

Hay estándares de medidas básicas, que suelen variar de unos países a otros o de unas regiones de población a otras; por ejemplo, las medidas estándar para Argentina y las de Alemania, sencillamente porque el talle medio de la población es distinta y las medidas dentro de cada talle también lo son; pero siempre se podrá dividir su población en, al menos, estos sectores: señora, caballero y niño. Esos estándares de medidas básicas de la población de un país o región son las llamadas tablas de medidas.

El drop

El drop es el indicativo de la diferencia de complexión o morfotipos entre individuos, respecto a los contornos cintura-cadera-busto, no a la estatura. Hay prendas para las que podemos tener un modelo único, destinado lo mismo a señoras o caballeros de complexión fuerte o gruesa o complexión delgada. El básico de ese modelo también es el mismo para todas las complexiones. También puede contemplarse el drop tratándose de un modelo unisex. El fabricante tiene presente que hay clientes de una complexión distinta incluso en un mismo talle; al hacer el tallaje, el patronista habrá de calcular y dejar resuelta esta significativa diferencia.

El drop es una variable paralela a la escala de talles. Modificado el patrón base y aplicada la escala paralela de drops a la escala de talles, todas éstas quedan adaptadas al nuevo drop.

La estatura

Las diferencias de estatura dentro de cada talle es otra de las variables que actúa de forma paralela a la escala de talles; no modifica éstas pero atiende a la necesidad de que la producción de confección cubra toda la población vestible.

La variable de estaturas modifica la compostura de largos para los talles, estableciendo saltos de estaturas de 6 cm. de una a otra y tomando cinco estándar de estaturas para cada talle (medida de pecho), lo mismo para señora que para caballero, dando como resultado una diferencia de 24 cm entre la más baja a la más alta de la escala.

Denominación de talle

De la relación entre las dos variables de escalas paralelas al tallaje que hemos establecido, drop y estatura, queda establecida la denominación del talle. Por lo que las tablas de medidas no son fijas, sino variables.

La Antropometría en la Moda. Criterios de identificación del consumidor

Astrid Isidora Barrios Barraza

El diseñador de hoy debe considerar importante determinar las características antropométricas de su mercado

objetivo para identificar cuáles son las preferencias comunes del consumidor y optar por una mayor participación en el mercado.

En Colombia se están construyendo bases de datos antropométricos con el objeto de establecer características propias de los colombianos y evitar la estandarización de medidas anónimas de otras regiones del mundo al producto nacional y así diseñar prendas de vestir, accesorios y complementos de modas que le permitan confort y funcionalidad al consumidor en nuestro país.

La Antropometría se define como la ciencia que estudia a la medición de la composición, tipo y proporciones del cuerpo humano, a diferentes edades. Desde la antigüedad la antropometría ha sido analizada por artistas como Vitruvio y Leonardo da Vinci en su obra el *Hombre de Vitruvio*, dibujo realizado en lápiz y tinta donde se muestran las distintas proporciones y equivalencias del cuerpo humano. La anchura de este con los brazos extendidos corresponderá a su estatura y el centro del eje es el ombligo. Estas proporciones a través de la historia se han tomado como referencia para la evolución y estilización de la figura humana.

Las proporciones en el cuerpo humano en la ilustración de moda guarda correspondencia y equilibrio en la estética y la simetría de formas interpretativas del vestuario, además para identificar cada una de las partes del cuerpo humano como la cabeza, extremidades y tronco existen proporciones básicas que armonizan toda la expresión del cuerpo.

El canon cuya unidad de medida es la cabeza la cual se toma como parámetro para relacionar las distintas partes del cuerpo. Inicialmente era de 8.5 cabezas, luego de 9.5 hasta llegar aproximadamente 11 y 12 cabezas, además, las proporciones en el cuerpo del hombre detallan el perfil antropométrico en las medidas anatómicas del consumidor y de esa forma aplicarlas a las actividades del diseño de prendas de vestir.

El figurín de moda es el medio ideal para expresar gráficamente una prenda o toda una colección. Debe contar con una expresión viva, un trazo fresco, un movimiento dinámico, una pose elegante y una expresión adecuada al tipo de vestimenta propuesto, como en el figurín infantil donde expresar toda la ternura e inocencias que un niño refleja en su rostro y movimientos. Las proporciones de los niños desde los infantes hasta los adolescentes es variada según la edad y el sexo, la expresión de un bebe es sentada o sobre una superficie, a esta edad los bebe no caminan, mientras que un niño de aproximadamente cinco años su movilidad y estatura le permite estar de pie o indistintas forma y la ilustración puede tomar distintas pose y las prendas de vestir son con mas detalles.

La proporción de un adulto aproximadamente duplica a la de un niño, los niños de 2 a 3 años de edad tiene cuatro cabeza, el de 4 a 6 años de edad tiene cinco cabezas, el de 7 a 12 años tiene siete cabezas y el de 13 a 17 tiene ocho cabezas, todas estas proporciones son aproximadas dependiendo de la ilustración, uso y aplicación.

Expresar la moda utilizando al cuerpo como plataforma para mostrar en detalle cada uno de sus bases e insumos en el diseño de prendas de vestir, se observa otra característica, como la versatilidad. La versatilidad es la relación que se establece entre la longitud y la amplitud

de la prenda, y el espacio de movimiento existente entre el tejido y el cuerpo. El grado de versatilidad se expresa en centímetros que se añaden en determinados puntos del modelo.

Para vender moda en el vestuario es completamente indispensable definir en mi consumidor mi figura ideal, identificando sus proporciones para ofertar productos que cumplan las necesidades del mercado. Además de las proporciones, otro criterio antropométrico que contribuye a la identificación del consumidor son las siluetas y los somatotipos. La silueta se representa a partir de las características de la forma y la línea que limita dicha forma, la silueta en el diseño de modas esta definida por figuras geométricas como el triángulo, rectángulo, trapecio, globo, reflexiva o reloj de arena, tubular, volumétrica y mixta. En cada una de las siluetas se originan unos subgrupos de siluetas como producto de la versatilidad en el uso del espacio en la expresión y en el trazo de las prendas sobre el cuerpo humano.

La versatilidad hace uso del principio del diseño, la funcionalidad. De las características de las siluetas se destacan las siguientes:

- Triángulo: amplitud de hombros, cintura ceñida, decrece hacia la parte inferior característica de una sola prenda.
- Rectángulo: denota la figura del cual toma su nombre, propia de una o varias prendas.
- Trapecio: figura demarcada por cuatro lados irregulares
- Globo: se caracteriza por su forma redondeada, propio de una sola prenda.
- Reloj de Arena: es reflexiva. Hombros y caderas con amplitud, y cintura ceñida.
- Volumétrica: sobre dimensiona a la figura humana, la envuelve total o parcialmente.
- Tubular: se adhiere al cuerpo, demarca las curvas naturales de la figura.
- Mixta: la combinación de dos o mas siluetas.

La silueta fue evolucionando y el siglo XX, las décadas se destacaron por definir características propias a lo que silueta se refiere, en los veinte y principio de los treinta el talles se cubre y se inicua, el largo del vestido por encima del tobillo, el atuendo se complementa con sombreros, entre otros; los cincuenta se destacó la cintura y busto demarcados, es una silueta curvilínea y muy femenina. Los sesenta es época de juventud, propia del movimiento, dinamismo y habilidad para darle paso a la década de los setenta época de rebeldía donde las siluetas reflejaba la libertad y el movimiento de la figura. Los ochenta por el uso de las hombreras y la demostración de cuerpos atléticos y bien formados mientras que los noventa se destaco por su delgadez, no hay límites entre la figura del hombre y la mujer.

En el uso de las bases textiles y no textiles utilizadas sobre el cuerpo humano también a través de la historia cumplieron no solo con el objeto decorativo y de protección sino de seducción y poder. El hombre ha cubierto su cuerpo con las pieles de los animales y hoja de los árboles para salvaguardarse del medio ambiente y de todo lo que la rodea, lo hizo por sentir timidez en mostrar ciertos partes

del cuerpo, de igual forma por exhibir poder colocándose adornos en todo el cuerpo hasta el punto de la deformación y atentar con su integridad física.

El hombre ha visto que al fusionar el recato con la vanidad y la protección de su cuerpo ha creado una serie de contradicciones originando una manifestación social y cultural del individuo particular o generalmente de una región. A través del vestido se ha modelado históricamente el cuerpo en función de los rasgos característicos, las ideologías y los valores establecidos de una cultura. En distintas épocas, el vestido se empleo para someter al cuerpo en un rígido espacio de contención, ciñendo la carne, los órganos internos y la estructura ósea, como también se utilizaron toda clase de accesorios para modificar formalmente la superficie corporal y los miembros. Muestra de ello, son las mujeres jirafas, que colocan anillos alrededor de su cuello y a medida que van creciendo le van colocando mas anillo.

El diseñador de vestuario se afrenta a un reto de innovar en los productos, que convezan al consumidor con valores agregados que si el producto anteriormente no lo tenia hay que pensar y hacer uso de conceptos básicos en el diseño como es la silueta, la cual necesita la intervención de rizados plegados, drapeados, aplicaciones, pinzas de ajuste, alforzas, frunces, insumos como botones, encajes, trencilla, herrajes, piedras, canutillos y tejidos como macramé, crochet con el fin de influir en la decisión en el momento de la compra y así generar nuevas necesidades que no poseía el producto.

Las siluetas le imprimen al vestido valores de funcionalidad al cuerpo, demostrando actitudes, movimientos y exaltando en la figura del cuerpo de quien lo lleva su masa muscular y estado físico.

En la antropometría a esas características morfológicas se les conoce con el nombre de somatotipos y están agrupados en tres categorías:

- Ectomorfismo se caracteriza por ser delgados, de extremidades largas, articulaciones estrechas, poca grasa corporal y músculos y escasas curvas.
- Mesomorfismo se caracterizan principalmente por su complexión robusta, de media o baja talla, cortas extremidades y fuertes y robustos huesos. Suelen tener un gran tórax y más hombros que caderas.
- Endomorfismo sus extremidades son mas cortas que las dos anteriores, caderas mas anchas, articulaciones mas grandes, mayor grasa corporal-músculo y la tendencia a engordar fácilmente.

En la construcción de los datos antropométricos, las medidas del cuerpo humano identificadas en el perfil antropométrico del consumidor, se establecen dos tipos: las medidas anatómicas y las medidas industriales o estandarizadas para confección de prendas por lotes de producción.

Las medidas se identifican vertical, horizontal y de doble sentido, es decir, que al tomar las medidas sobre el cuerpo se da el sentido vertical y horizontal. Las medidas son:

- Medidas horizontales
- Medidas verticales
- Contorno de busto

- Estatura total
- Contorno de cintura
- Estatura séptima
- Contorno de cadera
- Talle de Espalda
- Ancho de espalda
- Talle delantero
- Contorno de pecho
- Cintura al suelo
- Contorno de submamarío
- Altura de rodilla
- Contornote cuello
- Altura de busto
- Contorno de cabeza
- Altura bajo busto
- Separación de busto
- Altura de cadera
- Contorno de brazo
- Largo de brazo
- Contorno de muñeca
- Hombro al codo
- Contorno de puño hombro a $\frac{3}{4}$ de brazo
- Contorno de muslo hombro a mitad de brazo

Las medidas de doble sentido que algunos autores la identifican como mixta, se reconoce al tiro total y largo del brazo, el cual se toma con el brazo formando un ángulo con el codo, para darle versatilidad a la medida, no es correcto tomar la medida con el brazo extendido porque le resta movilidad a la prenda.

Los ectoformorfos, mesomorfos y endomorfos en cada uno de sus características del modelo de segmentación anatómico en hombres y mujeres de una región son propios y definitivos y permite establecer estrategias de diferenciación encaminadas a establecer ventajas competitivas que exceda el grado de conformidad del consumidor.

Conclusiones

El perfil antropométrico cumple una función importante en el diseño del vestuario identificando características del consumidor, del producto y las exigencia constante del entorno al que esta dirigido.

El diseñar prendas de vestir es un proceso donde se planea con antelación, identificando actividades destinadas a lograr la satisfacción del consumidor. Los consumidores cada día son más exigentes y buscan más alternativas que cumplan con sus necesidades básicas, la antropometría identifica las características de las proporciones, siluetas y somatotipos en el cuerpo humano, define las cualidades individuales y grupales de los consumidores de una región, muestran la diversidad de características corporales de los consumidores existentes expresando diferentes tipos morfológicos dentro de una sociedad como es la de nuestro país y el proceso de ofrecer un producto de consumo con fines de que cumplan con la demanda determinada no solamente es de venderlo, sino de conocer que es lo que se debe vender a ese mercado .

Diseño gráfico y lecturabilidad. Algunos ejemplos de intervención editorial en libros para niños

Diego Fernando Barros

La presente ponencia tiene por meta presentar, desde una perspectiva sociocultural, algunos ejemplos de casos de libros destinados a niños en los que las cuestiones relacionadas con el diseño gráfico resultan decisivas sobre la lecturabilidad de los mismos.

Se entiende por una perspectiva sociocultural una aproximación teórico-conceptual que reivindica el libro como objeto cultural y al editor como un profesional a cuyo cargo se encuentra la muy variada gama de decisiones que permiten convertir el texto de un autor en un libro.

En este marco, se tendrán en cuenta, especialmente, los aportes teóricos del historiador francés Roger Chartier, quien de manera novedosa ha puesto el foco en la materialidad de libro como uno de los factores clave en la generación de prácticas lectoras diferentes.

Con el fin de postular el lugar de relevancia que los aspectos materiales de un libro ocupan en materia de lecturabilidad –en este caso, los estrictamente gráficos–, se han seleccionado ejemplos de diferentes tipos de libros, todos ellos destinados a un lector infantil: los concebidos para pintar, los libros escolares y los de literatura infantil. La selección de este destinatario tiene que ver, fundamentalmente, por tratarse de un segmento etéreo en el que, se cree, estas cuestiones se ponen a prueba de manera crucial.

Presentación general y marco teórico

En los últimos tiempos, resulta significativo el nivel de avance que han tenido las reflexiones y estudios en torno al libro y a la lectura. Gracias a los aportes provenientes de múltiples disciplinas del campo humanístico y, en especial, de los llamados “estudios culturales”, la reflexión acerca del libro y su mundo se han ampliado.

Si bien estas indagaciones tuvieron su foco principal en Europa y Estados Unidos, su repercusión en América latina se ha hecho sentir, afortunadamente, con intensidad. En nuestro país y en especial desde la década de los noventa vienen siendo particularmente influyentes los aportes de Roger Chartier. A él se deben, fundamentalmente, reflexiones de suma utilidad a la hora de comprender el rol del editor y, en particular, la relación entre las intervenciones de este y las prácticas sociales específicas, en este caso, la de los lectores. Es justamente en el análisis de dichas prácticas en donde reside, en definitiva, lo más significativo del aporte del giro conceptual protagonizado por las ciencias sociales al poner en un lugar de privilegio el concepto de “cultura”.

En dicho marco conceptual pero, fundamentalmente, como resultado de una reflexión sobre la práctica cotidiana del trabajo editorial del autor de esta ponencia, se inscriben las presentes ideas que tienen por fin echar luz en los modos en que ciertas intervenciones editoriales ligadas al diseño gráfico resultan decisivas a la hora de