se debe utilizar prendas estrella, que tienen volumen en la parte inferior como faldas o vestidos con vuelo, cinturones a la cadera, cuellos de pico, pantalones de campana y los sacos deberán llegar a la altura de la cadera.



Figura 83. Bodegón ropa 4

Cuerpo reloj de arena:

Se puede utilizar la mayoría de prendas, para hacerlo más atractivo se puede resaltar la cintura, blusas escotadas, vuelo *halter*, sacos entallados, cinturones por debajo de la cintura.

Se debe evitar las rayas verticales anchas en la cintura y chaquetas con pinzas.

Es fundamental conocer que prendas o que cortes resaltan la figura femenina mostrándola armónica en formas, los estilistas de moda lo hacen todo el tiempo y vemos que es un campo que está ayudando a la autoestima de muchas mujeres, es por esto que en nuestro experimento daremos a los estudiantes esta guía para que ellos puedan evaluar a la modelo. (Anexo 15)



Figura 84. Bodegón ropa 5

2.9. LOS VESTIDORES



¿A qué llamamos vestidor?

"Habitación de una casa utilizada para vestirse y para guardar la ropa." (RAE, 2015).

Figura 85. Vestidores



Figura 86. Vestidor 1

Podemos ver que no sólo tenemos vestidores en las casas, a éstos los podemos ver en lugares como piscinas, playas, tiendas de ropa, ferias, etc. Los hay de diferentes materiales y colores, adaptándose a las necesidades del espacio; por ejemplo, en lugares donde son utilizados simplemente para cambiarse un traje de baño, son lugares sin mayor decoración y tamaño justo para que entre una persona y, pueden tener como elemento funcional un gancho para colgar la ropa. Si el objetivo es vender, como en las tiendas de ropa, tendrán adicionalmente un espejo; incluso, en algunas casas y tiendas de diseñadores, los vestidores son más elaborados y de mayor tamaño y tendrán a más



Figura 87. Vestidor 2

de espejos y ganchos para ropa, espacios para guardar zapatos, accesorios, sombreros, etc. E incluso para que la gente que acompaña al comprador descansa mientras lo espera; todo esto acompañado de una decoración a gusto de la tienda.

Comercialmente encontramos marcas internacionales como Ikea, Ardeca o Yeo, que fabrican vestidores para viviendas y centros comerciales; en Ecuador algunas marcas como Closet, Zseika, o Moducon son las encargadas de elaborar los vestidores.



Figura 88. Vestidor 3

También existen vestidores portátiles ideales para días de campo, producciones de moda, desfiles y otros usos. Hemos encontrado que son utilizados generalmente en producciones de moda, en donde las locaciones son en exteriores. En Ecuador no hemos encontrado una marca que los fabrique, ni tampoco una tienda que los importe o comercialice.

Para nuestro estudio fabricamos un vestidor portátil, el cual será utilizado durante el experimento que involucra a la modelo real, debido a que los cambios de ropa serán realizados en frente de los estudiantes al momento de contestar las preguntas.



Figura 89. Vestidor portátil



Figura 90. Vestidor 4



Elaboración propia

3.1. DESCRIPCIÓN

En este capítulo hablaremos acerca del experimento realizado con la colaboración de estudiantes de diseño de modas.

El propósito de dicho experimento es obtener y analizar datos acerca de la vestimenta y como es la manera de desarrollar algunos de sus proyectos relacionados con ella. El experimento permitirá determinar ciertas preferencias de los usuarios, al enfrentar experiencias reales y virtuales.

En una de las fases iniciales de esta investigación, se realizó un análisis de ciertas aplicaciones relacionadas con la indumentaria; entre éstas, los catálogos digitales y vestidores virtuales. El análisis se enfocó en cómo es la comunicación y el lenguaje utilizado. Encontramos en común entre estas aplicaciones y vestidores virtuales que la comunicación es lúdica, ya que uno de las principales objetivos de estos vestidores es mantener al usuario interesado, por lo que muchas de las aplicaciones son divertidas, como lenguaje utilizado observamos que es un lenguaje muy intuitivo y amigable, no requiere de un instructivo, la interfaz utilizada en todas es el *mouse* lo que lo vuelve universal para todo el que lo quiera utilizar.



Figura 91. Rostro modelo Real



Figura 92. Modelo 3D



Elaboración propia



Figura 93. Modelo Real



Figura 94. Modelo 3D

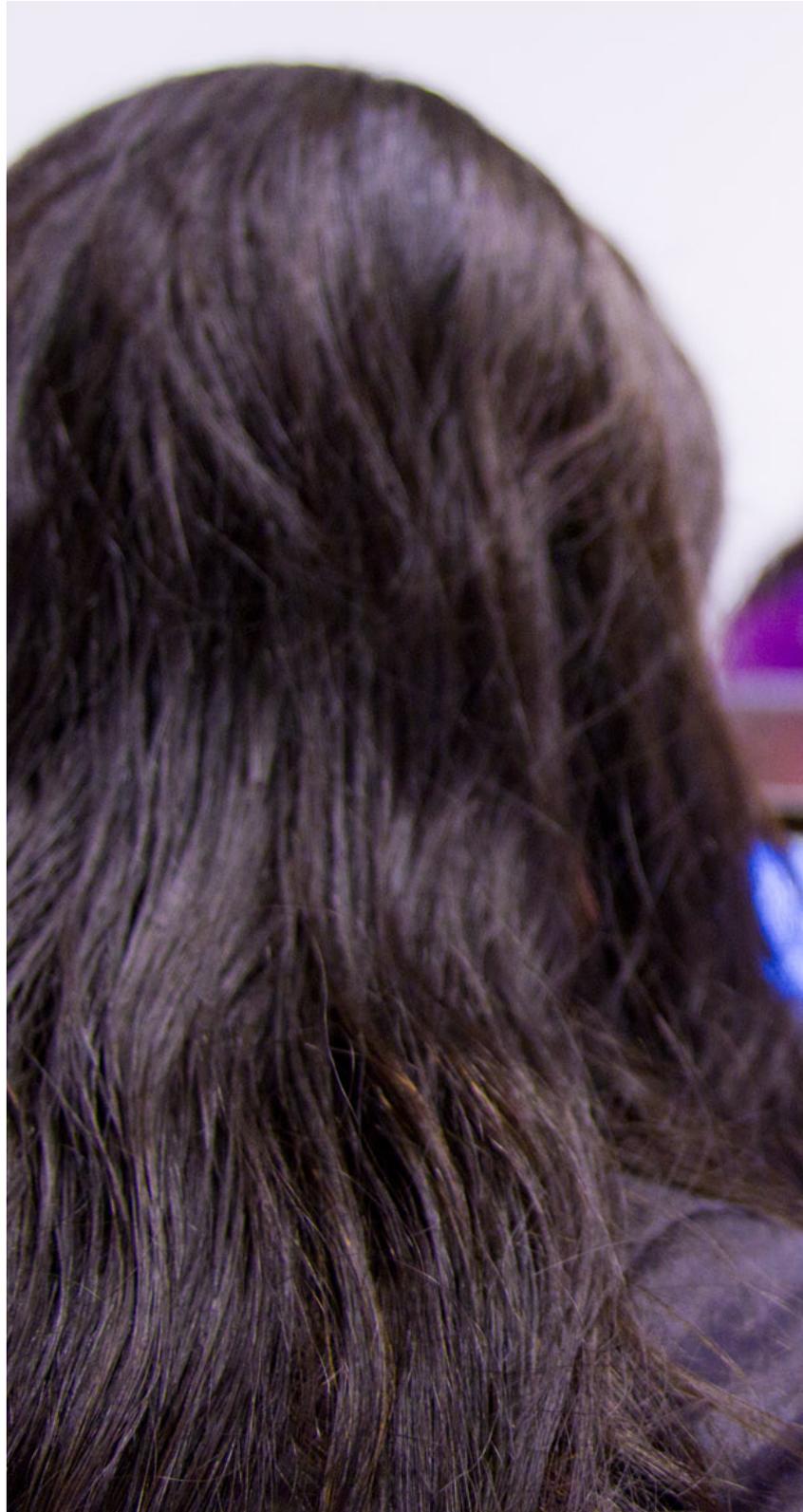
3.2. SELECCIÓN DE INDIVIDUOS

Se consideraron dos perfiles de individuos para el experimento: Profesionales de la Moda y Estudiantes universitarios de la carrera Diseño de Modas.

En el primero, los sujetos son expertos que trabajan día a día en el medio de la moda. Se contó con la participación de tres Estilistas de Modas: Guila Saltos, María José Campoverde y Alexandra Neira y, además con el Diseñador de Modas Pablo Ampuero.

Las entrevistas, fueron realizadas con la finalidad de obtener datos sobre la manera en la que ellos trabajan con la indumentaria para crear looks. También, estuvieron enfocadas a conocer lo ideal de un look y el proceso que conlleva conseguirlo, así como los parámetros que manejan y sus preferencias en relación a la vestimenta.

El segundo perfil fue enfocado a estudiantes de una carrera afín con la indumentaria. En Ecuador encontramos algunos institutos que ofertan la carrera de diseño de modas y, más concretamente en la ciudad de Cuenca, se encuentra la Universidad del Azuay con su Facultad de Diseño, en la cual se oferta la carrera Diseño Textil y Moda. De ésta carrera se escogió a tres grupos de estudiantes debido al





*Elaboración propia
Aula de diseño de modas*

conocimiento que poseen acerca de la ropa; si bien muchos de ellos no tienen aún experiencia en desfiles o producciones de moda, se encuentran cognitivamente en un nivel superior a otras personas. Cabe indicar que no se encontró una universidad que oferte la carrera de Estilismo de Moda a nivel nacional.



*Elaboración propia
Estudiantes de sexto ciclo*



*Elaboración propia
Estudiantes de cuarto ciclo*



*Elaboración propia
Estudiantes de segundo ciclo*

3.3. ENTREVISTAS: OBTENCIÓN DE PARÁMETROS QUE PERMITAN CALIFICAR LO ADECUADO DE UNA PRENDA

La primera persona entrevistada fue la estilista Guila Saltos. Ella estudió Diseño Industrial en la Universidad de Palermo. Trabajó 2 años como Editora de Moda en BG. Realizó un diplomado en especialización en *Fashion Management* en CEAM Lima-Perú. Ha trabajado como *stylist* en *Hola Perú*, en *Viste la Calle* (Chile), en *DMAG* (Argentina), en *Somos Privee* (Perú), en *Elegant Magazine* (Estados Unidos) y en *Meow Mag* (México).

Ha realizado campañas para todo el grupo de John Holden, Tienda Él, Tiendas Adams, Donatelli, Brisa Perú, José Clemente y Carolina Tola. Trabajó con la productora y sello discográfico Rayo Entertainment con *styling* y concepto para las sesiones fotográficas de sus artistas. Realizó *Visual Merchandising* para el grupo John Holden y vitrinas conceptuales para la marca *Everlast*. Actualmente trabaja en su proyecto personal *YokoMag* y como *Fashion Management* para Carolina Tola Atelier; además, es profesora en *The Style Institute* en la carrera y el diplomado de Asesoría de Imagen y *Personal Shopper* y también dirige el Diplomado de *Styling*.

La segunda persona fue la estilista María José Campoverde. Ella estudió en España, en la ciudad de Barcelona en el instituto Europeo de Diseño, realizó una especialización de *fashion stylist* y ha trabajado con diseñadores como Mónica Campana, Fabrizio Celleri, Ileana

Miranda, para fotógrafos como Diego Cadavid, Andrés Franco, Juan Pablo Merchán, Muchin Arguto en producciones de *Caleidoscopio*, *BG Magazine* y marcas como, *Fulgore*, *Caramel Clothing* entre otras.

La tercera estilista entrevistada fue Alex Neira, quien estudió Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (Universidad Panamericana Cuenca, Ecuador). Asesoramiento en Imagen Personal y Profesional (*Dress Code Buenos Aires - Argentina*). Producción de moda & Estilismo (Escuela de Moda *Adrian Fagetti*). Asesoramiento en Imagen Personal, Profesional, Empresarial y Política (COE Centro de Organización de Eventos Buenos Aires, Argentina). Trabajó en la Revista *BG Magazine* como encargada del Departamento de Producción y Directora de Fotografía. Fue Asesora de Imagen en la Escuela *Adrián Fagetti Buenos Aires - Argentina*. Fue Productora de eventos con profesionales Argentinos para Ecuador. Participó en la Capacitación de Empresas y Asesoría de Imagen aplicada a la Empresa/Imagen Personal para Almacenes *Juan Eljuri - División Perfumería*. Presidió la conferencia de *Branding Personal* para la Facultad de Administración de Empresas y Economía en Cuenca, Quito y Guayaquil. Fue Productora, Vestuarista y Asesora de Imagen para diferentes marcas y medios en

Ecuador y Argentina.

Por último, se entrevistó al Diseñador de Modas Pablo Ampuero, quien desde el punto de vista del diseño, fue el que aportó en cuanto a conocer un poco más a fondo el pensamiento de los diseñadores de modas locales con respecto a la ropa.

En cuanto a las tres estilistas mencionadas, pese a que cada una de ellas es de diferentes ciudades del Ecuador y ha trabajado en distintas partes del mundo, coincidieron en muchos puntos, demostrando de esta manera que el vestuario tiene el mismo idioma en occidente. Sus aportes fueron muy claros y permitieron generar el formato para realizar las encuestas aplicadas al segundo perfil de individuos.

A continuación citaremos las respuestas de las entrevistas que fueron de mayor aporte:

Qué es un look?

La palabra "Look" significa "ver" en inglés; pero además, en el mundo del estilismo de moda es un término que se ha adoptado para definir a una "parada de ropa"; es decir, todo el conjunto de prendas que utiliza una persona: zapatos, vestidos, abrigos, blusas, etc., para de una manera expresar su identidad.

Guila Saltos nos dice que ésta combinación "es la manera en la que una persona expresa su estilo y su personalidad". Además, Alexandra Neira dice que "es un estilo propio, definido con lo que cada persona usa y que ésta manera de mostrarse ante los demás revela rasgos de su personalidad".

Un *look* para un estilista de moda también significa el "plasmarse lo que está en tendencia en ese momento, lo innovador, lo super chic" como nos describió María José Campoverde.

Procedimiento para hacer un look:

Cada persona posee una personalidad y carácter diferente por lo que el *look* debe variar para cada una; va depender además de sus gustos y de su estilo de vida. El diseñador Pablo Ampuero nos comenta lo que él hace cuando tiene que realizar un *look* a una de sus clientes: "Lo primero que hago es ingresar a redes sociales y reviso cual es el estilo que tiene la persona, a los lugares que va, sus preferencias y sus gustos, para entender la parte funcional; luego converso con ella para saber que desea".

En cuanto a la parte comercial, cuando un *look* debe estar en una revista o campaña publicitaria, se debe ser más riguroso en cuanto al concepto que se va manejar; Guila Saltos nos dice que "se hace una

investigación con la persona que se está trabajando, analizas cómo sería. Creas un personaje, ves cuales serían sus mejores facetas y cuales son las prendas y, por último, armas el *Total Look*."

El *Look* también dependerá del presupuesto del cliente, que en el caso de los estilistas son los medios de comunicación y diseñadores entre otros. Los estilistas tienen la libertad de escoger marcas que se acomoden más a cierta estética o concepto, incluso la modelo que lo va a utilizar; Alexandra Neira nos comentó que "se ve el concepto de lo se va hacer, la marca, lo que el cliente quiere. Si es un editorial, se va a las marcas dependiendo del tema que escojan, se elige la modelo y por último lo que le queda".

En el caso de que el cliente sea una marca de ropa, realizar un look es mucho más limitado, puesto que el estilista no tiene la opción de escoger más ropa de la que le dan, María José Campoverde nos indica lo que ella hace al momento de realizar un look para una marca de ropa: "Me dan una temática y empiezo a investigar, depende de la pieza, no hay un orden. Ellos colocan la ropa en un muro, escojo las mejores prendas y comienzo las combinaciones: éste pantalón con ésta blusa y luego zapatos adecuados. Organizo la ropa seleccionando lo que me llamó mas

la atención y analizo lo que queda mejor".

Tour mental (la última vez que hiciste un look)

Con el objetivo de determinar ciertos parámetros que distintos estilistas de moda utilizan al realizar los *looks*, realizamos ésta pregunta, y nos encontramos con actividades en común que realizan, como el investigar acerca del tema que va a ser el *shoot* fotográfico y después ir en busca de las prendas. María José Campoverde comentó: "Me dan la temática, investigo, busco colores y texturas, luego voy a la tienda y selecciono prendas claves y prendas básicas imaginando cómo se vería", por otra parte, Guila Saltos explicó: "vas a los almacenes, si bien ya tienes la idea previa de que se trata el *shoot*; como el tema era andrógono, entonces queríamos hacer piezas, mas estructuradas y al ser colección, *spring summer*, son colores más vivos, tal vez un poco mas ligeros".

Esto es lo que hacen los estilistas en el caso de que sus clientes les dan la libertad de escoger prendas, pero qué pasa cuando un cliente es un diseñador de modas que no tiene ésta opción; Alexandra Neira nos comenta lo que hace: "Nos reunimos con la cliente, para conocer los diseños que ella tenía. Seleccionamos la modelo, vimos en diferentes agencias, la que

iba mejor. Eran diseños futuristas y clásicos al mismo tiempo. Al siguiente día ya estuvimos con siete cambios, los cuales combinamos con accesorios, creando diferentes looks, le probamos la ropa a la modelo y finalmente definimos *make up* y peinados".

En otros casos, la modelo ya está predefinido por la marca y el estilista; María José Campoverde nos comenta cómo es el acomodarse a ésta situación: "en el lugar de la producción armo todos los looks tratando de acoplarlos al tipo de cuerpo de la modelo y cuando la visto con algo que no me convence lo cambio. A veces es decisión de última hora, es una cosa muy visual, otras veces también quieres cambiar el maquillaje".

A continuación, Guila Saltos nos termina de contar cómo termina su procedimiento para armar un look: "elijo las prendas, una vez que las tengo, comienzo a armar cada look por texturas y por colores. Primero cromáticamente: pantalones, faldas, vestidos, blusas, cardigans. Una pieza super llamativa como la *Premium* (por decirlo así), tendría que ir en el *layer* de encima, y las piezas más básicas en el *layer* de abajo. Una vez que las tenía empezaba armar los *outfits*, y los complementaba con zapatos y con accesorios".

Cual es la estructura ósea ideal para realizar un look

En el capítulo anterior pudimos ver que existen distintos cuerpos de mujeres por lo que es importante que los estilistas nos digan su preferencia al momento de vestirlos, Guila Saltos nos explica que el cuerpo reloj de arena es la tipología de cuerpo perfecta porque tiene busto, *derrier* y cintura. Nos comenta un poco de la historia: "en 1800 se dijo que el cuerpo ideal de la mujer es el reloj de arena, como la mujer *Gibson* de la ilustración.



Figura 95. Mujer Gibson

Después vino Coco Chanel, con su silueta rectángulo, entonces fueron felices las mujeres con figura andrógina.



Figura 96. Chanel

En el 47, Dior apareció otra vez con la "silueta X", la de reloj de arena y desde ahí vivimos en una disputa de cual es el cuerpo ideal para vestir".



Figura 97. Dior

Nos comenta también que para los latinoamericanos, la mujer curvilínea es la ideal, pero para

una estilista "el objetivo es marcar cintura y equilibrar la parte *top* con la *bottom*" para llegar a mostrar un cuerpo reloj de arena equilibrado. También indica que dentro de los cuerpos tipo reloj de arena existen variedades como por ejemplo "los de Thalía o Halley Berry que son fáciles de vestir y otros como Cristina Hendricks o Dita Von Teese que dices: es demasiado exagerado". Así que no todos los cuerpos reloj de arena son ideales para vestir, ya que dependiendo de cada uno se puede facilitar o dificultar el trabajo. Por otra parte, el diseñador Pablo Ampuero nos dice en cuanto al cuerpo tipo reloj de arena que "es el cuerpo ideal para trabajar".

Pero qué pasa si hablamos de chicas que no tienen el cuerpo tipo reloj de arena; Guila Saltos nos dice que prefiere vestir "a alguien que tenga estatura promedió mínimo de 1.63 y de estructura ósea equilibrada; es decir, cuello largo, torso en proporción a piernas y brazos largos. Lo más fácil sería que sea tipo pera, porque ya tiene cintura y lo único que tengo que hacer es afinar su parte *bottom* (caderas y piernas) y llamar la atención arriba, así va a parecer un cuerpo equitativo reloj de arena". Si son chicas muy delgadas nos indicó que "es difícil vestir las a pesar que las marcas grandes nos muestran mujeres muy delgadas"; nos dice que "eso es una moda nada más y que ellas también sufren para

vestirse, porque la falta de curvas las hace ver poco femeninas". Alexandra Neira nos dice que cuando se viste a alguien se debe acomodar el estilista al cuerpo de la persona y ver lo que le quede o le vaya mejor: "depende de la estructura ósea de la persona para que uno pueda saber lo que le va a y acomodarte a ella" También nos comentó que "con las mujeres con curvas y chiquitas es mas complicado".

En cuanto a cuerpos de modelos, los estilistas prefieren chicas delgadas y altas, todas las personas entrevistadas coincidieron en lo mismo: María José Campoverde nos comenta el porqué: "en las fotografías no se ve bien una persona que no es delgada y alta, debe ser una estructura similar a una escultura; así mismo, en el caso de modelos hombres tienen que ser grandes". Alexandra Neira nos dice que el cuerpo tipo rectángulo es el ideal porque "le queda todo, porque no tiene curvas" y acota "generalmente las modelos tienen el cuerpo rectángulo, porque es un cuerpo perfecto para hacer cualquier cambio, así le hagas todo natural o le pongas muchas cosas le va a quedar perfecto". Guila Saltos además de coincidir con las dos estilistas anteriores agrega que ella busca el equilibrio, que es la proporción "porque el hecho de tener torso y piernas proporcionales cuello largo y hombros rectos te

cambia todo como se ve la postura así sea hasta un poco más llenita".

Tiempo de demora para hacer un look

Guila Saltos y María José Campoverde coinciden en que depende de cuantas combinaciones y piezas, entre otras cosas. Guila nos dice "Si bien los looks pueden estar realizados rápidamente, puede ser que en unos te demores más que en otros, entonces la modelo se tiene que cambiar, no se, 30 veces" María José Campoverde por su parte nos dice "aveces me tardo mucho porque no me salen fácilmente y otras veces me salen en 2 minutos, es complicado, aveces lo ves y dices: esta perfecto!, y otras veces estas ahí y dices no me gusta".

Alexandra Neira por su parte, nos comenta que el tiempo depende del número de cambios que sean "ayer eran 7 cambios y definí en 20 minutos. El trabajo con la modelo toma más tiempo, ya que aveces su cuerpo o su tono de piel altera lo que la estilista definió como look, en estos casos el trabajo puede llevar horas", además nos dice que "mas o menos el promedio son cuatro horas entre todo, una hora solo para que se pruebe la ropa con las referencias".

Por otra parte, Pablo Ampuero dice que es muy sencillo y comenta: "No

toma mucho tiempo la verdad, porque el *look* es retomar, puede ser cuestión de minutos o una hora exagerando”.

Las modelos al momento de hacer un look

El vestir a otros como profesión tiene que ver con colores, formas, armonías, contrastes, etc. Los estilistas pasan mucho tiempo con modelos, en el caso de María José y Alexandra nos dicen que conforme la experiencia que se tenga se va “entrenando el ojo para ver lo que les queda bien”. María José nos comenta que “suena un poco frío, pero al ver una modelo ya no ves una persona, si no un lienzo en blanco. Ellas son una pieza más del trabajo”. A Alexandra le pasa algo similar “mas que nada es como un maniquí, entonces puedes jugar con lo que te gusta”.

Que no se debe hacer al momento de hacer los looks

Como nos comentaron anteriormente nuestros entrevistados, antes de realizar el estilismo se investiga el tema o el concepto que el cliente o la marca va a manejar, nunca se debe “ir a ciegas”, Pablo Ampuero coincide con esto y nos dice “ha aprendido a que tiene que investigar a la persona y que siempre debe saber a quien te se va a enfrentar, por lo menos por facebook”. María José,

por su parte nos dice que “no se debe condicionar aunque a veces me cierro mucho a que algo no se puede poner”, y explica: “me he encontrado con ropa horrible, es difícil hacer que se vea bien, a veces las prendas no ayudan mucho”.

Alexandra nos comenta que la experiencia te va dando cláusulas de lo que se debe o no hacer: “por ejemplo, a la modelo que tiene un poco de cadera hay que ponerle colores oscuros para disimular la cadera”.

Cosas indispensables al momento de hacer un look

Existen elementos físicos de vestuario o herramientas que son de ayuda al momento de realizar un look; por ejemplo, Pablo Ampuero nos comenta que “es indispensable un espejo o un maniquí para realizar los looks”, María José por su parte nos comenta que los zapatos y los bolsos, son elementos claves para vestir a una persona: “un buen collar o accesorios ayuda mucho en modelos mujeres; en hombres, los buenos zapatos o un cinturón bien chévere”.

Alexandra Neira nos cuenta que los *looks* se realizan sobre una modelo, ya sea la que va a salir en las fotos o una chica con una estructura ósea similar, por esto es muy importante la actitud de la modelo. Guila nos

comenta que “es indispensable es que haya predisposición de la modelo, el trabajo de hacer un *outfit* y de hacer los looks es bastante largo”

Tendencia de colores y combinaciones:

En el capítulo de la indumentaria hablamos acerca de los colores, pero quisimos saber como manejan estos parámetros los estilistas al momento de vestir. Alexandra nos confirmó que “los colores ya están definidos por la moda. Las estaciones están definidas por colores, verano colores fuertes, invierno oscuro tal vez algo que resalte”. En cuanto a combinarlos nos comentó que depende “de lo que se quiere mostrar, tienes que fijarte en eso. Si tienes una marca es combinar lo que tienes”.

3.4. PRUEBAS DE CAMPO

Primero, como aproximación dentro del objeto de estudio, se vio medios en donde se presentan gente con distintos *looks*, observamos que esto se da en desfiles (lo real), en medios digitales como catálogos de ropa digitales, vestidores virtuales y fotografías impresas de revistas promocionales de marcas de ropa.

Debido a esto se buscó tener tres escenarios comparables: un escenario real, uno virtual y uno impreso; en los que respectivamente mostrarían a la misma modelo en persona, en 3D y en fotografías.

La búsqueda de la modelo se basó en la teoría y respuestas de los expertos que nos indicaron que el cuerpo considerado como óptimo para vestir es el tipo reloj de arena, así que se buscó una modelo con este cuerpo. No queríamos que fuese un cuerpo reloj de arena de poca altura o muchas curvas, así que se buscó una chica alta y delgada.

Para la ropa se escogieron seis *looks*: dos deportivos, dos casuales y dos formales con la finalidad de que se pueda vestir a la modelo con *looks* usados por el común de las personas. No queríamos realizar algo editorial si no más bien *looks* muy apegados a la realidad, para permitir la evaluación por parte de los estudiantes de diseño de moda.

El siguiente paso fue buscar una tecnología que permitiera modelar en 3D a la modelo. En el capítulo 1 hablamos acerca de lo que es modelar 3D, así que se buscó un programa en el que se pudiera generar esto, pero además la dificultad estuvo en que a ese modelado 3D se le pudiera colocar distinta ropa e ir probando a manera de trabajo de un *fashion styling*. Encontramos en la web algunos vestidores virtuales que hacen esto pero no permiten modificar las características físicas de la modelo.

La búsqueda implicó mucho tiempo (al rededor de tres meses); se probaron varios *softwares*, tanto para PC como para Mac. Se buscó aplicaciones para dispositivos móviles, tanto para celulares, como para tabletas. Finalmente encontramos un videojuego de simulación social para PC y Mac lanzado en el año 2009 llamado SIMS 3, el cual permite personalizar modelos 3D de personas. Éste video juego fue ideal ya que además de poder modificar la mayoría de las características físicas de la modelo, nos daba varias alternativas en vestuario.

Se modeló a la chica y se le colocó la vestimenta, la misma que se repetiría en los otros dos escenarios.



Figura 98. Capturas de pantalla software 3D

Se revisaron distintos catálogos de ropa de marcas actuales y prestigiosas y se pudo constatar que la mayoría están dirigidos a un *target* joven, lo cual concuerda con lo mencionado en el capítulo sobre la indumentaria. Entre los catálogos sobresalientes estuvieron el de la marca española Desigual, la marca francesa Naf-Naf (la cual está "latinizada" puesto que la ropa se fabrica e incluso se diseña en Colombia) y otros catálogos de ropa latina como Eta Fashion.



Las cosas en común que pudimos observar en dos de tres catálogos fue que se fotografía a la modelo con la ropa y no existe mayor descripción acerca de lo que está utilizando, no se explica sobre la calidad de la tela o los colores. Son catálogos en los que es más la ropa como protagonista, en los que se coloca a las modelos en escenarios reales o virtuales dependiendo del estilo que esté manejando cada marca.



Elaboración propia



En el caso puntual de nuestro estudio queremos comparar distintas herramientas, por lo que se decidió colocar en el catálogo impreso escenografía con diseño digital (lo que también se podría llamar escenografía virtual) y la modelo fue real. Como pre-producción se diseñaron escenografías digitales en 2D. No queríamos que los escenarios llamasen la atención mas que la ropa y la modelo, por lo que se eligió colores planos.

Como producción, se realizó una sesión de fotos en un estudio fotográfico, con un fotógrafo profesional y la ayuda de una maquillista. Se vistió a la modelo con distinta ropa elegida anteriormente y luego se realizó un proceso de post-producción en donde se juntó las fotografías de la modelo con la escenografía.

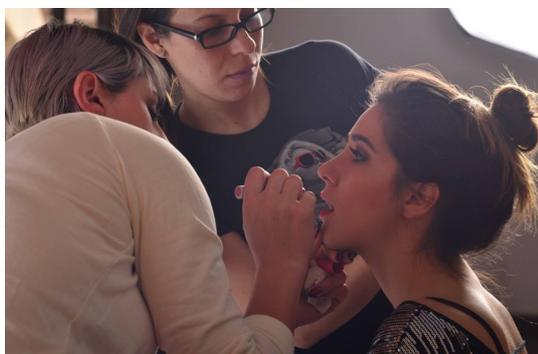


Figura 99. Imagen de producción del photoshoot



Figura 100. Imagen 1 catálogo



Figura 101. Imagen 2 catálogo



Figura 102. Imagen 3 catálogo



Figura 104. Imagen 4 catálogo



Figura 103. Imagen 5 catálogo



Figura 105. Imagen 6 catálogo

Una vez que tuvimos listo el escenario 3D y el 2D, solo faltaba el escenario real, mismo que fue el aula de clases en donde se realizó el experimento. Para el cambio de ropa de la modelo se decidió buscar un vestidor portátil, debido a que las aulas de clase no tienen un espacio adecuado.

Como se mencionó en el capítulo anterior, en Ecuador no existe una marca que fabrique vestidores portátiles ni tampoco es un producto de importación, así que se elaboró uno. El modelo de vestidor que se construyó es utilizado comúnmente en las producciones de moda, es un vestidor a manera de cilindro en donde la modelo podría cambiarse de manera mucho más rápida y efectiva que si tenía que ir a otro lugar.



Figura 106.



Elaboración propia



Elaboración propia
Cuestionario en experimento 3D

Para el experimento con las personas del segundo perfil seleccionado, se rellenó un cuestionario a priori, donde los estudiantes colocaron su nombre, su edad, el uso de ordenadores, dispositivos móviles, e internet; posteriormente, otro cuestionario fue cumplimentado con el fin de conocer sobre sus percepciones y opiniones tras realizar el experimento en los distintos escenarios.



Elaboración propia
Cuestionario en experimento catálogo impreso



Elaboración propia
Cuestionario en experimento modelo real

Empecemos por el experimento con la tecnología 3D. Se realizó a estudiantes de sexto ciclo de diseño de modas, la mayoría mujeres. A cada uno se le entregó el primer cuestionario previo al experimento y, una vez rellenado, utilizaron una computadora cargada con el vestidor virtual del video juego SIMS 3 para que realizaran los cambios de vestimenta programados. Ésta prueba tuvo un tiempo de duración entre cinco a diez minutos por persona. Finalmente se les entregó el segundo cuestionario para conocer su opinión sobre el uso de éste vestidor 3D.

Como comentarios más relevantes del experimento obtuvimos:

- Es rápido cambiar las prendas y ver colores que combinen.
- El vestidor esta muy completo, posee todo tipo de prendas y está muy bien organizado. Me gusta su diseño.
- La interfaz es amigable y el manejo es bastante intuitivo
- Puedo ver desde diferentes ángulos como van quedando las prendas y puedo jugar con las texturas y colores de las prendas.
- La velocidad que cambia la vestimenta
- Es un medio rápido, por lo que

se podría aminorar el tiempo de trabajo

- Tan solo con dar un clic ya se puede hacer una parada completa.
- Es un canon apropiado para las opciones que hay en el programa
- Es una silueta real en sentido de que no es muy gruesa ni muy delgada.



*Elaboración propia
Estudiante de sexto ciclo*



*Elaboración propia
Estudiante de sexto ciclo*

Un segundo experimento fue realizado con estudiantes de cuarto ciclo de diseño de modas, todas mujeres, a cada una se le dio conjuntamente los dos cuestionarios nombrados anteriormente conjuntamente con un catálogo realizado exclusivamente para este experimento. Se dio indicaciones de llenar el primer cuestionario y luego de ver el catálogo llenar el segundo cuestionario. Aquí las alumnas analizaron minuciosamente durante 60 minutos el catálogo y entre las opiniones que obtuvimos están las siguientes:

- Es bueno para identificar que color y que tipo de prenda le queda mejor a la modelo. Me puedo identificar y ver que me gusta más.

- Permite apreciar como le queda la ropa y el tipo de cuerpo que tiene.

- Demuestra naturalidad y comodidad de la modelo al usar una prenda

- La interacción de la modelo con la ropa llama la atención.

- Me gustaron los escenarios digitales con, además en las fotos se ve fuerza y movimiento.

- Sí usaría un catálogo al momento de comprar ropa.

- Nunca se sabe muy bien, ya que siempre se tiene problemas con este método de compra.

- Con el catálogo es mas rápido elegir.

- No me ahorra tiempo si no hay cosas que necesito prefiero tener la ropa conmigo y armar looks.



*Elaboración propia
Estudiante de cuarto ciclo*



*Elaboración propia
Estudiantes de cuarto ciclo*

Finalmente, un tercer experimento se realizó a estudiantes de segundo ciclo de diseño de modas, la mayoría mujeres. Se convocó a la modelo que aparece “virtualmente” en el experimento 3D y en las fotos del catálogo. Aquí ya no se necesitó ni del computador, ni de los catálogos, únicamente la presencia de la modelo y el vestidor portátil. Antes de que entre la modelo al aula se repartió igualmente que en los experimentos anteriores, el primer cuestionario para que los alumnos lo llenaran. Luego entró la modelo y se probó los distintos looks; el tiempo para que observasen con cada look fue entre cinco a ocho minutos. Por último procedieron a responder las preguntas del segundo cuestionario, entre las respuestas que se obtuvo estuvieron:

- Sabemos como en realidad está quedando la prenda a la gente.
- Es mejor visualizar el tipo de cuerpo y el tono de la piel y, de acuerdo a esos parámetros, ver que le favorece y que no
- Se aprecia la ropa de mejor manera.
- Permite analizar aspectos como la adaptabilidad de la tela y el tipo de corte en las prendas.
- Permite tener una referencia para responder en vivo y directo y ver todos los detalles.

- Mirar el conjunto y saber si combina la ropa de acuerdo a su tono de piel y su cuerpo.
- Podemos ver mas claro como es la textura que tiene la prenda.
- Se mira la prenda directamente.
- Ves los tonos y los looks claramente
- Apreciación directa de las prendas y la forma de colocación de la ropa.



*Elaboración propia
Experimento con modelo*



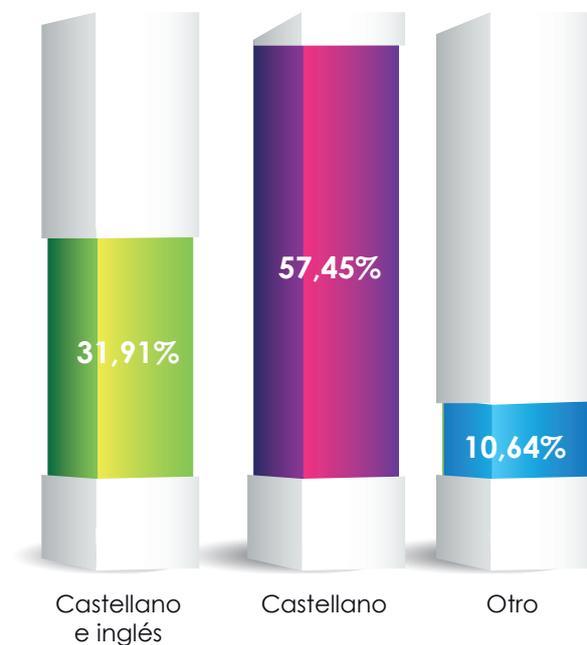
*Elaboración propia
Experimento con modelo*

3.5. RESULTADOS Y VALORACIÓN DEL EXPERIMENTO

El cuestionario a priori fue respondido por cuarenta y siete estudiantes de Diseño Textil y Modas de la Universidad del Azuay: cuarenta y cinco mujeres y dos hombres, con edades comprendidas entre 18 y 21 años principalmente. El 97,87% de los participantes tiene como idioma natal el Castellano y un 57,45% habla únicamente éste, mientras que el 31,91% tiene como idioma secundario el inglés y tan solo el 10,64% hablan otros idiomas como francés, alemán y mandarín.



IDIOMAS DOMINANTES

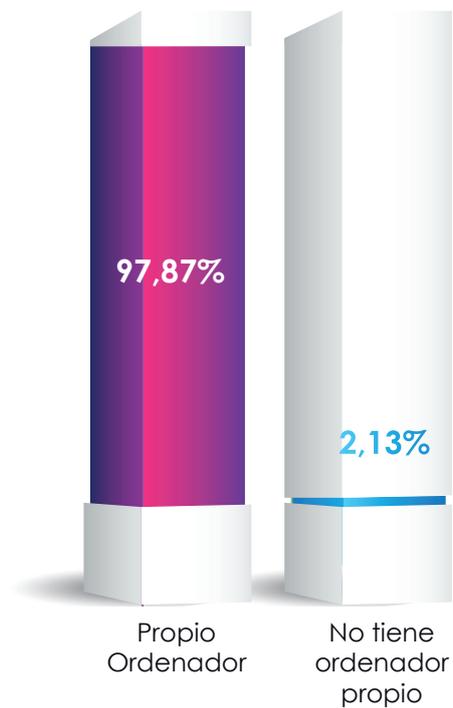


Las estadísticas del idioma nos sirven para reforzar el planteamiento de aplicaciones en el idioma dominante.

Para conocer el número de estudiantes que tienen acceso a aplicaciones o software en diferentes dispositivos, se incorporaron el cuestionario preguntas enfocadas a ello. Como resultado se obtuvo que todos los estudiantes poseen al menos 1 computador en su hogar y que el 97,87% tiene su propio computador, mientras que el 2,13% no tienen acceso a un ordenador propio.



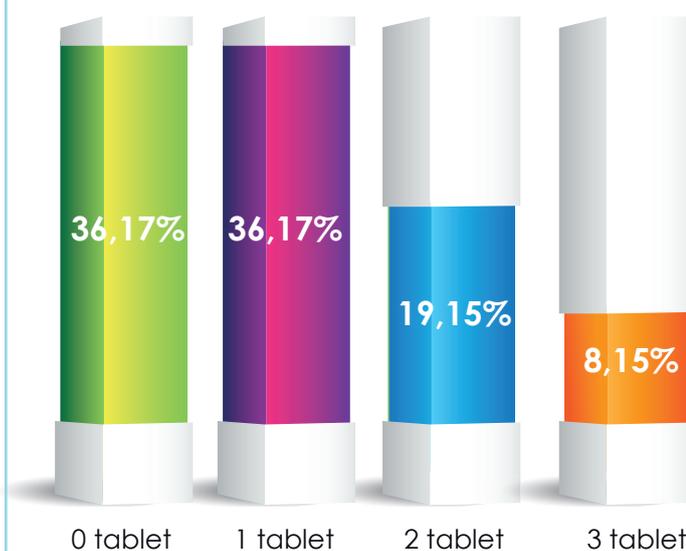
ORDENADOR PROPIO



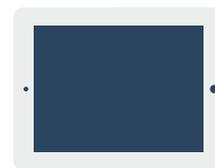
En cuanto a *tablets*, las estadísticas mostraron que el 36,17% de los estudiantes prescinden de éstas en sus hogares, un 36,15% tiene 1 *tablet* en su casa, un 19,15% posee 2 y un 8,15% tiene 3.



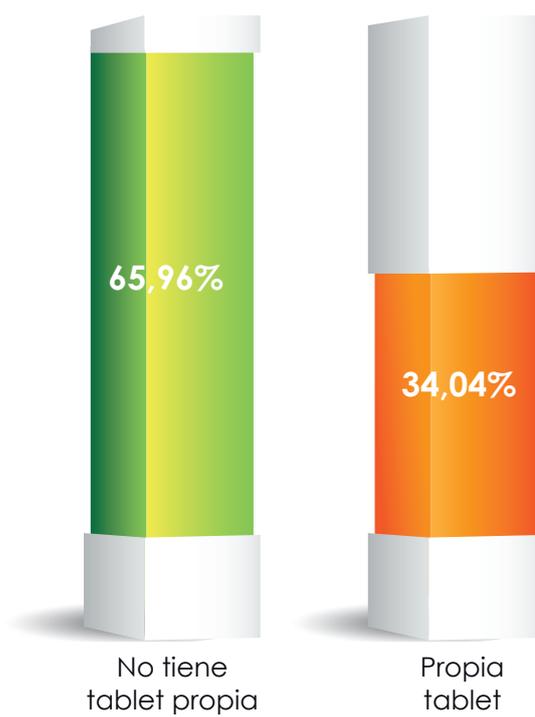
Núm. TABLET EN CASA



Se les preguntó cuantos de los estudiantes poseen su propia *tablet* y sólo el 34,04% respondió positivamente frente a un 65,96% que respondió que no.



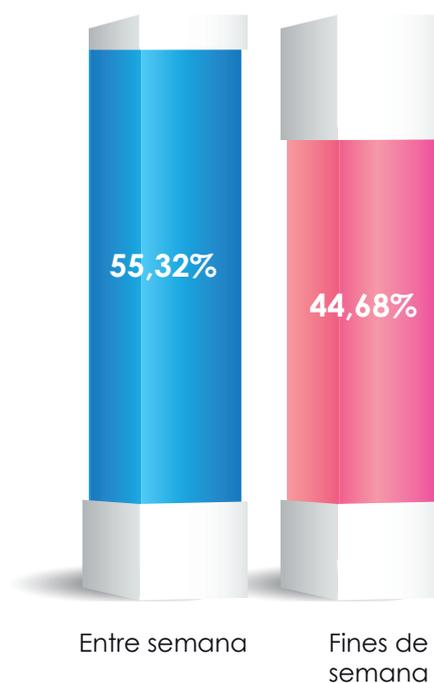
PROPIA TABLET



El mayor uso de internet se da entre semana, obteniendo un 55,32% mientras que un 44,68% utiliza el internet más en fines de semana.



USO DE INTERNET

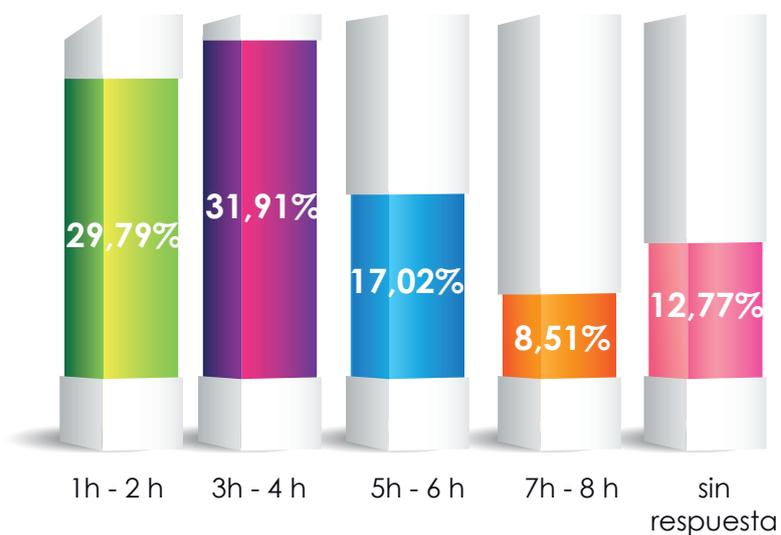


Y tanto los estudiantes que lo utilizan entre semana o fines de semana navegan en páginas de entretenimiento, redes sociales como pinterest o en *blogs* de moda para buscar nuevas tendencias.

El 29,79% de los encuestados usa internet en períodos de 1 a 2 horas diarias, un 31,91% utiliza 3 a 4 horas diarias, un 17,02% utiliza de 5 a 6 horas diarias, un 8,51% utiliza el internet entre 7 a 8 horas diarias y un 12,77% no respondieron.



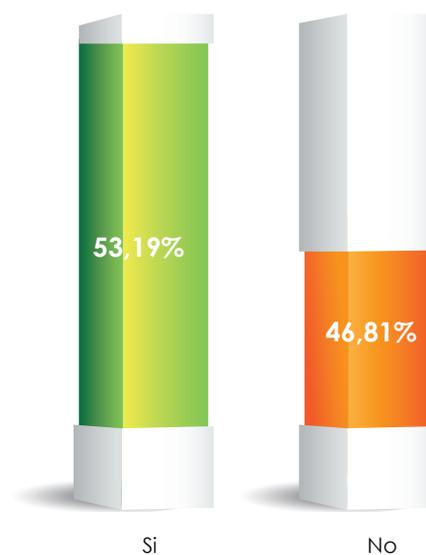
HORAS EN INTERNET



Cuando se les preguntó si utilizaban algún tipo de aplicación relacionada con la indumentaria, el 57,44 % respondió que sí. Entre estas escribieron, RP, reachpeace, Virtual fashion , Remix, polyvore, stylebook, stylekick, y chicisimo.



USO DE APP PARA ROPA



Como resultados de las respuestas del cuestionario cumplimentado tras realizar el experimento se obtuvieron:

En el escenario 1 (modelo 3D), en cuanto a qué fue lo que más les gustó, los resultados mostraron que al 55,56% le gusta la herramienta de vestidor 3D porque es versátil, porque se pueden hacer muchas combinaciones de ropa y porque permite escoger texturas y colores.

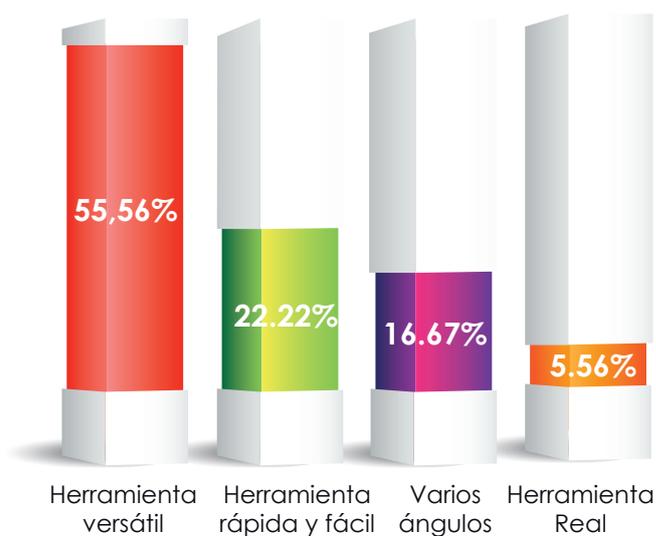
El 22,22% indicó que lo gusta porque es rápido y fácil.

Un 16,67% dice que se puede tener una idea bastante acertada de como lucen las prendas por los distintos ángulos de visión que permite el programa.

Por último el 5,56% restante indicó que las expresiones de la modelo la hacen muy real.



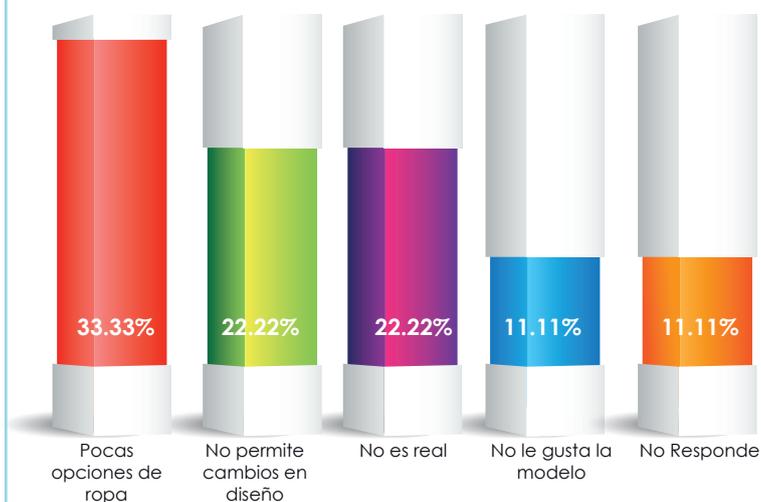
PREFERENCIAS VESTIDOR 3D



En cuanto a qué es lo que no les gustó, la mayoría equivalente al 33.33%, respondieron que no hay muchas opciones de ropa, seguidas por el 22,22% que dijeron que no se pueden hacer cambios en el diseño de la ropa. Otro 22,22% dijo que no es real y finalmente el 11,11% contestó que no les gustó la modelo. El 11,11% restante no respondió esta pregunta.



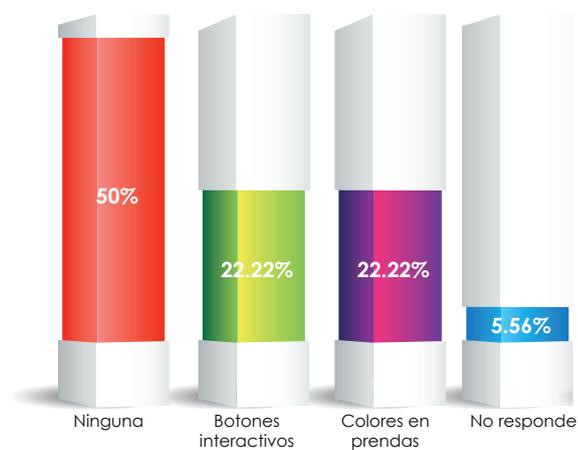
DESAGRADOS VESTIDOR 3D



Dificultades vs Facilidades de utilizar la aplicación de vestidor 3D como medio para elección de ropa.

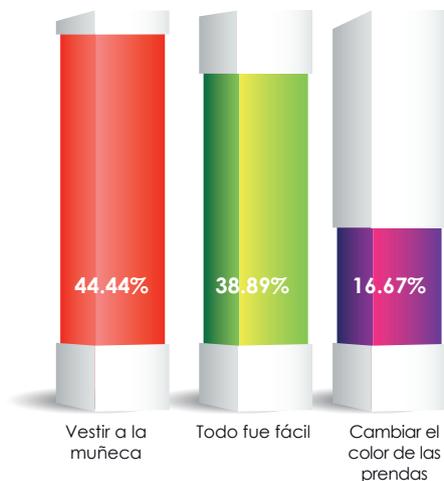


DIFICULTADES



En lo referente a las dificultades que presenta la aplicación, el 50% respondió que ninguna. El 22,22% no se familiarizó con los botones interactivos, mientras que otro 22,22% dijo que no supo al inicio como cambiar los colores de las prendas y, el 5,56% restante no respondió ésta pregunta.

FACILIDADES

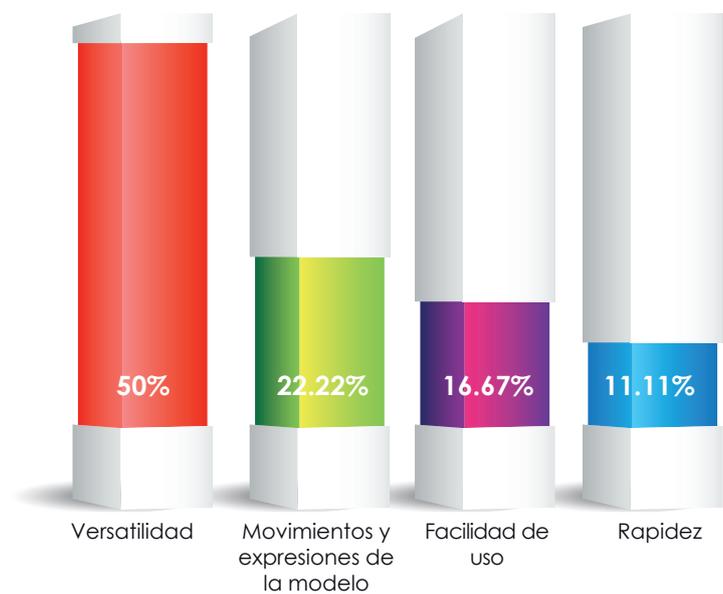


Cuando se les preguntó sobre qué se les hizo más fácil, el 44,44% dijo que vestir a la muñeca 3D. El 38,89% indicó que todo les pareció fácil y, el 16,67% que señaló que cambiar el color de las prendas.

Como aspecto novedoso de la aplicación, el 50% respondió que la versatilidad del vestidor. A un 22.22% le llamó la atención los movimientos y expresiones de la modelo 3D. El 16.67% hizo referencia a la facilidad de uso, mientras que el 11,11% a su rapidez, la cual podría aminorar el tiempo de trabajo.



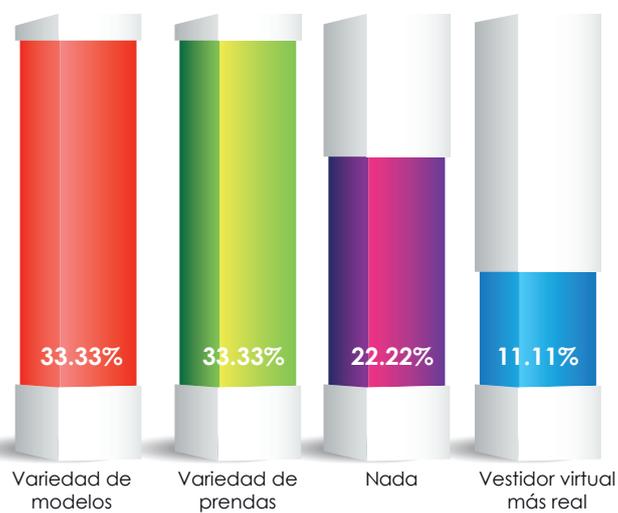
ASPECTOS NOVEDOSOS VESTIDOR 3D



Se les preguntó sobre qué cambiarían del vestidor para mejorarlo; El 33.33% dijo que la variedad de modelos y otro 33.33% la variedad de prendas. El 22.22% indicó que no cambiaría nada del vestidor y, el 11.11% restante cambiaría la interfaz para hacerla más real.



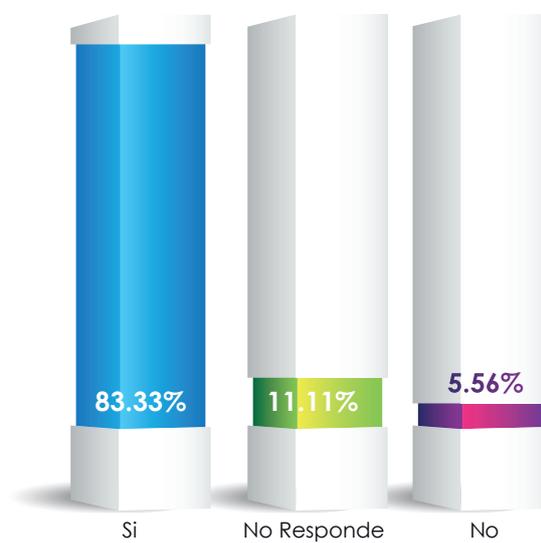
MODIFICAR EN VESTIDOR 3D



Si les gustó la manera que se colocó la ropa en el vestidor. El 83,33% respondió positivamente, un 5,56% negativamente y, el 11,11% no respondió esta pregunta.



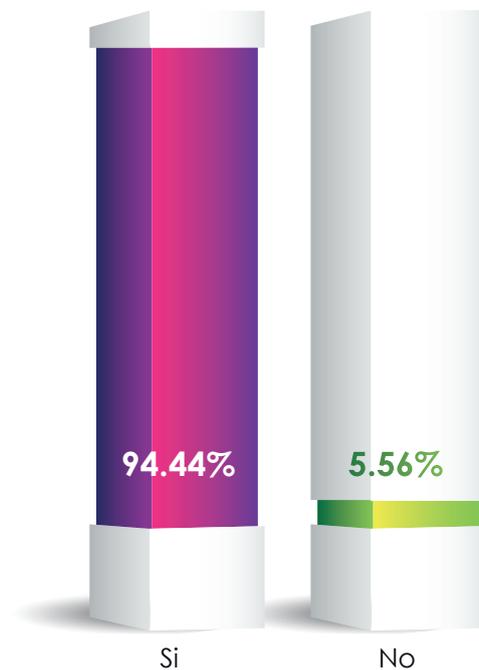
AGRADO DE COLOCACIÓN DE ROPA VESTIDOR 3D



Cuando se preguntó: ¿se ve de manera clara la ropa en la modelo?, el 94,44% respondió afirmativamente mientras que solo el 5,56% que respondió que no.



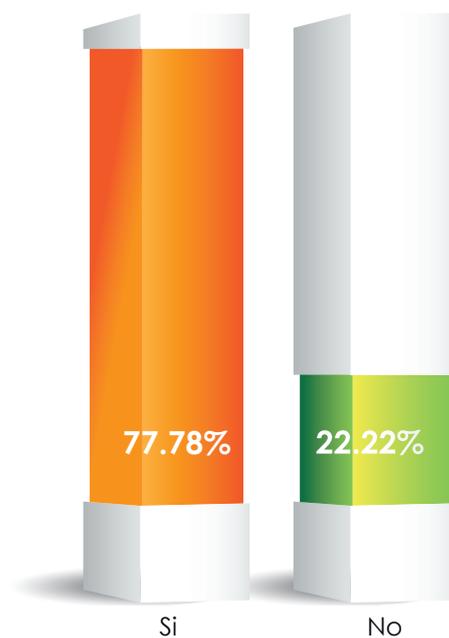
VISUALIZACIÓN CLARA DE ROPA EN MODELO VESTIDOR 3D



En la pregunta: ¿Las características físicas de la modelo ayudan a vestirla?, un 77,78% respondió sí y el 22,22% respondió que no.



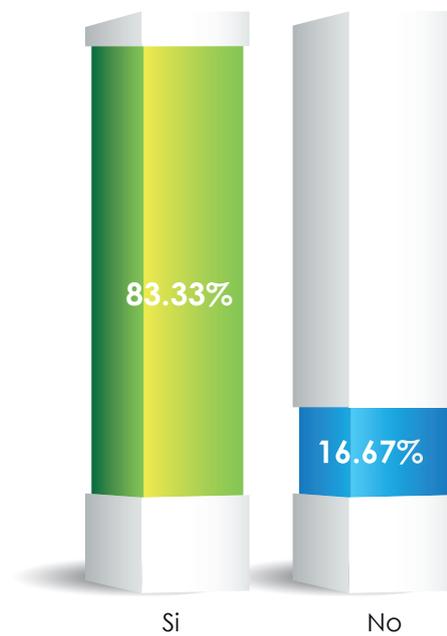
FACILITA VESTIR A LA MODELO VESTIDOR 3D



Un porcentaje del 83.33% señaló que sí es fácil utilizar éste vestidor frente a un 16,67% que respondió que no.



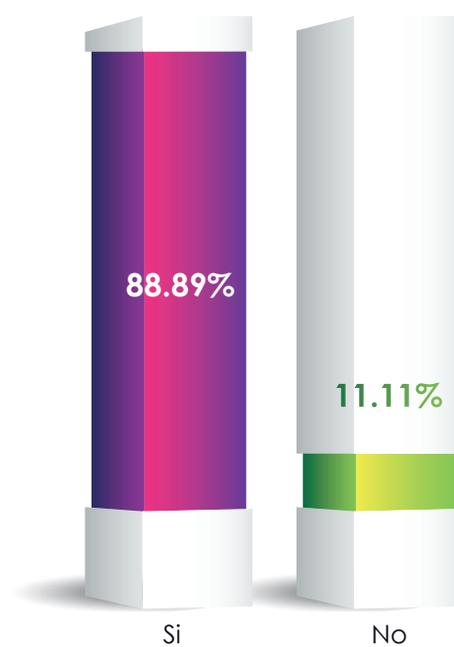
SISTEMA INTUITIVO VESTIDOR 3D



¿El uso del vestidor ahorra tiempo?, El 88,89% de los estudiantes respondieron que sí frente a un 11,11% que dijo que no.



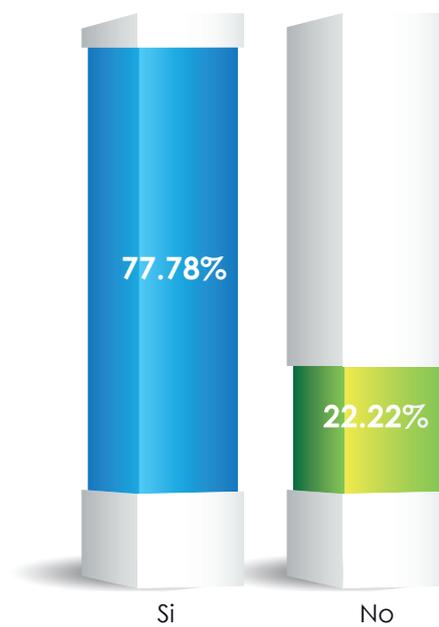
AHORRA TIEMPO VESTIDOR 3D



También se preguntó si el escenario en donde está la modelo es correcto o distrae al momento de colocar la ropa. El 77,78% respondió que les parece correcto y un 22,22% respondió que no.



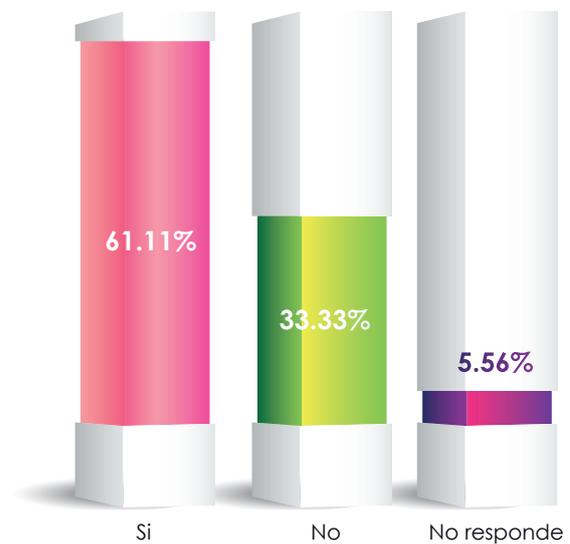
ESPACIO CORRECTO VESTIDOR 3D



Cuando se les preguntó si les parecía real la experiencia, un 61,11% respondió afirmativamente, entre las razones indicaron que las prendas sí se ven reales en la modelo 3D, que el movimiento del figurín es real, que es una ayuda para desenvolverse viendo las distintas opciones, que las proporciones de la modelo 3D son exactas, que se ve real porque su forma simple y completa como es el maniquí es como trasladarse al mundo del diseño textil. Sin embargo el 33,33% opinó que no, porque la modelo y el ambiente se ven falsos, el rostro se ve muy "de video juego" y el último 5,56% no respondió.



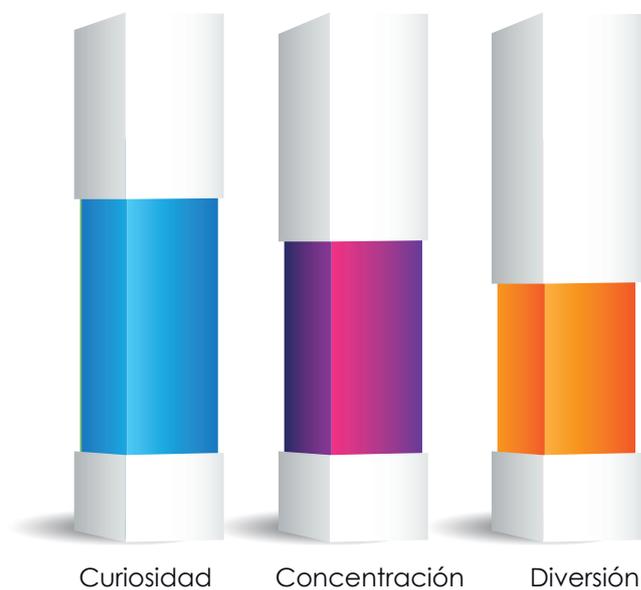
EXPERIENCIA SIMILAR A LA REAL



En el capítulo 1 hablamos acerca de la interfaz y sus componentes. Dentro de estos tenemos las expresiones multimedia interactivas que generan emociones por medio de personajes, paisajes y acciones. Quisimos saber cuáles fueron las 3 principales emociones que generó el uso del vestidor en los usuarios y obtuvimos como resultados curiosidad, concentración y diversión.



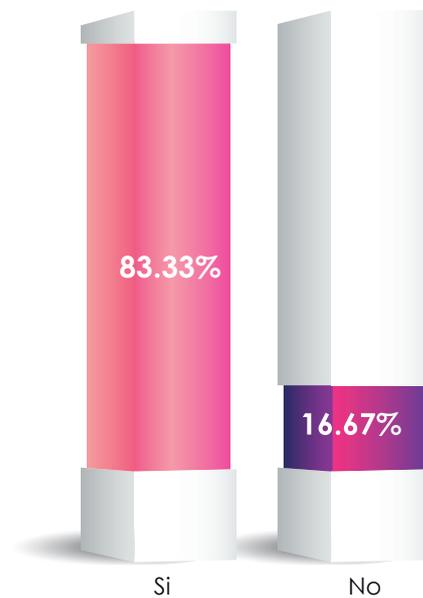
EMOCIONES USUARIOS VESTIDOR 3D



Finalmente, quisimos saber si los usuarios estarían dispuestos a utilizar nuevamente ésta aplicación (o una similar) y el porqué. Los resultados mostraron que el 83,33% sí lo volvería a utilizar ya que es divertido, útil y novedosa; porque sus herramientas y el ambiente son una alternativa rápida para elegir y crear *outfits* y además porque es de fácil acceso y se podría usar en cualquier lugar. Al contrario, el 16,67% opinó que no ya que prefieren utilizar los métodos convencionales.

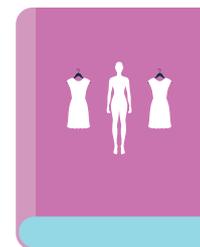


FUTURO USO DEL VESTIDOR 3D

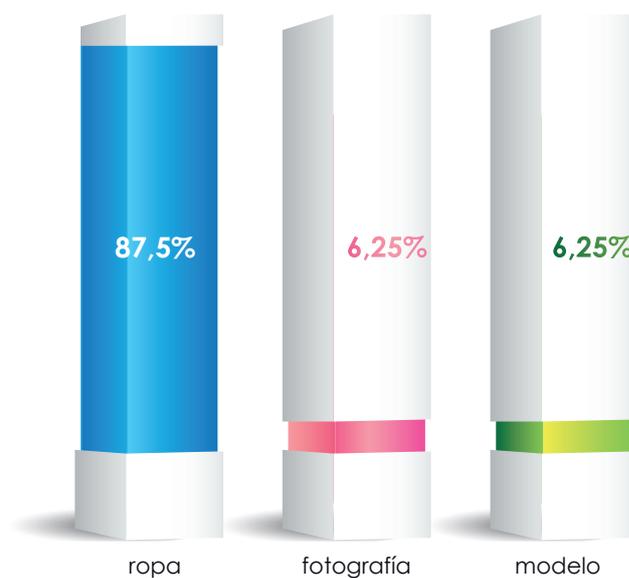


Las preguntas y los resultados del experimento con el catálogo impreso fueron:

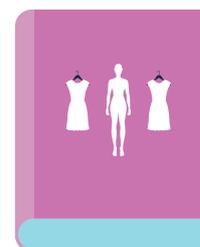
¿Qué es lo que más gustó de ver la modelo en un catálogo de ropa?. El 87,5% contestó que la ropa y los zapatos; contestaron que los *outfits* están equilibrados y bien combinados. Un 6,25% dijo que la fotografía y el último 6,25% la modelo.



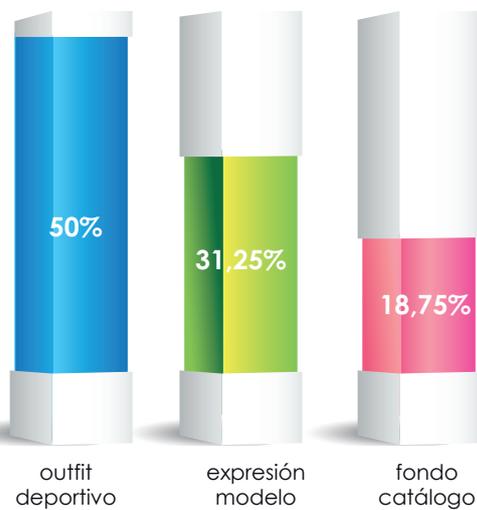
PREFERENCIAS CATÁLOGO



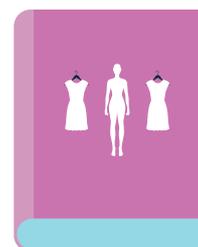
¿Qué es lo que menos gustó?. El 50% contesta que el *outfit* deportivo. El 31,25% dijo que la expresión y las poses de la modelo y, el último 18,75% contestó que el fondo o escenario del catálogo.



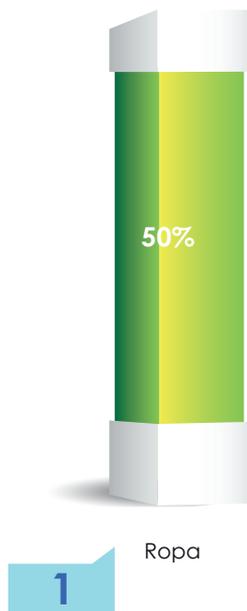
DESAGRADOS CATÁLOGO



Las siguientes preguntas fueron enfocadas a que indiquen las tres cosas más atractivas y menos atractivas del catálogo, se obtuvieron resultados muy similares a las preguntas anteriores.

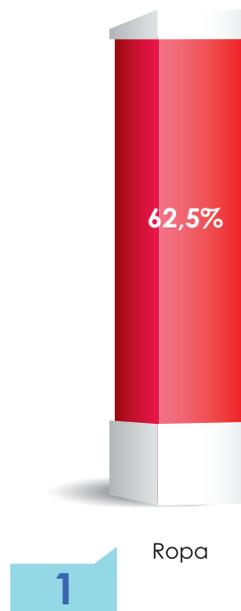


AGRADO



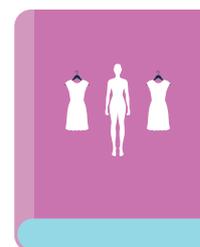
El 50% respondió como la primera cosa más atractiva del catálogo la ropa

DESAGRADO

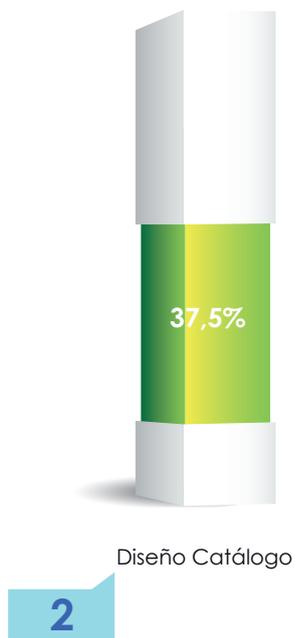


Frente al 62,5% que contestó lo mismo entre las cosas menos atractivas.

Como segunda cosa más y menos atractiva:

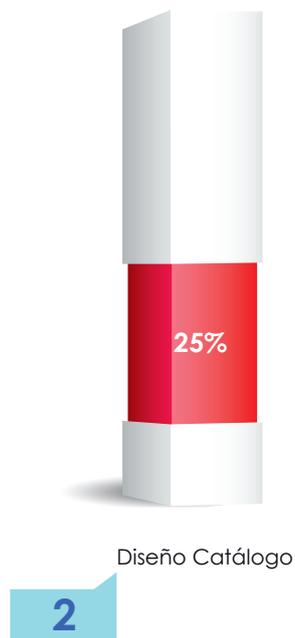


AGRADO



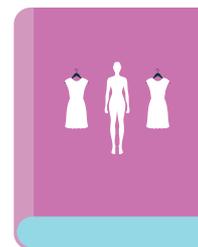
El 37,5% señaló que el diseño del catálogo.

DESAGRADO



Mientras que al 25% dijo que esto fue la segunda cosa menos atractiva.

Por último, como tercera cosa más y menos atractiva:



AGRADO

DESAGRADO



El 12,5% respondió que la modelo

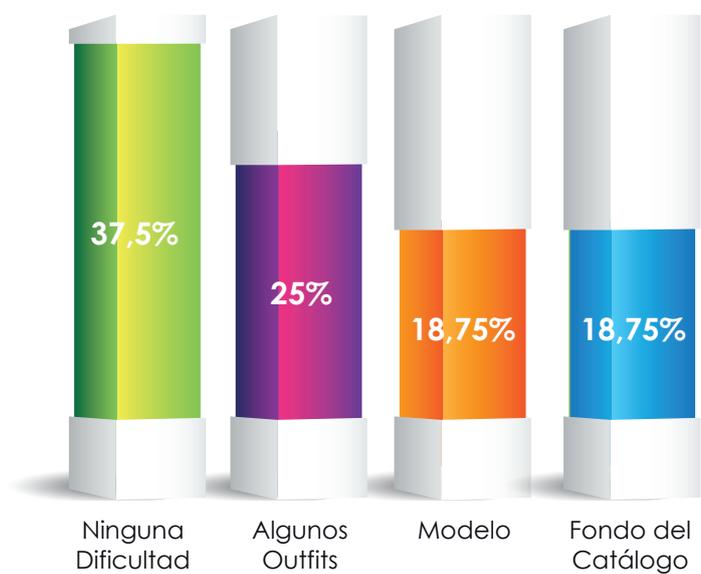


Empatando con otro 12,5% que colocó a la modelo como la tercera opción menos atractiva.

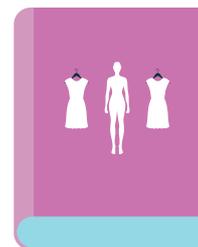
Cuando se les preguntó cual fue la mayor dificultad del uso del catálogo, la mayor parte de estudiantes equivalente al 37,5% expresaron que no tuvieron dificultad; seguidos por resultados que van más por gustos que por que les haya parecido difícil algo, el 25%, que dijo que no les gustó algunos *outfits*, un 18,75% señaló que la modelo y otro 18,75% que el fondo del catálogo.



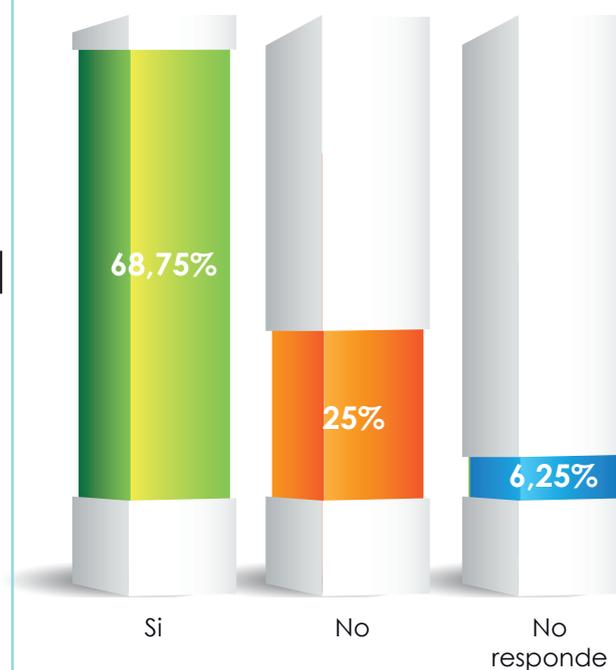
DIFICULTADES CATÁLOGO



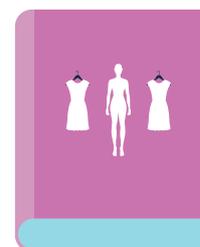
En la pregunta referente a si les gustó la manera en que se ha colocado la ropa en el catálogo?, el 68,75% respondió positivamente, mientras que el 25% que dijo que no. Solo un 6,25% no respondió esta pregunta.



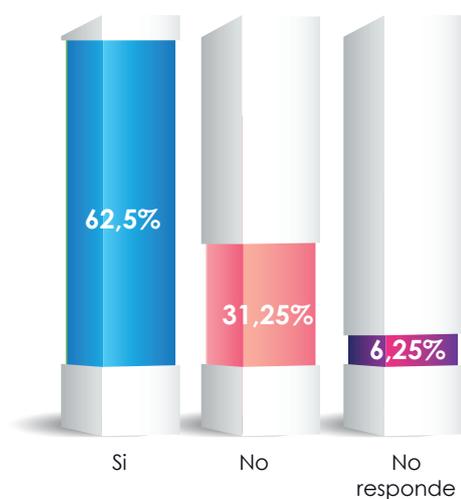
AGRADO DE COLOCACIÓN DE ROPA CATÁLOGO



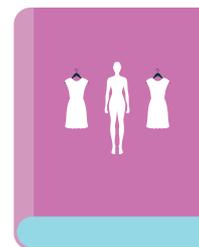
¿Se ve de manera clara la ropa en la modelo?
El 62,5% respondió que si, frente al 31,25% que dijo que no. Otra vez, el 6,25% no respondió la pregunta.



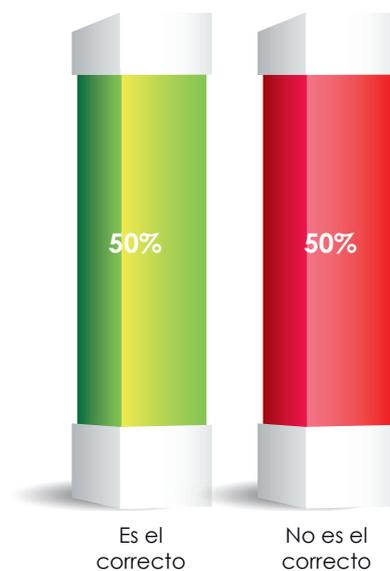
VISUALIZACIÓN CLARA DE ROPA EN CATÁLOGO



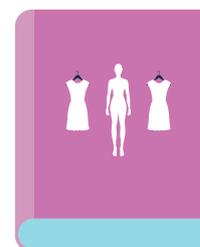
Cuando se preguntó si el escenario que rodea a la modelo en el catálogo les parece correcto o distrae de la ropa, se obtuvo respuestas empatadas, el 50% respondió que el espacio es el correcto y el otro 50% contestó que distrae un poco.



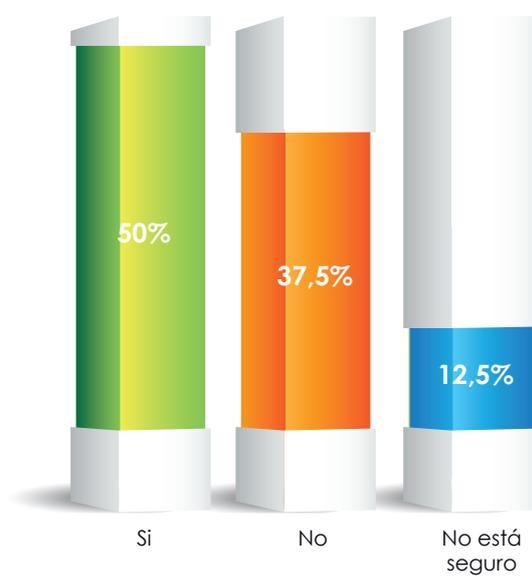
ESPACIO QUE RODEA A LA MODELO



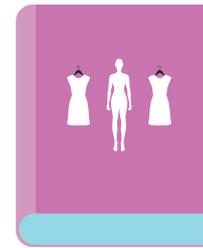
Una pregunta clave estuvo enfocada a saber si es fácil hacer un *look* viendo el catálogo. El 50% respondió que si, el 37,5% que no y el 12,5% que no está seguro.



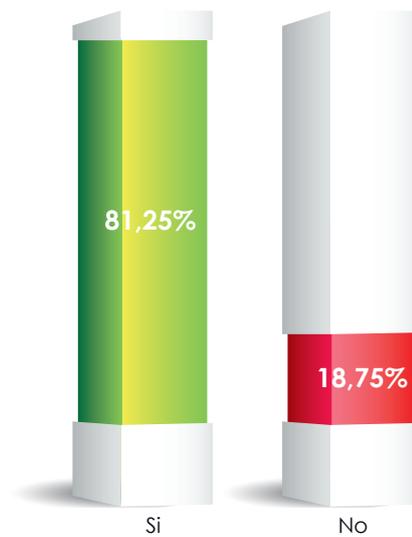
FACILIDAD DE HACER LOOK CATÁLOGO



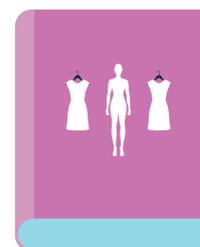
El catalogo ahorra tiempo?. El 81,25% respondió que sí y solo el 18,75% que no.



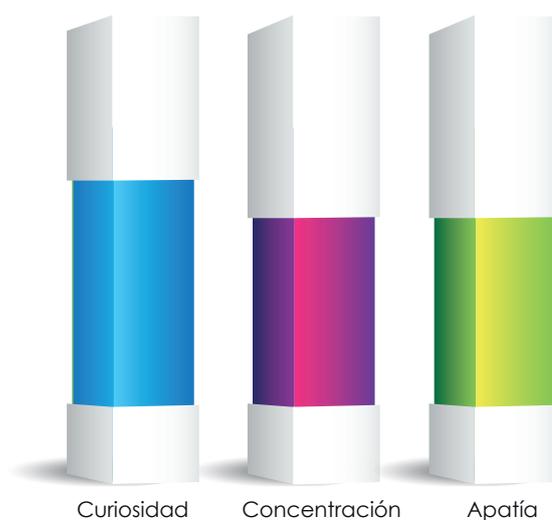
AHORRO DE TIEMPO CATÁLOGO



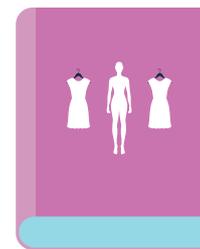
Como las 3 principales emociones que tuvieron mientras observaban el catálogo se obtuvieron los siguientes resultados: en primer lugar curiosidad y, el segundo y tercer lugar coincidieron que fue concentración y apatía.



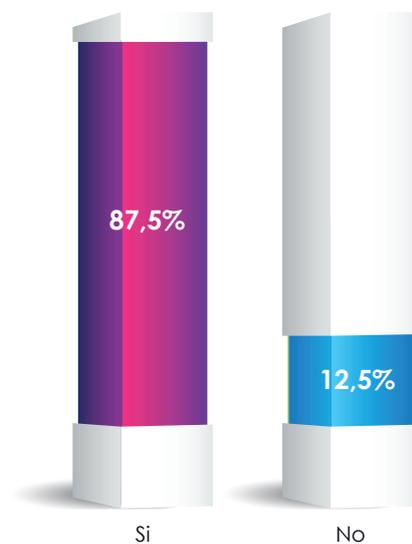
EMOCIONES USUARIOS CATÁLOGO



Para finalizar, se les preguntó si estarían dispuestos a utilizar una tecnología en la que pudieran ver a la misma modelo pero modelada en 3D para realizar los *looks*. Las respuestas fueron: el 87,5% dijo que sí, porque se podría saber como le va a quedar la ropa a la modelo y se podría ver cada detalle de las prendas; también porque sería eficiente y ayudaría a realizar más rápido los *looks* además de ofrecer más y mejores ángulos. El 12,5% restante respondió que no sin explicar el porqué.



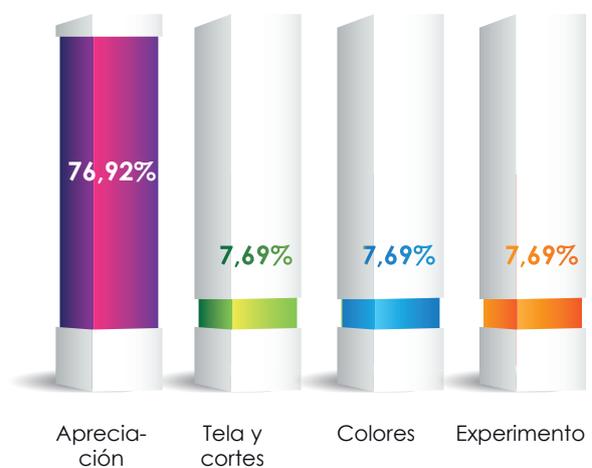
FUTURO USO DEL VESTIDOR 3D



En el experimento con la modelo real se plantearon las siguientes preguntas y sus resultados fueron: ¿Qué es lo que más te ha gustado de la experiencia de tener a la modelo para probar la ropa?. El 76,92% respondió que por ser real se aprecia mejor como lucen las prendas y la modelo, además que se ven claramente los colores y los detalles a más de la piel de la modelo. El 7,69% dijo que permite analizar aspectos como adaptabilidad de la tela y el tipo de corte de las prendas. Otro 7,69% dijo que experimentar con los colores de la ropa y el último 7,69% le gustó la actividad.



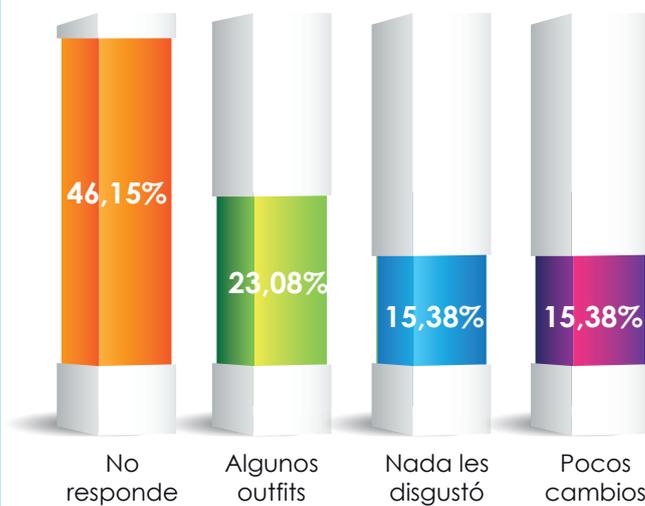
PREFERENCIAS VESTIDOR CON MODELO REAL



¿Qué es lo que menos te gustó?. La mayoría equivalente al 46,15% no respondió. El 23,08% dijo que no les gustó algunos *outfits*, un 15,38% dijo que no hubo nada que les disgustara y el último 15,38% dijo que fueron muy pocos cambios.



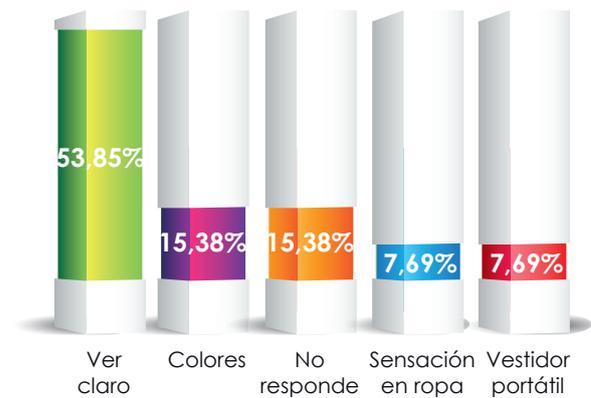
DESAGRADO VESTIDOR CON MODELO REAL



En lo referente a señalar tres ventajas de tener a la modelo probándose ropa, el 53,85% respondió que se observa bien como le queda la ropa y el tipo de cuerpo. Un 15,38% dijo que combinar los colores y otro 15,38% no respondió. También, un 7,69% dijo que se puede ver la sensación de la modelo al utilizar la ropa y el último 7,69% le gustó el método que se utilizó para realizar los cambios de ropa (vestidor portátil).



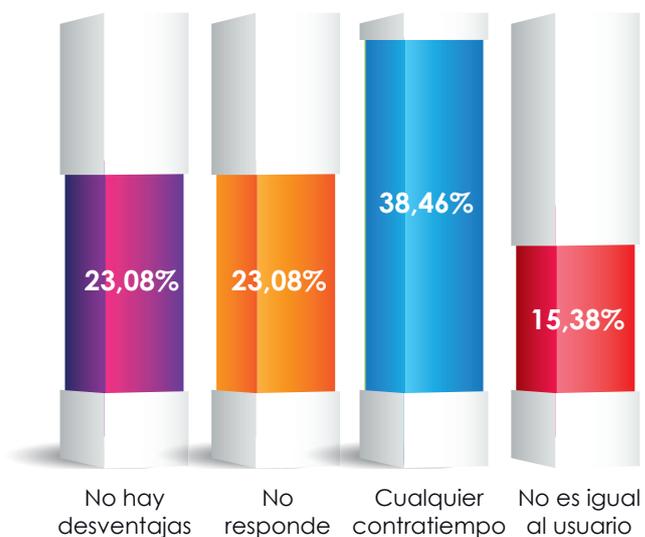
VENTAJAS PRESENCIA MODELO REAL



Como tres desventajas; el 23,08% respondió que no hay desventajas, mientras que otro 23,08% no respondió. Un 38,46% dijo que puede haber cualquier contratiempo. Por último, el 15,38% señaló el cuerpo y tono de piel no va ser igual al del usuario.



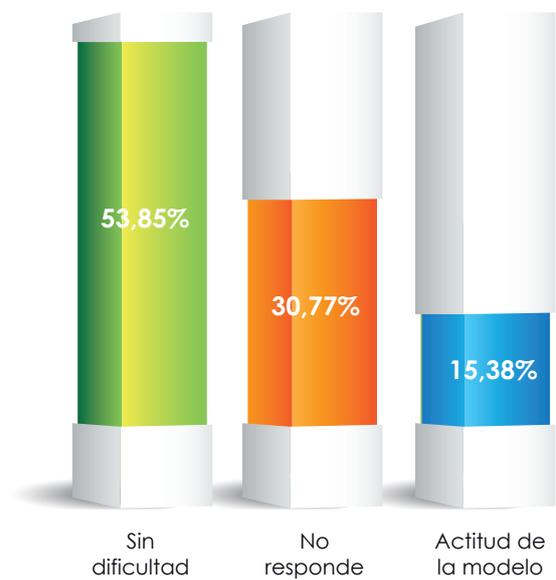
DESVENTAJAS VESTIDOR CON MODELO REAL



¿Qué les causó mayor dificultad de tener a la modelo presente? El 53,85% dijo que no tuvieron dificultad. Otra vez un porcentaje alto equivalente al 30,77% no respondió la pregunta y el 15,38% dijo que la actitud de la modelo.



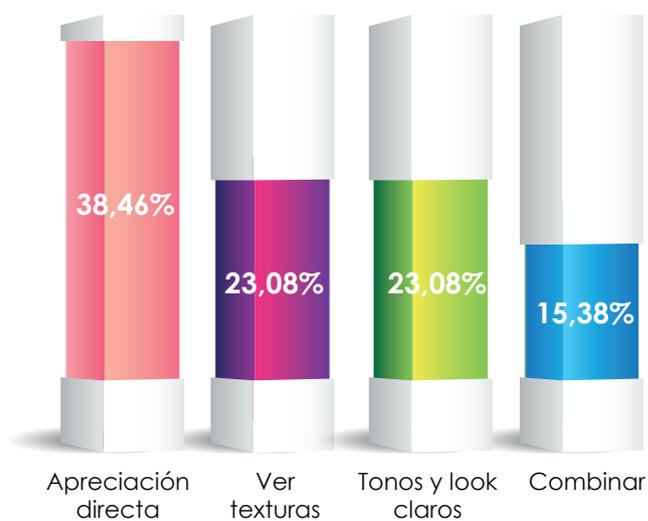
DIFICULTADES PRESENCIA MODELO REAL



En cuanto a qué fue lo más fácil de éste método, el 38,46% respondió que la apreciación directa de prendas y colocación de la ropa., un 23,08% dijo que ver la textura de la tela y, otro 23,08% indicó que ver el tonos y los look claramente y el último 15,38% la combinación de prendas.



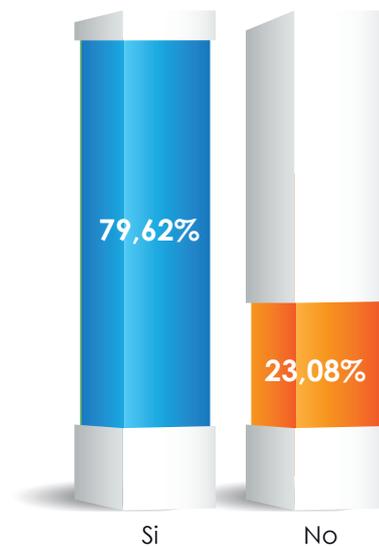
FACILIDADES VESTIDOR CON MODELO REAL



Se pidió que indiquen si les gustó la manera en que se ha colocado la ropa. El 79,62% respondió que sí, argumentando razones como: la ropa queda bien con el tipo de cuerpo de la modelo, está a la moda y le gusta la combinación de las piezas. Solo el 23,08% que dijo que no, las razones expuestas fueron: no les gustó la modelo y tal vez el diseño de las prendas no le favorecen.



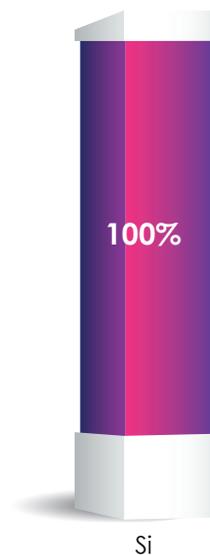
AGRADO DE COLOCACIÓN DE ROPA



Además, se preguntó si las características físicas de la modelo ayudan al momento de vestirla. El 100% de los estudiantes respondió que sí porque dependiendo de ello luce la ropa colocada, además ayudan en base al tipo de corte que se realice en las prendas.



CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LA MODELO

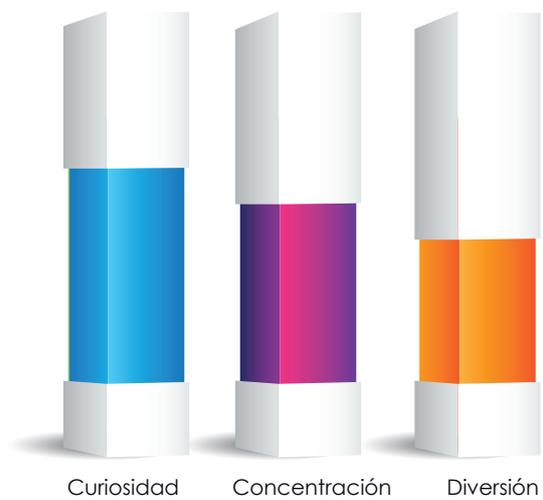


También indicaron que siempre vende mas una modelo delgada por lo que tiene mucho que ver su apariencia física a más de su personalidad. Cabe aclarar que la modelo tenía el cuerpo en forma de reloj de arena y a ese tipo de cuerpos les queda la mayoría de los looks.

Como las 3 principales emociones o sentimientos que tuvieron al momento del experimento, se indicó en primer lugar la curiosidad, seguido por concentración y diversión.



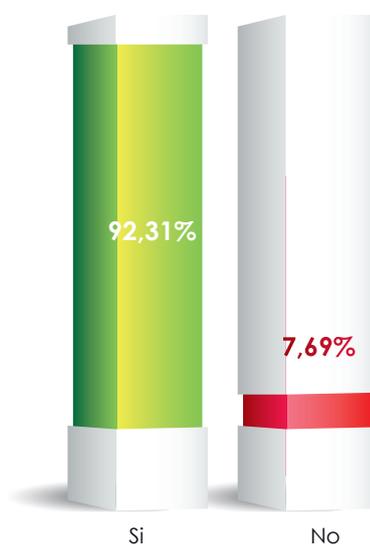
EMOCIONES USUARIO VESTIDOR REAL



Finalmente, se les preguntó si estarían dispuestos a utilizar una tecnología en la que pudieran ver a la misma persona pero modelada en 3D para realizar los *looks*. El 92,31% respondió que sí.



FUTURO USO DEL VESTIDOR 3D



Las razones argumentadas estuvieron:

- Que sería más fácil adecuar a las medidas de su propia ropa.
- Que es más fácil armar looks y permite ahorrar tiempo.
- Que permite elegir diferentes tipos de cuerpos para analizar las prendas en mayor grado de amplitud.
- Que podría ir probando los colores de acuerdo al tono de piel.
- Que debe ser mas fácil así para evitar el cansancio de las modelos.
- Que es muy innovador y rápido.

Como resultados generales pudimos observar que tanto la herramienta 3D como la modelo real fueron los experimentos que los estudiantes les gustó más. Sus apreciaciones fueron positivas en cuanto a ver claramente a la modelo y su ropa. Lo que nos lleva a pensar que 3D vs real están a la par, si bien no hay duda que el 3D todavía no iguala a lo real, ya puede reemplazarlo en ciertos aspectos, como en este caso puntual de un vestidor virtual.

Dentro de los tres experimentos también obtuvimos que la mayor parte de estudiantes estaría dispuesto a utilizar una herramienta 3D que sustituya al método tradicional, la tecnología avanza y está hecha para facilitar la vida, la gente se pone al día y está dispuesta a utilizarla.

Los dispositivos en donde se puede utilizar esta tecnología lo poseen la mayoría de los estudiantes, lo que significa que cada vez es más accesible su compra o

incluso necesaria, por lo tanto una aplicación 3D es muy factible.

Es importante también la personalización, es decir, muchos de los estudiantes en los distintos experimentos están consientes del tipo de cuerpo que se colocó fue el "cuerpo ideal" para vestir, pero existen dudas de como quedaría la ropa en otros tipos de cuerpo, lo que sería otro punto a favor del 3D debido a que con una herramienta "moldeable" es posible personalizar distintos cuerpos.

En el experimento del catálogo de ropa fue el que menos acogida tuvo y entre los comentarios estuvieron que las poses de la modelo no fueron las apropiadas, lo que nos da como resultado que una herramienta como un catálogo impreso podría ser obsoleto por el simple hecho de que no es editable, ni personalizable, la gente quiere ver a la modelo desde más ángulos y no se conforma con los de las fotografías.

Desde los objetivos:

En la presente investigación el objetivo general se ha cumplido, se han identificado las diferencias entre la utilización de representaciones 3D frente a las representaciones 2D, siendo principalmente y la más destacable la interacción del usuario en cada caso. En el método multimedial el usuario tiene un abanico de posibilidades para vestir a la modelo 3D además de la posibilidad de observarla desde distintos ángulos, también están la rapidez, la versatilidad y la facilidad que brinda esta herramienta, siendo muy superiores al recurso monomedia del catálogo, en donde no existe posibilidades de cambios de ropa ni visualización de ángulos, limitando al receptor y conformándolo con un solo canal de emisión. Adicionalmente, se obtuvo como resultado de la experiencia de usuario del catálogo la apatía, demostrando que la representación 2D para valorar prendas de vestir no es un método adecuado.

En cuanto a los objetivos específicos, el determinar las diferencias entre el vestidor virtual/real fue positivo. Previo a los experimentos se manejaba la hipótesis de que el método virtual tendría una mayor aceptación, pero al concluir se

observó que los resultados fueron similares para cada uno de los métodos. Si bien los usuarios manifestaron que en la herramienta 3D la modelo se ve como un video juego, no fue un impedimento para la clara apreciación de las prendas y la manera en la que lucían en la modelo. Una de las grandes diferencias fue la efectividad y dinamismo que posee la herramienta 3D ya que en segundos se pueden realizar cambios de color, de material, de distintos modelos de ropa, mientras que en la realidad esto lleva más tiempo. La versatilidad de la herramienta no fue superada por ninguna otra, como la real y el catálogo.

Otro de los objetivos específicos fue el sistematizar las respuestas, estas fueron realizadas en el capítulo 3 y se tabularon los datos incluidos dentro de los anexos. La comparación de las herramientas reveló que los estudiantes están bastante familiarizados con ellas a pesar de que no las utilizan como una herramienta de estudio. También se evidenció que el catálogo impreso, que prácticamente es un método que va desapareciendo del comercio internacional, en el medio de Cuenca-Ecuador es el más utilizado a pesar de que no tiene versatilidad.

Desde el capítulo I “lo virtual”:

Este capítulo en donde se trató la tecnología 3D, mostrando los múltiples usos, no solo en la moda si no en la vida diaria, las tendencias están llevando a utilizar estas tecnologías por varias razones, como costos, versatilidad, opciones, tiempo. Ahora, en cuanto a la moda y a los vestidores virtuales, los países de primer mundo ya los están utilizando; la experiencia de usuario se ha convertido en parte importante en la economía, en este caso puntual de la vestimenta, el usuario cada vez quiere cosas mas personalizadas, es por esto que las compras *on-line* guardan el tipo de marcas de ropa que se visitan o compran para mostrar promociones y si a esto se suma un vestidor virtual que recuerde los modelos de preferencia de esa marca, es una experiencia mucho mas personalizada que si fuese un vendedor real. La tecnología

avanza muy rápido y a medida que se ha realizado esta investigación son mas las novedades que salen que ha llevado a estar atentos a la tecnología de la moda. La marca Louis Vuitton cierra el capítulo mostrando su nueva contratación de la modelo “primavera-verano” 2016, Lightning, la heroína del videojuego Final Fantasy, esto demuestra que la modelo 3D ya reemplazó a la modelo de carne y hueso. Las grandes interrogantes como que pasará en los próximos meses? como será la aceptación por parte de la gente? Que opinarán las modelos de carne y hueso?, Lightning. a más de verse como una súper heroína atractiva de cabello rosa surreal, es una súper modelo exclusiva que no envejece, no engorda, no necesita de un nutricionista ni cobra un sueldo por colección. Qué efecto tendrá en la economía de la industria y las grandes agencia de modelos?

Desde el capítulo II “real”:

Este capítulo inició con el estudio de la figura humana ya que en el vestidor virtual la figura femenina es la herramienta fundamental, por ello se revisaron los estudios de grandes artistas como Da Vinci quien fue el que hizo el hombre de

Vitrubio pero, ¿por qué no hizo una mujer de Vitrubio?. La respuesta fue dada por Cennino Cennini, quien dijo que ninguna mujer posee medidas perfectas, no existe el cuerpo perfecto de mujer, lo que existe son varios tipos de cuerpos, y

no significa que uno sea mejor que otro, si no diferente. La industria de la moda a lo largo de los años ha mostrado muchos tipos de cuerpo según la conveniencia de esta, confundiendo a las mujeres y sobre todo jóvenes que quieren alcanzar estereotipos que a veces solo existen en las pasarelas. Así que bien la industria de la moda en respuesta a devoluciones, inconformidades con compradoras que no se

conformaban con ver que la ropa que habían adquirido no era de su talla o no se veía bien en su cuerpo, crea el vestidor virtual de ropa que puede colocar distintas medidas, personalizando y casi tan efectivo como un espejo. La tendencia va a la personalización de todo y los vestidores no son la excepción. No importa cuan real se vea, la gente lo está utilizando.

Desde resultados del experimento:

Diariamente las personas se enfrentan a dos mundos: el virtual y el real.

El virtual avanza a grandes pasos, buscando que su tecnología ayude y facilite al mundo real. En el mundo de la moda para que exista una interacción exitosa entre estos dos mundos se crean personajes virtuales que imitan a personajes reales con tecnología 3D, reproducen la figura humana y la visten con ropa semejante a la que una persona real usaría, permitiendo crear un vestidor virtual que es muy similar a un vestidor real.

En cuanto a si podrían los vestidores virtuales con sus modelos 3D llegar a reemplazar a la manera habitual de probarse la ropa, se puede decir que, aunque la tecnología avanza cada vez más lo que

permitiría suponer una respuesta positiva, las pruebas realizadas a estudiantes, en su mayoría mostraron una respuesta negativa, la percepción general se inclina hacia los métodos tradicionales como los más efectivos. Por lo tanto, se puede inferir que posiblemente es la "imperfección" actual de esta tecnología la que afecta a que se de este paso.

Ahora, la percepción general de los resultados obtenidos al comparar vestidores 3D, 2D y reales, fue similar. A pesar de esto, se necesita más investigación a usuarios que enfrenten en el día a día la utilización de vestidores; tal vez, los resultados obtenidos fueron debido a que los estudiantes que formaron parte de la investigación no poseen experiencia como estilistas, por lo

que quizás no perciban la facilidad que esta herramienta proporciona al momento de vestir a una modelo. Posiblemente en un futuro, cuando los vestidores 3D mejoren su "realismo", se podría realizar un experimento similar y ver si existe una variación en los resultados.

Desde las experiencias:

¿Es necesario que la tecnología avance en "realismo" para que los vestidores virtuales se utilicen como herramientas que ayuden a estilistas a valorar prendas de vestir?

No es necesario, hoy en día ya se utiliza esta tecnología en Estados Unidos y algunos países de Europa. Latinoamérica al no ser productora ni exportadora de tecnología, no goza de todas las innovaciones de países del primer mundo, teniendo que estar siempre a la espera, con un desfase de meses o incluso años, para adquirir ciertas tecnologías como por ejemplo los "responsive mirror". De hecho cuando esto ocurra serán utilizadas, pero siempre conviviendo los dos mundos, el mundo real con el mundo virtual coexisten; los dos siempre van de la mano, el mundo virtual imita al mundo real y el mundo real utiliza al mundo virtual para poder vivir, este ayuda al mundo real a desarrollarse y facilita su día a día.

El presente estudio ha permitido identificar que los distintos programas de vestidores virtuales pueden ser valiosas herramientas para ser aplicadas por estudiantes de diseño de modas, diseño gráfico y en asignaturas de diseño y multimedia, así como por profesores y otros interesados en el tema. Estos a su vez permitirán generar un ambiente de aprendizaje interactivo y lúdico sirviendo de apoyo a distintas asignaturas.

El experimento tuvo un adecuado nivel de aceptación entre los estudiantes, dando como resultado que el programa del vestidor virtual tiene una interface amigable e interactiva. Se observó la familiaridad de los usuarios con los medios digitales; sin embargo, los estudiantes manifestaron que no utilizan este recurso como una herramienta de estudio. Incentivar el uso de esta tecnología propiciaría

un apoyo en el aprendizaje de los alumnos aunque, se debe tener en cuenta que la capacidad de "crear su propio avatar" o "que haya más modelos", debe ser un referente importante para futuros estudios o incluso la generación de un software de vestidor virtual.

La importancia de la formación de la maestría de diseño multimedia es que se profundizaron los conocimientos de multimedios como aplicaciones, software, entre otros, así como los métodos que llevan a generarlos y desarrollarse. La importancia de la experiencia del usuario ha sido enfatizada en la maestría y se ha comprobado en este estudio; la parte teórica sirvió para aprender los conceptos y procedimientos mas importantes

Recomendaciones:

Se recomienda tener en cuenta un software de vestidor virtual para incluirlo como método de apoyo a asignaturas de diseño de Moda; así como la divulgación, a través de las vías que crea conveniente, de la distinta información presentada en este proyecto.

Se considera importante incluir en la enseñanza multimedial el presente estudio con la finalidad de que contribuya a generar en un futuro

que forman parte del proceso para la evaluación comparativa, que jugó un papel muy relevante, pudiendo ver el desempeño global de los distintos grupos claramente, además de ser un método ideal para la evaluación en grupos, al poder compararlos nos arrojan datos medibles en pro y contra con respecto al objeto de estudio y nos muestra diferentes perspectivas.

Finalmente, el presente trabajo a permitido el planteamiento de varias interrogantes, mismas que abordadas con un enfoque metodológico podrán ser objeto en un futuro cercano de nuevas y emocionantes investigaciones que sin duda servirán como un aporte dentro de el amplio mundo que abarca el diseño multimedia.

un software superior al utilizado en base a las observaciones obtenidas en el experimento realizado.

Es importante implementar elementos visuales de multimedia de vestidores virtuales, debido a que algunos métodos (como el formato impreso) están quedando obsoletos ante los avances tecnológicos actuales.

GLOSARIO

2D: dos dimensiones (largo y ancho).

3D: tres dimensiones (largo, ancho y profundidad).

Andrógina: se refiere a un organismo que tiene características tanto masculinas como femeninas.

Animación: es un proceso utilizado para dar la sensación de movimiento a imágenes o dibujos.

Accesorios: en un *look* se refiere a bolsos, zapatos, joyas, sombreros, etc.

Avatar: es una simulación o representación virtual de un ser en un mundo ficticio.

Boottom: parte posterior femenina

Canon: compendio de características que juntas conforman un todo considerado perfecto.

Cardigan: es una chaqueta de punto abierta por delante, que se puede cerrar con botones o cremallera

Chic: elegante o a la moda

Colección: se refiere a la selección de distintas prendas propuestas por un diseñador para las distintas temporadas, estaciones.

Confección: producción de ropa en

serie.

Corte imperio: corte justo debajo del pecho.

Complementos: accesorios que completan un *look*

Corsé: antiguamente utilizada como ropa interior femenina, que engloba sujetador, corpiño, corselete, pantalones y faldas con ballenas.

Cromática: referente al color.

Desfile: presentación de moda en una pasarela.

Digital: todos aquellos sistemas que representan, almacenan o usan la información en sistema binario, esto es, a casi todos los aparatos electrónicos e informáticos utilizados actualmente.

Editorial: muestra una tendencia de moda concreta a través de fotografías de modelos.

Entallado: ajustar una prenda de vestir al talle o cintura de una persona.

Escote en forma de pico: escote en "V".

Entorno virtual: espacio alojado en la web, conformado por un conjunto de herramientas informáticas o sistema de software que posibilitan la interacción.

Estilo: apariencia. Estética o delineación de algo.

Estilismo: actividad del profesional que se dedica a cuidar del estilo y la imagen, especialmente en el mundo de la moda y la decoración.

Estilista de moda: es la persona responsable de elegir un *look* para comunicar una idea, una tendencia o un tema de moda.

Fabricación sostenible: se refiere a una nueva línea de trabajo orientada a la investigación de procesos y materiales que permitan el desarrollo de una actividad industrial más respetuosa con el medio ambiente.

Femme fatale: en español "mujer fatal" es un personaje tipo, una villana que usa la sexualidad para atrapar a los hombres.

Firmas: Razón social o empresa.

Glamour: Atractivo especial relacionado con elegancia que posee una persona o una cosa. Relacionado con el espectáculo o la moda.

Herramientas multimediales: se refiere a vestidores virtuales que podemos encontrarlos on line o por medio de aplicaciones

Host: es usado en informática para referirse a las computadoras conectadas a una red, que proveen

y utilizan servicios de ella. Los usuarios deben utilizar anfitriones para tener acceso a la red.

Interactivo: programa a través del cual se da una interacción, a manera de diálogo, entre un ordenador y un usuario.

Layer: en español capa, se refiere al nivel o capas de colocar una prenda encima de otra.

Lencería: ropa interior.

Lectoautor: se refiere al lector en la multimedia, pero se lo llama lectoautor porque este no es un simple lector ya que tiene la posibilidad de acción y toma de decisiones.

Línea de tiempo: sucesión temporal de fotogramas que componen una película.

Look: es un término que se ha adoptado para definir a "una parada de ropa"; es decir, todo el conjunto de prendas y accesorios que utiliza una persona.

Micro fibra: tela sintética formada por filamentos más finos que la seda natural.

Modelo virtual: se refiere a una modelo que no existe físicamente, sino sólo dentro de un programa de ordenador.

Modelo talla 0: es una medida equivalente a una 32-34, la talla más pequeña en el tallaje americano.

Motor de render es un software especializado en generar renders utilizando tecnología de representación imparcial para crear imágenes de buena calidad, utilizando ecuaciones que simulan el comportamiento de la luz.

Multimedia: se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión (físicos o digitales) para presentar o comunicar información.

Navegación: se refiere a la acción de visitar páginas web en nuestro ordenador, por medio del internet.

Nailon: fibra sintética de poliamida.

Nano materiales: son materiales con propiedades morfológicas más pequeñas que 1 nanómetro.

Outfit: en español vestimenta, ropa o conjunto.

Pashmina: es un tipo de tejido de lana de cachemir; el término se utiliza para referirse a los textiles fabricados con ella, con mezclas de cachemir con otras fibras e incluso con fibras artificiales, tipo viscosa.

Petroquímicos: son derivados químicos del petróleo y gases asociados, incluyen las sustancias

químicas que de ahí se derivan.

Pieza premium: se refiere a una prenda de vestir de características especiales, de calidad superior o la que sobresale de las demás que van a conformar el *look*.

Pin ups: Eran las chicas de calendario, "*pinned-up*" significa "colgada en la pared", generalmente con labios rojos y cintura estrecha, tacones y curvas perfectas.

Plataforma: es un sistema que permite la ejecución de distintas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Prendas básicas: prendas de vestir que sirven de base para formar un *look*, generalmente de colores neutros, fáciles de combinar.

Prendas claves: prendas de vestir que son las que destacan en un *outfit*.

Prendas estrella: al igual que las piezas premium o prendas clave, son las prendas de vestir que resaltan en un *look*.

Prototipos virtuales: es el diseño y generación de un producto con tales características que permitan su evaluación frente a los requerimientos. El objeto tiene

aproximadamente el mismo comportamiento que el modelo físico excepto que este está disponible en un ambiente virtual generado en un computador.

Realidad aumentada: es visualizar a través de un dispositivo tecnológico (de forma directa o indirecta) un entorno físico del mundo real, cuyos elementos se combinan con elementos virtuales para la creación de una realidad mixta en tiempo real. Ésta sobreimprime los datos informáticos al mundo real.

Render: o renderizado en español es un término para referirse al proceso de generar una imagen o vídeo partiendo de un modelo en 3D.

Retroalimentación: también se conoce como retroacción o *feedback*; es el método de control de sistemas en el cual los resultados obtenidos de una actividad son re introducidos en el sistema con el fin de controlar y optimizar su comportamiento.

Ropa vintage: Referente a aquellas prendas y accesorios que tienen al menos veinte años de antigüedad. También, suele ser ropa de buena calidad y en un excelente estado de conservación.

Sala de montaje: es una habitación habilitada para realizar distintas ediciones.

Shoot: disparo de la cámara, se refiere a la sesión fotográfica.

Silüeta S: es la silüeta que forma una "S" debido al corsé que empuja el busto hacia arriba y estrecha la cintura. Las faldas ajustadas a la cadera se ensanchan en forma de campana hasta llegar al suelo.

Software: son los programas que podemos encontrar en un computador. Es el equipamiento lógico e intangible de un ordenador.

Standard: que reúne las características comunes a la mayoría.

Tallaje: variedad de medidas de las prendas de vestir.

Tecnología smart: de las siglas *Self Monitoring Analysis and Reporting Technology*. Tiene como objetivo detectar los errores en los discos duros antes de que se produzcan.

Total look: se refiere a cuando un estilismo está compuesto por piezas que son del mismo color o estampado.

Tweed: tejido de lana cardada que se elabora a partir de hilo jaspeado.

Vestido cortado al bias: por bias se refiere a la dirección más elástica del tejido; es decir, la que forma un ángulo de 45° con los orillos. La tela así cortada es más fácil de adaptar

a las formas del cuerpo, porque forma pliegues suaves; se adapta mejor a las curvas del canesú y las caderas y permite la confección de ribetes, vivos y volantes.

Vestidos con tonillos: fueron vestidos con una especie de faldellín o guardapiés que usaban las mujeres en el siglo XVII con aros de ballena o de otra materia puesta a trechos para que ahuecase el resto de la ropa.

Vestidos con miriñaques: fueron vestidos utilizados en el siglo XIX con una estructura que consistía en aros de metal que mantenía huecas las faldas de las damas, sin necesidad de utilizar capas de enaguas almidonadas.

Vestuarista: el encargado del vestuario en la obra.

Vestidor virtual: hace referencia a un espacio irreal, utilizado para simular el vestir.

Virtual: se refiere a algo que no existe realmente, sino sólo dentro del ordenador.

Vuelo halter: es una cinta en la que el cuerpo de un vestido sin mangas o la parte superior se fija o se mantiene detrás del cuello, dejando los hombros y la espalda desnuda

Zoom: acercar o alejar una escena mediante un objetivo de distancia focal variable.

BIBLIOGRAFÍA

- Belloch, C. (2015). *Aplicaciones Multimedia*. Recuperado de <http://www.uv.es/bellochc/logopedia/NRTLogo4.pdf>
- Castells, M. (2011). *La Era de la información. La Sociedad Red*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- eComerce. (2015). *El "boom" de la venta de moda en Internet*. Recuperado de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/dafiti-la-moda-y-pionera-en-el-comercio-electronico-del-retail>
- Erasquin, N. (2015). *Así han cambiado los cánones de belleza en el último siglo*. Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>
- García Corzo, J.C. (2006). *Aurodesk 3D Studio Max 8 Tu imaginación será el límite*. Lima, Perú: Megabyte s.a.c.
- González, C. (2014). *Y El Dínamo ¿Qué interfaces tiene?*. Recuperado de <https://puntolever.wordpress.com/tag/interfaz-opaca/>
- Jenkyn Jones, S. (2013). *Diseño de Moda*. Barcelona, España: Blume.
- Jiménez, R. (2015). *Sobre la forma en el dibujo artístico*. Recuperado de <http://www.edu.xunta.es/centros/iesaparalaia/?q=system/file>
- Lenhnert, G. (2000). *Historia de la moda del siglo XX*. Alemania: Könemann.
- Luque Gálvez, M.A. (2010). *Conceptos y fundamentos de diseño 3D*. Valencia, España: iC Editorial.
- McAssey, J. y Buckley, C. (2011). *Estilismo de moda*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Méndez, O. (2014). *G-blender. Los 12 principios de la animación*. Recuperado de <http://www.g-blender.org/los-12-principios-de-la-animacion>
- Mercur, M. (2015). *VALENTINO. Los archivos del modisto en un museo virtual*. Recuperado de <http://www.styletotal.com/es/blog/monsieur-mercure-galant/valentino-archivos-del-modisto-en-un-museo-virtual>
- Microgramma. (2015). *Pantone 50 aniversario*. Recuperado de <http://www.microgamma.es/blog/index.php/2012/10/pantone-textil-tpx-tcx-y-tp/pantone>
- Mora Fernández, J. (2009). *La Interfaz hipermedia: El paradigma de la comunicación interactiva*. Valencia, España: Datautor.

- Plasencia Climent, C. y Martínez Lance, M. (2007). *Las Proporciones humanas y los cánones artísticos*. Valencia, España: Editorial de la UPV.
- Revista Fucsia. (2015). *Los Grandes Íconos de la Moda de Todos los Tiempos*. Recuperado de http://www.fucsia.co/moda/famosos/galeria/iconos-de-moda-de-todos-los-tiempos/53218#.VaezNBN_Oko dato para maria felix
- Revista Mujer. (2016). *La fantasía final de louis vuitton*. Recuperado de <http://www.revistamujer.cl/2016/01/17/01/contenido/la-fantasia-final-de-louis-vuitton.shtml/>
- Riviere, M. (1996). *Diccionario de la Moda: Los Estilos del Siglo XX. Segunda Edición*. Barcelona, España: Grijalbo.
- Taboada, M. (2015). *El Modulor de Le Corbusier (1943–54)*. Recuperado de http://ruc.udc.es/bitstream/2183/5278/1/ETSA_20-6.pdf
- Zugara. (2015). "Our Story" Recuperado de <http://zugara.com/about-zugara/zugaras-story>

ANEXOS

Anexo 1

IMÁGENES CAPÍTULO INTRODUCTORIO

Por orden de aparición:

Figura 1.
Recuperado de <http://powerlisting.wikia.com/wiki/File:Open-doors.jpg>

Figura 2. por BenHeine
Recuperado de <http://www.deviantart.com/art/Pencil-Vs-Camera-73-386828691>

Figura 3. Wei Zhang testea El Responsive Mirror
Recuperado de <http://blogs.parc.com/blog/2009/07/responsive-mirror-serving-shoppers-needs-in-physical-stores/>

Figura 4. portada catálogo
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Anexo 2

IMÁGENES CAPÍTULO LO VIRTUAL

Por orden de aparición:

Figura 5.
Recuperado de <http://www.theglimpse.com/wp-content/uploads/2015/05/Virtual-Reality.jpg>

Figura 6. Museo Virtual Valentino
Recuperado de <http://www.styletotal.com/es/blog/monsieur-mercure-galant/valentino-archivos-del-modisto-en-un-museo-virtual>

Figura 7. Película Lego
Recuperado de <http://shadowbinders.com/the-lego-movie-sequel-coming-in-2018/>

Figura 8. Touch Dinamic
Recuperado de <http://www.touchdynamic.com/choose-right-touch-screen-business/>

Figura 9. Simulaciones
Recuperado de <http://phys.org/news/2015-03-cebit-simulations-tablets-smartphones-stress.html>

Figura 10. Museo Virtual Valentino
Recuperado de <http://www.styletotal.com/es/blog/monsieur-mercure-galant/valentino-archivos-del-modisto-en-un-museo-virtual>

Figura 11. Simulación Vuelo
Recuperado de <http://www.mitre.org/sites/default/files/images/modeling-simulation-research.jpg>

Figura 12. Smart Table

Recuperado de <http://educacion2.com/wp-content/uploads/SMART-Table.jpg>

Figura 13. Película Avatar

Recuperado de <http://priteeboy.deviantart.com/art/Pandora-Flora-378081946>

Figura 14. Gafas estereoscópicas

Recuperado de http://dogranaopan.blogspot.com/2015_01_01_archive.html

Figura 15. Ropa 3D

Recuperado de <http://thecreatorsproject.vice.com/blog/this-3d-printed-swimsuit-is-unreal>

Figura 16. Causa - efecto

Recuperado de <http://sis.siggraph.org/OPAL/Themes/SIS/Asia2012/src/downloads-perm/c100-e540-publicimage.jpg>

S.I.A intel 01

Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/28201379/SIA>

S.I.A intel 02

Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/28201379/SIA>

Figura 17. Inventors Room

Recuperado de <http://ernesto.ec/#inicio>

Figura 18. Generación de personajes 3D

Recuperado de <http://i.ytimg.com/>

<vi/9RJSimK1t4o/maxresdefault.jpg>

Figura 19. Mapeado 3D

Recuperado de <http://foro.tombraiderfans.es/topic/25081-daz-studio-y-carrara/page-21>

Figura 20. Aplicaciones de materiales 3D

Recuperado de <http://www.foro3d.com/f16/problema-con-los-mapas-3d-max-ignora-mis-mapas-y-problemas-con-proyeccion-104889.html>

Figura 21. Mapeado 3D

Recuperado de <http://foro.tombraiderfans.es/topic/25081-daz-studio-y-carrara/page-21>

Figura 22. Materiales 3D

Recuperado de http://i.ytimg.com/vi/bWS0rrzP_Jg/maxresdefault.jpg

Figura 23. Avatar en tercera persona

Recuperado de <http://www.hdwallpapers.in/avatar-desktop-wallpapers.html>

Figura 24. Avatar en primera persona

Recuperado de <https://www.indiegogo.com/projects/facerig>

Figura 25. Scanner 3D

Recuperado de http://www.artec3d.com/es/news/Artec+debut+a+con+la+primera+cabina+para+e+l+escaneo+3D+de+cuerpo+completo_29309

Figura 26. Avatar en segunda

persona

Recuperado de http://fachixb.blogspot.com/2012_11_01_archive.html

Figura 27. Vestidor virtual

Recuperado de <http://ecommercefacts.com/background/2011/06/fits-me/index.xml>

Figura 28. Fitnect en Moscú

Recuperado de <https://www.facebook.com/fitnect/photos/pb.248374325233805.->

Figura 29. Vestidor virtual Zugara

Recuperado de <https://www.youtube.com/user/zugara>

Figura 30. Vestidor Fitsme

Recuperado de <http://www.michaelajedinak.com/ALANA-in-Red-by-Michaela-Jedinak.html>

Figura 31. Vestidor virtual

Recuperado de <http://ecommercefacts.com/background/2011/12/digital-iq-asos-netaporte/>

Figura 32. Vestidor Glamstorm

Recuperado de <http://glamstorm.com/en/fittingroom/mod220752000.0.1433717658./730174527053780/?type=3&t>

Figura 33. Catálogo Forever 21

Recuperado de <http://www.forever21.com/Product/Product.aspx?BR=f21&Category=dress&ProductI>

D=2000112282&VariantID

Figura 34 Desfile Burberry

web: <http://us.burberry.com/london-fashion-week-spring-summer/#/all-looks>

Figura 35. Lectra

Recuperado de <http://www.whichplm.com/press-releases/lectra-brings-the-3d-revolution-to-the-fashion-industry.html>

Figura 36. Desfile de moda 3D

Recuperado de <https://vimeo.com/99335216>

Figura 37. Lightning

Recuperado de <http://www.revistamujer.cl/2016/01/17/01/contenido/la-fantasia-final-de-louis-vuitton.shtml/>

Anexo 3

IMÁGENES CAPÍTULO LO REAL

Por orden de aparición:

Figura 38. Portada

Recuperado de http://frufu.com/blog/assets/coco_before_chanel074.jpg

Figura 39. Jirafas y Teléfonos

Recuperado de <http://revista-amauta.org/wp-content/uploads/2013/02/dali-jirafas-y-telefonos.jpg>

Figura 40. Proporciones del Cuerpo humano de Zeising

Recuperado de http://www.comocubriruncuerpo.org/wp-content/uploads/2014/05/Neufert_Big_Man.png

Figura 41. Le corbusier- modulator

Recuperado de https://circarq.files.wordpress.com/2014/01/45_le-corbusier-le-modulator-dor.jpg

Figura 42. Da Vinci

Recuperado de <http://losarticulosdearalba.blogspot.com/2012/10/el-hombre-de-vitrubio-de-leonardo-y-la.html>

Figura 43. Leda y el Cisne

Recuperado de [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/af/0_Leda_et_le_cygne_-_P.P._Rubens_\(2\).JPG](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/af/0_Leda_et_le_cygne_-_P.P._Rubens_(2).JPG)

Figura 44. Fotografía del libro de Stratz

Recuperado de http://lh6.ggpht.com/JRheX3qBMS2ASq5YmiXuz7Cf-vkr1irOpXEmu-L6RPLGrBzfsV6_Ph3fM3lQ=s1200

Figura 45. Figura femenina

Recuperado de <http://aecfashion.com/wp-content/uploads/2014/02/fashion-illustration-templates-front-and-back-kinw2ozcw-e1392471714221.jpg>

Figura 46. Tipos de cuerpo

Recuperado de <http://www.omelocotton.com/moda/tipos-de-cuerpos-femeninos-descubre-que-tipo-de-ropa-te-sienta-mejor/>

Figura 47. Tipos de cuerpo

Recuperado de <https://flabbywitch.files.wordpress.com/2012/10/body-shapes.jpg>

Figura 48. Twiggy

Recuperado de <https://leclownlyrique.wordpress.com/2014/11/11/twiggy-lawson/>

Figura 49. Theda Bara

Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 50. Louise Brooks

Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 51. Mae West
Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 52. Rita Hayworth
Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 53. Audrey Hepburn
Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 54. Farrah Fawcett
Recuperado de http://www.entretantomagazine.com/wp-content/uploads/2014/02/slide_336073_3389813_free.jpg

Figura 55. Madonna
Recuperado de http://orig02.deviantart.net/986e/f/2014/319/b/5/madonna_outtake_herb_ritts_80s_by_confessiononmdna-d86iqem.jpg

Figura 56. Cindy Crawford
Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 57. Kate Moss
Recuperado de <http://www.imagozone.com/var/albums/modele/Kate%20Moss/1995/Kate%20Moss%209014.jpg?m=1296315138>

Figura 58. Scarlett Johansson
Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

[belleza-cambio-201402131809.html](http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html)

Figura 59. Gisele Bundchen
Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 60. Adriana Lima
Recuperado de <http://www.elcomercio.es/moda/gente/estilo-belleza-cambio-201402131809.html>

Figura 61. Taller Costura
Recuperado de <http://www.elseptimoarte.net/peliculas/imagenes/coco-avant-chanel-2125.html>

Figura 62. Moda Vintage
Recuperado de <http://www.eroglamour.com/2013/06/24/print:page,1,retro-and-vintage-fashion-in-quotandrea.html>

Figura 63. Tallaje
Recuperado de <http://www.shopstarlet.com/pages/sizing-chart>

Figura 64. Vestido
Recuperado de <http://psychiatrique.deviantart.com/art/Windy-dress-211943673>

Figura 65. Jackie Kennedy
Recuperado de http://www.huffingtonpost.es/2014/05/20/jackie-kennedy-estilo_n_5356196.html

Figura 66. Bianca Jagger
Recuperado de <https://quitecontinental.files.wordpress.com>

/2011/06/bianca-jagger-and-mick-jagger-wedding2.jpg

Figura 67. María Felix
Recuperado de http://www.fucsia.co/moda/famosos/galeria/iconos-de-moda-de-todos-los-tiempos/53218#.Vae6VBN_Okp

Figura 68. Uniforme
Recuperado de <http://www.deviantart.com/art/the-executive-163381603>

Figura 69. Deportista
Recuperado de <http://www.deviantart.com/art/in-sport-135185651>

Figura 70. Hippie
Recuperado de http://1.bp.blogspot.com/_gFtBeMSt2w4/TJjnwtaUxEI/AAAAAAAAAAAdo/PGo6Ecobg48/s1600/Outdoor+Chic+001.jpg

Figura 71. Moda étnica
Recuperado de https://carolinatarte.files.wordpress.com/2014/11/oq4a9271_r_final.jpg

Figura 72. Impresión telas
Recuperado de <http://assets.dwell.com/sites/default/files/2013/01/22/helsinki-ink-process-assembly-line.jpg>

Figura 73. Enrollado telas
Recuperado de <http://www.dwell.com/photo/21066/assembly-line-marimekko-factory-helsinki-finland>

Figura 74. Tela escocesa
Recuperado de <http://www.fashiononmymind.com/2013/08/tendencias-cuadros-escoceses.html>

Figura 75. Muestra Pantone
Recuperado de <http://alphabetpony.com.au/wp-content/uploads/2010/12/pantone.jpg>

Figura 76. Pantone
Recuperado de <http://store.pantone.com/uk/en/>

Figura 77. Pigmentos Indios
<https://tallerimaginarte.files.wordpress.com/2012/12/pigmentos-indios.jpg>

Figura 78. British textile colour group
Recuperado de <http://www.fashionxy.com/?part=News&key=intercolor-meeting-s/s-2017&id=449>

Figura 79. Piel Cálida-piel fría
http://www.wapa.pe/sites/default/files/styles/img_600x406_1foto/public/imagen/2014/08/08/Nota-5298-72579570e780b57d36260856d105ca3f.jpg?itok=KZj754Ea

Figura 80. Bodegón ropa 1
Recuperado de <http://cooltownfashion.com/>

Figura 81. Bodegón ropa 2
Recuperado de <http://cooltownfashion.com/>

Figura 82. Bodegón ropa 3
Recuperado de [http://
cooltownfashion.com/](http://cooltownfashion.com/)

Figura 83. Bodegón ropa 4
Recuperado de [http://
cooltownfashion.com/](http://cooltownfashion.com/)

Figura 84. Bodegón ropa 5
Recuperado de [http://
cooltownfashion.com/](http://cooltownfashion.com/)

Figura 85. Vestidores
Recuperado de [http://www.
visitdenmark.co.uk/en-gb/north-
sealand/activities/north-sealand-
perfect-place-castles-culture-and-
coastline](http://www.visitdenmark.co.uk/en-gb/north-sealand/activities/north-sealand-perfect-place-castles-culture-and-coastline)

Figura 86. Vestidor 1
Recuperado de [http://
upcycledfashion.com/wp-
content/uploads/2013/05/
OutdoorDressingRoom4.jpg](http://upcycledfashion.com/wp-content/uploads/2013/05/OutdoorDressingRoom4.jpg)

Figura 87. Vestidor 2
Recuperado de [http://
upcycledfashion.com/wp-
content/uploads/2013/05/
OutdoorDressingRoom4.jpg](http://upcycledfashion.com/wp-content/uploads/2013/05/OutdoorDressingRoom4.jpg)

Figura 88. Vestidor 3
Recuperado de [http://2.
bp.blogspot.com/-31865YO5iK8/
VBTiIMCxGgl/AAAAAAAAAGPI/
wh3tLFwajD0/s1600/The-very-girly-
pink-dressing-room-area-with-
stylishly-tall-mirrors-and-panelled-
doors.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-31865YO5iK8/VBTiIMCxGgl/AAAAAAAAAGPI/wh3tLFwajD0/s1600/The-very-girly-pink-dressing-room-area-with-stylishly-tall-mirrors-and-panelled-doors.jpg)

Figura 89. Vestidor portatil
Recuperado de [http://fotos.
habitissimo.es/foto/interior-
vestidor_202892](http://fotos.habitissimo.es/foto/interior-vestidor_202892)

Figura 90. Vestidor 4
Recuperado de [http://www.ikea.
com/es/es/catalog/categories/
departments/bedroom/
roomset/20151_idst03a/](http://www.ikea.com/es/es/catalog/categories/departments/bedroom/roomset/20151_idst03a/)

Anexo 4

IMÁGENES CAPÍTULO REALIDAD VS 3D

Figura 91. Rostro modelo Real
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Figura 92. Modelo 3D
Elaboración propia. Captura de pantalla del software

Figura 93. Modelo Real
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Figura 94. Modelo 3D
Elaboración propia. Captura de pantalla del software

Figura 95. Mujer Gibson
Recuperado de <https://vestuarioescenico.files.wordpress.com/2013/05/gibson-girl-on-a-beach-charles-dana-gibson-1902.jpg>

Figura 96. Chanel
Recuperado de <http://www.femalefatal.com/wp-content/uploads/2013/05/chanel1.jpg>

Figura 97. Dior
Recuperado de <http://wtfnn.ru/category/%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D0%B7%D0%B4%D1%8B/>

Figura 98. Capturas de pantalla software 3D

Figura 99. Imagen de producción del photoshoot
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015.

Figura 100. Imagen 1 catálogo
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Figura 101. Imagen 2 catálogo
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Figura 102. Imagen 3 catálogo
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Figura 103. Imagen 5 catálogo
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Figura 104. Imagen 4 catálogo
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo de presentación de modelos reales en 3D vs Modelos reales

Figura 105. Imagen 6 catálogo
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca 2015. Catálogo Estudio comparativo

de presentación de modelos reales
en 3D vs Modelos reales

Figura 106. Modelo Real
Fotografía de Edgar Reyes. Cuenca
2015. Catálogo Estudio comparativo
de presentación de modelos reales
en 3D vs Modelos reales

Anexo 5

ENTREVISTA CAROLINA GAINZA (SOCIOLOGA)

M: MARCELA

C: CAROLINA

M: cuál es el enfoque sociológico de lo real frente a lo virtual?

C: Sobre lo real y lo virtual hay hartos enfoques que vienen desde la filosofía, desde el estudio de la imagen, los estudios literarios, de los estudios de estética. Ahora, en términos sociológicos yo creo que tiene que ver (en la mayoría de los estudios) están relacionados con la construcción de la identidad. Quizás a lo mejor porque efectivamente esta idea de si lo virtual y lo real fueran mundos separados, pero efectivamente en ésta época, todo lo que tu haces en la vida real tiene influencia en tu vida virtual, por ejemplo, pensemos en las redes sociales. Y de igual manera, lo virtual tiene influencia en lo real, es decir, todo lo que posteas en Facebook es una imagen creada que influye en tu vida real, tanto positiva como negativamente como en muchos casos alrededor del mundo. En términos sociológicos la influencia de las tecnologías digitales se ha estudiado principalmente desde la construcción de la subjetividad y la identidad (que quizás eso puede estar mas relacionado con tu trabajo) y la otra parte que tiene que ver con los movimientos sociales.

M: En tu opinión ¿Qué es para ti lo virtual?

C: Lo virtual es una especie de realidad paralela pero que no está desconectada de nuestra vida cotidiana. Es un mundo donde tu puedes crear una identidad alterada, como por ejemplo está esta revista Wild donde están dos perros frente a un computador y uno le dice al otro ¿qué estas haciendo con éste computador? Y el otro perro le responde da lo mismo, porque en internet nadie sabe que soy un perro. Esa imagen tiene mucho que decir respecto a esta relación virtual – real. Lo virtual puede ser un mundo paralelo en el que puedes inventar otra identidad. Otro ejemplo es el juego Second Life donde tu puedes tener una vida paralela. Pero estos dos mundo están relacionados, ósea, lo que tu construyes en lo virtual tienen influencia en lo real y viceversa.

M:¿Qué es para ti lo real?

C: Lo real tiene que ver con lo que pasa afuera de las redes sociales y la vida de internet. Digamos que lo virtual es lo que sucede en internet, principalmente en el mundo de las redes sociales. Y lo real es lo que nosotros construimos en nuestra vida cotidiana, es lo tangible, lo material. Y eso sería otra diferencia, que lo virtual esta relacionado con la inmaterialidad, nosotros no tenemos un cuerpo físico en el mundo virtual, sino un cuerpo digital llamado avatar, el cual aunque pueda

asemejarse físicamente, no soy yo, pero dentro de la construcción de la identidad subjetiva me representa.

M: ¿Crees que en algún momento esta parte virtual pueda reemplazar a la real?

C: Bueno, esa es una larga discusión; ahí podemos identificar distintas posturas. Yo estudié sociología pero luego me fui hacia el área de la cultura y principalmente estudié la literatura digital y dentro de ella encontramos dos posturas que están como en los extremos: aquellos a los que yo les llamo "los apocalípticos" que señalan que en el fondo se aferran al libro y a todas las prácticas literarias tradicionales señalando que todo lo que tienen que ver con lo digital es casi como una especie de que está relacionado con temas de alienación, dominación, etc. Y por otra parte están los que se llamarían los "entusiastas de la tecnología" que son los que plantean que lo digital va a terminar con todo lo que se conocía hasta el momento, es decir con el libro, el autor, el lector, etc. Lo mismo se podría trasladar a la pregunta que tu me haces; efectivamente encontramos las posturas de los detractores de la tecnologías en las que por lo general se demoniza la tecnología, se la plantea con una visión apocalíptica relacionada con que toda tecnología está asociada con mecanismos de poder y dominación y que no son capaces de ver las formas de apropiación de las tecnologías tanto como en el mundo virtual y el mundo real y, por otro lado están las visiones entusiastas de la tecnología donde efectivamente en algún momento llegaremos a vivir en un mundo simulado, llegando a realidades que ya se han explotado mucho en algunas películas de ciencia ficción como Matrix. Personalmente yo no pienso que lo llegue a reemplazar, sin embargo está el sociólogo Jean Baudrillard, que de hecho su libro "Simulacro y Simulación" aparece en la película Mátrix, porque efectivamente él plantea que vivimos en un mundo virtual, en un mundo de la "virtualidad real" porque en el fondo lo virtual se había convertido en lo real y solo algunos (los que descubrían los mecanismos de dominación) eran capaces de ver que vivimos en un mundo de ficción como lo que plantea la película Matrix. Yo no creo que eso sea lo que estamos viviendo, pero efectivamente yo creo que lo que está pasando en el terreno de lo virtual de muchas maneras se extienden varias de las prácticas que nosotros realizamos en nuestra vida real, muchas de las cosas que nosotros hacemos por ejemplo en Facebook, en Twitter, en Instagram, son cosas que nosotros desarrollamos en nuestra vida real, lo que pasa es que ciertas cosas nuevas como por ejemplo la video conferencia que sostenemos en este momento en donde en la vida real sin la existencia de ésta tecnología (En este caso Carolina se refiere a Skype) no seríamos capaces de reunirnos. Yo no creo que muchos aspectos de las relaciones sociales vayan a ser reemplazados (como por ejemplo las relaciones cara a cara) si no que como ha pasado siempre a lo largo de la historia en donde las formas no son reemplazadas sino conviven unas

con otras; por ello no estoy de acuerdo con la teoría del progreso de la evolución porque generalmente ese tipo de teorías plantean el reemplazo de una cosa por otra y, para este caso concreto no creo que lo virtual reemplace a lo real sino que serán dos formas que van a convivir aunque es innegable que de cierta manera cada vez lo virtual tiene más influencia en la vida real.

M: Enfocándonos más hacia la parte del 3D, vemos algunas películas como por ejemplo Tin Tin en la que los escenarios y personajes se asemejan mucho a la realidad, llegando a desorientar en algunos momentos al observador en cuanto a qué es real. Crees que en algún momento las películas 3D reemplacen al cine?

C: Yo creo que el cine en términos generales, las nuevas tecnologías si han introducido nuevos recursos que van a terminar reemplazando los antiguos. En la actualidad muchas películas se las hace de forma digital, el cine ya no se hace con la tecnología que se usaba antiguamente. Se ha desarrollado mucho software y hardware que facilita el hacer cine y podríamos decir que ya existe un reemplazo de una tecnología por otra.

M: Crees que los actores reales que protagonizan las películas lleguen a ser completamente reemplazados por personajes modelados virtualmente?

C: Yo creo que el avance de técnicas digitales en el cine tiene que ver con una manera de cómo la gente experimenta el cine hoy en día. Efectivamente hay un cierto publico que demanda el desarrollo de éstas técnicas porque es gente que experimenta las cosas de otra manera en su vida cotidiana. Ahora, más específicamente con respecto a tu pregunta, lo mismo que te decía en relación a la literatura, yo no creo que una cosa vaya a reemplazar a la otra yo creo que cada vez vamos a ver que las dos cosas convivan más íntimamente hasta el punto de ver personajes virtuales modelados a partir de actores reales, de hecho en los juegos de video se ha hecho. Creo que no podría responder con certeza a tu pregunta porque es un futuro muy incierto, personalmente me gustaría pensar que no, sin embargo pensemos en por ejemplo las gasolineras automáticas que no requieren una persona que le eche gasolina al coche, o los cajeros automáticos en los que interactuamos directamente con una máquina pero, ¿irá a pasar eso con la cultura? Yo no creo, pero déjame decirte que es una pregunta muy interesante. Para concluir te repito que a mi me gustaría pensar que no, pero a como van las cosas es muy probable que pase.

M: Crees que en algún momento los vestidores virtuales reemplacen a los vestidores reales?

C: Primero que nada, no creo nosotros (Latinoamérica) seamos productores de ésta tecnología sino importadores de tecnología y si por supuesto si esto se llega a desarrollar en algún momento llegará a nuestros países con un considerable

retraso. Ahora si creo que los vestidores virtuales es algo que cada vez se va a utilizar más porque en cuanto a marketing son un recurso súper atractivo y aunque en nuestros países no está todavía explotado éste tema, en otras partes del mundo si, como por ejemplo en Estados Unidos y Europa, en donde la gente ya no va a los Malls sino que compran on-line, entonces si tienen la posibilidad de probarse ropa on-line, las relaciones vendedor-tienda-producto, van a cambiar considerablemente. Todo ese modelo de circulación de la mercancía ya ha cambiado actualmente y los vestidores virtuales pueden ser un recurso que permitirán cambiar aun mas la experiencia de compra.

M: Crees que la tecnología tenga que avanzar mucho más para que el mundo virtual que ahora convive con el real lo llegue a reemplazar?

C: Yo creo que en estos momentos nos encontramos en una etapa súper importante de la historia donde todo está cambiando muy rápido. Es muy difícil pensar en qué es lo que va a pasar, creo que los cambios van mucho mas rápido de lo que podemos teorizarlos y analizarlos, solo piensa en como ha cambiado el mundo el arte en general, la música la literatura, el cine, el diseño, han cambiado mucho.

Habría que preguntarnos cuales van a ser las consecuencias sociales de el uso de ésta tecnología, que va a pasar cuando las personas que trabajan en las tiendas de ropa ya no sean necesarias. El cambio social que puede producir en términos sociales, económicos y políticos creo que son incalculables.

M: Crees que este avance es bueno o malo?

C: Creo que no corresponde una evaluación en relación bueno-malo, porque este tema es mucho mas complejo, y a la final dependerá de cómo la sociedad se apropia del desarrollo tecnológico. Por ejemplo una impresora 3D puede servir en aspectos súper importantes en el desarrollo de la vida humana, como por ejemplo el imprimir un órgano que permita salvar la vida de una persona, pero la misma tecnología puede ser utilizada para la impresión de armas que serán usadas en el negocio de la guerra y tendrá consecuencias negativas para la humanidad. Entonces podríamos decir que la tecnología no es ni mala ni buena sino que tiene que ver con los usos que se le de.

Anexo 6

ENTREVISTA GUILA SALTOS (ESTILISTA DE MODA)

M: MARCELA

G: GUILA

M: Guila muchas gracias por tu tiempo, cuéntanos ¿en que consiste tu trabajo?

G: Hola Marcela como estas, bueno el trabajo de editora de moda tiene 2 partes si podríamos dividirlo de esta manera, que es primero la parte de investigación, la revista es conceptual, [temas] entonces toda la primera etapa me encargo de investigar sobre el tema, en que consiste el tema y como podría abarcarlo desde el punto de vista de moda, [traducirlo a moda] bueno desde el departamento de moda. Básicamente una vez que tengo bien hecha la investigación y las personas y toda la gente que puedo entrevistar o trabajar con ella, realizo lo que sería la parte editorial de textos, entonces procedo a contactar a las personas, a visitarlas, armar citas, revisar las entrevistas, abarcar las preguntas de modo que también estén conjugadas al tema de la revista.

La segunda parte sería la parte ya mas visual de moda que sería el styling [creatividad] que la revista tiene una super fuerte influencia en la parte de diseño especialmente de moda y bueno trabajamos lo que son las producciones fotográficas [entorno de trabajo] y estas producciones fotográficas, son también trabajadas bajo un concepto, [pauta] este concepto también investigo, veo cuales son las tendencias que se están trabajando en la actualidad [moda] y como han sido también a los largo de la historia de la moda ciertas influencias de cada una de las épocas, que también sean abarcadas por el tema. Por ejemplo no se si estamos trabajando Art Noveau o Rococo, entonces bueno, en que época se dio esto, cuales son las siluetas, los materiales, las texturas, si tiene capas, y todo esto le llevo a la actualidad, abarcando también y fusionando tendencias [transformación por medio de un mix] de la historia y tendencia actual. Esas serían como las dos etapas de la edición de moda.

M: A parte de vos elegir todo eso, también vistes a las modelos, cuéntanos un poco de eso.

G: Claro, bueno...vestir a las modelos, armar los looks, hacer el styling, como te digo, esta basado en un concepto, lo que hago es...bueno armo como un sketch [conjunto de elementos] de que prendas podría utilizar, supongamos que sea algo mas minimalista o algo futurista, entonces pienso en que deberían ser piezas estructuradas, asimétricas, cuales sería las cromáticas, las texturas si son lisas, mucho mas naturales, amigables, osea que materiales encajan al tema [conexión] y en base a toda esta investigación busco que prendas sería como perfectamente, eh...expresarían este tema y en base a esto, armo los looks, que son diferentes, tienes la parte de moda y la parte editorial, [niveles] que es

mucho mas como, conceptual, mucho mas atrevida...y no...por lo general si bien la puedes usar a diario como alguien mas atrevido, pero no siempre son outfits,[conjunto confeccionado] q son del uso cotidiano,[común] del ready to wear.[comercial]

M: Cuánto tiempo llevas, haciendo todo esto

G: Trabajando en la revista, llevo 1 año y medio y ya dedicándome a moda alrededor de 2 años y medio como solamente a eso, desde el estudio, haciendo también trabajos externos con amigos, ayudando a diseñadores, tal vez un poco más de dos años, tal vez unos 3 años, pero de que me interesa siempre! Desde que estudie diseño industrial, siempre he tenido influencia de la parte textil y como guiándome mas a esa área.

M: Me puedes decir como en 1 minuto, que es para ti un look

G: ya...bueno un look es una combinación de prendas y accesorios [look] que van desde...todo lo que es indumentaria hasta la aparte de joyería, bolsos, zapatos eh...todo esto complementa una persona,[ocupar espacio vacío] todo esto es como lo que dice una persona para expresar su estilo y la personalidad [manifestación]de cada una de las personas, no siempre es en base a una tendencia.[estilo dado por grandes marcas]

M: Y que es el styling?

G: El styling es eh...(ríe) es como una manera de darle estilo, como de estilizar o darle una característica propia a cierta persona [personalidad]o a cierto mood que sería como mood, no se como explicar en inglés, como esta esencia de darle, como algo que es propio y personal de cada uno, ese sería es styling, porque luego tienes la parte de asesoría de imagen, que ya va mucho mas a analizar como es cada persona, cuales son las cromáticas, los cortes que van acorde a esa silueta.

M: Qué es lo q más te gusta hacer de un look?

G: Lo que más me gusta hacer...bueno en el styling, me gusta porque no sigue ciertos ordenes [reglas]como en la asesoría de imagen, no. En la asesoría de imagen [ayuda]puede ser que sea alguien no se, moreno y no necesariamente tienes que vestirlo de colores claros o que sea alguien eh.. no se largo y tienes que alargarle las piernas. En el styling siempre estas proponiendo, eso es algo super creativo y me encanta el hecho de proponer desde una tendencia,[creación] hasta a poder usar a alguna combinación que no sea muy usual [reglas prestablecidas] en las personas, eso es realmente interesante como puedes jugar

con esta creatividad y hacerlo realmente algo interesante y que sea viable en el mundo de la moda. [globalización]

M: Digamos que la diferencia entre un look y un styling es simplemente como que la...en el styling es la esencia de la persona y es un poco mas como artístico? O cuál es la diferencia entre estas dos?

G: Ósea un look en realidad lo llamas como a una combinación de un outfit, eso sería el look, sería como bueno hazme un look, eso sería la combinación, pero para este look tienes lo que te digo el fashion styling que te realiza este look mucho más creativo, un poco mas arriesgado y luego tienes el asesor de imagen, que si bien ahora, a veces se fusiona pero el asesor de imagen, te arma un look en base a esa persona no necesariamente tiene que ser algo creativo o super loco o algo que no se use porque esa persona sigue parámetros que son reales [pasos a seguir]y que están establecidos, que si dice que si eres piel canela, tienes que usar el maquillaje color tierra y si tienes el torso largo o eres eh...no se alguien mas curvilíneo, como en marcar la cintura, el asesor de imagen siempre sigue varios parámetros para hacerte ver...digamos bien! En cambio el fashion styling si bien te hace ver bien pero no siempre tiene que seguir los parámetros, por ahí tu le dices soy un rockstar y no se...no me quedan bien los jeans, los skinny jeans, chupin asi super apretados, pero soy rockstar y los quiero usar y el fashion stylist te da los parámetros de bueno, te voy dar no se cuero, textura y no se el pelo más loco, porque el te ayuda a ser un poco más creativo y a expresar tu personalidad.

M: Qué es lo que, no te gusta hacer de un look?

G: Lo que no me gusta hacer de un look eh...no se, depende de cómo te digo de que parámetros, mas de cómo te digo si es editorial para una revista que es mas de diseño me encanta! Pero muchas veces cuando haces algo que es mucho mas comercial eh...siempre tienes que tener en cuenta que hay que hacer algo mucho mas viable, [que se venda]algo mas tranquilo por decir, no se si sea la palabra adecuada pero que sea para todas las edades que se venda de una manera mucho mas rápida que algo muy diferente o muy impactante,[fuera de lo común] eso tal vez (ríe).

M: Cuáles diseños son tus favoritos para vestir a una chica y a un chico?

G: Osea...creo que uno va mutando [transcurrir de tiempo]cada vez que vas a, si bien tienes tu propio estilo pero vas mutando a la tendencia, como se va desarrollando el tiempo y todo, pero te puedo decir que me encanta lo que son layers es decir como las capas, me encanta poder usar capa y encima otra capa, algo más ajustado encima, otra pieza mas asimétrica, le da personalidad al look no.. al total look, puedes combinar texturas, colores e prendas asimétricas, estructuradas y siempre va a ser algo más personal, porque es una cosa encima de

otra.

M: Ya...cual es el procedimiento a seguir para realizar un look?

G: A ver...cualquier look?

M: si!

G: de cualquier parámetro?...Bueno, si bien haces una investigación depende con la persona que estas trabajando te va a dar como el pequeño brief, [idea dada por el cliente]ya sea moda, editorial, catálogo, comercial, lo que sea, te dan el concepto el brief, quien es la persona, analizas como sería, es como si estuvieras creando este personaje y para crear este personaje vez cuales sería las mejores facetas [estético]para como encararlo bajo prendas. Entonces no se, si es alguien nerdy, vez no se faldas a la cintura, por ahí un par de escoces, colores tal vez llamativos que sean contrarrestados, no se hay accesorios que si dices no se "nerd" ya se tiene a la cabeza como lentes o como tal vez un moño, medias, zapatitos que tienen la punta mas redondita entonces todo eso lo vas juntando y vas viendo cuales son las prendas, las juntas y bueno armas un total look,[conjunto] obviamente eso va variando desde algo mucho mas sobrio, hasta algo mucho mas arriesgado [fuera de lo común]en donde puedes combinar, lentejuelas, brillos, igual sigue siendo nerd, en sus cortes, en su moldería [base,cimientos]pero es algo mas arriesgado. Entonces sería eso

M: me puedes decir algo como un tour mental de la ultima vez que hiciste un look, ósea desde que escogiste la ropa, fuiste a ver el almacén...

G: Bueno, antes de ayer (ríe) vas a los almacenes, si bien ya tienes la idea previa [inspiración]de que se trata el shoot, ya se que cromáticas voy a usar, cuales serían

M: en este caso cual era el shoot?

G: era un look book, el tema era andrógono, entonces queríamos hacer piezas, mas estructuradas y al ser colección, o sea spring summer, son colores más vivos, tal vez un poco mas ligeras, entonces lo que hice fue ir a las tiendas, elegía prendas [decisiones]que podrían usarse para hombre-mujer, colores vivos pero que no sean eh... que vayan con la temporada y bueno elijo las prendas, una vez que las tengo, las voy armando o voy armando cada look y voy variando desde faldas, vestidos, pantalones, shorts, por ejemplo en este caso yo sentía que al ser andrógono, podría ser hombre-mujer, hubo piezas que por ejemplo agarre t-shirts, así camisetas lo más básico de hombre y las cogí en tallas mas grandes de lo usual, un XL, yo sentía que estas camisetas grandes las iba a dar esa cosa como lánguida, esa holgura para hacerle un outfit, hombre o mujer. Entonces ya tienes

eso en mente, [lluvia de ideas] que si vas agarrar un vestido, ya no es tan ceñido si no es algo, es un over size y eso over size le puede dar ese look andrógono.

M: ya y después de eso?

G: escogía la ropa y una vez que ya tenía la ropa escogida, la armaba por texturas, por colores, 1ero cromáticamente pantalones, faldas, vestidos, blusas todo lo que tenía, cardigans y todo lo que medio podría poner encima, una pieza super llamativa como la Premium por decirla así, entonces yo sabía que las piezas Premium [destacadas] vayan en el layer de encima y las piezas que eran como mas basic, que van en el layer de abajo, una vez que las tenía empezaba armar los outfits, obviamente variando para un look book, que es algo mucho mas ready to wear, que se puede usar mas...que todos pueden arriesgarse a usarlo, no como en una editorial, y nada armaba el look, lo complementaba con zapatos, con accesorios y que le de cómo un mood mas al concepto.

M: cuanto tiempo mas o menos te demoraste en esto?

G: Haber no me demoro mucho eligiendo la ropa, depende de las tiendas obviamente la gente y todo eso te demora, la logística es lo que más te demora, pero elegir la ropa no, porque ya vas con una idea clara, entonces no se si a la gente que le gusta la moda y cuando ya sabes lo que vas hacer, hay ciertas piezas que las vez y dices esta es segurísimo! Y hay otras que vez y dices, este básico me va a servir para ponerlo por debajo de la camiseta...no me demoro mucho y en cuanto armar el outfit, ya cuando tengo todas las cosas mmm...los dos 1eros looks son los que mas tiempo me toman alrededor de no se, unos 10 min o 20 min porque es...no! unos 10 minutos, será porque es como que los vas armando y son los primeros que te van dando el lineamiento para hacer todos los demás,[creando reglas] los demás van de 2 minutos o menos, vas haciendo y como que ya esta mucho mas rápido, ya lo tienes incorporado.

M: vos haces los look ese rato? Nunca haces previamente, osea como probándole a una modelo, la ropa que se va a poner?

G: bueno, hay casos que si pruebo, en realidad mas que nada, cuando es editorial, que es un shoot y es mucho mas conceptual me gusta probar encima de las modelos porque siempre inviertes las piezas o les das otro uso, entonces es interesante ver como estas prendas se amoldan al cuerpo de la modelo, por lo general la modelo tiene que ser alguien, una percha, un maniquí como dirían, un maniquí que no te aporte nada,[ser inerte] si no mas que un cuerpo en donde puedes colgar la ropa, entonces sobre eso empiezas a trabajar y puedes ir moldeando las piezas hasta un collar les das otro uso, no se los bikinis, todo vas viendo como funciona de otra manera.

M: Cuáles son los mayores desafíos que debes enfrentar al momento de vestir a alguien?

G: Haber, digamos como te digo para la parte del fashion styling, cuando es algo como editorial, shoots, en realidad lo disfruto, porque es como te digo, es... diseñas, estas creando, es como que le vas dando personalidad es como que vas creando el personaje de una película, le estas dando identidad, entonces es algo que me gusta porque hay un searching previo del concepto y es como que ya estas moldiando a la persona, en cuanto al asesoramiento de imagen...es algo que aveces puede ser un poco tedioso porque no toda la gente esta dispuesta a probar cosas nuevas, entonces decirle que por ahí la falda que se esta poniendo no le favorece, es mucho mas delicado, es un proceso mas largo, de explicarle que colores, que cromática, que prendas son favorables y que prendas no o que talles son favorables o que talles no, porque hay gente que no está dispuesta como a saber que ya creció y ya no es un small, ya es un large, no se, es como que...lleva un proceso, por eso es mucho mas delicado, tienes que tener mas paciencia, mayor tino, mayor análisis, es...es...tienes que analizar a la persona! (ríe)

M: Ya, qué has aprendido de pasar tiempo con modelos probando ropa?

G: Bueno en cuanto a las modelos, creo que es ideal elegir como elegir a la modelo ideal, que no...que no me estorbe en cuanto a hacer el styling, porque bueno, estamos en Ecuador y por lo general, los países de Latinoamérica las mujeres es mas curvilínea, por mas que sea flaca, entonces, no me interesa que sea simplemente flaca, me interesa que sea, bueno lánguida, también flaca y alta y que le cuerpo este como bien proporcionado, porque muchas veces cuando son un poquito mas curvilíneas o tienen un poquito mas de cadera, me alteran todo y como te digo ahora en la actualidad, se está trabajando con muchos layers, con muchas capas y no es tan fácil colocarle un pantalón, encima una falda y encima un tutú, no es tan fácil cuando alguien es un poquito mas curvilínea, entonces por lo general intento que las modelos sean super...que no tengan nada, de nada y que sean altas.

M: Y algo que piensas que es indispensable al momento de...estas experiencias que ya haz tenido con modelos, de hacer los looks

G: Bueno, indispensable es que haya predisposición, el trabajo de hacer un outfit, de hacer los looks, bastante largo eh...

M: cuánto tiempo mas o menos?

G: Y depende también de...si bien los looks pueden estar hechos rápidos, puede ser que uno te demores mas otro menos, pero a veces hay piezas que no funcionan o no quedaron o no combinan, entonces estas cambiando y tienes

que...y la modelo se tiene que cambiar, no se 30 veces, entonces tiene que haber predisposición, tiene que haber la misma energía, para que el trabajo no sea extenuante como que no se vuelva tedioso, si no que puedas seguir trabajando, muchas veces cuando no se dice...ya me tengo que ir o alguna cosa así no puedes hacerlo del todo, como darle lo máximo, porque necesitas probarlo muy rápido y a veces en esa, en esa prueba rápida no te das cuenta que por ahí, no se el sweater, no esta bien combinado o que tal vez las mangas, no tienen que ir a puño cerrado, si no estar a $\frac{3}{4}$ o doblar no se el pantalón, son cosas que preferiblemente haya predisposición de trabajo.

M: El momento que vos realizas un look, cuál es tu inspiración?

G: Bueno, si bien nosotros trabajamos bajo un concepto, eh...creo que es eso, entonces cuando ya estoy investigando, siempre me estoy imaginando como a esa persona, como te digo es como crear a este individuo, ya en base a cada concepto ya me imagino bueno, y así se podría ir a tal lugar, o escuchar esta música, o también me inspiro muchas veces como en personajes de las películas, entonces pienso que ahí si bien no usa eso, pero podría ser alguien de ese estilo, es como que me creo un pequeño personaje que podría ser o que iría así, o que usaría, o como actuaría y en base a eso estoy creando.

M: Si bien todas las modelos, mas o menos la estructura ósea se parece, que sean chicas altas, con piernas largas, en si, son diferentes, cada uno de sus rostros, el tono de piel, también eso influye al momento que vos creas los looks?

G: Haber al crear los looks no, pero al fotografarlos si, porque eso le da personalidad como te digo al look, al individuo, si bien el look es complementado pero la modelo, es un trabajo que se toma bastante tiempo en elegirlo, porque como tu misma lo estas diciendo, por la estructura osea, por la actitud, por el color del pelo, los ojos, la piel, todo eso, es como...engloba este personaje y es super importante que sea la persona ideal, porque si no, te das cuenta que no funciona, por eso las modelos, están divididas en varias categorías desde mood, editorial, comercial, runway, todas ellas se dividen y eso realmente es la actitud que le da al final al look.

M: Ya, que función social cumplen los profesionales como tu?

G: Bueno yo creo que, también ye ayudan a de cierta manera a conocerte a ti mismo, yo creo que, al ser un fashion stylist, les das como ciertos parámetros, con los cuales las personas, mas que nada en los departamentos de diseño, creativos, relaciones publicas se sienten identificados y es su manera de expresar su personalidad, mediante el estilo, entonces al darles como estos, como estas herramientas de diferentes, de poder combinar, sin que sean las básicas de cómo vestir, ellos se sienten un poco mas identificados y es como te decía desde la

relacionista pública que puede ser una relacionista pública de eventos de mega fiestas de rockstar, ella se va sentir mas identificada con ciertas texturas o con ciertas prendas que por ahí no es lo básico, lo estándar que estas usando con una ejecutiva, pero le da personalidad a su trabajo. Entonces al igual los diseñadores, creo que muchas veces, el styling adecuado puede generarte ese...una buena impresión de tu trabajo, es como que tu estas promocionando tu trabajo, es tu forma de expresarte, tu forma de dar a conocer como es tu personalidad, tu estilo, tu creatividad y eso es realmente importante y creo que te da varias de las herramientas, de como podrías arriesgarte a usarlos y que no simplemente tienes que seguir, no se, que tal cromática es para tu piel y ya esta.

M: Listo, muchísimas gracias Guila por tu tiempo

G: Gracias a ti

M: esto sería todo

Anexo 7

ENTREVISTAS ESTILISTAS (CONSISTE TRABAJO)

Maria jose

Transportar , plasmar sacar lo mejor del cliente q estas produciendo para poner Asesorar a nivel de producción

Alex producción d moda y estilismo, asesoría d imagen q esta antes d hacer un estilismo

Pablo

Línea casual femenina y otra escénica

Mas demanda d lo 1 q lo otro, línea casual y sobre medida, línea barroca, iconica cuencana, sobre medida si sobre asesoría d imagen, ver q silueta tiene y q manejo q hago, cuestionario para ver q quiere

Tareas especificas que realizas

Majo a nivel d producción d moadas, fotográfica, plasmar a través d fotografía o d diseñador le aportas en la sección d outfits, de fotos tema d maquillaje a participar selección d pelo, casting, maquillaje, abres el broche y cierras como armonioso, opinión artística del producto q vas a fotografiar, el concepto este claro, montaje d outfits, mezclar outfits es el estilo de cada estilista, como un pintor, mezcla d texturas

Alex producción d moda q me encargo d ver odo lo q se necesita para la prod , la asesoría d imagen q se hace antes del estilismo, d ependiendo del cuerpo y del rostro q tiene

Pablo estar al tanto d ela stendencias, comprando revistas, eventos de moda, conferencias, fb

Como definirías q es un look

Majo la parada d un a persona es como tiene q ser algo q se identifique mucho con la persona, es donde se plasma loq esta en tendencia en ese momento, lo innovador, lo super chic, la blusa, con los pnatalones del momento y con el maquillaje, hasta con el perfume q debería ir, que deberías comer con ese outfit, si vas a comer pasta llevas tal, y al móvil le pones este estuche, es algo mas personal cuando asesoras tiene q ser q realce a la persona.

Alex es un estilo propio de cada persona usa, q define a cada persona de cómo es y como se ve ante los demas

Pablo parte d una idea, "yo quiero vestirme como un marinero" otra el estilo q es

mi aporte a la moda, pero el look es retomar algo y llevarlo

Que es lo q mas te gusta de hacer un look?

Majo lo q hace a la persona verse cómoda y sentirse segura, la vestimenta en nuestra sociedad y dsd hace millones d años es un modo d expresión, transmitimos por medio del vestuario nuestros gustos, nuestro pensamientos, nosotros a través del vestuario decimos quienes somos, es importante qu un outfit q transmita seguridad, una persona x ejemplo es una super empresaria pero se viste horrible le cambias y la persona q pensaba q es horrible se ve hermosa, me gusta la parte de los zapatos, y un buen bolso cierran con broche d oro un outfit.

Alex el proceso q lleva la selección d prendas después d definir a la modelo q es como es, mas q nada el proceso la selección d material q se va usar, es seleccionar las prendas no se depende del concepto, las selección d prendas, la búsqueda d las prendas

Pablo es chévere cuando te lleva a estudiar algo de la historia d la moda, investigas y te enteras d cosas nuevas q no sabias.

Lo que NO te gusta de hacer un look?

Majo las camisas son muy complicadas, hay q enttallarlas pero las camisas tienen mas cuidado q la rruguita, giras al modelo y esta con muchas pinsas.

Alex del trabajo del proceso no hay algo q me molesta, lo q no me gusta es q la modelo no tenga mucha onda, mala actitud como para los diferentes cambios, q por empiece a opinar q le queda bien a ella q no le queda bien.

Pablo me gusta hacer todo, no hay algo q no me guste.

Diseños favoritos para vestir a una chica

Majo si estamos en clima frio me encanta sobre poner cosas, q tenga un pantalón jean comodísimo pero q en cambio tenga una blusa por dentro y te puedas poner un chaleco d pelo y una bufanda con una chaqueta y una gabardina y pongas gorra, las chaquetas me encantan en un hombre y mujer, creo q dan mucha personalidad a un look

Alex diseños no tengo preferencias, mas q nda ver lo q le queda bien a la persona, por eso s ele llama l diaantes ala modelo, dependiendo d q tipo d cuerpo tiene, se le hace una sesoria de imagen, las prendas q le va y no le van, es verle a la modelo y escojerle lo q le va a bien a la modelo mujer o hombre. Depende para q sea pero ultimamente me gusta lo natural, nada cargado

Pablo solo se dedica a línea femenina, gala creo q es mi fuerte y mi favorito, hacer vestidos de novia, de noche para matrimonios, la idea es hacer ...ponte me piden algo sencillo vestido corto a la rodilla sin mucho detalle pero un vestido largo, q implique ose ala implica mas un corpiño, drapeado, bordados, te involucras mas.

Procedimiento para hacer un look

Majo depende d la pieza, no hay un orden, ellos me ponene la ropa en un muro, cojo lo mejor y cominezo este pantalón con esta blusa y luego zapatos, siempre organizo, como q selecciono la ropa d lo q me llamo mas la atención, comienzo a analizar lo q queda mejor.

Alex lo 1ero es definir para q medio se hace, el concepto d lo q quieran hacer, la marca el cliente quiera, si es un editorial se va a las marcasd dependiendo del tema q escojan ellos, antes d esto es ver la modelo, lo q le queda y después d eso voy a la smarcas ala ropa lo q le queda.

Pablo lo 1ero q yo hago me meto a fb y reviso cual es el estilo q tiene la man, a los lugares q van, sus preferencias q no le gusta q le gusta poara saber hasta la parte funcional, de ahí se habla con la chica q esta soñando q espera, y d ahí en caso d mandara hacer una prenda, una propuesta, ver el armario y ver q hay.

Tour mental

Majo me dan la temática, es importante hacia donde va dirigida la producción d q se trata, toda la información posible habida y por haber, todo es muy visual, entonces uno se pone a investigar, veo los colores, las texturas, vez la info la lees las investigas, asimilas la digieres, vas a la tienda y te pones a seleccionar, coges, coges, me imagino como quisiera q se vea, como prendas claves y las prendas básicas, en el lugar d la producción vez todo y armas, cuando le pones a la modelo y no te convence le cambias, a veces es decisión d ultima hora, es una cosa muy visual y a veces con la modelo o el maquillaje y quieres cambiar algo.

Alex reunimos con la cliente dis d modas, ver los diseños q ella tenia, selección d modelo, vimos en dif agencia, la q iba mejor, son dis futurista y clásicos al mismoa tiempo, al siguiente dia ya tuvimos con 7 cambios, fuimos combinando con accesorios, haciendo diferentes looks, le probamos la ropa a la modelo, definimos make up y pelo, y cuando teníamos todo listo empezamos hacer las fotos con los diferentes looks.

Pablo las angeles coloniales q fue el ultimo desfile, cuando estuve en bogota estuve en un museo y tenia una parte q había unos zarcofagosy lo interesante

es q tenían un peinado lacio y unas flores secas, detalles organicos, empecé por ahí hacer el tocado con flores secas, selección de telas, ya con apliques, con flores, con brocados, bordados y la parte funcional q trabaje con gabardina, q se adapte a diferentes cuerpos y no solo se quede en la chica, la parte maquillaje trabaje con rostros palidos con las chicas. Fue chévere poner el escenario colocamos marco con zigzales

Desafíos q debes enfrentar al momento de vestir a alguien

Majo q no haya escogido bien la talla, y nervios q al cliente no le guste porque es una cosa personal y q no este cerrado el concepto, q no haya un mensaje claro, el cliente apenas ve lo tiene q entender.

Alex osea todo trabajo es un desafio, es todo un proceso, ya el hecho q sea un proceso, ya tienes todo listo, todo esta coordinado, definido.

Pablo yo creo q es ya directo con la chica, hay clientes agradables y otras no, y avces haces el trabajo pero no la disfrutas tanto, depende con la conexión q llegues a tener con el cliente, las chicas son bien complicadas con la ropa, hay q saber jugar con eso, avces les dices te voy hacer eso y esto te va a quedar si por tu tipo de cuerpo pero avces quieren q los resultados sean cosas q no vana quedar avces si pasa eso q no hay esa conexión y no quedan a gusto.

Cual es la estructura ósea ideal para q puedas realizar un look

Guila reloj de arena es la tipología de cuerpo se supone que perfecta xq tiene busto derrier y cintura

Verás... En 1800 se dijo que el cuerpo ideal de la mujer es el reloj de arena es decir como te dijo busto y derrier proporcional a grande y cinturita de avispa... Éramos las mujeres disque ideales para un hombre como la mujer gibson de la ilustración... Después vino coco Chanel con su silueta rectángulo es decir andrógina sin busto y sin nada entonces fuimos y/o fueron felices las que no tenían nada y aparte porque no se tenía que mostrar nada

En el 47 dior apareció otra vez con la silueta X la de reloj de arena y desde ahí vivimos en una disputa de cual es el cuerpo ideal para vestir

Ahora te digo según el criterio de las personas y según criterio de asesora y según criterio de stylist

En la cabeza de todos especialmente en Latinoamérica pensamos que la mujer curvilínea es la ideal es decir el propósito de todas y en asesoría de imagen que yo doy clases de tipología de cuerpo el objetivo es marcar cintura y equilibrar la parte top con la bottom

Entonces sí hablas de factores dices ha ya reloj de arena ya tiene eso pero tienes varios relojes de arena algunos pequeños como Thalía o Halley Berry fáciles de

vestir y otros como Cristina Hendricks o Dita Von Teese que dices es o grande o demasiado exagerado

Sí hablamos de persona común y corriente para mi es fácil de vestir alguien que primero tenga estatura promedió mínimo 1.63 y de estructura ósea equilibrada es decir cuello largó torso en proporción a piernas y brazos largos y no tan grandesitos Y lo más fácil sería que sea pera porque?

Porque ya tiene cintura lo que hago es afinar su parte bottom (caderas y piernas) y llamar la atención arriba y así va a parecer un cuerpo equitativo reloj de arena No tiene que ser muy flaca xq sí no las flacas se pierden y tampoco es estético... Eso es una moda nada más y ellas también sufren para vestirse... Xq la falta de curvas las hace ver poco femeninas eso a criterio general

Obviamente sí soy fashion stylist yo busco una percha y la modelo entre menos tenga mejor porque puedo ponerle de todo pero sí te das cuenta siempre busco un equilibrio que es la proporción

Porque el hecho de tener torso y piernas proporcional cuello largó y hombros rectos te cambia todo como se ve la postura así sea hasta un poquito más llenita

Majo una persona delgada y alta, porque en las fotografías no se ve bien una persona que no es delgada y pequeña. Una estructura como de una "estatua". Igual en hombres tienen que ser grandes.

Alex si iríamos al tema d asesoría d imagen, un cuerpo recto, es el q le va todo, le queda todo, porque no tiene curvas, pero el rato d vestir a alguien mas bien depende d la estructura osea d la persona para q vos puedas saber lo q le va a ella, vos acomodarte a ella, generalmente las modelos tienen el cuerpo tubo, cuerpo perfecto para hacer cualquier cambio, son altas flacas, no tienen curvas entonces le queda todo bien, asi le hagas todo natural o le pongas muchas cosas le va a quedar perfecto.

Mujeres con curvas y chiquitas es mas complicado.

Pablo el reloj de arena, busto cintura y cadera. Es el cuerpo ideal para trabajar.

Cuanto tiempo te demoras en hacer un look

Majo depende, aveces me tardo mucho porque no me sale y aveces te sale en 2 minutos, es complicado aveces lo vez y dices esta perfecto! Y aveces estas ahí dices q no q no.

Alex depende cuantos cambios era, ayer eran 7 cambios y defini en 20 minutos.

Pablo no toma mucho tiempo la verdad, porque el look ya te digo es retomar, ya tienes una bases vas viendo vas combinando puede ser cuestión de minutos o una hora exagerando.

Que has aprendido de pasar tiempo con modelos

Majo en el momento q la modelo, q la chica se convierte en modelo es un elemento, suena un poco frio, pero ya no vez una modelo, si no un lienzo en blanco. A enseñarles mucho, ellas son una pieza mas del trabajo, es mas fácil trabajar con extranjeras, tener tacto, hablarles.

Alex mas q nada es como un maniquí, entonces como q puedes jugar con lo q a vos te gusta, es aprender algo nuevo, cada cliente cada marca es algo nuevo, de los cambios de lo q les queda bien de lo q no. Vas aprendiendo el cuerpo de cada persona q trabajas y ya tienes el ojo para ver si le queda bien.

Pablo ahhh si la otra vez justo, un amigo me pregunto q xq no tengo un estilo para vestirse, q xq no llego como los diseñadores de la tele vestido con la misma ropa y yo le decía q no comparto eso porque nunca se con que clienta voy a enfrentarme entonces si me gusta experimentar con la ropa y ver esa reacción q tiene la gente cuando te ve empezando por ahí, probando disntintos de ropa para ver como se siente, q se siente esa persona vistiéndose así y así crear esa conexión q te digo con el cliente.

Que has aprendido que no debes hacer el momento de hacer los looks

Majo condicionar, aveces me cierro mucho, aveces no se puede poner algo, me he topado con ropas horribles es difícil hacer que se vea bien, aveces las prendas no ayudan mucho

Alex depende d la persona con las q estes trabajando, de la modelo, por ejemplola modelo q tiene un poco de cadera, ponerle colores oscuros para disimular la cadera, vas aprendiendo con el tipo de gente q trabajas.

Pablo no investigar a la persona, sempre debes saber a quien te vas a enfrentar x lo menos fb.

Algo indispensable al momento de hacer un outfit

Majo aparte de los zapatos y los bolsos, un buen collar,(los accesorios) te ayuda bastantísimo en mujer, en hombre los buenos zapatos, un cinturón bien chévere (bufanda, gorras).

Alex indispensable tener todo listo para el rato q llegas, por ahí el rato q llegas le pones algo a la modelo se rompió el botón, entonces tener un set de cosas para cualquier cosa q pase estar atento. Y q la persona con la q trabajes tenga buena actitud.

Pablo un espejo, clienta de frente viendo lo q se pone o maniquí y vas jugando con lo q hay.

Inspiraciones

Majo todo lo q te rodea, aveces te mueves por la tendencia o por eje es para una pagina en la revista, temática. Un outfit de recomendación o de temática.

Alex la inspiración viene dependiendo d lo q quieren hacer, dependiendo d q medio es, si tienen un concepto

Pablo mi aporte mi línea barroca q puedo recargar la cosas.

Aporte con la sociedad

Majo yo creo q siempre he pensado en un proyecto cuando hay mas profesionales, profundizas mas, especializarse en algo. En la moda si estudias el estilismo hay algo q no te enseña como algo artístico, verlo asi. Estudias como organizarte para hacer tus trabajos. Te enseñan analizar y ordenar, porque estos diseñadores hacen esto y lo otro. Estan de moda muchas cosas viven en conjunto. Ya no estamos en esa época tan rigida, años 60 todos se visten asi, lo q se porta en esta cultura al medio q se mueve en esto aporto equilibrio y orden a la hora d ehacer una producción, la moda usa es fácil a comparación de la europea. Cada vez q me encuentro como un cliente nuevo empiezo dsd 0. Que tengas mas orden y coherentes.

Alex mas q nada somos persona q nos gusta la moda, no se q nos gusta estar al tanto de las nuevas tendencias d lo q viene y bueno utilizar eso para trabajar, el aporte mas q nada es vestir a la gente y q la gente este contenta con lo q tiene q con su propio cuerpo, eso es muy importante osea q se sienta satisfecha con lo q tiene porque si vas a trabajar con alguien q no este segura de su propio cuerpo, no no...es aportar a q la gente se sienta bien con lo q tiene, buscando las mejores opciones para poderle vestir.influye en la autoestima en la persona , loq viste es loq demuestras, se nota mucho por ejemplo si estas d buen animo lo q se usa loq mas te gusta son colores fuertes, cuando estas deprimida usas o es negro o no te importa loq te pones, el maquillaje, lo q uno se pone depende mucho del animo d la persona y d la autoestima también.

Pablo q las chicas se sientan cómodas, hay chicas q salen a la calle y no se sienten bien, q se ve el gordito, hacer ropa o crear un look q se sientan cómodas con la ropa es hacerle

EXTRAS:

Alex:

Tendencia de colores: las estaciones están definidas por los colores, verano colores fuertes, invierno oscuro talvez algo q resalte. Los colores ya están definidos es moda, pareciendo una tendencia a algo pero ya esta marcado.

En q te basas para combinar? En lo q se quiere mostrar, tienes q fijarte en eso, si tienes una marca, y es combinar lo q tienes.

Modelo para probarse la ropa: la misma modelo, de las fotos o aveces una chica parecida de estructura osea.

Cuanto te demoras? 4 horas entre todo, 1 hora para q se pruebe con las referencias.

Anexo 8

ELABORACIÓN DE PREGUNTAS DE EXPERIMENTO

Para este experimento escogimos un universo de estudiantes de diseño de modas, puesto que poseen conocimientos de indumentaria mas técnicos y teóricos que otro universo.

Se seleccionara a 3 grupos:

- 1) Un primer grupo de usuarios será colocado en una habitación en donde estará una modelo probándose distintos cambios de ropa; posteriormente se pedirá a los usuarios que hagan sus observaciones.
- 2) A otro grupo se les solicitará que utilicen una aplicación virtual que represente en 3D a una modelo con la misma ropa que en el escenario anterior.
- 3) Finalmente, al grupo restante se le pedirá que visualice a la modelo en un catálogo impreso (con la misma ropa que en los dos escenarios anteriores).

Cuestionarios:

Se realizará 2 cuestionarios:

- 1) Antes de realizar el experimento, "un cuestionario inicial a priori": que indique la edad, situación familiar, origen cultural y el número de horas dedicadas a algo que tenga que ver con la indumentaria.

Anexo 9

1. Nombre: _____

2. Edad: _____ 3. Género: _____

4. Nivel de estudios: _____ 5. Lugar de nacimiento: _____

6. Idiomas: _____

7. Situación profesional y de empleo: _____

8. N° de computadoras en casa: _____ 9. N° de tablet o ipad en casa : _____

10. Cantidad de tiempo libre utilizado en internet, en número de horas: _____

11. ¿Cuáles son las 3 páginas que navegas con mayor frecuencia en internet? (Excluyendo redes sociales: facebook, etc) : _____

¿Por qué te gustan? : _____

12. ¿Cuándo utilizas más internet? (marca con una X)

entre semana fines de semana

13. ¿Utilizas algún tipo de programa o aplicación relacionada con Diseño de Modas? (indica el nombre del programa)

si _____ no

14. ¿Tienes tu propio computador? (Sí o No) _____

15. ¿Tienes tu propia tablet? (Sí o No) _____

Anexo 10

2) Cuestionario a posteriori sobre el experimento

A continuación se describen algunas de las opiniones y comentarios más significativos sobre la indumentaria y modelos. Estos sirvieron para seleccionar las preguntas para el cuestionario a posteriori del experimento.

Se entrevistó a 3 estilistas de moda y 1 diseñador de moda y esto fue lo más relevante:

- las producciones fotográficas son bajo un concepto que investigo
- cuales son las siluetas
- los materiales, las texturas (lisas, naturales)
- historia y tendencia actual
- cuales serían las cromáticas
- tienes la parte de moda y la parte editorial, que es mucho mas como, conceptual, mucho mas atrevida...
- outfits,[conjunto confeccionado] que son del uso cotidiano,[común] del ready to wear [comercial]
- mezclar outfits es el estilo de cada estilista, como un pintor, mezcla de texturas
- me encargo d ver todo lo q se necesita para la producción , la asesoría d imagen que se hace antes del estilismo, dependiendo del cuerpo y del rostro q tiene.
- un look es combinación de prendas y accesorios que van desde...todo lo que es indumentaria hasta la aparte de joyería, bolsos, zapatos
- todo esto complementa una persona, no siempre es en base a una tendencia. [estilo dado por grandes marcas]
- El styling es como una manera de darle estilo o darle una característica propia a cierta persona o a cierto mood.
- asesoría de imagen es a analizar como es cada persona, cuales son las cromáticas, los cortes que van acorde a esa silueta.
- la parada de una persona es como tiene q ser algo q se identifique mucho con la persona, es donde se plasma lo que esta en tendencia en ese momento, lo innovador, lo super chic,
- la blusa, con los pantalones del momento y con el maquillaje, hasta con el perfume q debería ir, que deberías comer con ese outfit, si vas a comer pasta llevas tal, y al móvil le pones este estuche
- cuando asesoras tiene q ser q realce a la persona.
- si eres piel canela, tienes que usar el maquillaje color tierra y si tienes el torso largo o eres eh...no se alguien mas curvilíneo, como en marcar la cintura, el asesor de imagen siempre sigue varios parámetros para hacerte ver...digamos bien!
- la vestimenta en nuestra sociedad y desde hace millones de años es un modo de expresión, transmitimos por medio del vestuario nuestros gustos, nuestros pensamientos, nosotros a través del vestuario decimos quienes somos
- es importante que un outfit q transmita seguridad, una persona x ejemplo es una súper empresaria pero se viste horrible le cambias y la persona q pensaba q es horrible se ve hermosa, me gusta la parte de los zapatos, y un buen bolso cierran

con broche d oro un outfit.

- depende del concepto, las selección de prendas

- las camisas son muy complicadas, hay q entallaras pero las camisas tienen mas cuidado que la arruguita, giras al modelo y esta con muchas pinsas.

- lo q no me gusta es que la modelo no tenga mucha onda, mala actitud como para los diferentes cambios, que empiece a opinar que le queda bien a ella que no le queda bien.

- creo que uno va mutando, si bien tienes tu propio estilo pero vas mutando a la tendencia, como se va desarrollando el tiempo y todo

- al total look, puedes combinar texturas, colores, prendas asimétricas, estructuradas y siempre va a ser algo más personal, porque es una cosa encima de otra.

- si estamos en clima frio me encanta sobre poner cosas, que tenga un pantalón jean comodísimo pero que en cambio tenga una blusa por dentro y te puedas poner un chaleco de pelo y una bufanda con una chaqueta y una gabardina y pongas gorra, las chaquetas me encantan en un hombre y mujer, creo q dan mucha personalidad a un look

- diseños no tengo preferencias, mas q nda ver lo q le queda bien a la persona, por eso s ele llama 1 diaantes ala modelo, dependiendo d q tipo d cuerpo tiene, se le hace una sesoria de imagen, las prendas q le va y no le van, es verle a la modelo y escojerle lo q le va a bien a la modelo mujer o hombre. Depende para q sea pero ultimammente me gusta lo natural, nada cargado.

- para crear este personaje vez cuales sería las mejores facetas para como encararlo bajo prendas. Entonces no se, si es alguien nerdy, vez no se faldas a la cintura, por ahí un par de escoces, colores tal vez llamativos que sean contrarrestados, no se hay accesorios que si dices no se "nerd" ya se tiene a la cabeza como lentes o como tal vez un moño, medias, zapatitos que tienen la punta mas redondita entonces todo eso lo vas juntando y vas viendo cuales son las prendas, las juntas y bueno armas un total look, obviamente eso va variando desde algo mucho mas sobrio, hasta algo mucho mas arriesgado.

- selecciono la ropa de lo que me llamo mas la atención, comienzo a analizar lo q queda mejor.

- ver la modelo, lo que le queda y después de eso voy a las marcas a la ropa lo que le queda.

- reviso cual es el estilo que tiene la chica, a los lugares q va, sus preferencias que no le gusta q le gusta poara saber hasta la parte funcional, de ahí se habla con la chica q esta soñando q espera, y d ahí en caso d mandara hacer una prenda, una propuesta, ver el armario y ver q hay.

- al ser colección, o sea spring summer, son colores más vivos, tal vez un poco mas ligeras

- una vez que ya tenía la ropa escogida, la armaba por texturas, por colores, 1ero cromáticamente pantalones, faldas, vestidos, blusas todo lo que tenía, cardigans y todo lo que medio podría poner encima, una pieza super llamativa como la Premium

- las piezas Premium [destacadas]vayan en el layer de encima y las piezas que eran como mas basic, que van en el layer de abajo, una vez que las tenía empezaba armar los outfits, obviamente variando para un look book, que es algo mucho mas ready to wear
- me imagino como quisiera q se vea, como prendas claves y las prendas básicas.
- selección de telas, como gabardina, que se adapte a diferentes cuerpos y no solo se quede en la chica.
- en cuanto al asesoramiento de imagen...es algo que a veces puede ser un poco tedioso porque no toda la gente esta dispuesta a probar cosas nuevas, entonces decirle que por ahí la falda que se esta poniendo no le favorece, es mucho mas delicado, es un proceso mas largo, de explicarle que colores, que cromática, que prendas son favorables y que prendas no o que talles son favorables o que talles no.
- las chicas son bien complicadas con la ropa, hay q saber jugar con eso, a veces les dices te voy hacer eso y esto te va a quedar si por tu tipo de cuerpo pero a veces quieren q los resultados sean cosas que no van a quedar.
- reloj de arena es la tipología de cuerpo se supone que perfecta xq tiene busto derrier y cintura
- según el criterio de las personas y según criterio de asesora y según criterio de stylist en la cabeza de todos especialmente en Latinoamérica pensamos que la mujer curvilínea es la ideal
- Sí hablamos de persona común y corriente para mi es fácil de vestir alguien que primero tenga estatura promedió mínimo 1.63 y de estructura ósea equilibrada es decir cuello largó torso en proporción a piernas y brazos largos y no tan grandesito
- la falta de curvas las hace ver poco femeninas eso a criterio general obviamente sí soy fashion stylist yo busco una percha y la modelo entre menos tenga mejor porque puedo ponerle de todo pero sí te das cuenta siempre busco un equilibrio que es la proporción
- generalmente las modelos tienen el cuerpo tubo, cuerpo perfecto para hacer cualquier cambio, son altas flacas, no tienen curvas entonces le queda todo bien, así le hagas todo natural o le pongas muchas cosas le va a quedar perfecto.
- Mujeres con curvas y chiquitas es mas complicado.
- el reloj de arena, busto cintura y cadera. Es el cuerpo ideal para trabajar.
- Para hacer un look depende, a veces me tardo mucho porque no me sale y a veces te sale en 2 minutos o 1 hora exagerando.
- ahora en la actualidad, se está trabajando con muchos layers, con muchas capas y no es tan fácil colocarle un pantalón, encima una falda y encima un tutú, no es tan fácil cuando alguien es un poquito mas curvilínea, entonces por lo general intento que las modelos sean super...que no tengan nada, de nada y que sean altas.
- en el momento que la modelo, que la chica se convierte en modelo es un elemento, suena un poco frío, pero ya no vez una modelo, si no un lienzo en blanco.
- mas que nada es como un maniquí, entonces como que puedes jugar con lo que

a vos te gusta

- me gusta experimentar con la ropa y ver esa reacción q tiene la gente cuando te ve empezando por ahí, probando distintos de ropa para ver como se siente
- por ejemplo la modelo que tiene un poco de cadera, ponerle colores oscuros para disimular la cadera
- indispensable es que haya predisposición, el trabajo de hacer un outfit, de hacer los looks, bastante largo eh...
- aparte de los zapatos y los bolsos, un buen collar, te ayuda bastantísimo en mujer.
- Alex indispensable tener todo listo para el rato q llegas, por ahí el rato q llegas le pones algo a la modelo se rompió el botón, entonces tener un set de cosas para cualquier cosa q pase estar atento. Y q la persona con la q trabajes tenga buena actitud.
- Pablo un espejo, clienta de frente viendo lo q se pone o maniquí y vas jugando con lo q hay.
- muchas veces me inspiro como en personajes de las películas
- al ser un fashion stylist, les das como ciertos parámetros, con los cuales las personas, mas que nada en los departamentos de diseño, creativos, relaciones publicas se sienten identificados y es su manera de expresar su personalidad
- ella se va sentir mas identificada con ciertas texturas o con ciertas prendas que por ahí no es lo básico
- el styling adecuado puede generarte ese...una buena impresión de tu trabajo, es como que tu estas promocionando tu trabajo, es tu forma de expresarte, tu forma de dar a conocer como es tu personalidad, tu estilo, tu creatividad
- Ya no estamos en esa época tan rigida, años 60 todos se visten asi
- Cada vez que me encuentro como un cliente nuevo empiezo dsd 0.
- el aporte mas q nada es vestir a la gente y q la gente este contenta con lo q tiene q con su propio cuerpo,
- influye en la autoestima en la persona
- lo que viste es lo que demuestras, se nota mucho por ejemplo si estas d buen animo lo q se usa lo que mas te gusta son colores fuertes, cuando estas deprimida usas o es negro o no te importa lo que te pones, el maquillaje, lo que uno se pone depende mucho del animo de la persona y de la autoestima también.
- las estaciones están definidas por los colores, verano colores fuertes, invierno oscuro tal vez algo que resalte. Los colores ya están definidos es moda.
- para probarse la ropa: la misma modelo, de las fotos o a veces una chica parecida de estructura ósea.
- crear un look con lo que las chicas se sientan cómodas con la ropa es hacerles felices.

Escenario 1

modelo real

1. Preguntas generales:

Anexo 10

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado de la experiencia de tener a la modelo para probar la ropa? ¿Por qué? Descríbelo brevemente

.....
.....
.....

2. ¿Qué es lo que menos te gustó? ¿Por qué? Descríbelo brevemente.

.....
.....
.....

3. Señala las 3 ventajas de tener a la modelo probándose ropa

4. Señala las 3 desventajas de tener a la modelo probándose ropa

5. ¿Qué te causó mayor dificultad de tener a la modelo presente?

.....
.....
.....

6. ¿Cuál fue la parte más fácil de tener a la modelo presente?

.....
.....
.....

Anexo 10

2.- Preguntas concretas:

7. ¿Te gusta la manera que se ha colocado la ropa?
(Sí o No) _____

¿Por qué?

.....
.....
.....

8. Si tuvieras que realizar los looks para un desfile de moda o un shoot fotográfico cuanto tiempo crees que te demores con la modelo (basándote en el tiempo que se demoró en cada cambio) probando ropa si fuesen:

20 looks.....

12 looks.....

7 looks.....

9. Crees que las características físicas de la modelo te ayudan al momento de vestirla? ¿Por qué?

.....
.....
.....

10. ¿Estarías dispuesto a utilizar una tecnología en la que pudieras ver a la misma modelo pero modelada en 3D para realizar los looks?

(Sí o No) _____

¿Por qué?

.....
.....
.....

11. ¿Cuáles son los 3 sentimientos de la lista siguiente que más sentiste al momento del experimento?

- Aburrido / apatía
- Ansioso
- Asombro
- Cansado
- Concentración
- Confusión
- Curiosidad
- Deseo
- Diversión

- Enfado / rabia
- Felicidad
- Frustración
- Libertad
- Satisfacción
- Serenidad

Otro: indica cual _____

Anexo 11

Escenario 2
modelo en catálogo

1. Preguntas generales:

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado de ver la modelo en un catálogo de ropa? ¿Por qué? Descríbelo brevemente

.....

2. ¿Qué es lo que menos te gustó de ver la modelo en el catálogo?
¿Por qué? Descríbelo brevemente.

.....

3. Señala las 3 cosas más atractivas del catálogo

4. Señala las 3 cosas más aburridas del catálogo

5. ¿Qué te causó mayor dificultad del catálogo mientras lo veías?

.....

6. ¿Usarías el catálogo como herramienta para poder escoger ropa? ¿Por qué sí, o por qué no?

.....

7. ¿Qué cambiarías del catálogo para mejorarlo?

.....

Anexo 12

2.- Preguntas concretas:

8. ¿Te gustan la manera que se ha colocado la ropa en el catálogo? (Sí o No) _____ ¿Por qué?

.....
.....
.....

9. El espacio que rodea a la modelo en el catálogo te parece que es el correcto? O distrae de la ropa? (Sí o No) _____

10. Se ve de manera clara la ropa en la modelo? (Sí o No) _____

11. Si tuvieras que realizar los looks para un desfile de moda o un shoot fotográfico cuanto tiempo crees que te demores realizando tus propios looks con la herramienta de catálogo si fuesen:

- 20 looks.....
- 12 looks.....
- 7 looks.....

12. ¿Crees que es fácil o difícil hacer un look viendo el catálogo? ¿Por qué?

.....
.....
.....

13. ¿Crees que esta forma de catálogo te ahorra tiempo? ¿Por qué sí, o por qué no?

.....
.....
.....

14. Crees que las características físicas de la modelo te ayudan al momento de ver los looks en este catálogo? ¿Por qué?

.....
.....
.....

15. ¿Estarías dispuesto a utilizar una tecnología en la que pudieras ver a la misma modelo pero modelada en 3D para realizar los looks? (Sí o No) _____ ¿Por qué?

.....
.....
.....

Preguntas referentes a las emociones:

16. ¿Cuáles son los 3 sentimientos de la lista siguiente que más sentiste al momento del experimento?

Aburrido / apatía
Ansioso
Asombro
Cansado
Concentración
Confusión
Curiosidad
Deseo
Diversión

Enfado / rabia
Felicidad
Frustración
Libertad
Satisfacción
Serenidad

Otro: indica cual _____

Anexo 13

1.- Preguntas generales:

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado del vestido 3D?
¿Por qué? Descríbelo brevemente

.....

2. ¿Qué es lo que menos te gustó del vestido 3D?
¿Por qué? Descríbelo brevemente.

.....

3. Señala las 3 cosas más atractivas del vestido y ¿por qué?

4. Señala las 3 cosas más aburridas del vestido y ¿por qué?

5. ¿Qué te causó mayor dificultad del vestido mientras lo usabas?

.....

6. ¿Cuál fue la parte del vestido más fácil?

.....

7. ¿Cuál es el aspecto más novedoso del vestido?

.....

8. ¿Usarías el vestido de nuevo? ¿Por qué sí, o por qué no?

.....

9. ¿Qué cambiarías del vestido para mejorarlo?

.....

2.- Preguntas concretas:

10. ¿Te parece real la experiencia? ¿Por qué sí, o por qué no?

.....
.....
.....

11. ¿Te gusta la manera que se ha colocado la ropa?
(Sí o No) _____

3. Preguntas sobre la narrativa del juego:

12. ¿Crees que es fácil o difícil hacer un look en el vestidor? ¿Por qué?

.....
.....
.....

13. ¿Crees que esta forma de vestidor 3D te ahorra tiempo? ¿Por qué?

.....
.....
.....

14. ¿El espacio que rodea a la modelo te parece que es el correcto o distrae de la ropa? (Sí o No) _____

15. ¿Se ve de manera clara la ropa en la modelo? (Sí o No) _____

16. Crees que las características físicas de la modelo te ayudan al momento de vestirla? ¿Por qué?

.....
.....
.....

Preguntas referentes a las emociones:

17. ¿Cuáles son los 3 sentimientos de la lista siguiente que más sentiste cuando utilizaste el vestidor 3D

- Aburrido / apatía
- Ansioso
- Asombro
- Cansado
- Concentración
- Confusión
- Curiosidad
- Deseo
- Diversión

- Enfado / rabia
- Felicidad
- Frustración
- Libertad
- Satisfacción
- Serenidad

Otro: indica cual _____

Anexo 14

Dentro de estos 3 cuestionarios habrán preguntas iguales para calificar el look o la parada de ropa que lleva puesta la modelo y estas son:

1. ¿Qué tipo de cuerpo es la modelo? _____

Según el tipo de cuerpo califica lo siguiente:

2. Del 1 al 10 como calificarías la ropa que lleva puesta en la parte superior la modelo (de la cintura hacia arriba)

Look Deportivo: _____

Look Casual: _____

Look Formal: _____

3. Del 1 al 10 como calificarías la ropa que lleva puesta en la parte inferior del cuerpo (de la cintura hacia abajo)

Look Deportivo: _____

Look Casual: _____

Look Formal: _____

¿Qué tono de piel tiene la modelo cálido o frío? _____

Según el tono de piel califica lo siguiente:

4. Del 1 al 10 como calificarías los colores en la ropa que lleva puesta en la parte superior la modelo (de la cintura hacia arriba)

Look Deportivo: _____

Look Casual: _____

Look Formal: _____

5. Del 1 al 10 como calificarías los colores en la ropa que lleva puesta en la parte inferior del cuerpo (de la cintura hacia abajo)

Look Deportivo: _____

Look Casual: _____

Look Formal: _____

6. Según la ocasión: Da tu calificación del 1 al 10 como estuvieron los siguientes look (tomando en cuenta los criterios para calificar la ropa, tipo de cuerpo y tono de piel)

Look Deportivo: _____

Look Casual: _____

Look Formal: _____

Anexo 15



Pera o triángulo

Es recomendable utilizar blusas entalladas en la cintura

Es recomendable utilizar pantalones de corte bota, evitar utilizar pantalones y faldas pegadas y faldas cortas.



Triángulo invertido

No es recomendable utilizar blusas con hombros descubiertos, usa cuello en V, las chaquetas deben llegar hasta la cadera en vez de la cintura.

Es recomendable utilizar pantalones no muy ajustados, usar pantalones en la parte baja ligeramente acampanados o con corte recto.



Rectángulo

Es recomendable definir cintura, una opción son los cinturones

Evitar pantalones con pierna ancha



Reloj de Arena

Es recomendable definir cintura con cinturones delgados

Evitar faldas y pantalones de corte recto



Manzana

No es recomendable utilizar blusas pegadas

Es recomendable utilizar pantalones de pierna recta y faldas cortas

CRITERIOS PARA VESTIR DISTINTOS TIPOS DE CUERPO

Anexo 16

**CÁLIDO**

Las venas tienen un color oliváceo o verdoso

Pieles cálidas: van bien con color lila y azul pálido, tonos neutrales pasteles y tenues con matices rosas.

No recomendable utilizar como color principal el café, camel, durazno.

**FRÍO**

Las venas tienen un color azulado

Pieles frías: es recomendable el contraste, negro, gris oscuro, chocolate, uva, verde oscuro, usar ropa con matices amarillos y anaranjados como durazno, ocre y coral.



**COLORES QUE VAN BIEN
CON TODOS LOS TONOS
DE PIEL**

Rojo brillante, rosado pálido, morado oscuro y verde azulado..

**CRITERIOS DE COLOR
PARA VESTIR DISTINTOS
TONOS DE PIEL**

Anexo 17

RESULTADOS DEL EXPERIMENTO

CUESTIONARIO A PRIORI

Modelo 3D		CATALOGO		MODELO REAL				
Edad:		Edad:		Edad:				
20 años	4	18 años	1	18 años	1			18 2 4,26
21 años	7	19 años	4	19 años	4			19 8 17,02
22 años	4	20 años	6	20 años	1			20 11 23,40
24 años	1	21 años	4	21 años	4			21 15 31,91
26 años	1	24 años	1	22 años	2			22 6 12,77
30 años	1			26 años	1			24 2 4,26
								26 2 4,26
								30 1 2,13
Género:		Género:		Género:				
Femenino	17	Femenino	16	Femenino	12	femenino	45	95,74
Masculino	1				1	masculino	2	4,26
Lugar de nacimiento:		Lugar de nacimiento:		Lugar de nacimiento:				
Cuenca	12	Cuenca	13	Cuenca	8	cuenca	33	70,21
EE UU	1	Guayaquil	1	Taiwan	1	otros	14	29,79
Macas	1	Azogues	2	Cañar	1			
Zamora	1			Gualaceo	1			
Loja	1			Azogues	1			
Azogues	1							
Idiomas:		Idiomas:		Idiomas:				
español		español		español				
Inglés	1	Inglés	10	Inglés	4	ingles	15	31,91
		Alemán	1	Mandarín	1	ningun otro idioma	27	57,45
		Francés	1	Holandés	1	otros	5	10,64
		Italiano	1					
Situación profesional y de empleo		Situación profesional y de empleo		Situación profesional y de empleo				
Estudiante	15	Estudiante	16	Estudiante	13			
Trabajo 1/2 tiempo	2	Ventas						
Número de computadoras en casa		Número de computadoras en casa		Número de computadoras en casa				
computadora: personas		computadoras	personas	computador	personas			
2	5	1	1	1	2	1	3	6,38
3	7	2	7	2	4	2	16	34,04
4	3	3	4	3	4	3	15	31,91
5	3	4	4	4	1	4	8	17,02
				6	1	5	3	6,38
				8	1	6	1	2,13
						8	1	2,13
Número de tablet o ipad en casa		Número de tablet o ipad en casa		Número de tablet o ipad en casa				
tablet/ipad	personas	tablet/ipad	personas	tablet/ipad	personas			
0	10	0	6	0	1	0	17	36,17
1	5	1	5	1	7	1	17	36,17
2	2	2	3	2	4	2	9	19,15
3	1	3	2	3	1	3	4	8,51
Cantidad de tiempo libre utilizado		Cantidad de tiempo libre utilizado en internet		Cantidad de tiempo libre utilizado en internet				
HORAS	personas	HORAS	personas	HORAS	personas	horas		
3 a 4	9	1 a 2	7	1 a 2	7	1 a 2	14	29,79
5 a 6	6	3 a 4	4	3 a 4	2	3 a 4	15	31,91
7 a 8	2	5 a 6	1	5 a 6	1	5 a 6	8	17,02
		7 a 8	2	2		7 a 8	4	8,51
no responde	1	no responde	2	no responde	3	no responden	6	12,77
Cuáles son las 3 páginas que vaneg		Cuáles son las 3 páginas que vanegas con mayor		Cuáles son las 3 páginas que vanegas con mayor frecuencia				
Pinterest	9	Pinterest	6	Pinterest	2			
Tumblr	3	Tumblr	2	Instagram	4			
Instagram	3	cocopa	2	pelis24				
We heard it	2	Wikipedia	2	blogs de moda				
Forever 21		Planeta Verde		elle				
Blog de moda		Foroalfa		fontrow ec				
Blog	2	Blog	1					
Artículos científicos y literatura		We heard it						
Blog treno men								
Fashion beans								
Victoria secret		Victoria secret						
Flipboard		People en español						
Wattpad								
Moda y estilo (revista mcqueen)								
Carters.com								
Bibliotecas								
Por qué te gustan?		Por qué te gustan?		Por qué te gustan?				
Puedo ver ten	5	Puedo ver tendencias de moda	2	Puedo ver tendencias de moda	2			
Entretienen, d	2	Informativas	1	ideas				
Informativas	2	ideas		entretienen				
Colores y productos		Colores y productos		Colores y productos				
¿Cuándo utilizas más el internet?		¿Cuándo utilizas más el internet?		¿Cuándo utilizas más el internet?		fin de semana	21	44,68
Entre semana	9	Entre semana	7	Entre semana	10	entre semana	26	55,32
Fines de sema	9	Fines de semana	9	Fines de semana	3			
¿Utilizas aplicaciones relacionadas		¿Utilizas aplicaciones relacionadas con diseño de		¿Utilizas aplicaciones relacionadas con diseño de modas?				
Si	8	Si	11	Si	6	si	25	53,19
Photoshop, ilustrador, rp, 3d max,	9	Virtual fashion 3, rp, reachpeace, photoshop, ilus Remix, polyvore, stylebook, stylekick, chisísimo, photoshop, ilustrador	5	No	7	no	22	46,81
No	10	No	5	No	7			

Propio compu	16 Propio computador	15 Propio computador	13	si	46	97,87
				no	1	2,13
Propia Tablet	1 Propia Tablet	7 Propia Tablet	9	si	16	34,04
				no	31	65,96

Anexo 18

VESTIDOR 3D

ESCENARIO 1: ALUMNOS DE 6to CICLO DE DISEÑO DE MODAS UDA (18 ALUMNOS)

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado del vestidor 3D? ¿Por qué? Descríbelo brevemente

	CANTIDAD	PORCENTAJE
rápido y fácil	4	22,22
versatil/se puede realizar muchas combinaciones de ropa/escoger colores y texturas	10	55,56
se puede tener una idea de como luce un traje/tiene diferentes ángulos observo	3	16,67
la parte posterior/real no luce rígido/expresión de la modelo	1	5,56

2. ¿Qué es lo que menos te gustó del vestidor 3D? ¿Por qué? Descríbelo brevemente.

pocas opciones de ropa	6	33,33
el figurín	2	11,11
no es real	4	22,22
figurín no permite cambios/cuerpo/peinado/diseño ropa	4	22,22
no responde	2	11,11

3. Señala las tres cosas más atractivas del vestidor y ¿por qué?

detalles/accesorios	6
rapidez/fácil de usar	7
vestuarios	11
texturas	2
observar todo/movimiento de la modelo/acercamiento del rostro	4
buen resolución	2
variedad de colores	5
ambiente es adecuado	3
interactividad	1
la oportunidad de elegir varias opciones	3
figurín	1
divertido	2
eficiente	1
zapatos	2
permite crear outfits	1

4. Señala las tres cosas más aburridas del vestidor y ¿por qué?

Los diseños son monótonos	1
No hay como cambiar el peinado	3
Muchas opciones	1
no hay mucha variedad de prendas	6
selección de un propio maniquí	1
selección de genero	1

sin audio	2
el figurín	7
ambientación	2
el maquillaje	2
no me ha parecido aburrido	1
no hay mas que hacer	1
se termina muy rápido	1
falta de combinación con otras prendas	4
.....no responde	3
un poco lento	1

5. ¿Qué te causó mayor dificultad del vestidor mientras lo usabas?

un poco entender el funcionamiento al principio, ninguna	9	50,00
íconos/botones	4	22,22
Combinar las prendas y cambiar colores	4	22,22
.....no responde	1	5,56

6. ¿Cuál fue la parte del vestidor más fácil?

Vestir a la persona	8	44,44
Todo	7	38,89
Cambiar el color	3	16,67

7. ¿Cuál es el aspecto más novedoso del vestidor?

El ambiente tranquilo y facilidad de uso	3	16,67
versatilidad del vestidor	9	50,00
La rapidez, por lo que podría aminorar el tiempo de trabajo	2	11,11
La emoción /movimiento de la modelo	4	22,22

8. ¿Usarías el vestidor de nuevo? ¿Por qué sí, o por qué no?

Si porque de esta manera puedo ver de mejor manera mis diseños y poder combinarlos, Si, porque me pareció divertido y útil, Si, por el ambiente y amplia imaginación, Si porque es novedoso, tiene herramientas que tal vez otros programas no tienen, Si porque es una alternativa rápida para elegir un outfit, Si es de fácil acceso y se podría usar en cualquier lugar	15	83,33
No, prefiero utilizar otros métodos	3	16,67

9. ¿Qué cambiarías del vestidor para mejorarlo?

Mas opciones en prendas	6	33,33
Hacerlo mas real	2	11,11
Variedad de modelos	6	33,33
nada	4	22,22

10. ¿Te parece real la experiencia? ¿Por qué sí, o por qué no?

Si bastante real por el movimiento del figurín, Si porque ayuda a desenvolvemos, Porque Se puede apreciar las prendas de una manera real. Si parece real porque las proporciones son mas exactas, Si porque muestra en su forma simple y completa como es el maniquí. Si ya que nos permite trasladarnos al mundo del diseño textil

No, el figurín y el ambiente se ven falsos, No porque no es tan novedoso. No porque la ilustración de la cara se muy de juegos virtuales

11	61,11
6	33,33
1	5,56

..... No responde

11. ¿Te gusta la manera que se ha colocado la ropa? (Sí o No)

Sí		
No	15	83,33
No responde	1	5,56
	2	11,11

12. ¿Crees que es fácil o difícil hacer un look en el vestidor? ¿Por qué

fácil		
difícil	15	83,33
	3	16,67

13. ¿Crees que esta forma de vestidor 3D te ahorra tiempo? ¿Por qué?

si ahorra tiempo		
no ahorra tiempo	16	88,89
	2	11,11

14. ¿El espacio que rodea a la modelo te parece que es el correcto o distrae de la ropa? (Sí o No)

si me parece correcto		
no me parece correcto	14	77,78
	4	22,22

15. ¿Se ve de manera clara la ropa en la modelo? (Sí o No)

Sí		
No	17	94,44
	1	5,56

16. Crees que las características físicas de la modelo te ayudan al momento de vestirla? ¿Por qué?

si ayudan		
no ayudan	14	77,78
	4	22,22

17. ¿Cuáles son los 3 sentimientos de la lista siguiente que más sentiste cuando utilizaste el vestidor 3D?

Aburrido / apatía	
Ansioso	1
Asombro	3
Concentración	1
Confusión	11
Curiosidad	1
Deseo	13
Diversión	2
Felicidad	8
Libertad	1
Satisfacción	6
Serenidad	3
Otro: indica cual _____	8

Anexo 19

CATALOGO

ESCENARIO 2: ALUMNOS DE CUARTO CICLO DE
DISEÑO DE MODAS UDA (16 ESTUDIANTES)

CANTIDAD PORCENTAJE OBSERVACIONES

TIPO DE CUERPO

TRIANGULO O PERA	4	25
RECTANGULO	4	25
TRIANGULO INVERTIDO	3	18,75
RELOJ DE ARENA	5	31,25

¿Qué tono de piel tiene la modelo cálida o fría?

Cálida	12	75
Fría	3	18,75
No responde	1	6,25

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado de ver la modelo en un catálogo de ropa? ¿Por qué? Descríbelo brevemente

La ropa	14	87,5
fotografía	1	6,25
modelo	1	6,25

2. ¿Qué es lo que menos te gustó? ¿Por qué? Descríbelo brevemente

Algunos tipos de ropa	8	50
catálogo	3	18,75
modelo	5	31,25

3. Señala las tres cosas más atractivas del catálogo

ropa	8	50
catálogo/diseño gráfico	6	37,5
modelo	2	12,5

4. Señala las tres cosas más aburridas del catálogo

ropa	10	62,5
catálogo/diseño gráfico	4	25
modelo	2	12,5

5. ¿Qué te causó mayor dificultad del catálogo mientras lo veías?

ropa	4	25
catálogo/diseño gráfico	3	18,75
Nada	6	37,5
modelo	3	18,75

6. ¿Usarías el catálogo como herramienta para poder escoger ropa? ¿Por qué sí, o por qué no?

si	8	50	se puede apreciar claramente para elegir, es rápido, se puede ver como le queda a la modelo, no explican
no	8	50	no es confiable en tallas, no le gusta la ropa, no tiene descripción las prendas, la ropa no es igual que en catálogo

7. ¿Qué cambiarías del catálogo para mejorarlo?

modelo	4	25	
ropa	6	37,5	
otros	6	37,5	agregar especificaciones, descripciones,

8. ¿Te gusta la manera en que se ha colocado la ropa en el catálogo?

si	11	68,75
----	----	-------

no		llama más la atención el fondo, no le quedan bien algunas prendas
	4	25
no responde	1	6,25

9. ¿El espacio que rodea a la modelo en el catálogo te parece que se el correcto?o distrae de la ropa

si	8	50
no	8	50

10. ¿Se ve de manera clara la ropa en la modelo?

si	10	62,5
no	5	31,25
no responde	1	6,25

11. Si fueras que realizar los looks para un desfile de moda o un shoot fotográfico cuanto tiempo crees que tardarias realizando tus propios looks con la herramienta de catálogo si fuesen:

..... no responde	2	12,5
20 looks: 5 meses 12 looks: 3 meses 7 looks: 2 meses	4	25 meses
20 looks: 4 meses 12 looks: 2 meses 7 looks: 1 meses	1	6,25 meses
20 looks: 24 horas 12 looks: 5 horas 7 looks: 3 horas		horas
20 looks: 5 horas 12 looks: 2,30 horas 7 looks: 1,30 horas		horas
20 looks: 20 horas 12 looks: 5 horas 7 looks: 1 horas		horas
20 looks: 18 horas 12 looks: 15 horas 7 looks: 10 horas		horas
20 looks: 35 horas 12 looks: 28 horas 7 looks: 25 horas		horas
20 looks: 48 horas 12 looks: 26 horas 7 looks: 12 horas		horas
20 looks: 1 día 12 looks: 5 horas 7 looks: 2 horas		horas
20 looks: 1 día 12 looks: 6 horas 7 looks: 3 horas		horas
20 looks: 4 horas 12 looks: 3 horas 7 looks: 2 horas		horas

12. ¿Crees que es fácil hacer un look viendo el catálogo? ¿Por qué?

SI	8	50
NO	6	37,5
No están seguros	2	12,5

13. ¿Crees que esta forma de catálogo te ahorra tiempo? ¿Por qué sí o por qué no?

si	13	81,25	te muestra nuevos estilos, no tienes que ir a otros lugares, puedes organizarte, está bien distribuido, facil ver la ropa, conciso y objetivo
no	3	18,75	prefiero tener la ropa conmigo, no se ven las prendas

14. ¿Crees que las características físicas de la modelo te ayudan al momento de ver looks en este catálogo? ¿Por qué?

si	13	81,25	sabes como le queda, el tono de piel, la talla,
no	3	18,75	debido a la modelo

15. ¿Estarías dispuesto a utilizar una tecnología en la que pudieras ver a la misma modelo pero modelada en 3d para realizar los looks? (si o no) ¿Por qué?

si	14	87,5	vas a saber como le queda la ropa, puedes ver cada detalle en las prendas, mas facil ahorra tiempo, muy util, seria extraordinario
no	2	12,5	

16. ¿Cuáles son los 3 sentimientos de la lista siguiente que más sentiste cuando utilizaste el catálogo?

Aburrido/ apatía	8	50
Ansioso	2	12,5
Asombro	1	6,25
Cansado	3	18,75
Concentración	8	50
Confusión	6	37,5
Curiosidad	10	62,5
Deseo	1	6,25
Diversión	3	18,75
Enfado/rabia	1	6,25
Felicidad	1	6,25
Frustración	1	6,25
Libertad	1	6,25
Satisfacción	1	6,25
Serenidad	5	31,25
Otro: indique cual "pereza"	1	6,25

Anexo 20

MODELO REAL**Escenario 1 alumnos de 2do ciclo de diseño de modas UDA (13 alumnos)****CANTIDAD PORCENTAJE**

1. ¿Qué tipo de cuerpo es la modelo?

Reloj de arena	8	61,54
Pera o triángulo	0	0,00
Triángulo invertido	2	15,38
Rectángulo	2	15,38
		92,31

¿Qué tono de piel tiene la modelo cálido o frío?

Frio	6	46,15
Cálido ó	6	46,15
.....No responde	1	7,69

1. ¿Qué es lo que más te ha gustado de la experiencia de tener a la modelo para probar la ropa? ¿Por qué? Descríbelo brevemente

Es real se aprecia mejor como luce la modelo y las prendas/colores/detalles/piel modelo	10	76,92
es algo diferente una actividad fuera de lo común	1	7,69
permite analizar aspectos como adaptabilidad de la tela y el tipo de corte de las prendas	1	7,69
que hay que experimentar con los colores de la ropa	1	7,69

2. ¿Qué es lo que menos te gustó? ¿Por qué? Descríbelo brevemente.

las gafas/vestuario	3	23,08
solo fueron 3 looks, hubiesen sido mejor más looks/vestuario	2	15,38
no hay cosas que no les gustó	2	15,38
no responde	6	46,15

3. Señala las 3 ventajas de tener a la modelo probándose ropa

saber como luce/se observa mejor/se puede ver bien la ropa, tipo de cuerpo, color de piel	7	53,85
saber si combina/aprendes a combinar los colores	2	15,38
análisis directo/sensación de la modelo al utilizar la ropa	1	7,69
rapidez/se cambio rapido	1	7,69
no responde	2	15,38

4. Señala las 3 desventajas

No hay desventajas	3	23,08
Cuerpo y tono de piel no va ser igual del usuario	2	15,38
contratiempo	5	38,46
no responde	3	23,08

5. ¿Qué te causó mayor dificultad de tener a la modelo presente?

nada	7	53,85
la actitud	2	15,38
no responde	4	30,77

6. ¿Cuál fue la parte más fácil de tener a la modelo presente?

la textura que tiene la prenda	3	23,08
Ves los tonos y los look claramente	3	23,08
combinacion de prendas	2	15,38
Apreciación directa de prendas y colocación de la ropa	5	38,46

**7. ¿Te gusta la manera que se ha colocado la ropa? (Sí o No)
¿Por qué?**

si		
no	10	76,92
	3	23,08

8. Si tuvieras que realizar los looks para un desfile de moda o un shoot fotográfico con la modelo (basándote en el tiempo que se demoró en cada cambio) probando ropa si fuesen:

no responde

20 looks 1 hora		
20 looks 1 hora	6	
12 looks 40 minutos		
	3	
20 looks 5 horas		
12 looks 4 horas		
7 looks 2 horas		
	2	
20 looks 2 horas		
12 looks 1,30 hora		
7 looks 1 hora		
	1	
20 looks 3 horas		
12 looks 2 horas		
7 looks 1 hora		
	1	

9. Crees que las características físicas de la modelo te ayudan al momento de vestirla? ¿Por qué?

si ayudan	13	100,00
-----------	----	--------

10. ¿Estarías dispuesto a utilizar una tecnología en la que pudieras ver a la misma modelo pero modelada en 3D para realizar los looks? (Sí o No) Por qué?

si		
no	12	92,31
	1	7,69

16. ¿Cuáles son los 3 sentimientos de la lista siguiente que más sentiste al momento del experimento?

Aburrido / apatía	2	
Ansioso	2	15,38
Asombro	2	15,38
Cansado	2	15,38
Concentración	6	46,15
Confusión	1	7,69
Curiosidad	12	92,31
Deseo	1	7,69
Diversión	3	23,08
Enfado / rabia	0	0,00
Felicidad	1	7,69
Frustración	1	7,69
Libertad	2	15,38
Satisfacción	1	7,69
Serenidad	2	15,38
Otro: indique cual	0	0,00