



Moda infantil bajo la teoría de Jean Piaget

Children's fashion under the theory of Jean Piaget

Carolina Raigosa Díaz

Unidades Tecnológicas de Santander (Colombia)
carolinaraigoza@gmail.com

Daniela Torres Blackburn

Unidades Tecnológicas de Santander (Colombia)
dtorresb29@gmail.com

Luz Neida Páez

Unidades Tecnológicas de Santander (Colombia)
luzneiditagok47@hotmail.com

Recibido: 20 de mayo de 2019

Aceptado: 5 de agosto de 2019

RESUMEN:

Este proyecto inició desde la asignatura “proceso creativo de la moda I” de II semestre en la Tecnología de Gestión de la Moda de las Unidades Tecnológicas de Santander en la ciudad de Bucaramanga. A partir de un proceso de exploración que se dio con niños entre 7 y 8 años, en donde se realizó una actividad con un tema específico: LOS SUPERHÉROES.

El proyecto muestra cada proceso de creatividad de los niños y como su comportamiento influye en ellos a una edad terminada. Se pudo entender cómo el entorno escolar y la clase social tienen un factor importante en la conducta de los que en ese entonces eran nuestros clientes. Todo este análisis se da a partir de una salida de campo siendo esta la primera fase para visualizar el mercado infantil.

En este análisis se pudieron ver actitudes dentro del aula tales como comportamiento de los niños para medir su creatividad, el trato hacia sus docentes y compañeros y por último la interpretación que le dieron a su súper héroe favorito.

PALABRAS CLAVE: Diseño de moda, colecciones infantiles, Jean Piaget, pedagogía, creatividad.

ABSTRACT:

This project started from the subject "Creative process of fashion I" of II semester in the Technology of Fashion Management of the Technological Units of Santander in the city of Bucaramanga. From an exploration process that occurred with children between 7 and

8 years old, where an activity was carried out with a specific theme: THE SUPERHEROES.

The project shows each process of creativity of the children and how their behavior influences them at a finished age. It was possible to understand how the school environment and social class have an important factor in the behavior of those who were our clients at the time. All this analysis is given from a field trip being this the first phase to visualize the children's market.

In this analysis we could see attitudes within the classroom such as children's behavior to measure their creativity, the treatment of their teachers and classmates and finally the interpretation given to their favorite superhero.

KEYWORDS: Fashion design, children's collections, Jean Piaget, pedagogy, creativity.

* * * * *

1. Introducción

El estudio previo que se debe realizar para lanzar una colección de moda, requiere de una detección minuciosa del segmento, donde se incluyen variables como las culturales, sociodemográficas, económicas, emocionales, entre otras. Lo anterior, con el fin de no caer en conceptos y criterios personales, con lo que se piensa que necesita el consumidor. El concepto central para desarrollo del proyecto fueron los *Súper héroes*, siendo este un tema muy apropiado para los niños que están en la etapa de la imaginación, el rango de edad trabajado por el grupo fue de 7 a 8 años. La primera fase del proyecto comenzó con una exploración en el colegio New Cambridge de la ciudad de Bucaramanga.

Los niños seleccionados debían dibujar a su súper héroe favorito, dando su interpretación personal de lo que para ellos significa héroe. Uno de los dibujos encontrados fue el de Sofía, una niña de 8 años de segundo grado de primaria. La niña decidió dibujar a *Supergirl* y *Spiderman*. Se hizo una interpretación previa de su dibujo, donde se concluyó que Sofía se sintió identificada con el personaje femenino escogido, ya que el mundo de los comics muestra a este personaje muy fuerte, atractiva, y valiente.

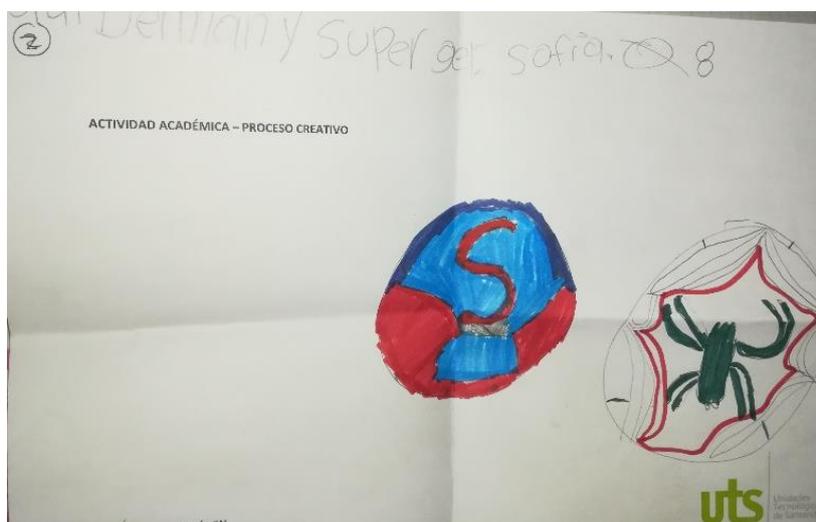


Figura 1. Dibujo de Sofía (8 años). Fuente: propia

2. Materiales y métodos

El desarrollo de una colección trabajado a partir de un público real, en este caso, el Colegio New Cambridge, con los niños de segundo y tercero de primaria, hace que se genere un impacto en el mercado, por la vinculación que se hace con el tema de inspiración y la parte emocional de los niños. Cuando hay interacción con la población de estudio, hace que se perciban sus gustos, necesidades, juegos simbólicos y esos perfiles aspiracionales que identifica al mercado infantil.

Se tomó como estudio para esta investigación el dibujo de Sofía, quien se encontraba en la etapa de **operaciones concretas** que va desde los 7 a 11 años según la teoría de **Jean Piaget**, que clasifica el desarrollo cognoscitivo de los niños teniendo en cuenta unos criterios de edad, comportamiento y emociones.

Teniendo en cuenta lo anterior, la clasificación de las etapas se hace de la siguiente manera:

Etapa sensorio motora: de 0 a 2 años

Etapa preoperacional: de 3 a 7 años

Etapa de operaciones concretas: de 8 a 11 años.

Etapa de operaciones formales: de 11 a 12 años

Con el análisis anterior, se pudo concluir que Sofía se encontraba en la fase de operaciones mentales y lógicas, de ahí las actitudes sensoriales, desarrollo social y comportamientos egocéntricos que manifestó durante toda la actividad.

Una vez situada Sofía en la etapa cognoscitiva, se hizo una clasificación del **Universo del vestuario**, en este caso, se eligió el Sport Wear, ya que es un universo adecuado para el entorno en el que la niña se desenvuelve en su colegio y actividades de tiempo libre como ir a juegos, al parque, cine y requiere de prendas cómodas.

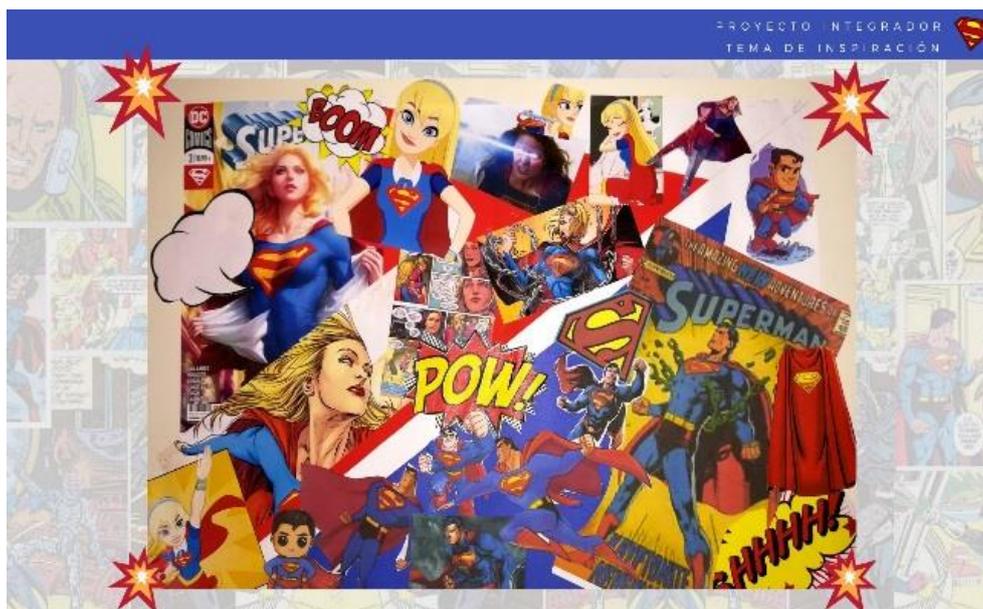


Figura 2. Tema de inspiración – súper héroes. Fuente: propia

3. Resultados

La fase conceptual comenzó con el desarrollo de 10 diseños rápidos en los que se debía realizar una extracción del dibujo de la niña, con el fin de fragmentar su creación en círculos, líneas, cuadrados y otras formas que pudiesen surgir. Sobre la primera fase conceptual se hizo una selección de cinco diseños y sobre estos, se realizaron dos modificaciones más hasta seleccionar la propuesta que generara más conexión con la personalidad de Sofía y con su propuesta de dibujo.



Figura 3. Nombre de la colección. Fuente: propia

La colección **Little Hero** está inspirada en el dibujo y la personalidad de Sofía, actualmente es una prenda única con una historia detrás de ella, es una falda comercial, enmarcada bajo el concepto de economías creativas. **Little Hero** busca por medio de su historia vincular a los adultos en el ejemplo de *súper héroes* que siempre debemos ser para los más pequeños.



Figura 4. Propuesta final. Fuente: propia

4. Conclusiones

- Al conocer los cambios por los que pasan los niños según su etapa de crecimiento y las necesidades que van teniendo con relación a su textura física y su aspecto emocional, permite tener mayor precisión al momento de proponer una colección de moda infantil.
- El desarrollo de esta colección permitió identificar la etapa del niño según la teoría de Piaget y de esta manera, estudiar sus gustos de acuerdo con el desarrollo cognoscitivo, para proponerle prendas o productos enfocados en ese concepto del mercado real.
- La selección de los textiles para hacer colecciones infantiles se debe hacerse teniendo en cuenta la composición y textura, ya que algunos niños pueden presentar alergia con algunas fibras sintéticas con el nylon y poliéster.

Bibliografía

- Eclectic Trends. (5 de junio de 2015). *Cómo crear y estructurar tu moodboard / hacer una tabla de inspiración*. Recuperado el 30 de julio de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=tv52evzdUzw>
- Jiménez, A. d. (8 de abril de 2016). *Teoría Desarrollo Cognitivo Lev Vigotsky*. Recuperado el 14 de marzo de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=CTfkdFZJCI>
- Marco creativo. (6 de julio de 2016). *Proceso creativo para diseñar marcas / Pasos 1 y 2*. Recuperado el 8 de junio de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=47efAltDWIw>
- Vans, C. (10 de noviembre de 2016). *Etapas del desarrollo cognitivo de Piaget*. Recuperado el 17 de julio de 2108, de <https://www.youtube.com/watch?v=y8fh2e5O2UY>