

 **“La Moda Infantil como Problema Social”**

**Guzmán Hernández R. S.1**

1 Estudiantes del 7º cuatrimestre de la licenciatura en diseño de modas en la Universidad Vizcaya de las Américas campus Tepic.

**Cortés Soriano X.2**

2 Profesor de la Universidad Vizcaya de las Américas campus Tepic.

**Área: Ciencias sociales y humanidades, Diseño de Modas Universidad Vizcaya de las Américas, campus Tepic. UVA Tepic, Nayarit, México C.P. 63000 Tel: (311) 213 69 00 E-mail:** **informes@uva.edu.mx** **rebksarahi7@gmail.com**

**Resumen**

Esta investigación consiste en la búsqueda y propuesta de solución de la problemática actual de la moda que se comercializa para niños con el fin de proteger física y mentalmente a los infantes. Lo anterior debido a que los parámetros antes establecidos se han roto; y la sociedad no se ha preocupado por darle la importancia que merece, poniendo en riesgo su integridad.

Como objetivo se realizara una investigación sobre la semiótica y la manera en la que todos los elementos influyan sobre el diseño. Para comenzar con la inspiración de diseños para niños

La metodología de la investigación es de tipo mixta, los aspectos que determinan las características sobre los problemas que son presentados en los niños a causa de su participación en la industria de la moda no están completamente respaldadas por una cifra exacta, dentro de la investigación también se realizó una metodología de tipo cuantitativo, ya que en la determinación de distintos aspectos fue necesario la recopilación de datos exactos referentes al espacio donde se contextualiza la problemática, así también como las marcas de ropa para niños posicionadas en el estado.

Los resultados que esperan ser obtenidos es el proceso de diseño y confección son que se debe lograr transmitir, con solo ver la prenda, la imagen de un niño, respetando su integridad e inocencia. Mientras que con respecto a la elaboración de la sesión publicitaria, los resultados que se desean son que la niña logre desenvolverse adecuadamente, sin verse amenazada por ningún factor. Presentando con ello la imagen natural y feliz que muestran día a día los pequeños

**Introducción.**

En la antigüedad la moda infantil no jugaba un papel importante pero con el paso de los años logró posicionarse y estableció regímenes que lo caracterizaban y protegían a los niños.

Haciendo observación a fondo sobre lo que ahora es la moda infantil se determina que no es más que una réplica a escala de lo que conocemos como moda adulta, es decir, ambos nichos, a pesar de sus grandes diferencias los productos y publicidad son idénticas. Es momento de que la sociedad se pregunte qué tan sano es para los niños portar ropa que va originalmente dirigida a adultos.

No solo el uso de colores y su significado semiótico afectan a la mentalidad de los infantes, sino también el ambiente de estrés en el que se desenvuelven al ser partícipes de esto. Efectos como “vestir como un adulto significa comportarse como uno” son comunes en los ellos y pueden llevar a la corrupción de sus mentes. Además de los daños físicos que incluye este problema.

Los textiles es el principal causante de daños físicos en los niños, debido a que con la tecnología y la búsqueda de mayor ganancia, son cada vez compuestos por más químicos, los cuales causan daños al contacto de la piel, desde irritación, como ocasionarles hongos hasta inclusive cáncer de piel. De igual manera, los materiales que se usan para teñirlos juegan el mismo papel. Por poner solo algunos ejemplos. Otro factor importante es la publicidad que muestra a los niños participantes en la industria de la moda como pequeños adultos y los pone en riesgo.

Sin embargo existen soluciones para contraatacar estos problemas, y en eso se basa esta investigación.

Englobando desde el diseño, toma de medidas, cortes adecuados, colores y su significado al estar en combinación, hasta su confección correcta, con los materiales naturales que no les causen ningún tipo de daño, hasta la publicidad donde muestren su imagen natural y logren desenvolverse en un ambiente sano. Para al final encaminar a la sociedad a dar solución al problema presente por medio de un producto como resultado final de la investigación.

El cual consiste en realizar una mini colección ilustrada compuesta por 14 diseños, donde 7 serán para niña y 7 para niños. De los cuales se escogerá uno y se confeccionará, para posteriormente siendo portado por un infante se tomará una sesión publicitaria que refleje todos los aspectos antes mencionados resguardando la imagen natural y sana de los niños. Y finalizará con la difusión de la misma.

Planteamiento del problema

Actualmente la sociedad se enfoca totalmente a la tecnología, a seguir todo lo que este a la vanguardia del momento. Principalmente jóvenes y adultos jóvenes son los que adoptan esta acción, sin embargo con los avances y la mayor posibilidad de adquirirlos, los niños imita las tendencias del momento. En especial la moda en ropa y estilos de vestir.

La participación de infantes dentro de la moda ha tenido un mayor alcance, sin embargo no ha sido precisamente el debido, es decir, está enfocada de la manera equivocada, por lo cual está en riesgo la salud e integridad de los infantes.

Es importante detener el aumento de la explotación a los infantes, que conlleva los problemas en su salud ocasionados por los horarios, los tratamientos capilares y de maquillaje\*, además de los psicológicos como la limitación de su libertad y sus derechos, vulnerabilidad a ser sexualizados y corrupción de sus mentes.

Justificación

“Los niños del mundo son inocentes, vulnerables y dependientes. También son curiosos, activos y están llenos de esperanza. Su infancia debe ser una época de alegría y paz, juegos, aprendizaje y crecimiento.” (UNICEF, 1990).

Los niños son el futuro y la parte más frágil de la sociedad, es por ello que el proyecto “La moda infantil como problema social” nace en busca de una solución a los problemas que involucran a los niños en torno a la moda.

Es importante que se dé suficiente interés a lo que comprende a los infantes

Observando los problemas presentes en relación a los niños, la moda infantil y su participación en la publicidad de la misma, se determina que es un asunto que debe tratarse en la brevedad, ya que conforme avanza la tecnología el problema avanza y la sociedad comienza a interpretarlo como un asunto normal, cuando no lo es.

En la actualidad el diseño de ropa para niños, es necesario, no podemos permitir que la ropa que se comercializa, tanto directamente en las tiendas como en la publicidad, sea una imitación de la ropa adulta pero en tallas pequeñas. Esto, englobando tanto como diseños de adultos, que pueden contar cortes que van con la búsqueda de siluetas que resalten ciertas partes del cuerpo adulto, como colores y textiles.

Como sabemos distintas y reconocidas marcas como Giorgio Armani, Coco Chanel, Dolce & Gabbana, entre otros manejan colecciones y pasarelas de ropa infantil, cada cierto tiempo y no como algo recurrente. Es el deber de la sociedad demandar el diseño de ropa infantil, que cumpla con todas las características que conllevan.

Porque, a pesar de que la moda esté enfocado a los estético, existen ciertos límites y regulaciones que no deben perderse.

Además de ello, la fácil publicidad de los mismos es la que ocasiona que la sociedad comience a verlo como algo normal incluyendo las poses y entornos poco naturales en con los que se desempeñan. Al grado que los mismos infantes caen en un papel prematuro de ser adultos, vestir, trabajar y comportarse como adultos.

Antecedentes

Historia de la moda infantil

Durante los primeros años de civilización, la indumentaria infantil no tenía un papel en la moda, tanto niños como niñas eran vestidos indiferentemente.

Antiguamente, tanto niños como adultos vestían con pieles de animales.

"Durante el Antiguo Egipto los infantes estaban prácticamente desnudos, usando sólo un taparrabos, y sólo se cubrían en invierno.

En la Antigua Grecia, los niños, indiferentemente de su sexo, usaban el quitón, una especie de túnica elaborada con paños de lino.

En la Antigua Roma, los niños y niñas cuando nacían eran fajados y, posteriormente, empezaban a usar túnicas rectas que, a las niñas, ajustaban con un cinturón." (Cámara Argentina de indumentaria de bebés y niños. 2010)

El resto de su ropa consistía en imitaciones de la ropa adulta reducidas a tallas chicas, ideales para los pequeños, inclusive se utilizaban los mismos textiles.

No obstante, a lo largo del siglo surgió una iniciativa de realizar ropa propia de su edad y sus necesidades.

Se trato de implementar nuevas prendas para uso exclusivo de los niños, principalmente en Inglaterra, no encajaron y se regresó al uso de calzones de paño o terciopelo y casacas abotonadas.

Posteriormente conforme recorren los años 80, comienza un cambio en la sociedad que concientiza sobre la salud, el bienestar y realizar deporte sin ser estricto, ósea solo por diversión. Por supuesto, son los niños los primeros que utilizan este tipo de prendas. A partir ello, comienza el uso del tejido de punto, mayormente. La moda infantil pudo imponerse y transmitir la personalidad de los infantes.

Los cortes holgados, colores brillantes, prendas no muy cortas eran los regímenes que fueron impuestos tras el cambio de los 80s.

Inicios de la publicidad infantil.

En décadas pasadas, alrededor de los años 50s los niños apenas comenzaban a formar parte de la publicidad, y la publicidad de moda para niños era muy poca y poco común de verse cotidianamente.

A medida que avanzaron los años, la moda infantil ha llevado un cambio evolutivo hasta pasar a ser, poco a poco, replicas a menor escala de la moda actual adulta y ha logreado tener un mayor alcance en la moda.

Ahora la publicidad de moda infantil es muy común y existen mucha competencia en dicho ámbito, sin embargo, todos los competidores del mercado infantil buscan mantenerse a la vanguardia y toman lo que está de moda un el momento, aun si esto implica que sean productos originalmente pensados para adultos.

**Materiales y Métodos**

La metodología de la investigación es principalmente cualitativa, ya que los aspectos que determinan las características sobre los problemas que son presentados en los niños a causa de su participación en la industria de la moda no están completamente respaldadas por una cifra exacta, sino que son un promedio establecido por previas investigaciones generales.

Además de regirse por características visuales y tangibles con los que respecta a los materiales y cortes o aspectos que envuelven al diseño de ropa para niños.

Sin embargo, dentro de la investigación también se realizó una metodología de tipo cuantitativo, ya que en la determinación de distintos aspectos fue necesario la recopilación de datos exactos referentes al espacio donde se contextualiza la problemática, es decir, el estado de Nayarit, sus respectivos caracteres de clima, población y sociedad participante en el mercado de ropa infantil, así también como las marcas de ropa para niños posicionadas en el estado.

Ambos enfoques aportan mucho a la investigación del diseño de ropa para infantes para poder contraatacar la problemática antes mencionada.

**Resultados esperados**

Los resultados que esperan ser obtenidos son que los padres y consumidores de ropa infantil, como principal enfoque, se vean concientizados sobre la imagen natural de los niños y los peligros que engloba su participación sin cuidado en la industria de la moda.

Por medio de la difusión de una sesión publicitaria de una niña portando prendas adecuadas para ella.

Sin dejar de lado que dentro del proceso de diseño y confección de la prenda, ésta transmita la imagen de un niño, respetando su integridad e inocencia.

Además de componerse de textiles, teñidos y otros elementos que no sean nocivos para los infantes que la porten.

Mientras que con respecto a la elaboración de la sesión publicitaria, los resultados que se desean son que la niña logre desenvolverse adecuadamente, sin verse amenazada por ningún factor. Presentando con ello la imagen natural y feliz que muestran día a día los pequeños.

De tal manera que los mismos consumidores de ropa infantil se atrevan a exigir a la industria la implementación de prendas adecuadas para los niños en todos los aspectos posibles, incluyendo la publicidad.

Logrando un cambio también en ella donde los niños puedan mostraste seguros y animados, sin tener que conllevar problemas físicos y psicológicos al participar en la industria de la moda.

Porque el fin principal, como antes fue mencionado, es proteger a los infantes y a su integridad. Y el diseño de ropa infantil y la publicidad de moda infantil son los principales pilares influyentes en la problemática.

**Discusión**

Al realizar una mini colección inspirada totalmente en los infantes, lo supuesto a ocasionar es, crear conciencia con las imágenes publicitarias posteriormente realizadas, donde, se dé énfasis al cuidado que debemos darles, tanto físicamente como psicológicamente.

Además de dar a conocer a los participantes en dicho problema sobre las consecuencias, soluciones y parámetros que engloba el tema de moda infantil.

De tal manera que pueda ser compuesta como la moda infantil antes aplicada, donde se respeten las características que perseveren los derechos de los niños.

Y no solo la industria de la moda tome conciencia y actué contra el problema, sino también la industria de los medios de comunicación y publicidad.

Ya que hasta el momento con la investigación que se ha realizado muestran que es debido al poco conocimiento que tienen los involucrados sobre el tema que permiten los cambios de materiales, conceptos y estilos, además de ser lo que comúnmente se ve en redes sociales y publicidad de tiendas y marcas.

**Conclusión**

En conclusión debido a que el problema tiene un gran impacto en la sociedad es un asunto que debe tratarse rápido pero con mucho cuidado, ya que involucra a infantes vulnerables y moldeables y a varios componentes importantes de la sociedad.

La industria de la moda y la industria de la comunicación y publicidad van al parejo con las nuevas tendencias y se complementas entre ellas, es por eso que no podemos tratar de resolver un problema sin prestar atención al otro factor.

Antiguamente no se le dio la suficiente importancia a la moda infantil y ellos podían vestir indiferentemente pero apenas se le pudo dar lugar en los años 80s, es necesario que se mantenga y respete con las características que los mantienen, sanos, cómodos y seguros.

Ya que entre los principales elementos que afectan al problema se encuentra la falta de información, es necesario que como sociedad se busque mantenerse informado. En especial en lugares donde no hay mucha industria de la ropa infantil además de la que es producida en serie.

Es debido dar suficiente importancia a los temas que involucran a los niños, aunque parezca un tema simple como su vestimenta, ya que en realidad forma una gran parte de su desarrollo físico y mental.

**Literatura Citada**

UNICEF, (1990) “Declaración aprobada por la Cumbre Mundial en favor de la Infancia” México.

Cámara Argentina de indumentaria de bebés y niños. (2010). "El sector de la indumentaria infantil en la Argentina." Buenos Aires, AFIP.