

Crónica



Ropa digital es la nueva tendencia de moda

Gracias a píxeles y programas de filtros, ahora cualquiera puede exhibir un lujoso vestido, en un entorno idílico, luciendo –además– una cintura de avispa, caderas excepcionales y una piel libre de imperfecciones. Y todo lo anterior con “cero” impacto sobre el medio ambiente.

Isabel Frías
 Periodista U.C.

Si nuestros lectores tienen preocupación por la acumulación de basura y los efectos del cambio climático, la pandemia les ha dado buenos frutos culturales: Tras casi dos años de emergencia sanitaria, el mundo ha experimentado cambios pequeños pero significativos y que quedan en evidencia en áreas y mercados impensados. Una de esas nuevas instalaciones conceptuales es la moda y sobre todo aquella que es utilizada como un recurso virtual, con impacto prácticamente “cero” sobre el planeta y muy efectivo como placer psicológico. Existen buenas analogías o ejemplos para explicar el fenómeno. Dos de ellos son la socialité estadounidense Kim Kardashian y la artista Jennifer López, quienes aparte de millonarias, ahora solo requieren manejar muy bien los filtros que usan en todas sus redes sociales y el resultado que el público ve es sencillamente espectacular, porque allí son mujeres que se aprecian delgadas, sin celulitis y perfectamente

maquilladas sobre una piel envidiable, donde no hay imperfecciones. Tampoco pecas, manchas ni menos arrugas.

ASUNTO DE PÍXELES

Los llamados influencers son los primeros en reconocer el avance de la llamada “ropa digital”, ésta que ya no requiere telas especiales, ni menos hilos o proceso de confección ya que se elabora gracias píxeles y programas computacionales de última generación. Dicho de manera simple, la moda digital hace camisas, vestidos, pantalones, accesorios, pero nada es tangible ni involucra materias primas. Con estos nuevos recursos, los clientes simplemente “visten” su ropa digital a través de la llamada Tecnología de Realidad Aumentada (TRA) y mediante fotografías que son generadas por aplicaciones que –automáticamente– genera el celular o el computador. Lo más llamativo es que el origen parte en los juegos en línea, que hacia el inicio del presente siglo usaron los nativos digitales nacidos al inicio de la década del ‘90 y que

están en torno a los 30 años y se identifican bajo el rótulo de “generación millennials”, donde cabe mucha gente... incluso el presidente chileno recién electo, Gabriel Boric, estirando la cuerda.

“MÁS ÉTICO...”

Para entender el alcance de esta industria –fraguada por décadas, a fuego lento– se considera que el mercado de “skins” de los videojuegos mueve cantidades siderales de millones de dólares entre fanáticos, cuyo pasatiempo favorito es participar de juegos como “Fortnite” donde compran atuendos personalizados o “skins” para sus avatares, que son los personajes o Alter Ego o representación digital de uno mismo. Actualmente, los diseñadores están abocados a crear piezas de moda digital lo más realistas que se pueda, con la idea que las personas las utilicen como forma de expresión personal. El testimonio de uno de estos profesionales resulta revelador: Dhanush Shetty es un gerente de 22 años que vive



en San Francisco, a quien comprar moda digital le resultaba extraño “al principio, pero que también era más fácil y barato, además de que se sentía más ético que comprar ropa nueva en el mundo real”, grafica. Con la moda virtual no hay lavado, ni uso de detergente,

menos de agua y tampoco hay que reciclarla, porque esos atuendos no integran el ciclo biológico del desecho. ¿Qué mejor?

TEXTO FOTO 1. (KIM KARDASHIAN):

¿Alguien puede creer que así es Kim Kardashian en la vida real? **TEXTO FOTO 2. (AVATAR DE ROPA DIGITAL):** Los atuendos digitales no tienen impacto sobre la basura ni el entorno. **FOTO 3. (JENNIFER LÓPEZ):** Con filtro y sin filtro.