

Índice

Introducción.	4
<i>Capítulo N ° 1.</i>	<i>7</i>
La importancia de la imagen desde el punto de vista cultural	7
Edad antigua: Grecia y Roma.	10
Edad media (siglo V a XV).	11
Siglos XV a XVIII.	12
Siglo XIX.	13
Siglo XX.	15
La imagen corporal.	17
<i>Capítulo N ° 2.</i>	<i>19</i>
¿Qué es la obesidad?.	19
Las causas de la obesidad.	23
Ley N ° 26396 ó <i>ley de obesidad</i>	25
La problemática de ser obeso.	29
La problemática dentro del local de moda.	31
Ser obeso en la sociedad actual.	31
<i>Capítulo N ° 3.</i>	<i>34</i>
Ley N ° 12.665 ó <i>ley de talles</i>	34
¿Qué es la <i>ley de talles</i> ?.	34
¿Para qué debería servir la <i>ley de talles</i> ?.	36

¿Cómo influye el no cumplimiento de la ley?	36
En los consumidores.	38
Enfermedades como bulimia y anorexia.	39
¿Qué son la bulimia y la anorexia?.	40
Causas.	42
En los comerciantes.	43
Punto de vista de diferentes marcas.	45
Marcas a favor de la ley.	46
Marcas en contra de la ley.	50
<i>Capítulo N ° 4.</i>	53
Las normas ISO.	53
El origen de las normas ISO.	53
¿Qué es ISO?.	54
¿Qué son las normas ISO?.	54
Importancia y necesidad de las normas ISO.	55
¿Quiénes usan las normas ISO?.	56
Las normas IRAM.	57
¿Qué es IRAM?.	57
El rol del IRAM.	58
Las normas IRAM en indumentaria.	60
La norma 75.300.	60
Talles para la confección, términos definiciones y procedimientos para la medición del cuerpo, norma IRAM 75.300-1.	61

Designación de talles para la indumentaria, medidas principales y secundarias, norma IRAM 75.300-2.	64
<i>Capitulo N ° 5.</i>	65
Tabla de talles.	66
¿Cómo se utiliza?.	67
¿Cumple su función?.	68
Posibles soluciones para la utilización de la tabla.	69
Consecuencias que esta modificación puede traer.	70
Conclusión.	72
Listado de referencias bibliográficas.	74
Bibliografía.	77
Bibliografía específica.	77
Bibliografía complementaria.	82

Introducción

Actualmente estamos inmersos en una sociedad donde se puede observar una importante cantidad de personas con problemas de obesidad, se puede percibir que este problema de salud no va a disminuir en la población, ya que se va incrementando rápidamente.

Cada vez son más las personas que solucionan los problemas de su vida cotidiana con la comida, hasta que se genera una especie de adicción, de la cual es difícil salir. Este problema acarrea conflictos para las personas que se ven involucradas en él. Uno de ellos, que se expondrá en el siguiente Proyecto de Grado, es la relación que tiene una persona obesa con la moda.

Se realizó un ensayo teniendo en cuenta las ventajas y las desventajas de que la ley de obesidad sea *tomada en serio*, y respetada por todos los integrantes del comercio, tanto productores como vendedores y el resto de los integrantes de este proceso, tan amplio, como lo es el mercado de la moda.

Se informará sobre los problemas e inconvenientes que tienen estas personas a la hora de realizar la compra de prendas que luego van a tener que utilizar.

Este problema afecta con mayor frecuencia a las mujeres adolescentes, las que todo el tiempo quieren verse bien y seguir con una moda que está impuesta por la sociedad, pero

no pueden ya que sus *grandes cuerpos* no se lo permiten. Entonces se sienten diferentes y discriminadas. Esto hace que les de vergüenza salir a la calle de compras, ya que una vez dentro del local de ropa se sienten diferentes al no entrar en las prendas que ahí ofrecen, y suelen aislarse y caer en problemas de alimentación.

A raíz de esto se analizará la denominada *Ley de talles*, que aún no ha sido sancionada en muchas provincias del país, pero una vez que esta sea tomada en cuenta se podrían solucionar parte de los problemas que aquejan a este sector de la población.

La *ley de talles* permitiría, que en todos los locales de moda a donde concurren personas de diferentes contexturas físicas, tengan prendas en donde puedan entrar fácilmente y no se sientan fuera del alcance de las mismas. Los talles que deben tener en cuenta los locales, varían entre el 38 y el 48.

Dentro del Proyecto serán analizadas las consecuencias del cumplimiento y el no cumplimiento de esta ley.

Se tomó en cuenta la influencia en los consumidores, en este caso que la ley no se cumpla, implica que no tengan talles a su medida y esto puede ocasionar trastornos en algunas personas, no sólo de alimentación, sino que también generan un aislamiento, una exclusión por parte de estas mismas personas de la sociedad, encerrándose en sitios donde nadie los pueda ver y percibir lo mal que se ven y se sienten.

También es importante analizar como influye esta ley en los comerciantes. Entonces se tuvo en cuenta cómo hacer para que consumidores y comerciantes lleguen a un acuerdo para que todos logren sus objetivos. Por un lado que las personas con sobrepeso tengan sitios donde poder comprarse prendas que estén dentro de lo que ellos buscan y que por el otro lado los comerciantes puedan cumplir con sus objetivos sin que esto influya en ellos.

Se analizaron los puntos de vista de algunas marcas que apoyan esta iniciativa y que la hacen respetar en sus locales, y las marcas que están en contra por los motivos anteriormente expuestos.

Para entender un poco más sobre todo esto es importante el análisis detallado de como está compuesta la tabla de talles vigente en nuestro país, como se utiliza, si está siendo bien empleada.

Para finalizar se plantearan posibles soluciones para la buena utilización de las tablas correspondientes para los talles de cada contextura física, y además se tendrán en cuenta las posibles consecuencias que las mismas puedan acarrear.

Capítulo N ° 1

La importancia de la imagen desde el punto de vista cultural

A lo largo de la historia las mujeres y los hombres se diferenciaron en la forma de hablar acerca de sus cuerpos. Si se hace un recorrido hacia el pasado, los hombres no le prestaban tanta atención a su imagen, en cambio para las mujeres, la imagen, representaba todo.

Por lo general el sexo masculino describe su apariencia con más propiedad y mayor detalle. Tienen en cuenta como son interiormente y no le prestan total atención a lo físico, se sienten bien en el momento en que pueden llevarse bien con cualquier persona y ser aceptados por eso. Esto no significa que los hombres no tengan problemas de imagen, cuando son obesos o más bajos que el resto se sienten inferiores, físicamente inadecuados.

Con el paso tiempo, también los hombres, como grupo se volvieron menos complacientes con sus cuerpos. Muchas personas del sexo masculino sienten la misma presión que las mujeres para ser atractivos.

Mary Pipher (1999) describe en su trabajo: "Una encuesta publicada en *Psychology Today* informaba de que en 1972, solo un 15 por 100 de los hombres confesaba que se sentía infeliz con su apariencia. En 1986 ese porcentaje había crecido hasta el 54 por 100." (p.37)

La mayoría de los hombres tiende a evaluar sus aspectos físicos de una manera realista, en cambio las mujeres no, siempre tienen algún aspecto para quejarse y comenzar a hacer cosas para intentar cambiarlo. Por lo general las mujeres se ven siempre más gordas y menos atractivas de cómo las ven los demás.

En el aspecto que más se fijan las mujeres es el exceso de peso, odian la grasa que tienen de más y lo consideran como un defecto que es repulsivo ante la vista de los demás. La mayoría de las mujeres a lo largo de su vida puso en práctica diferentes tipos de dietas, hasta llegaron a pasar por el quirófano para sacar esos excedentes de grasa, que según ellas no son aceptados en la sociedad actual.

En cierta medida la mujer se siente tan herida cuando se habla de su imagen corporal por que a lo largo de los años desde el comienzo de la vida de una persona a las mujeres se les inculco el tener que ser y estar siempre bellas para la mirada de los hombres, en cambio al hombre se les otorga el placer del deporte, el hecho de ser el mas fuerte, el que corre mas rápido.

Las cosas que se les va diciendo a los niños y a las niñas desde pequeños son las cosas que van a adoptar a lo largo de sus vidas para definir sus propias características corporales. Cuando se encuentran en el preescolar ya pueden describirse a si mismos, las nenas piensan que son lindas y

los nenes están orgullosos de pensar que son veloces y fuertes. Durante la escuela primaria los niños experimentan el desarrollo de sus cuerpos, tanto niñas, como niños experimentan nuevos cambios, pero al llegar la adolescencia para las mujeres se vuelve algo tedioso y feo ya que sus cuerpos cambian y cuando más bellas se quieren ver es cuando sus cuerpos reaccionan de una forma inesperada para lo que estaban acostumbradas y es cuando adquieren peso.

La psicóloga Mary Pipher (1999) comenta en su libro *hambre a la moda*, lo siguiente:

Los medios de comunicación en masa -películas, televisión, publicidad y revistas- son los principales promotores del aparentísimo de las mujeres. Las mujeres suelen ser, por lo general, jóvenes, esbeltas, sin defectos y blancas. Esas son las mujeres escogidas por los grandes hombres como compañeras. Las mujeres que no son atractivas son presentadas como gente poco atrayente, aburrida. Odiosa e incluso malvada. A menudo son objeto de chistes chocarreros, especialmente si están gordas. (p.42)

Las mujeres bellas tampoco están conformes con ellas mismas, ya que ellas creen que solo pueden ser miradas por el sexo opuesto por su belleza y no por lo que ellas son como personas, y al envejecer tienen miedo de perder su hermosura y quedar vacías, lo único que ellas tenían ya no esta más.

Cuando se abre una revista, o se prende la televisión, por lo general, aparece el tema recurrente de los últimos tiempos, la imagen, la estética, la belleza, etc.

Es algo recurrente mostrar la imagen renovada de las modelos o personas famosas, que tras costosas cirugías arman su imagen para quedar incluidas en el prototipo de belleza que la sociedad pide. *Cambiar de imagen* parece ser el imperativo de la década del noventa y este cambio suele querer decir, casi de manera excluyente, que hay que ser joven y además flaco. Maria Cristina Recasens Mladineo, (2007) escritora, afirma: "Las pautas culturales acerca del cuerpo no son realidades fijas e inmutables, sino cambiantes, y de hecho todas las épocas han tenido sus *tablas de la ley* acerca de lo que el cuerpo debía ser, usar o parecer" (p. 2).

Es necesario hacer un recorrido hacia el pasado para que se comprenda lo que sucede con el cuerpo, en especial con el femenino. Así se podrá ver que la mujer del siglo pasado también tuvo que enfrentarse a los cánones estéticos de moda que la sociedad le exigía.

Edad antigua: Grecia y Roma

Más que hablar de ellas, la antigüedad representa a las mujeres; para verlas hay que recurrir a las imágenes que adornan las casas y los utensilios. Las que allí se representan son mujeres jóvenes que realizan tareas de la vida cotidiana.

El papel principal que desempeñaba la mujer era el de lealtad a su marido, ya que en todo momento dependía de él. Las uniones en matrimonio solían ser armadas por las familias.

Además de atender al marido la mujer se encargaba de la crianza de los hijos. Cuando no se debían a las labores domesticas ocupaban su tiempo en la costura y el tejido.

El ámbito domestico es el único en el cual tenia permitido participar la mujer, pero este no es el mas valorado; el espacio publico, es ocupado exclusivamente por el hombre.

*Edad media (siglo V a XV)*__

En este periodo marcado por la inestabilidad y la lucha, la guerra era lo principal y era una actividad exclusiva de los hombres. La mujer se hacia cargo de la casa y de los hijos. Con el matrimonio el hombre adquiría poder sobre el cuerpo de la mujer. Este periodo fue duro y mal tratado con la mujer, estaba permitido que el hombre la castigara si no era respetado por ella. Las mujeres infieles a sus maridos eran metidas en conventos y a veces se las mataba.

La escritora Maria Cristina Recasems Mladineo, (2007) escribe en su libro *como resolver los conflictos que expresa nuestro cuerpo* como eran las mujeres en este periodo de la historia:

En líneas generales, la mujer debe ser perfecta en todo y tiene que estar callada, sin hacer gestos, tiene que ser tímida, sin salir de casa y sin expresar nada. El ideal de belleza consistía en ser delgado, con extremidades largas; la ropa era entallada en los brazos, apretaba debajo del busto y marcaba el vientre: el vientre prominente era símbolo de fertilidad y estéticamente resultaba muy valorado. Asimismo, la desnudez era

considerada de por sí una conducta de humillación y desalentaban el maquillaje y los adornos. (p. 11)

En este periodo un grupo de mujeres armó una acción muy importante denominado *la querelle des femmes*, consiste en un movimiento intelectual que por primera vez en la historia puso en discusión el papel que cumplía la mujer y era considerado una construcción de los hombres. Este movimiento fue catalogado como precursor del posterior feminismo. En consecuencia a esto la Iglesia comenzó una persecución de mujeres a las que denomino herejes. No podían enfrentarse a las mujeres nobles, entonces perseguían a las llamadas brujas, que eran mujeres con mucho conocimiento en la salud.

Siglos XV a XVIII

Este es un periodo de grandes cambios, donde la mujer no estaba ajena a ellos.

Como en siglos pasados se pretendía mantener a la mujer con una presencia discreta y que fuera sumisa, pero hablar de ellas empezó a ser una constante. Se empezó a discutir sobre la naturaleza de la mujer en la ciencia, en el arte y en la filosofía.

La relación entre el hombre y la mujer continuaba siendo desigual. La reforma religiosa afecto de diferente forma a las mujeres protestantes y a las católicas en el ámbito de la economía y en lo cultural. También las resoluciones políticas y sociales, las epidemias, el hambre y las guerras, hicieron

que las mujeres dejaran de lado las tareas domesticas y pasar a ser parte de la escena publica.

Hacia principios del siglo XVI se comenzó a notar un cambio en el ideal de belleza, se deja de lado la extremada delgadez que formaba parte de la Edad Media, y las mujeres empezaban a tener formas mas redondeadas, se podía distinguir una mujer mas gorda, como símbolo de placer y fertilidad. En esta oportunidad la autora Recasens, (2007) nos afirma que: "En el siglo XVI empezaron a verse muchas obras pictóricas que mostraban diferentes formas de ver el vientre femenino, como un gran misterio" (p.11). El lujo en las prendas representaba símbolo de poder. Se puso de moda la ropa y la piel blanca como símbolo de pureza.

En el siglo XVII la mujer empezó a realizar actividades que la ponían a la par con el hombre, como es de ser la equitación, o bailar alguna danza.

La mujer sufrió una división en su cuerpo con el comienzo de la utilización del corsé. Esta prenda aprisionaba a la mujer en la parte superior dejando por debajo varias capas de tela cubriendo sus piernas.

Siglo XIX

En esta época surgió un acontecimiento importante como ha de ser la *revolución industrial*. El nivel de vida fue mejorando y la población se fue modernizando poco a poco. Era un siglo donde se podía sentir que se iba hacia el progreso.

Se produce un cambio significativo para la mujer, esta se independiza y ya no es más *pertenencia* del padre o de su marido. En los inicios de la democracia la mujer no tenía permitido el voto, sosteniendo que la democracia es derecho de igualdad para todos. Por causa de esto se genera el nacimiento del feminismo.

La mujer en este periodo es un ser público y privado. Su imagen comienza a ser de gran importancia, y se empieza a tener en cuenta la belleza y la actitud. Cuanto más bella era una mujer más femenina se la consideraba.

Se desarrolla la industria de la moda y la mujer se convierte en consumidora.

La indumentaria en este periodo se volvió completamente incomoda, los corsés eran más largos y las faldas más pesadas, esto no le daba fácil movilidad al cuerpo femenino, y por encima de los hombros se usaban chalets y encajes que no permitían mover los brazos fácilmente.

A continuación la autora Lucy Johnston, (2005) define a la mujer de este periodo diciendo que:

A principios del siglo XIX se definió a las mujeres como *mitad Ángeles y mitad niñas*: criaturas débiles con nervios sensibles y pudor vulnerable, que solo podían estar felices y seguras bajo la protección de un hombre. Se admiraba en ellas la ligereza y la fragilidad físicas.
(p. 27)

Este siglo concluye con el mito de que la mujer debía ser divina y eficiente, capaz de realizar bien todas sus actividades.

Siglo XX

Este fue el siglo de las grandes guerras y revoluciones, entre ellas la primera y segunda guerra mundial, las guerras civiles, la guerra de las Malvinas y diferentes revoluciones. También se produjeron grandes cambios científicos y tecnológicos, se denominó a la *aldea global*.

La mujer crece en el ámbito laboral, cultural y político, ya no se hace tanto cargo de las actividades de la casa, como la limpieza, la comida y todo tipo de actividades domésticas.

La mujer empieza a ser un sujeto en el mundo, no se consideraba tanto el tiempo para las tareas reproductoras, sino que empezaba a tener una vida más social. La mujer se convirtió en un individuo autónomo, que tenía derechos al igual que el hombre.

La mujer pudo hacerse dueña de su cuerpo a mediados del siglo con la aparición del anticonceptivo. Ahora eran ellas las que decidían sobre si tenían o no un hijo.

En el siglo XX la imagen de la mujer se volvió cada vez más compleja y cambiaba cada vez con mayor frecuencia, más rápido que antes.

A principios de 1900, la ropa seguía la línea del cuerpo, con la llegada de la primera guerra mundial las faldas se

alargaron para permitir a las mujeres salir a la calle tranquilas.

Los dobladillos crecieron, se impuso una moda en la que mujer se vestía como hombre, en los años veinte se corto el pelo de la mujer y esto le facilito para peinarse y no perder tanto tiempo en la imagen.

Cuando llegan los años treinta el hombre tenia que tener una imagen varonil y la mujer ser muy femenina.

Entre 1945 y 1955 se sigue la línea a de hombres varoniles y mujeres femeninas, pero surge una nueva mujer que utiliza jeans y suéter, siempre fiel a la feminidad que tenia que representar.

En los sesenta de pusieron de modas las dietas, la mujer quería verse joven y delgada, se instalo un look de *mujer-niña*.

En los sesenta y los setenta hubo varios cambios en la formas de vestir de la mujer. En los ochentas, en la parte superior se usaban prendas formales, por debajo de ellas había faldas escuetas, medias finas y tacos altos. En esta época estallo el mundo *fashion* de los medios de comunicación.

Los suplementos que hacen a la moda ya no son sobre las prendas mismas, sino que se hacen sobre el cuerpo, como las siliconas, los labios con colágeno, tatuajes, etc.

Recasens Mladineo, M C, (2007) "Con nuestro cuerpo tenemos que anunciar al mundo quienes somos y nosotras siempre consideramos que deberíamos estar mejor." (p. 22).

La riqueza de una persona, surge de tener claro quien es y de aceptarse tal cual es.

La imagen corporal

La definición mas correcta sobre la imagen corporal es la de Paul Schilder, (2006) que la describe como "aquella representación que nos formamos mentalmente de nuestro cuerpo, es decir la forma como este se nos aparece" (p.37).

La correcta interpretación de los estímulos internos y la sensación de control del cuerpo van incluidas en lo que es la imagen corporal.

Cuando se logra un concepto real de la imagen corporal, es el primer paso para que pacientes con anorexia nerviosa se recuperen. Una cura larga y duradera se logra con la corrección de las distorsiones de la imagen corporal.

La distorsión de la imagen corporal son alteraciones presentadas en la relación que un individuo tiene con su cuerpo. Se puede presentar como una inadecuada percepción del cuerpo en cuanto al tamaño y su forma, como sentimientos de desvalorización y de desagrado frente al cuerpo y su imagen. Las personas con trastornos alimentarios no tienen una distorsión de la imagen corporal fija, sino una imagen

corporal incierta e inestable, y la misma puede ser definida y fortalecida.

Capítulo N ° 2

¿Qué es la obesidad?

La alimentación es una de las acciones esenciales del ser humano para poder llevar a cabo las tareas diarias de la vida cotidiana y mantener los niveles de energía del cuerpo y protegerlo de enfermedades manteniendo sus defensas altas. No es posible llevar una vida activa y sana con una comida inadecuada, ya sea por la falta de alimentos, por el exceso, o por la mala calidad de los mismos. Para poder comprender lo que es la obesidad lo principal es aceptar que se trata de una enfermedad que afecta a un numeroso grupo de la población argentina y del mundo.

Debido a los malos hábitos alimenticios, la cantidad de personas con sobrepeso aumenta cada día, trayendo consigo un importante número de complicaciones asociadas a esta problemática que ya es considerada como una enfermedad, entre ellas una vejez y muerte prematura. También hay efectos negativos de índole social y psicológica. Las personas con sobrepeso a menudo son objeto de burlas y esto conlleva a problemas emocionales no expresados fácilmente, lo cual hace que sufra dentro de sí mismo, se reprima y caiga en depresiones o en trastornos alimenticios.

Dentro de una nota que se le realizó al médico, especializado en trastornos alimenticios, Alberto Cormillot, (2008) para el diario La Nación este afirma que "la obesidad es una enfermedad crónica que aumenta significativamente las probabilidades de desarrollar complicaciones como diabetes tipo 2, cáncer y enfermedades cardiovasculares: es la segunda causa de muerte prevenible después del cigarrillo" (s/p). Esta enfermedad se caracteriza por el exceso de grasa en el organismo y se presenta cuando el Índice de Masa Corporal (peso dividido por el cuadrado de la altura) en el adulto, es mayor de 30 unidades.

La obesidad, para el médico, es un estado patológico. Sólo puede ser definida con referencia al estado normal. Se establece comúnmente esta referencia sobre la base del peso del sujeto o, más exactamente, de la relación entre peso y talla. Pero aquí surgen nuevas dificultades. El peso es un valor complejo, pues el término obesidad, en su acepción común, ciertamente legítima, designa esencialmente la acumulación excesiva de grasa en el organismo.

En el pasado se consideraba como saludables a las personas con sobrepeso, sin embargo, actualmente, luego de numerosas investigaciones realizadas se sabe que la obesidad es una enfermedad, y que tiene múltiples consecuencias en nuestra salud.

Según investigaciones realizadas por expertos la obesidad puede ser catalogada en diferentes tipos:

La obesidad se clasifica en dos tipos: central o androide y periférica o impide. La primera es la más grave y puede conllevar importantes complicaciones patológicas. La obesidad central localiza la grasa en el tronco y predispone a sufrir complicaciones metabólicas (especialmente la diabetes tipo 2 y las dislipemias). La obesidad periférica acumula el depósito de grasa de cintura para abajo y produce problemas de sobrecarga en las articulaciones. (2008, Madrid)

Esta enfermedad es una amenaza para la vida, es una enfermedad progresiva y crónica de proporciones epidémicas que afecta a gran parte de la población. Es uno de los problemas más comunes asociado al estilo de vida actual.

La obesidad y el sobrepeso son graves problemas que suponen una creciente carga económica sobre los recursos nacionales. Afortunadamente se puede prevenir en gran medida si se introducen los cambios adecuados en el estilo de vida.

Esta enfermedad afecta en varios aspectos la vida social de las personas que la sufren ya que se sienten y efectivamente son discriminados por el resto de la sociedad a parte de reflejar una imagen alejada de los estereotipos aceptados por la sociedad.

Como consecuencia de lo expuesto estas personas tienen una baja autoestima que las hace caer en un círculo vicioso del cual les es muy difícil salir.

Trae aparejado con ella problemas de diabetes mellitus tipo II, alteraciones metabólicas, problemas respiratorios, problemas digestivos, problemas sexuales, problemas psicológicos y problemas sociales.

Son numerosas las razones por las cuales los participantes del programa televisivo *Cuestión de peso* patrocinado por Alberto Cormillot hicieron campañas frente al Congreso de la Nación pidiendo que se votara a favor de *la ley de obesidad* N° 26396. Luego de reiteradas convocatorias Senadores y Diputados se pusieron de acuerdo para sancionar esta ley que resulta un logro muy importante para la sociedad argentina ya que la citada ley pretende apaciguar el problema mediante campañas donde se informe a la gente y se la concientice que está en juego su vida.

Esta ley entre otras cosas pretende, educar a los jóvenes desde pequeños realizando campañas educativas que se incorpora a las escuelas desde niveles iniciales. La venta de productos sanos en los quioscos de las escuelas es obligatorio desde la sanción de la ley.

Con las nuevas pautas de esta ley se está yendo hacia un nuevo camino donde los cambios pueden ser notorios si es

respetada, los cambios dentro de la sociedad pueden ser satisfactorios en un lapso medio de tiempo, incorporando hábitos saludables en las nuevas generaciones.

Las causas de la obesidad

La obesidad es el resultado del consumo de una cantidad de calorías mayor que las que el cuerpo utiliza. Al alimentarse una persona no es consciente de las calorías que ingiere "el concepto de caloría se refiere a una unidad de energía, la cual puede encontrarse almacenada en los alimentos que consumes o en tu cuerpo" (www.alimentacionsana.org, 2008) pero el problema mayor no está en cuanto se ingiere sino en que si éstas calorías no son eliminadas mediante actividad física se acumula grasa en el cuerpo produciendo riesgos importantes en la salud de las personas.

Hay diversas causas que pueden ser motivos de la obesidad de una persona, influyen factores genéticos, económicos, psicológicos entre otros.

Los factores genéticos son aquellos factores que se heredan de la familia, la influencia genética contribuye en un 33 por ciento aproximadamente al peso del cuerpo, pero esta influencia puede ser mayor o menor en una u otra persona en particular.

Los factores socioeconómicos influyen fuertemente en la obesidad. En algunos países la obesidad es más del doble

entre las personas de nivel socioeconómico bajo que entre las de nivel más alto. El motivo por el cual los factores socioeconómicos tienen una influencia tan poderosa sobre el peso de las personas no se entiende por completo, pero se sabe que las medidas contra la obesidad aumentan con el nivel social. La parte de la población que pertenece a grupos de un nivel socioeconómico más alto tiene más tiempo y recursos para hacer dietas y ejercicios que les permiten adaptarse a estas exigencias sociales.

Otra de las causas de la obesidad pueden ser los factores psicológicos, los trastornos emocionales, se consideran actualmente como una reacción a los fuertes prejuicios y la discriminación contra las personas obesas. Uno de los tipos de trastorno emocional, la imagen negativa del cuerpo, es un problema grave para muchas mujeres jóvenes obesas. Ello conduce a una inseguridad extrema y malestar en ciertas situaciones sociales.

Factores relativos al desarrollo: un aumento del tamaño o del número de células adiposas, o ambos, se suma a la cantidad de grasas almacenadas en el cuerpo. Las personas obesas, en particular las que han desarrollado la obesidad durante la infancia, pueden tener una cantidad de células grasas hasta cinco veces mayor que las personas de peso normal. Debido a que no se puede reducir el número de células, se puede perder

peso solamente disminuyendo la cantidad de grasa en cada célula.

Actividad física: la actividad física reducida es probablemente una de las razones principales para el incremento de la obesidad entre las personas de las sociedades opulentas. En algunas, los Estados Unidos, por ejemplo, la obesidad es hoy dos veces más frecuente que en el año 1900, aun cuando el término medio de calorías consumidas diariamente ha disminuido un 10 por ciento. Las personas sedentarias necesitan menos calorías. El aumento de la actividad física hace que las personas de peso normal coman más, pero puede que no ocurra lo mismo en las personas obesas.

Otra de las causas frecuentes en esta problemática son los fármacos. Ciertos fármacos utilizados frecuentemente causan aumento de peso, como la prednisona (un corticosteroide) y muchos antidepresivos, así como también muchos otros fármacos que se utilizan para curar los trastornos psiquiátricos.

Ley N° 26396 ó ley de obesidad

En Argentina, la primera persona en plantear la necesidad de una ley que contemplara las necesidades de las personas con problemas de sobrepeso fue en el año 1989 por el doctor Alberto Cormillot, especialista en la salud. Durante estos años surgieron diferentes proyectos para poder combatir esta

problemática que fueron unificados en el año 2007 en la comisión de salud del Senado.

En el año 2006 surgió un programa televisivo, *Cuestión de peso* que fue conducido por Andrea Politti, en el cual se trataba el problema de la obesidad. Mediante este programa se comenzó a realizar una gran campaña mediática para lograr la sanción de la *ley de obesidad*.

En noviembre de 2007, el Senado había dado media sanción al proyecto y lo había enviado a Diputados, que en junio último realizó modificaciones. Entre ellas, eliminaba la inclusión de la bulimia y anorexia nerviosa como trastornos alimentarios, así como un artículo que obligaba a advertir sobre el riesgo del consumo excesivo de productos con azúcar en publicidades y promociones de los mismos.

La aprobación de la *Ley de trastornos alimentarios* marcó un antes y un después en la sociedad Argentina y en la historia de la obesidad.

Este acontecimiento, fue histórico, ya que es la primera vez que un programa de televisión logra semejante objetivo, "significa un avance enorme que esta enfermedad que causa la muerte de cuarenta mil personas por año comience a estar dentro del sistema de salud" (Doctor Alberto Cormillot, 2008).

Finalmente el día trece de agosto de 2008 fue sancionada esta polémica ley y sus artículos más importantes serán detallados a continuación:

Artículo 1° – Declárase de interés nacional la prevención y control de los trastornos alimentarios, que comprenderá la investigación de sus agentes causales, el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades vinculadas, asistencia integral y rehabilitación, incluyendo la de sus patologías derivadas, y las medidas tendientes a evitar su propagación.

Artículo 3° – Créase el Programa Nacional de Prevención y Control de los trastornos alimentarios en el ámbito del Ministerio de Salud, que tendrá por objeto:

a) Instrumentar campañas informativas relativas a los trastornos alimentarios, en particular:

1. Sobre las características de los mismos y de sus consecuencias;

2. Sobre sus aspectos clínicos, nutricionales, psicológicos y sociales y de las formas apropiadas e inapropiadas de su tratamiento;

3. Sobre el derecho y promoción de la salud, y sobre los derechos del consumidor;

Artículo 10. – La autoridad de aplicación deberá tomar medidas a fin de que los anuncios publicitarios, y que los diseñadores de moda, no utilicen la extrema delgadez como símbolo de salud y/o belleza, y ofrezcan una imagen más plural de los jóvenes, en particular de las mujeres.

(Ley N° 26.396)

La problemática de ser obeso

Las problemáticas de ser obeso son numerosas, dentro de ellas se pueden nombrar las siguientes complicaciones: diabetes mellitus tipo II, alteraciones metabólicas, problemas respiratorios, problemas digestivos, problemas sexuales, problemas psicológicos, problemas sociales, mortalidad, suicidio.

La obesidad es un problema social y es el producto de ocultar problemas no asumidos a través de la comida, la persona obesa es discriminada por la sociedad de muchas maneras. Esto muchas veces lleva al obeso a tomar decisiones inadecuadas y hasta hubo casos en los que obesos llegaron a pensar en quitarse la vida.

Durante mucho tiempo la obesidad en la argentina fue concebida como consecuencia de un problema alimentario y no como una enfermedad en sí misma, esto hizo que el sistema de salud no la considerara como tal, luego de años de espera y de reiterados intentos por parte del doctor Alberto Cormillot, para que el senado tomara en cuenta la *ley de obesidad*, ley N° 26.396, la misma fue sancionada. Esta nueva ley obliga a las prepagas y obras sociales a financiar los tratamientos por obesidad, bulimia, anorexias y a equipar sus instalaciones médicas para hacer frente a la problemática de los obesos.

Más allá de los trastornos físicos que ocasiona esta enfermedad, la persona obesa tiene problemas para relacionarse, para encontrar indumentaria adecuada para vestirse, para aceptar su figura frente a un espejo, para valorarse y sentirse valorados, para encarar una actividad física, para sentarse, muchas veces para atarse los cordones de los zapatos y para muchas otras pequeñas cosas que sólo ellos viven y sufren en el día a día. Todo esto conduce a posibles trastornos psicológicos.

Ya el ámbito de la indumentaria la sociedad no *acompaña* a las personas con esta enfermedad, nada está pensado en función de las personas obesas, todo está orientado a las personas estéticas:

“Esta problemática de los talles, aunque parezca mentira, tiene mucho que ver con la globalización. Hasta la década del ochenta la ropa de los negocios en la Argentina era provista por una industria textil nacional; entonces vos encontrabas en las casas de ropa para mujeres desde el talle cuarenta y dos, hasta el talle cuarenta y ocho, que era bastante amplio. Cuando empezó toda la importación de la ropa y se cerró la industria textil nacional, la ropa que llegaba del exterior, venía en talles más chicos, y a partir de ahí se empezaron a comprar estas cuatro medidas (S, M, L, XL) que en realidad no representan aquellos viejos talles, el large en los negocios de ropa para chicas, apenas llega al cuarenta y dos de la vieja medida de talles. Son francamente muy chicos; y nosotros somos una población que, mayoritariamente, desciende de mujeres españolas e italianas que tienen cuerpos un poco más

grandes, que suelen tener más busto, más forma y ya con eso no entrás en muchos de estos talles. (María Carmen Banzas, 2006)

Con medidas estándares y acordes a lo que dicta la moda, todo está orientado a lo que produce más dinero que son los modelos que se ven en las pasarelas y que no es tan fácil encontrar en la vida real.

La problemática dentro de un local de moda

La problemática aquí se podría observar en la imagen que quiere tener la marca de moda. Es evidente que en la sociedad actual donde todo pasa por los ojos, una marca de indumentaria no le va a interesar que sus prendas se vean reflejadas en gente obesa, ya que los diseñadores y productores de estas prendas consideran que es algo antiestético.

También hay que tener en cuenta a la sociedad misma, una adolescente flaca no le gustaría ver por la calle a una persona obesa con la misma marca que ella utiliza. Es cruel, pero es la realidad misma que se vive en estos días.

En el momento en que una persona obesa tiene que comprarse ropa, muchas veces es atendido por vendedores/as que miran al obeso de mala forma, haciéndolo sentir incomodo y no le pregunta siquiera si necesita algo, luego el obeso se acerca para preguntarle sobre alguna prenda que encontró en el percheros y le gustaría comprarse, pero en ese momento el

vendedor/ra le pregunta si buscaba esa prenda para su talle y cuando este le responde que si lo miran mal diciéndole que en ese momento no tienen nada para su talle, y que no saben si en algún momento le va a entrar mercadería para él.

La Asociación de Mujeres en Igualdad recorrió locales de ropa en Shopping Unicenter y en el barrio de San Isidro y encontraron las siguientes falencias:

Los talles tienen las más diversas denominaciones (talle único, talle 1-2-3-4, Small, Medium, Large, talles 19, 21, 26, 28, 37) y a menudo los/as empleados/as no saben definir sus equivalencias en las normas IRAM;

2. Las etiquetas identificatorias no tienen las medidas corporales;

3. En la mayoría de los locales sólo tienen hasta el talle 42. En algunos declaran no trabajar el 48. En otros sólo tienen en exhibición los talles 1 y 2 que consideran talles *standard*;

4. A veces la numeración induce a engaño: por ej. se marca una prenda como talle 46 cuando sus dimensiones corresponden a un 42;

5. En ningún local observamos una referencia visible a la falta de stock de los talles grandes. (http://www.mujiresenigualdad.org.ar/1_programas_Inicio.htm, 2008).

Ser obeso en la sociedad actual

La obesidad es una enfermedad, que se va incrementando con diferentes factores e introducen a las personas dentro de un círculo vicioso del cual no les es sencillo salir.

Entre las causas de la obesidad se pueden mencionar factores como genéticos y metabólicos, pero además de estos también se presentan las características del individuo, el estilo de vida que lleva y las conductas que uno adquiere dentro de la propia familia.

En la sociedad existe un mensaje contradictorio. Por un lado, se fomenta el sedentarismo y el consumo de locales de *comida rápida*, los cuales no tienen los alimentos más saludables del mercado, y esto incrementa a la obesidad cada vez en edades más tempranas.

Contrarrestando esto están los valores superficiales que se exigen, como la belleza y un cuerpo perfecto, reflejados en el noventa por ciento de las publicidades de moda, de cosméticos y diversos productos, las modelos siempre son *perfectas*, estos aspectos parecen tomar mayor importancia que la honestidad, el respeto y el talento.

Cuando una persona obesa se encuentra entre esta contradicción, no sabe cual es el camino que lo lleve a la solución de su conflicto, entonces espera que haya un cambio externo, que los demás lo hagan por el, y esto es algo que no sucede. Entonces continúan sintiéndose rechazados y excluidos.

La sociedad es la que hace que el trastorno de estas personas sea cada vez peor, el enfermo se refugia en si mismo pensando que no lo aceptan, y así sigue cayendo en la depresión.

A medida que el peso sube, van apareciendo otros síntomas peligrosos, como el aislamiento social, la falta de autoestima, la dependencia, etc. que inducen a la persona a la resignación y negación de su estado. El enfermo no es consciente de su situación, no se acepta y no cree que deba cambiar algo, así se protege del daño de verse y saberse enfermo.

Capítulo N ° 3

Ley N° 12.665 ó ley de talles

¿Qué es la ley de talles?

Hace ya varios años que se esta a causa de esta polémica ley, con la finalidad de que sea sancionada y respetada por la sociedad Argentina, para que las personas con problemas de obesidad puedan ser tomadas en cuenta. En varias provincias del país esta ley esta vigente desde años anteriores, pero no es respetada.

La misma fue reglamentada en la provincia de Buenos Aires el 21 de diciembre de 2005, conocida como la ley N° 12.665 ó ley de talles.

Esta ley fue fundamentada en que el estereotipo de belleza creado por la sociedad remarca la belleza femenina en las mujeres jóvenes y delgadas, y los medios de comunicación difunden cada vez con mayor fuerza modelos y estereotipos que no se asemejan a la contextura física de la mayoría de las personas a las que van dirigidos. Fomentando a que la gente consuma productos que no les entran, y llevando así a que muchas adolescentes terminen eligiendo un mal camino y caigan en trastornos alimenticios como lo son la bulimia y la anorexia. La Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (Aluba) respalda esta ley:

"La moda de los talles cada vez más chicos genera obsesión por adelgazar. La ley sirve no tanto para que haya talles grandes, sino para que los talles normales se estandaricen. Cuando a la gente con tendencia a trastornos en la alimentación no le queda el pantalón de cierta marca, en lugar de cambiar de etiqueta o de talle, busca adelgazar. Es una locura que existan los XS, e incluso los XXS. Son situaciones de consumo patológicas." (Roberto Eguía, 2006)

La denominada *ley de talles* dice lo siguiente en su primer artículo:

Artículo 1.- A partir de los doscientos cuarenta (240) días de promulgada la presente Ley, los comercios que vendan ropa de mujer, deberán tener en existencia todos los talles correspondientes a las medidas antropométricas de la mujer adolescente, de las prendas y modelos que comercialicen y ofrezcan al público. (Ley N° 12.665, 2003)

Lo que se pretende con esta ley es que los comerciantes exhiban en sus locales prendas de todas las tipologías en venta en todos los talles correspondientes desde el 38 hasta el 48.

Continúan exponiendo en el artículo N° dos lo siguiente:

"Artículo 2.- Aquellos comerciantes que no den cumplimiento a lo dispuesto en los artículos anteriores se les impondrá

una multa y en casos de incumplimientos reiterados, se dispondrá la clausura de hasta cinco (5) días del establecimiento o local comercial.” (Ley N° 12.665, 2003)

¿Para qué debería servir la ley de talles?

El objetivo de esta ley debería es asegurar que en todos los locales de modas se encuentren disponibles talles para todo tipo de mujeres adolescentes.

También supone ser un aporte para luchar contra enfermedades psicológicas como la bulimia y la anorexia ya que hay situaciones en donde las jóvenes al ver que no entran en prendas de ciertos locales de ropa comienzan una carrera contra su cuerpo para bajar de peso, con el objetivo de usar esas prendas que tanto añoran.

El principal objetivo de esta ley es el cuidado de la salud de las mujeres de nuestra sociedad.

¿Cómo influye el no cumplimiento de la ley?

En una sociedad de consumo, como en la que vivimos, son inexplicables ciertas situaciones por las que deben pasar los usuarios que tienen características particulares y que, aún así, siguen siendo personas con derechos que no merecen ser tratadas de manera discriminatoria.

A pesar de que no deberíamos convivir con las normas que nos impone el sistema, que excluye a ese sector de la sociedad que no tiene una cara bonita o lo que ellos consideran un

buen aspecto físico, continuamos comprando modelos falaces. Los programas de TV, las publicidades y las revistas nos venden falsos ejemplos de lo que en verdad debe ser un cuerpo sano y en forma.

Muchos individuos no pueden darse el lujo de pasear por el centro, mirar ropa y elegir lo que más les guste, por el simple hecho que deben estar sometidos a la cantidad de talles que los diseñadores prefieran fabricar.

Entonces, el no cumplir esta ley puede influir de diversas maneras, puede traer consecuencias psicológicas en los consumidores, que se ven molestos y desilusionados cuando van en busca de prendas que estén a la moda y que no pueden tener acceso a ellas por que no hay talles que les entre. Las personas se ven afectadas y disgustadas cuando esto les sucede, se sienten discriminadas, por eso es que se plantea la aplicación de una ley que haga cumplir y respetar la igualdad para todas las personas.

Otro punto de vista es el de los productores, que se ven afectados en su producción, ya que no tienen libre expresión de realizar los productos que desean y de la manera que ellos desean. Al implementar esta ley también se ven perjudicados en el consumo de materiales, ya que al tener que realizar talles más grandes tendrán que gastar más material en realizarlos.

A continuación se detallaran los conflictos desde ambos puntos de vista, intentando plantear las necesidades y las soluciones que proponen un sector y el otro para si poder llegar a un acuerdo entre los dos.

En los consumidores

La mayoría de las marcas se opusieron a la Ley de Talles con la justificación del costo de producción para tener el stock de todos los talles requeridos por la norma.

Pero unas pocas, y hasta la Cámara de Industrial de Indumentaria, reconocieron que la generación de las prendas de talles grandes, con medidas para personas con sobrepeso afectaba su imagen y marketing, "traicionando" a sus clientes actuales.

Lo cierto es que la mayoría de las personas, y las mujeres sobre todo, desean estar vestidas con la tendencia del momento y los modelos que imponen las marcas más prestigiosas. Pero la mayoría de estas no presentan prendas como una gran parte de la sociedad lo requiere, entonces quedan excluidas de sentirse cómodas con algo que realmente les satisfaga, y sin poder tener acceso a todas las marcas.

Cuando una mujer decide salir a comprar ropa, tiene que atravesar por diversas situaciones. Cuando se dirigen a un local de ropa, lo que suele pasar es no encontrar el talle deseado, y esto hace poner incómoda a la consumidora y al mismo tiempo a la empleada que esta vendiendo el producto. Se

enoja con la clientela por no tener lo que ellas están buscando.

Otro de los problemas a los que se enfrentan es que hay lugares que venden ropa para el talle que buscan las clientas, pero esa ropa no las satisface, ya que no está a la moda, parece ropa diseñada para gente mayor, con colores oscuros y sin detalles, ropa básica.

En una nota realizada por el diario Minuto Uno, una adolescente cuenta su experiencia, al salir de compras y no conseguir nada que le entre o le guste, Victoria dice:

En mi caso, hace más de un año y tres meses que no voy a comprarme nada, porque la última vez que salí no conseguí lo que a mí me gustaba. Pasaron tres meses que empecé con la dieta y hasta que no adelgace lo suficiente no voy a ir a probarme ropa porque no quiero decepcionarme. En algunas ocasiones me largaba a llorar. (14/12/2006)

Enfermedades como bulimia y anorexia

La bulimia y la anorexia son conocidas a nivel mundial como enfermedades que afectan a gran porcentaje de jóvenes, fundamentalmente mujeres. La última cifra conocida en Argentina por La Asociación de Lucha Contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA) que ha recibido ya a más de 20.000 personas, asegura que una de cada diez adolescentes posee este trastorno alimenticio. Y pone como punto crítico a los comerciantes y productores de indumentaria, como influyentes de estos trastornos generados en jóvenes consumidores, que

realizan un esfuerzo por entrar en las prendas de las marcas mas prestigiosas o reconocidas, que están de moda, o que están destinadas a adolescentes.

Es cierto que la moda en sí no causa la bulimia o la anorexia, la ropa de moda o la comercialización exclusiva de talles pequeños impuestos por las marcas más reconocidas e imponentes, y la identificación de las modelos como mujeres perfectas son factores que estimulan el crecimiento de esos trastornos.

Bajo la presión de *estar a la moda*, intentan ser usuarios de marcas, en las que al entrar a sus locales, se encuentran avergonzadas por no tener prendas de sus talles. Esto genera culpa y humillación por sentirse fuera del status estético aceptado por la sociedad. Se enfrentan a vendedoras que responden a la imagen estética de la marca, al rechazo de la necesidad o deseo de vestir las prendas que utiliza la mayoría y a la exposición frente a las demás personas presentes en el local.

¿Que son la bulimia y la anorexia?

Los trastornos alimentarios de bulimia y anorexia, son las alteraciones más comunes de la conducta en el acto de comer. Aunque se refiere al acto de comer no tiene relación directa con la comida. Su raíz está en el miedo a vivir y a crecer. Las señales más claras de estas enfermedades se descubren a

través de: el Rechazo a mantener el peso corporal por edad y talla lo que ocasiona una pérdida importante de peso.

Las pautas culturales han determinado que ser delgada es sinónimo de éxito social. Adolescentes y mujeres jóvenes están sometidas a intensas y profundas presiones para cambiar su figura corporal, impulsada por el deseo de imitación de modelos y personajes mediáticos o motivada por la publicidad comercial. La bulimia y la anorexia pueden ser consideradas como un síndrome de falla en la adaptación al medio social, que intenta ser compensada mediante una serie de comportamientos patológicos vinculados a la alimentación y a una preocupación excesiva por el propio cuerpo, ligados a dichos factores de presión sociocultural. Las padecen ambos sexos entre los 12 y los 30 años, pero predomina en el sexo femenino en un 95%.

A la bulimia y a la anorexia nerviosa se llega siempre por el camino de la dieta. La bulimia se caracteriza por la ingesta exagerada de alimentos (atracones, comilonas) en breves tiempos, seguida de conductas para evitar la hiper ingesta, como vómitos autoinducidos, ejercicios físicos enérgicos, ayuno, abuso de laxantes y diuréticos.

Por su parte, la anorexia se caracteriza por la negación a ingerir alimentos, presentando una notoria pérdida de peso

asociada con miedo a la gordura, al percibir distorsionadamente la propia imagen corporal.

Causas

Las causas que llevan a enfermedades como la bulimia y la anorexia son variadas, puede deberse a factores biológicos, genéticos, psicológicos, familiares y socioculturales.

Los factores biológicos y genéticos, tienen que ver con que al llegar a una determinada edad, el cuerpo de los jóvenes comienza a cambiar y esto hace que aumente el tejido adiposo, aumentando así su peso. Esta situación lleva a comenzar con diferentes tipos de tratamientos para bajar de peso y terminan cayendo en este tipo de problemas.

Los factores Psicológicos, por lo general se presentan en jóvenes que tienen una autoestima baja, no se valoran a si mismos. Por lo general son personas introvertidas, muy perfeccionistas y obsesivas.

Los factores familiares, tienen que ver con que en la adolescencia los jóvenes desarrollan independencia y autonomía, como modo de preparación para su independencia, la separación de sus familias puede ser un golpe fuerte para los mismos. Las alteraciones familiares que impiden este proceso evolutivo son un factor importante en estas enfermedades. Suele haber sobreprotección, pegoteo, rigidez. Se describe a la madre como una figura a menudo dominante y a un padre distante.

Los factores socioculturales indican, cuando las adolescentes y mujeres jóvenes están sometidas a intensas y profundas presiones para cambiar su figura corporal. Los medios de comunicación enfatizan la relación entre la delgadez y el éxito. Los talles de la ropa para jóvenes son cada vez más reducidos. Las presiones socioculturales en adolescentes vulnerables pueden contribuir a la aparición de un trastorno como defensa contra las realidades atemorizantes de esta etapa.

En los comerciantes

Pese a que hace más de dos años los comercios de ropa de mujer de la provincia de Buenos Aires fueron exigidos a vender prendas de todos los talles para las adolescentes, esa obligatoriedad no se está cumpliendo ya que hubo protestas de diversas cámaras industriales que se opusieron a la medida. Ahora buscan flexibilizar la norma para que la nueva reglamentación comience a regir.

Desde que comenzó el proyecto de ley de talles, la industria textil ha puesto resistencia ante la obligación de tener stock de talles de todas sus prendas a la venta.

La industria textil se resiste a cumplir con la denominada Ley de Talles bonaerense, que obliga a los comercios de ropa para adolescentes a tener en stock todas las medidas de los modelos que están a la venta. Aunque la Provincia iniciará los controles a partir de diciembre, los empresarios adelantaron que no tienen

previsto modificar las líneas de producción y preparan un reclamo judicial contra la normativa porque la consideran inconstitucional. (Diario Clarín 09/09/2005)

Alegando la vulnerabilidad de la lealtad comercial y la libertad del comercio, los comerciantes mantienen su postura afirmando que existen comercios dedicados a la producción específica de indumentaria de talles grandes, por lo que no existe discriminación, y que el estado no puede obligarlos a realizar una producción que luego no podrán vender.

La Cámara Industrial de Indumentaria justifica la oposición con la explicación de que un pantalón talle 60 lleva implícito un consumo de tela que es el doble de un talle 30, dejando en claro uno de los mayores motivos de el enfrentamiento con el estado por la ley, como lo es el gasto mayor de producción.

Además, sostienen que la ley perjudica directamente a los pequeños y medianos productores (Pymes) y a pequeños emprendimientos, que se verán afectados económicamente, quedando fuera del mercado, por la incapacidad de llegar a realizar la producción de todos sus modelos en los talles que exige el estado, por clausura o multas de gran valor.

Desde sus inicios en el año 2001, la ley tuvo una complicada existencia, que llevó a que su reglamentación se llevara a cabo recién en el año 2005, para luego ser suspendida, por recursos judiciales presentados por la Cámara Textil, la

Unión de Comercio, Industria y Producción y la Cámara de Confeccionistas.

A pesar del plazo que tuvieron los organismos vinculados a la industria, los comerciantes y distribuidores, la ley continúa siendo rechazada con los mismos alegatos presentados hace más de siete años.

En la provincia de Buenos Aires, esta ley rige desde fines del año 2007, pero siguen presentándose inconvenientes para que los comercios posean las correspondientes medidas antropométricas exigidas. Para los fabricantes, parece imposible de llevar a cabo el pedido de un completo stock de talles en sus prendas.

Punto de vista de diferentes marcas

La "ley de talles" enfrenta a dos sectores: por un lado, los empresarios textiles y la Cámara Argentina de la Industria Indumentaria, que están totalmente en contra de la reglamentación de la misma, porque sostienen que el Estado está interviniendo en un asunto que no le compete, y al mismo tiempo, perjudicando su negocio.

¿Dónde está la libertad de expresión?", se preguntó Pablo Sonne, gerente general de Rever Pass una empresa de indumentaria masculina. "Cada productor debe tener la libertad de diseñar la colección que crea a su gusto. Es una cuestión que tiene que ver con la ley natural de la oferta y demanda ya que no hay ningún productor que va a

conspirar contra su propio negocio (diario Minuto Uno, 14/12/2006).

Por el otro lado, organismos gubernamentales como la Dirección Provincial de Comercio, y organismos no gubernamentales, como la Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA), son fieles promotores de esta reglamentación y exigen su cumplimiento, ya que creen que sería para hacer un bien a personas que se sienten discriminadas por el resto de la sociedad, que no pasa por el sufrimiento que tienen que pasar ellos cuando salen en búsqueda de prendas con colores y que estén a la moda.

Por ahora es sólo un ir y venir de acusaciones y opiniones encontradas. El sector textil todavía no ha recurrido a la Justicia ni presentado recursos de amparo.

Marcas a favor de la ley

Los que piensan que esta ley es una buena medida opinan que a través de esta medida se busca combatir la discriminación de las mujeres que no "entran" en los talles que hay en el mercado y evitar que se sigan extendiendo enfermedades como la bulimia y anorexia. Aquí, opinan representantes de ALUBA y de la Dirección provincial de Comercio. El Estado quiere asegurar la estandarización de los talles en todas las marcas de indumentaria para jóvenes adolescentes y promueve la inclusión junto a la etiqueta con la marca, de un pictograma con la indicación del talle y su valor en centímetros según las normas IRAM.

“Es una ley que regula las relaciones comerciales entre el consumidor y el productor”, afirma la directora provincial de Comercio Ana Serrano, porque “los consumidores tienen derecho a un trato digno y a la información sobre lo que compran”.

Además, Serrano asegura que reciben muchas quejas de mujeres que tienen un cuerpo normal pero que, sin embargo, no consiguen prendas que les entren. “Se requiere que los negocios de mujer tengan del talle 38 al 48, no pedimos talles especiales”, asegura y explica que como no hay normalización de talles cada empresa marca con medidas distintas, por eso se solicita la estandarización en el sector de la indumentaria.

Consultada acerca de la posición de los empresarios textiles, quienes creen que el Estado se inmiscuye en un terreno que le es ajeno, y hay quienes opinan que el que crea que su derecho está vulnerado debería ir a la justicia a presentar su queja.

La Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA) fue una de los principales promotores de este movimiento. Mabel Bello, su fundadora, relata lo difícil que es la situación de las adolescentes cuando van a comprar ropa.

Una chica que es muy jovencita y no tiene formada su identidad toma de la televisión y las pasarelas los modelos culturales que le ofrece esta cultura. Su principal preocupación es ser aceptada y, aunque sea una

chica normal, cuando entra a un negocio debe enfrentarse a la tan terrible frase para vos no hay, dice Bello.

Frente a la duda de si esta normativa podrá aplicarse satisfactoriamente, Bello asevera: "La aplicación de la ley dependerá de la conciencia de quien la aplique", por lo que dejó en claro que los empresarios textiles deberían reconocer la necesidad de una regulación en el mercado del vestido.

Hay marcas que defienden su local como por ejemplo Paula Liarte, diseñadora de Awada, que cuenta que en sus locales siempre tuvieron talles amplios, y saca a relucir sus modelos del 38 al 48, como indica la ley. "Tenemos talles reales, no para escuálidas. El talle 1 tiene 94 centímetros de cadera. La ley de talles no nos perjudicó", afirma. (2006, Buenos Aires).

Se nombraron diferentes locales donde las personas que tienen características diferentes van a comprar ropa. Entre estos se nombraron la marca Shamor, Indígena, 26 Yardas, Urbano, Amuleto, en locales de la galería Sao.

También se implementó la utilización de nuevos maniqués que salieron al mercado, que ya no tienen las medidas estándar de todos los maniqués que se conocían hasta el momento, sino que representan la silueta de una adolescente que su figura va más allá del 90-60-90, tiene una silueta que se asemeja a la realidad de una gran parte de la población que hasta el momento había sido excluida. Esto hace que la gente comience

a sentirse bien y no discriminada, pudiendo tener acceso a prendas que antes no tenía.

Hay gente que cree que estos nuevos maniquíes se ven raros, más allá de que reflejen la realidad de nuestro país, Argentina, donde cada vez es mayor el número de personas obesas.

Levi's también asegura ajustarse a la norma. "Tenemos cuatro talles de arriba y cinco de pantalones. Continuamos con la marcación americana, pero agregamos una etiqueta con las equivalencias y medidas que indica la ley", dice Carolina Gadano (2006, Buenos Aires), gerente de marketing. Al talle 28 de Levi's corresponde el 38 que pide la ley, 82-60-86 centímetros, y el talle más grande es el 32, que es el 48 (102-80-104). La tabla también se exhibe en un portarretratos, al lado de la caja, en cada uno de los locales.

Tales como estos locales, cada vez más se suman a esta iniciativa que propone la ley, sea por empezar a comprender a la sociedad o por no verse perjudicados teniendo que pagar una multa no deseada.

Vitamina es otra marca que dice sostener la amplitud de percheros. Esta marca realiza nueve talles de pantalones. Pero esto no es suficiente, ya que también deberían tener variedad de talles en las prendas que corresponden a la vestimenta superior.

Marcas en contra de la ley

En la Cámara Argentina de la Industria Indumentaria defienden el derecho del empresario, su autonomía de establecer a qué consumidor apunta y su libertad para responder a la demanda de sus clientes. Y los dueños de las marcas y los diseñadores opinan que cada mujer debe adaptarse a las reglas del mercado.

Los empresarios textiles y la Cámara de la Indumentaria afirman que es inconstitucional que el Estado interfiera, es un negocio privado.

Héctor Kolodny, director ejecutivo de la Cámara, considera que la Ley de Talles "es una disposición incumplible porque nadie va a fabricar productos que no va a vender" y entiende que "la gente tiene una variedad de alternativas para poder vestirse satisfactoriamente".

Según él, que el Estado interfiera "es entrar en temas que son inherentes a las decisión del empresario, que es el que tiene la libertad de establecer a qué consumidor apunta".

Kosiuko es una de las marcas líderes en el mercado de adolescentes y una gran referencia a la hora de definir el estilo de las jóvenes de hoy.

Aníbal Terra, uno de sus responsables, cree que en el mercado hay diversidad, por lo que el consumidor puede elegir su producto. "Kosiuko hace un estilo de ropa para un determinado grupo de gente, pero todos pueden entrar y elegir", dice,

pero aclara "nuestro público no compra talles grandes y los talles chicos de jean vuelan".

Con respecto a si esta normativa funcionará, Terra puntualizó: "Si es viable, será malo para las empresas".

Cora Groppo fue una de las marcas precursoras a la hora de instalar su local en Palermo Hollywood. Ramiro López Serrot, dueño de la firma, cree que Cora Groppo "es una empresa privada que trata de ofrecer un producto a sus clientes", y explica que "los talles responden a una realidad del mercado, cuando fabrico lo hago de acuerdo a la realidad del mercado que tengo".

También, reconoce que a pesar de contar con tres o cuatro talles por artículo, en su público hay más mujeres medianas que grandes por lo que confecciona más talles en base a esa tipología, que son mayoría.

A cerca de la Ley de Talles, López Serrot se muestra reacio a toda ingerencia del Estado en actividades privadas y es muy contundente a cerca de la satisfactoria aplicación de la regulación: "El poder de fiscalización que tiene el Gobierno es nulo, no lo van a poder hacer, hay otros ámbitos para atacar la discriminación".

Entre las marcas hay diferentes posturas. "La idea de que exista la ley es buena, pero está mal instrumentada. Es inaplicable -opina Federico Bonomi, dueño de Kosiuko-. Hicimos talles más grandes, pero nunca se vendieron. Por eso,

terminamos por fabricar lo que se vende" (2006, Buenos Aires), apunta el empresario enrolado en las ideas que defiende la CIAI. Rever Pass se opone a la medida: "No se puede perder la libertad de trabajo, porque dejamos de ser un país democrático. Esto puede partir de un acuerdo, pero no de una obligación -se enoja Pablo Sönne, al frente de la firma-. Esta ley implica un costo enorme de infraestructura, moldería, tizado, facturación y materias primas, y se trasladará al consumidor. Somos los primeros en querer satisfacer al mercado, pero cada uno tiene su especialidad: ropa de moda, básicos y talles grandes" (2006, Buenos Aires).

Capítulo N ° 4

Las normas ISO

Origen de las normas ISO

El organismo británico *British Standard Institution* ha sido la fuerza impulsora de las normas destinadas a administrar sistemas de aseguramiento de calidad.

Los conceptos en que se basan las modernas normas de aseguramiento de calidad son similares a los que utilizaban los artesanos años atrás, en la antigüedad. Es decir, primero se tomaban el tiempo para planificar sus tareas, una vez concluida esa etapa desarrollaban las herramientas que iban a utilizar, luego obtenían sus materias primas, cuando se aseguraban de tener todo lo necesario se realizaban los trabajos deseados y por último se verificaban sus resultados. Si estos eran óptimos, los pasos anteriores habían sido correctamente realizados, sino había que buscar la falla y comenzar nuevamente la tarea, para obtener mejores resultados.

La necesidad de utilizar normas de calidad se hace presente a mediados del siglo XIX cuando comienza a desarrollarse la producción en masa. Esto hacía que la competencia sea cada vez más alta entonces había que diferenciar los trabajos realizados por una u otra empresa, ya que si a la vista dos productos podían parecer lo mismo, pero cuando fueran

utilizados, se comprobaba la eficacia de uno y del otro no, entonces, la empresa quería ser reconocida. Esta era la forma más simple de realizar un estudio de calidad.

¿Qué es ISO?

Es una Organización Internacional para la Estandarización, ISO por sus siglas en inglés (International Organization for Standardization) es una federación mundial que agrupa a representantes de cada uno de los organismos nacionales de estandarización (como lo es el IRAM en la Argentina). Tiene como objetivo desarrollar estándares internacionales que faciliten el comercio internacional.

Cuando las organizaciones tienen una forma objetiva de evaluar la calidad de los procesos de un proveedor, el riesgo de hacer negocios con dicho proveedor se reduce en gran medida, y si los estándares de calidad son los mismos para todo el mundo, el comercio entre empresas de diferentes países puede potenciarse en forma significativa.

Durante las últimas décadas, organizaciones de todos los lugares del mundo se han estado preocupando cada vez más en satisfacer eficazmente las necesidades de sus clientes.

¿Qué son las normas ISO?

"Las normas ISO son un conjunto de normas relacionadas entre sí, son normas genéricas, no específicas que permiten ser usadas en cualquier actividad ya sea industrial o de servicios." Dr Añasco

La importancia de la aplicación de las normas ISO para el desarrollo e implementación de sistemas de aseguramiento de la calidad radica en que son normas prácticas. Por su simpleza han permitido su aplicación generalizada sobre todo en pequeñas y medianas empresas.

Las normas ISO brindan el marco para documentar en forma efectiva los distintos elementos de un sistema de calidad y mantener la eficiencia del mismo dentro de la organización.

Estas aseguran

Importancia y necesidad de las normas ISO

Los sistemas de aseguramiento de la calidad más antiguos tenían mucho en común y en años recientes los países, más que las empresas, decidieron constituir sus propios modelos de normas para productos y servicios.

Cada país, estimuló sus negocios locales para que se utilizaran estos modelos cuando estableció sistemas de aseguramiento de calidad.

La desventaja estaba en que no se podía garantizar que la calidad tal como se definía en un país, se adecuara a los requerimientos del otro. Por este motivo se comenzó a adoptar en muchos países modelos de normas de estilos similares a estas.

La importancia de la aplicación de las normas ISO para el desarrollo e implementación de sistemas de aseguramiento de la calidad radica en que son normas prácticas, no normas

académicas. Por su sencillez han permitido su aplicación generalizada sobre todo en pequeñas y medianas empresas.

Siendo la calidad hoy uno de los factores esenciales de la competencia en cualquier actividad, se ha generado la necesidad de implementar sistemas normalizados de aseguramiento de la calidad. Las normas ISO brindan el marco que permite evaluar razonablemente por parte de terceros la efectividad del sistema.

El aseguramiento de la calidad de los productos y servicios en los mercados internos e internacionales es hoy factor decisivo en la subsistencia de las empresas.

¿Quiénes usan las normas ISO?

Empresas de todo el mundo, grandes y pequeñas, así como organizaciones dedicadas a la educación, a la salud y todo tipo de servicios desarrollan su sistema de calidad en base a las normas ISO.

Las empresas saben que este es el camino para abrir nuevos mercados y mejorar su competitividad, por que el certificar su calidad por medio de estas normas los hace más fuertes.

En el sector de la indumentaria las normas ISO son utilizadas por los productores y vendedores. En nuestro país estas normas están representadas por el IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación) que es una asociación civil que no tiene fines lucrativos, y fue constituida en el año 1935.

Las normas IRAM

¿Qué es IRAM?

IRAM, es el Instituto Argentino de Normalización y Certificación, es una asociación civil sin fines de lucro, constituida como tal en 1935.

A los dos días del mes de mayo de 1935, se celebró la Asamblea Constitutiva del IRAM, Instituto Argentino de Racionalización de Materiales. Para su creación concurrieron, en carácter de Miembros Fundadores, representantes de los diversos sectores entonces interesados en el objetivo de aglutinarse en una institución independiente, que sirviera como instrumento para desarrollar las normas técnicas que requería un país en pleno crecimiento como la Argentina de aquellos años.

El IRAM se constituyó como el primer organismo de normalización que se fundó en toda Latinoamérica, el tercero de América, después de la American Standards Association de los EEUU, fundada en 1928 y de la Canadian Engineering Standards Association del Canadá, fundada en 1931, y en el vigésimo quinto en el mundo.

Es dirigido y administrado por un Consejo Directivo, cuyas principales funciones son las de ejecutar las resoluciones de las Asambleas, velar por el cumplimiento del Estatuto y los Reglamentos de IRAM.

El Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) es una asociación civil sin fines de lucro, cuyas finalidades específicas, en su carácter de organismo Argentino de Normalización, son establecer normas técnicas, sin limitaciones en los ámbitos que abarcan, además de propender al conocimiento y la aplicación de la normalización como base de la calidad, promoviendo las actividades en las empresas para brindar seguridad al consumidor. Normas iram en indumentaria 2000,pagina 3 .

El rol del IRAM

A través del Decreto del Poder Ejecutivo Nacional N° 1474/94 se creó el Sistema Nacional de Normas Calidad y Certificación, regulando así las actividades de normalización y de evaluación de la conformidad dentro del ámbito estrictamente voluntario. Este Sistema está estructurado a partir de un Consejo Nacional de Normas, Calidad y Certificación, integrado por representantes de las diversas áreas del gobierno nacional convocados por la autoridad de aplicación de este Decreto, la Secretaría de Industria, Comercio y Minería de la Nación (SICyM). Este organismo cuenta con la asistencia de un Comité Asesor del que participan los representantes de todos los sectores no gubernamentales involucrados.

Inmediatamente debajo de este nivel de decisión política se encuentran los dos organismos operativos encargados de realizar la gestión de todo el sistema:

- El organismo de normalización (IRAM)

- El organismo de acreditación (OAA)

El primero se encarga de centralizar el estudio y aprobación de normas técnicas, base esencial de todo sistema nacional de calidad, y, el segundo, está a cargo de la acreditación de los organismos de certificación, de los laboratorios de ensayo y de calibración, y de los auditores, para lo cual debe seguir pautas de evaluación basadas en las recomendadas en las guías ISO/IEC correspondientes.

A comienzos del año 1995 la SICyM suscribió un convenio con el Instituto Argentino de Normalización (IRAM) por el cual se lo designó como Organismo Argentino de Normalización, a los fines de la aplicación del Decreto 1474/94.

A los efectos de cubrir la protagónica posición del Organismo Argentino de Acreditación dentro del esquema creado por el Decreto 1474/94, se fundó, a inicios del año 1996, el OAA, bajo la forma de una asociación civil sin fines de lucro. Sus reglamentaciones para la acreditación de organismos de certificación, laboratorios y auditores se corresponden con lo indicado por los organismos internacionales de normalización en sus guías (ISO-IEC). Este trascendente hecho da la oportunidad de lograr acuerdos de mutuo reconocimiento con organizaciones de características similares en otros países, con lo cual se lograría que una única certificación otorgada en la Argentina sea reconocida en otros países del mundo.

Dentro de este Sistema Nacional el IRAM interviene en los tres niveles:

- en el nivel 1 como Miembro permanente del Consejo Nacional de Normas Calidad y Certificación;
- en el nivel 2 como Organismo Argentino de Normalización;
- en el nivel 3 como uno de los Organismos de Certificación

Las normas IRAM en indumentaria

Como se explico anteriormente las normas IRAM se realizaron con el fin de brindarles a los consumidores la mejor calidad y seguridad dentro de los productos que fueran a consumir en los locales a los que acuden habitualmente, obteniendo una normalización en los mismos. Estas normas en el sector de indumentaria, dentro de lo que a talles se refiere, se extienden entre la 75.300 hasta la 75.309.

Dentro de ellas se explica como deberían ser tomadas en cuenta las mediciones del cuerpo humano para clasificar los talles de las diferentes prendas a realizar.

La norma 75.300

Esta norma se compone de dos partes, la primera, 75.300-1 que se la conoce con el siguiente titulo *Talles para la confección, términos definiciones y procedimientos para la medición del cuerpo*, y en la segunda parte, la norma 75.300-2 se puede encontrar *Designación de talles para la indumentaria, medidas principales y secundarias*.

Talles para la confección, términos definiciones y procedimientos para la medición del cuerpo, norma IRAM 75.300-1

Esta norma se va a encargar de definir las medidas corporales necesarias que hay que tener en cuenta para la confección de prendas y tener talles con medidas reales. Además va a especificar un procedimiento normalizado para la medición del cuerpo.

Va a ser necesaria la explicación de los siguientes términos para poder comprender los elementos que se analizan en esta norma:

Medida de contorno: Se denomina medida del contorno a aquellas mediciones realizadas sobre el cuerpo humano, expresadas en centímetros, sobre las que se van a construir un sistema de talles y con esta se podrá asignar a un usuario, una prenda adecuadamente dimensionada.

Pictograma normalizado: Se denomina pictograma normalizado a un símbolo pictórico que se utiliza para indicar la posición de las medidas del contorno correspondientes sobre un cuerpo.

Pictograma modificado: Se denomina pictograma modificado a aquel pictograma normalizado en el cual se muestra la posición de los senos con dos arcos invertidos para indicar la posición de la medición de control del contorno no del contorno de bajo busto.

A continuación se detallaran las medidas que según la norma IRAM 75.300-1 son necesarias para la correcta aplicación de las mismas durante la confección de una prenda.

Para comenzar es necesario medir el contorno de la cabeza, para la tomar la medida correcta de la misma es necesario colocar un centímetro encima de las orejas de la persona a la cual se le están tomando las medidas.

A continuación se toma la medida del cuello. Esta medida se va a medir de la siguiente forma, primero hay que ubicar la posición en la que se encuentra la denominada *nuez de Adán*, cuando la misma es localizada se miden dos centímetros por debajo de ella y se contornea el cuello al nivel de la séptima vértebra cervical.

Luego es necesario el contorno del tórax, también llamado contorno de busto. Este se mide sosteniendo el centímetro por debajo de las axilas, pasando por las tetillas o pezones. La medición del contorno de bajo busto se realiza de la misma forma que la anterior colocando el centímetro por debajo del busto.

El contorno de la cintura se toma a partir de la parte superior de los huesos de la cadera (cresta ilíaca) y las costillas inferiores. En esta medición la persona tiene que continuar con su respiración normal.

A continuación del contorno de cintura se debe realizar la medición del contorno de cadera. Esta se debe realizar

colocando el centímetro de forma horizontal alrededor de las nalgas teniendo en cuenta medir a la altura donde tengan mayor circunferencia.

Se denomina altura a la distancia vertical del cuerpo de un individuo, se mide partiendo desde la parte superior de la coronilla de la cabeza hasta la parte inferior de los pies, en una posición recta parado contra una pared.

Cuando ya se realizaron todas las mediciones principales se continúa con la medición de las extremidades, brazos, manos, piernas y pies.

El brazo se tiene en cuenta a partir de la parte inferior de la axila hasta la muñeca, antes de que comience la mano. La mano se mide a partir de la muñeca hasta donde concluye el dedo anular que es el mas largo.

Las piernas se miden por la parte interna, desde el cavado hasta el tobillo. Por ultimo se miden los pies desde el tobillo, midiendo sobre el empeine hasta donde termina el dedo gordo que es el mas largo del pie.

Para la correcta realización de las dimensiones del cuerpo se utilizan diferentes aparatos, el pie de medición es un o de ellos, denominado antropómetro. Este consiste en una regla graduada en centímetros, esta montada verticalmente con un brazo movable, denominado cursor.

Otro elemento que se utiliza para estas mediciones es un centímetro, consiste en una cinta flexible que contiene la

medida en centímetros y permite realizar las mediciones alrededor del cuerpo permitiendo medir el contorno con mayor facilidad que cualquier regla recta.

Con todas las mediciones mencionadas anteriormente, realizadas correctamente, se pueden hacer prendas con medidas reales de personas reales, teniendo en cuenta que a cada persona le corresponde un talle diferente según su contextura física.

Designación de talles para la indumentaria, medidas principales y secundarias, norma IRAM 75.300-2

“El propósito principal de esta norma es el establecimiento de un sistema de designación de talles que pueda ser utilizado por los fabricantes, para indicar a los consumidores (de forma sencilla y directa y significativa) las medidas del cuerpo de la persona a la que pertenece esta medida corporal”. (Norma IRAM 75.300-2, año 2000, Pág. 5).

Este sistema de designación de talles está basado en las medidas del cuerpo y no en las medidas de las prendas que están reservadas a los modelistas y a los fabricantes que se ocupan de toda las cuestiones relativas al estilo, al corte y a otros elementos de la moda.

Medida principal: es aquella medida del cuerpo medida en centímetros que debe utilizarse para designar el talle de una prenda para el consumidor.

Medida secundaria: es aquella medida del cuerpo expresada en centímetros que se utiliza adicionalmente para designar el talle de una prenda.

Medida de la taza: es la diferencia que hay entre el contorno del bajo busto y el contorno del busto.

Capítulo N ° 5:

A continuación se analizará la tabla de tallas vigente, en Argentina, con sus medidas correspondientes y la correcta forma de utilizarla.

Esta tabla se ha modificado a lo largo de la historia con el cambio de la figura de la mujer.

En la actualidad se tienen en cuenta medidas pequeñas en la confección de prendas, que abarcan a un sector reducido de la población, excluyendo a personas que tienen más centímetros que los que figuran en cualquier tabla de medidas disponible. Para revertir esta situación se tendría que cambiar la tabla de tallas actual por una que incluya medidas más grandes, que sean reales, y que representen a las mujeres de la sociedad Argentina, sin tener que estar buscando un estereotipo de belleza que sea extremadamente delgado.

La tabla de tallas tiene que adaptarse a las mujeres y no las mujeres a la tabla de tallas, por que cuando esto sucede, es cuando comienzan las dietas y la extrema exageración femenina por conseguir un talle cada vez mas pequeño, sufriendo trastornos en la alimentación que traen serios problemas psicológicos.

Tiene que producirse un cambio en la sociedad para que esto sea tomado realmente como un problema serio.

Tabla de talles

Talles de Mujer Pecho			Cintura	Cadera
Talle	Talla	Cm	Cm	Cm
34	S	85 - 87,5cm	64 - 67 cm	90 - 92 cm
36	S	88 - 90 cm	68 - 70 cm	93 - 96 cm
38	M	90,5 - 92,5 cm	70 - 72,5 cm	96,5 - 99 cm
40	M	93 - 96 cm	73 - 75 cm	99,5 - 102 cm
42	L	96,5 - 99 cm	76 - 78 cm	102,5 - 105 cm
44	L	99,5 - 103 cm	79 - 82 cm	106 - 109 cm
46	XL	104 - 107cm	83 - 86 cm	110 - 113 cm
48	XXL	107 - 110 cm	87 - 90 cm	114 - 119 cm
50	1W	110 - 114 cm	91 - 94 cm	120 - 124 cm
52	2W	115 - 123 cm	95 - 99 cm	125 - 130 cm

Tabla de talles femenina. Marta Fernández (2006)

La tabla de talles es un elemento fundamental en el momento de la confección de prendas de modas, ya que en ella se basan las medidas de las prendas a confeccionar.

Sería importante que en todos los locales de moda, la tabla que se utilice fuera la misma para que no existan los inconvenientes que suceden en la actualidad, de no encontrar coincidencias en los tamaños de los talles entre las distintas marcas de indumentaria.

Un buen inicio es que se pusieran de acuerdo para que en toda la Republica Argentina se utilizaran las mismas medidas para la confección de la ropa.

Una iniciativa que fue tomada es la siguiente "Fabricantes y comerciantes deberán elaborar, exhibir y vender prendas desde el talle 38 al 48. Se suprimen las definiciones S, M, L y XL,

para incluir el número del talle y su equivalente en centímetro." (Mónica Galmarini, 2005, Buenos Aires.) Algo que aun en muchos locales no entro en vigencia ya que a ellos no les convienen estos métodos.

Aun que esta ley, que ya esta vigente en Argentina, no se cumpla, es necesario que los locales comprendan talles más grande que estos, teniendo cantidades limitadas de los productos de mayor tamaño y la cantidad que ya venían trabajando del resto de los talles.

¿Cómo se utiliza?

Para determinar las medidas más precisas la persona debería estar en una pose elevada y erguida, relajada y dejando los brazos estirados con las palmas de las manos hacia las piernas. Hay que mantener la cinta métrica ajustada pero sin apretar, y medir paralelo al suelo. Las formas de medir que se indican deben ser usadas como guía general para obtener el talle correspondiente.

Para medir el pecho, para poder obtener el talle indicado para una camisa, remera, campera, traje, la medida se va a realizar justo por debajo de los brazos en el punto más ancho del pecho, para así poder tener una medida precisa.

En la medición de la cintura la medida debe ser tomada a la altura de la cintura natural para la mayoría de los modelos de pantalón. Para los modelos de tiro bajo se medirá un poco

más abajo de la cintura, esto sería a la altura de la primera cadera y luego de la segunda, para poder tener una medida más exacta. Para medir la cadera simplemente hay que medir el contorno del cuerpo aproximadamente 10 cm. por debajo de la cintura, tomando el perímetro de la parte más externa de la cadera.

Luego se mide la entrepierna que se mide desde la ingle hasta el calzado y luego su contorno.

Una vez realizada la medición de las medidas del cuerpo se puede realizar una prenda que le vaya bien a la persona que fue medida. Se puede obtener su talle.

¿Cumple su función?

La tabla de talles cumple correctamente su función si es bien utilizada.

Es esencial para la realización de cualquier tipo de prendas de vestir.

La forma más efectiva de realizar una prenda y que al usuario le quede bien es armando prendas a medida, pero en este caso no se tienen en cuenta las medidas de la tabla de talles, ya que cada persona es única y tiene sus propias dimensiones.

Entonces la tabla es utilizable solo para locales que tienen las medidas predeterminadas.

Posibles soluciones para la utilización de la tabla de talles

La propuesta planteada es la de la realización y suma de una nueva tabla de talles, a la tabla ya existente, que comprenda medidas realistas de figuras que se ven a diario por la calle.

Desechar las diferentes maneras de etiquetar a las prendas realizando una única numeración que comprenda el número del talle, con dos cifras, que abarque como mínimo desde el talle 44 y como máximo el 58 obligatoriamente.

Eliminar también cualquier otro tipo de etiquetamiento, como el que incluye letras, que comprenden las siguientes S, M, L, XL, Y XXL.

La nueva tabla comprende los siguientes talles y las siguientes medidas, tomadas en centímetros:

Talles de Mujer	Pecho	Cintura	Cadera
Talle	Cm	Cm	Cm
44	99,5 - 103 cm	79 - 82 cm	106 - 109 cm
46	104 - 107cm	83 - 86 cm	110 - 113 cm
48	107 - 110 cm	87 - 90 cm	114 - 119 cm
50	110 - 114 cm	91 - 94 cm	120 - 124 cm
52	115 - 123 cm	95 - 99 cm	125 - 130 cm
54	120 - 126 cm	100 - 104 cm	130 - 135 cm
56	125 - 129 cm	105 - 109 cm	135 - 140 cm
58	130 - 132 cm	110 - 114 cm	140 - 145 cm

Integrando esta tabla con sus respectivos talles a todos los locales de moda actuales, al menos a las marcas mas reconocidas y mejor posicionadas, en el mercado, las jóvenes y mujeres elegantes tendrían acceso a poder vestirse cómodamente sin tener que buscar en cantidades de locales prendas que sean acorde con lo que ellas quieran y poder verse bien.

El sector adolescente se frustra mucho en el momento de ir de compras y no conseguir lo que ellas quieren en el talle que le vaya cómodo.

En cada local tendría que acordarse una cantidad mínima de productos en talles grandes, para satisfacer a este sector de la sociedad, y los talles mas pequeños determinarlos según la salida de cada marca.

Si estos nuevos talles tienen buena venta, se propondría mayor cantidad.

Consecuencias que esta modificación puede traer

Las consecuencias que pueden resultar de la aplicación de esta nueva tabla, puede ser tanto positiva, como negativa.

Seria beneficiosa para las personas que tienen sobrepeso y no encuentran sitios para comprar prendas de vestir con las cuales puedan sentirse cómodos y estar a la moda.

Sería un gran avance para la sociedad integrar a este sector que se siente tan excluido, al mismo tiempo se podrían realizar publicidades con figuras reales, ya que se estaría ofreciendo un producto nuevo, armar campañas publicitarias acorde con lo que se venderá.

Los comerciantes pueden o no estar de acuerdo, con la aplicación de la tabla.

En algunos casos apoyarían esta idea ya que al llegar a un sector mayor de la población, tendrán más ventas. Pero se puede refutar esta idea con el costo en materiales.

La implementación de esta tabla, tal vez no ayude directamente a disminuir la cantidad de casos que se generan y crecen cada año, pero sería sin duda una gran colaboración para los tratamientos de las personas con dichas enfermedades.

Conclusiones

A partir de todo lo expuesto anteriormente se pueden sacar varias conclusiones. Si bien la propuesta contribuye soluciones para un sector de la sociedad que se siente excluido, también aporta nuevas tareas para el sector encargado de la producción de estos nuevos productos.

Para los principales beneficiados con la ampliación de las tablas de talles, que serán las personas con sobrepeso, habría talles especiales de los artículos inexistentes hasta el momento para ellos, pero si para el resto de la sociedad. Esto eliminaría uno de los factores mas importantes de la exclusión de las personas obesas, seria la oportunidad de redescubrirse utilizando nuevas prendas a las que nunca tuvieron acceso: rendas que tengan diseño y estén a la moda, con colores que las realcen y las hagan bonitas y atractivas, para dejar atrás las prendas apagadas.

En cuanto a los productores y comerciantes de indumentaria, habría que analizar dos circunstancias ligadas dichas tareas: por un lado la influencia que tendrían los talles a sumar en las curvas de talles de cada producción y la demanda de mayor cantidad de materia prima promedio por prenda; y por otro

lado la investigación de los nuevos productos para incorporar a un nuevo mercado sin explorar, y la falta de certeza acerca de los resultados que se puedan obtener en las ventas de esta producción.

Sería un proyecto realizable, si la suma de las partes involucradas en los procesos llegaran a un acuerdo, y lograran ejecutar sus tareas con compromiso y conciencia, teniendo en cuenta que sería un proyecto que beneficiaría a quienes forman parte de él, tanto a industrias y comercios como a una gran parte de la sociedad.

Listado de referencias bibliográficas

Añasco, J C. (S/F). *Preguntas y respuestas acerca de las normas ISO*. Buenos Aires. Disponible en:
<http://www.pilar.com.ar/industrias/temasgenerales/normas.htm>

Asociación de lucha contra la bulimia y la anorexia. (S/F).
¿Qué es la bulimia y la anorexia?. Buenos Aires. Disponible en: <http://www.aluba.org/aluba/fr-aluba.html>

Balza, N. *Para que la moda no deje a nadie afuera*. Santa Fe: Diario El Litoral.

Bär N. (2008). *Un proyecto que ya sancionó el Senado*.
Expertos cuestionan la ley de obesidad. Buenos Aires: Diario La Nación.

Debesa, F. (2005). *Las fábricas ya confeccionaron toda la línea de la moda primavera- verano*. Buenos Aires: Diario Clarín.

Digital medicine. (2008) Madrid. Disponible en:
www.dmedicine.com

Fernández, M. (2006). *Tabla de talles de mujeres*. Buenos Aires. Apuntes cátedra de taller de modas II._

Galmarini, M. (2005). *Vida cotidiana: es una ley de la provincia de Buenos Aires*. Buenos Aire: Diario Clarín.

Johnston, L. (2005). *La moda del siglo XIX en detalle*, Barcelona: G.G. moda.

Ley 12.665 (de talles)- Reglamentación. (2005) Buenos Aires. Disponible en: <http://www.redcame.org.ar>

Ley 26.396 (de trastornos alimenticios)- Reglamentación. (2008) Buenos Aires. Disponible en: http://www.saludyderecho.com/site/sec_ques.php

Mujeres En Igualdad elabora un informe sobre la Ley de Talles. (2008). Buenos Aires. Disponible en: <http://www.mujaresenigualdad.org.ar/>

¿Qué es IRAM?. (S/F). Buenos Aires. Disponible en: <http://www.iram.org.ar/>

Recasens Mladineo, C. (2007). *Cómo resolver los conflictos que expresa nuestro cuerpo: lo que el espejo realmente nos dice*, (1ªed.). México D.F: Pax México.

Rigoni, L. (2007). *Tabla de talles de hombres*. Buenos Aires. Apuntes cátedra de taller de modas IV.

Zacharías, M. P. (2006). *La ropa de las chicas bonaerenses aún no se define*. Buenos Aires: Diario La Nación.

Bibliografía

Bibliografía específica

Añasco, J C. (S/F). *Preguntas y respuestas acerca de las normas ISO*. Buenos Aires.

Disponible en:

<http://www.pilar.com.ar/industrias/temasgenerales/normas.htm>

Balza, N. (2005) *Para que la moda no deje a nadie afuera*.

Santa Fe: Diario El Litoral.

Bär, N. (2008). *En Cámara de Senadores, por unanimidad*

Aprobaron la ley de obesidad. Buenos Aires: Diario La Nación

Bär, N. (2008). *Un proyecto que ya sancionó el Senado*.

Expertos cuestionan la ley de obesidad. Buenos Aires: Diario La Nación.

Cerutti, P. (1999). *La mutación de los cuerpos*, Buenos Aires.

Croci, P. (2000). *Los cuerpos dóciles: hacia un tratado sobre*

la moda, Buenos Aires: La marca.

Debesa, F. (2005). *Las fábricas ya confeccionaron toda la línea de la moda primavera- verano*. Buenos Aires: Diario Clarín.

Digital medicine. (2008) Madrid. Disponible en:
www.dmedicine.com

Erner, G. (2005). *Victimas de la moda: como se crea, por que la seguimos*, (1°ed.). Barcelona: G.G. moda.

Fernández, M. (2006). *Tabla de talles de mujeres*. Buenos Aires. Apuntes cátedra de taller de modas II._

Galmarini, M. (2005). *Vida cotidiana: es una ley de la provincia de Buenos Aires*. Buenos Aires: Diario Clarín.

Gobierno de la ciudad de Bs. As. (S/F). *Salud, bulimia y anorexia*. Argentina, Buenos Aires. Disponible en:
<http://www.argentina.gov.ar/argentina/portal/paginas.dhtml?pagina=149>

Intentan combatir a la bulimia y la anorexia desde la ley de talles. (2005). Disponible en:
<http://bulimiayanorexia-3000805.asp>

Johnston, L. (2005). *La moda del siglo XIX en detalle*,
Barcelona: G.G. moda.

Ley 12.665 (de talles)- Reglamentación. (2005) Buenos Aires.
Disponible en: <http://www.redcame.org.ar>

Ley 26.396 (de trastornos alimenticios)- Reglamentación.
(2008) Buenos Aires. Disponible en:
http://www.saludyderecho.com/site/sec_ques.php

Ley de talles: "Sabemos que la ley no se cumple", advierten desde ALUBA. (2007) Paraná.

Lopez Blanco, A. (2004). *El cuerpo tiene la palabra*, (1°ed.).
Buenos Aires: Robin Book.

Mujeres En Igualdad elabora un informe sobre la Ley de Talles. (2008). Buenos Aires.

Disponible en: <http://www.mujeresenigualdad.org.ar/>

Para Cormillot, la ley es "muy buena y moderna", pero no alcanza. (2008) Buenos Aires. Disponible en:

http://www.drcormillot.com/adelgazarhoy/nota_adgh_120803_complicaciones.php

Pipher, M. (1999). *Hambre a la moda: el infierno de los trastornos de la alimentación*, Barcelona: Grijalbo.

¿Qué es IRAM? (s/f). Buenos Aires. Disponible en:

<http://www.iram.org.ar/>

Quercitti, M. (2001). *Los modelos corporales del discurso publicitario*, Buenos Aires.

Recasens Mladineo, C. (2007). *Cómo resolver los conflictos que expresa nuestro cuerpo: lo que el espejo realmente nos dice*, (1ªed.). México D.F: Pax México.

Rigoni, L. (2007). *Tabla de talles de hombres*. Buenos Aires. Apuntes cátedra de taller de modas IV.

Schefer Faux, D. (2006). *La belleza del siglo. Los cánones femeninos en el siglo XX*, (1ªed.). Barcelona: G.G. moda.

Schilder, P. (1977). *Imagen y apariencia del cuerpo humano*, Buenos Aires: Paidós.

Tabak, M. (2000). *La belleza como adicción: cambios en la valorización de la belleza a través de la historia*, Buenos Aires.

Tabla de medidas. (2007). En el gran libro de clarín de la moda y la costura. Buenos Aires. Diario Clarín.

Traversa, O. (1997). *Cuerpos de papel.* Barcelona: Gedisa editorial

Talles, una ley sin medidas. Buenos Aires. Disponible en:
[http://www.pagina12.com.ar /diario/sociedad/](http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/)

Un intento para salir del estereotipo de belleza que pondera la flacura extrema. (2006). En Revista "La Ventana". Buenos Aires.

Wasylyk Fedyszak, M S. (2006). *En un mes de vigencia pocos comerciantes la cumplen*

Zacharías, M. P. (2006). *La ropa de las chicas bonaerenses aún no se define.* Buenos Aires. Diario La Nación.

Bibliografía complementaria

Asociación de lucha contra la bulimia y la anorexia. (s/f).

¿Qué es la bulimia y la anorexia?. Buenos Aires.

Disponible en: <http://www.aluba.org/aluba/fr-aluba.html>

Digital medicine. (2008) Madrid. Disponible en:

www.dmedicine.com