

## **Introducción**

El proyecto que aquí se encuentra se centra específicamente en la indumentaria infantil de aquellos niños que presenten obesidad, proponiéndose una tabla de talles que pueda ser implementada por diseñadores y modistos para lograr que ellos, los niños, puedan vestirse con prendas acordes a su edad y a su cuerpo.

A través del tiempo, la moda en la indumentaria ha tenido gran influencia en la vida de las personas y ha sido testigo de los múltiples cambios que fueron surgiendo de generación en generación, siendo cómplice de una necesidad básica del ser humano y de la importante relación que tiene con la vida respecto al cuerpo de cada individuo. El vestir es una función básica de la vida social humana, es común entre la mayoría de las culturas actuales, puesto que todas conviven vestidas de una u otra forma. Ninguna cultura civilizada deja el cuerpo desnudo o sin adornos y, pese a que aquello que constituye a la prenda varíe entre una y otra cultura, contexto o entorno, el ser humano ve la necesidad de utilizar algo que lo proteja, lo embellezca, resalte y/o decore. El significado del vestir tiene varios códigos y distintas reglas, dependiendo el terreno social donde la acción se desenvuelva. Su correspondiente naturaleza hace que la ropa u adorno interrelacione al individuo con el medio que lo rodea y así adquiera un sentido e identidad.

La indumentaria es uno de los medios por el cual las personas preparan su cuerpo hacia el mundo. Se trata del acto de vestirse, una práctica constante que requiere de cierto nivel de conocimiento simple aprendido desde niños al atarse los cordones de los zapatos o abrochar una camisa, hasta un conocimiento más

profundo que deviene del gusto por combinar las distintas prendas, colores y texturas para que se adecúen al cuerpo.

Se considera que cuando las personas se sienten cómodas con aquello que visten, también se sienten cómodas con sus propios cuerpos para desenvolverse en el mundo social. "El ser humano ha desarrollado un vínculo entre el vestir y el cuerpo a tal punto, que se vierte en una relación íntima con el individuo". (Entwistle, 2002, p.12). Se considera que esto incluye, también, a toda persona que sufra de obesidad, independientemente de su sexo o edad.

Es así como, en la actualidad, el consumo de indumentaria se ha vuelto tan necesario para el individuo, convirtiéndose en una industria que se encarga de satisfacer la demanda del mercado y las diversas necesidades del consumidor ofreciendo marcas para todos los estilos.

En los últimos años, se observa que un segmento de mercado que ha ido en crecimiento es el sector infantil; comenzando a representar un papel importante dentro de la industria de la indumentaria. Parece ser que los padres quieren ver vestidos a sus hijos como ellos mismos y los hijos quieren parecerse cada vez más a sus padres. En consecuencia, gran cantidad de casas de moda y diseñadores de renombre han decidido extender sus líneas de indumentaria hacia consumidores infantiles convirtiéndose en un gran mercado que mueve entre \$1000 y \$1200 millones de pesos anuales en la Argentina pero que no siempre puede satisfacer las necesidades de todos los usuarios (Radici, 2010). Así surge la motivación de la autora del presente proyecto, por indagar en las necesidades insatisfechas de este sector del mercado y encontrar

un nicho atractivo que verdaderamente no puede acceder a lo que hoy se encuentra en vidriera; esto se suma a los deseos personales de especialización en la indumentaria infantil una vez concluida la carrera de Diseñador Textil y de Indumentaria.

Existe, en la Argentina, un 20% del mercado de niños y adolescentes que se encuentra en esta situación. Dicho sector se refiere a los niños con obesidad, ya que sus dimensiones antropométricas no están consideradas dentro de la tabla de talles. Estos niños y adolescentes obesos se encuentran en una situación de compra tediosa y frustrante, repercutiendo en su estado emocional y haciéndolos sentir discriminados.

La exclusión en la fabricación de indumentaria con talles grandes, la falta de cumplimiento de la Ley de Talles que se verá más adelante y la escasez de prendas que integren las tendencias de moda y diseño, logran que la mayoría de las personas con obesidad no encuentren un talle adecuado que satisfaga su vestir.

El presente Proyecto de Grado presenta una adaptación de una tabla de medidas que incluye los talles correspondientes y se ajusta a niños con obesidad entre las edades de 2 a 13 años. Por lo tanto, basándose en la tabla de talles estándar y la Ley de Talles y normas que rigen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se tomarán los rangos necesarios para la propuesta de una tabla que incluya las medidas estándares que correspondan a una estructura anatómica de niños con obesidad para la creación de prendas con las mismas posibilidades que la moda ofrece al mercado de la indumentaria.

Diversas marcas de indumentaria en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no han tomado en consideración el problema ya que crean prendas sobre una tabla de talles estándar, excluyendo a las personas con obesidad. Mientras tanto, la solución que los padres o responsables de los niños con obesidad encuentran, es comprar prendas en el departamento de adultos, adaptarlas o enviarlas a modificar con costureras o, simplemente, hacerlas sobre medida, aunque sea más costoso y menos viable para todas las clases sociales. Otra opción es la venta online o por catálogo de prendas que se confeccionan para talles especiales; sin embargo, los diseños son muy básicos y no persiguen las tendencias de la moda por lo cual no logran satisfacer una de las principales necesidades del consumidor: el sentirse incluido en el ámbito social al vestir a la moda y sentirse incluido cuando va de compras a los locales de sus marcas favoritas.

Por ello, Fernández y Roig (2008) sugieren que el diseñador debe investigar y aprovechar la capacidad creativa que tiene, adaptar el conocimiento a las necesidades del mercado y establecer cierto grado de compromiso con su consumidor.

En el ambiente de la moda, la relación con el cliente consiste en potenciar su perfil a través de la indumentaria y satisfacer las necesidades que su complexión y características físicas requieren. Sin embargo, entre los perfiles de actuales consumidores, los niños obesos se ven constantemente excluidos y, en consecuencia, se enfrentan a problemas de autoestima, adaptación y aceptación durante una etapa de su vida en la que realmente deberían encontrar seguridad y afecto en las personas que los rodean para formarse hacia una vida adulta sana.

El presente Proyecto de Grado pretende integrar a niños y niñas con obesidad dentro de una nueva propuesta de talles y, como resultado incorporarlos dentro del mercado infantil. Para ello, es necesario preguntarse si éste puede ser un nicho dentro del mercado, persiguiendo qué necesidades y en qué contexto. Asimismo, será necesario atender a la sociedad, indagando en la percepción que ésta tenga del cuerpo ideal y la belleza. En relación al potencial consumidor, se deberá comprender cómo se siente, cómo viste actualmente y cómo se relaciona el niño con el contexto que lo rodea. Y por último, en relación a los ofertantes, se buscará conocer cuáles son las marcas que se preocupan por esta temática incluyendo talles para niños obesos y en qué rango de talles trabaja la mayoría de las marcas infantiles. Conforme se avance en el proyecto, se irán encontrando respuestas para cada uno de estos interrogantes, considerándolos explícitos en los objetivos del trabajo. El objetivo general es confeccionar una tabla de talles para la confección de indumentaria acorde a niños con obesidad entre 2 y 13 años.

Los objetivos específicos son:

- a) Detectar el tamaño y características del mercado infantil de niños obesos.
- b) Comprender los problemas que los niños obesos afrontan actualmente en relación a su necesidad de vestir.
- c) Conocer los talles utilizados por las marcas infantiles actuales.
- d) Conocer las características corporales de niños obesos.

El camino trazado para cumplimentar los anteriores objetivos y responder los interrogantes planteados, se conforma por cinco

capítulos, cuatro de ellos teóricos e investigativos sobre la temática y el quinto, y último, práctico, donde se establecerá la tabla de talles pretendida.

El primer capítulo introduce al lector en el cuerpo y la moda, analizando las percepciones que se tienen del cuerpo por parte de la propia persona, adulta o infante, y de la sociedad; considerando también el concepto de moda y las influencias que ésta ejerce sobre la persona.

El segundo capítulo pretende definir a la obesidad como enfermedad, reconociendo sus grados y métodos para diagnosticarla. Se la enmarca dentro del espacio de tiempo del Siglo XXI y se registra la situación de la obesidad infantil en Argentina. A su vez, se consideran los factores que influyen en su desarrollo.

El tercer capítulo plantea las características de toda indumentaria infantil, considerando sus motivaciones de uso para determinar los puntos a satisfacer del sector de niños con obesidad, evaluando también la relación de todo niño con la vestimenta. Para completar el panorama de mercado, se ve la situación actual del mismo en Argentina, las tendencias que se observan y las principales marca, atendiendo a aquellas especializadas en niños con obesidad.

El cuarto capítulo se acerca a la moldería y el talle, tratándose conceptos como la antropometría, clave para lograr la tabla de talles que se pretende. Se indaga en la normalización actual del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), del Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) y de la Ley de Talles, Ley 3330, sancionada por la legislatura porteña el 3 de diciembre de 2009.

En el último capítulo, finalmente, se hacen los planteamientos pertinentes a la tabla de talles que se busca implementar y se desarrolla la misma.

Queda inscripto este trabajo en la categoría de Creación y Expresión, por tratarse de la expresión de una experimentación, una búsqueda de la autora, desde su lugar de diseñadora, para aportar soluciones a las problemáticas que sufren algunos niños en relación a la moda. Se considera que, a su vez, esto es beneficioso para la propia disciplina que quizás, sin intención de herir susceptibilidades, se encuentra descuidando un sector de la sociedad que necesita de su ayuda para desenvolverse a gusto y ser considerado ante la mirada del resto.

Por último, se circunscribe dentro de la línea temática Nuevos Profesionales, puesto que se hace una búsqueda de soluciones desde el rol de diseñadora, aplicando la creatividad a la técnica y a los procesos productivos a partir de indagar activamente en la realidad social.

## **Capítulo 1. Cuerpo y moda**

En el transcurso de la humanidad, el cuerpo ha sido representado de acuerdo con los distintos cánones sociales y culturales reflejándose como una evolución de dicho concepto en diversos medios artísticos, tales como la pintura, escultura, fotografía, publicidad o revistas de moda, y manipulando la vestimenta según la época en la que surgieran, dependiendo del contexto desde el cual se define al cuerpo y la influencia que éste tiene sobre los cambios sociales, culturales, ideológicos y tecnológicos.

Para comprender esta influencia, se parte de nociones relativas al cuerpo, a la percepción del hombre sobre el mismo y al concepto de moda actual.

### **1.1. Percepción adulta del cuerpo**

Saulquin (2006) afirma que, en cada contexto sociocultural, los medios de comunicación y consumo de masas afectarán la percepción que se tendrá del propio cuerpo, de sus ideales de perfección y belleza, y de la percepción individual y colectiva, además de afectar la manera de representar el cuerpo desde diversas disciplinas como el arte y el diseño.

Entonces, se puede afirmar que la manera particular en que una sociedad se ve reflejada a sí misma, crea una estrecha relación con las formas de vestido que desarrollan. Por esta razón, la materia prima para la construcción de la imagen exterior, se forma desde el conjunto de valores principales según un orden jerárquico que determina a una sociedad. El cambio de dichos valores en su organización jerárquica va marcando el imaginario social y la forma de percibir el espacio circundante, a la vez que logra una



caracterización de agrupaciones humanas que se diferencian básicamente por los tipos de prendas que normalmente utilizan.

Cada década se ha ido relacionando con los cambios sociales y ambientales haciendo que el cuerpo se identifique con una figura ideal que impone la sociedad y los medios de comunicación. De tal manera, se crea una práctica de culto reflejada en la forma de consumo cultural, llegando a ser hoy una de las necesidades principales de todos los sectores y clases sociales. (Saquicciarano, 1990)

Cada época va relacionándose con los cambios que ha tenido el cuerpo y viceversa. A medida que la modernidad avanza, el culto al cuerpo gana lugar dentro de una sociedad y la manipulación de los medios crea una percepción del cuerpo que está impuesta por toda la influencia de imágenes visuales, hecho que termina haciendo un impacto en la relación cuerpo e individuo.

### **1.2. Autopercepción: el cuerpo ante el espejo**

Saulquin (2006), sostiene que los sentimientos y la percepción del cuerpo pueden ser múltiples, agradables o problemáticas, pero siempre se relacionan de forma directa y conjunta entre la imagen idealizada y la imagen real. Por lo tanto, cuando hay una armonía entre la imagen interior y exterior, la identidad se consolida de manera que la persona crea un estilo propio acorde con su personalidad.

El espejo es el testigo revelador de cómo es la percepción del propio cuerpo ante la imagen y su aceptación o rechazo influyen en la formación de la persona. El ser humano entiende que el cuerpo constituye la forma de su apariencia y que también la conciencia

de su existencia es corporal, por lo que no se puede separar de él ya que conforma su propio ser.

¿Qué lleva a las sociedades a intensificar la preocupación por el cuerpo? Uno de los principales componentes que está tomando un gran valor es la apariencia física, la constante preocupación por el culto al cuerpo está muy ligada a una cuestión de lo moderno, la nueva manera de vivir, a su vez relacionada con la moda.

Dentro de las prácticas establecidas, hay determinados valores estéticos que son compartidos por todos los miembros de una sociedad. El cambio de estos valores repercute en el desajuste de la imagen y la identificación que cada uno tiene de sí mismo. (Saulquin, 2006)

La apariencia física nunca es convincente ni satisfactoria, la realidad del yo corporal es difícil de aceptar, sobre todo cuando los ideales de belleza mutan constantemente junto al contexto social. En la actualidad, el concepto estable de belleza recae en un arquetipo de cuerpo estilizado y delgado que imposibilita al individuo la valoración y la aceptación del propio cuerpo, creándole una complejidad del reconocimiento sano de sus características físicas y su identidad personal. Como resultado de la inconformidad, las personas recurren a alternativas para modificar su imagen física, reafirmando su seguridad y relación con la sociedad.

En la posmodernidad, el cuerpo ha alcanzado una importancia evidente que se extiende desde la individualidad hasta la estética, la identidad cultural y la política. Así mismo, cumple un papel protagónico en la observación diaria del ser humano, el cual, junto con la alimentación, la salud, el cuidado personal, el

uso del tiempo libre, el vestido, el adorno y los múltiples juegos de la apariencia, se relacionan directamente con el concepto de belleza física y la idea de un bienestar.

La imagen que se tiene del propio cuerpo se crea mediante la influencia de múltiples factores que provienen de la vida afectiva, el aspecto sociocultural y el medio ambiente como el de la moda, todos influyentes sobre la idea que se tiene del propio cuerpo. La moda plantea un estereotipo donde la imagen corporal es demasiado delgada, pensando en el exceso de peso con gran facilidad.

### **1.3. Percepción infantil del cuerpo**

Es sabido que un niño, a diferencia de un adulto, transita una etapa de cambios y crecimiento continuo. A partir de su nacimiento, irá adquiriendo conocimientos que lo convertirán en la persona adulta que tendrá, en líneas generales, las percepciones de sí misma en sociedad que ya se han visto. Ahora bien, en relación a su situación como niño, él adquiere conciencia de su propio cuerpo con diversas experiencias a través de los sentidos.

Las sensaciones primeras del recién nacido se refieren a su cuerpo. El malestar o el bienestar, las impresiones táctiles, las movilizaciones y desplazamientos (el acunamiento), las sensaciones visuales y auditivas, etc., le proporcionan informaciones que poco a poco le servirán para distinguirse del mundo exterior y posteriormente para identificarse a sí mismo. (García Núñez y Berruezo, 1994, p. 24)

Considerando entonces la importancia de las primeras sensaciones que el niño tenga de su cuerpo, y en analogía con aquellas

sensaciones emotivas que recibirá con el tiempo al relacionarse en sociedad, se considera que las consecuencias que pueden acontecer son determinantes para la percepción de sí mismo.

Por otro lado, García Núñez y Berruezo (1994) relacionan al esquema corporal que tiene el niño con, entre otros puntos, la representación gráfica que tendrá de su cuerpo desde el punto de vista mental.

Se ha conversado con diversas empleadas de venta en locales de indumentaria infantil, destacándose el comentario de una de ellas, Ana Laura Pardo, quien dice que "es increíble la carita de decepción de algunos chiquitos cuando no encuentran prendas que les queden bien, miran a la mamá como reclamando que haga algo, como si fuera su culpa" (charla personal, 14 de mayo de 2011). Si bien esta es una interpretación subjetiva, denota la disconformidad con la situación de aquellos que padecen sobrepeso o no poseen la forma corporal acorde a los talles de venta.

#### **1.4. Moda**

##### 1.4.1. Definición

Para lograr un acercamiento, se considera la definición del Diccionario de la Real Academia Española en su primera acepción: "Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos" (Real Academia Española, 2001). Esta definición deja entrever el concepto de frecuencia de uso al hablar de la costumbre y el concepto de intensidad de uso o cantidad de usuarios al mencionar que está en boga.

Para ampliar esta definición, se acude a los dichos de Pierre Bergé, cofundador de la firma de indumentaria Yves Saint Laurent y amigo íntimo del persona homónimo, quien señala que las creaciones del diseñador Yves Saint Laurent, al encontrarlas en conjunto, parecieran ser moda pero son mucho más que eso. "Citó como ejemplo de ese 'más allá de la moda' el traje pantalón que Saint Laurent fue el primero en colocar sobre el cuerpo femenino, y que fue en realidad un verdadero 'manifiesto social'" (Los diseños, 2010).

Fernández y Roig afirman que:

El mundo de la moda no sólo se refiere a la prenda como un producto de creación artística, también debe considerarse un producto industrial de gran difusión, que se adapta a las necesidades más variadas del mercado. El diseñador debe preocuparse por conocer a los posibles clientes y adaptarse a las preferencias de los consumidores y las marcas. (2007, p. 94)

Esto hace pensar en la multiplicidad de consumidores con sus respectivas necesidades, conjuntamente con la gran cantidad de diseñadores y profesionales dedicados a la indumentaria. Parecería ser que hay espacio suficiente para preocuparse por las preferencias de los infantes que padecen un trastorno alimenticio sin dejar, por ello, de ser niños o niñas gustosos de los colores, los dibujos animados y las texturas que usan los otros de su edad.

#### 1.4.2. Influencias

Según comenta Riviére (1998), la moda es un factor determinante en la personalidad porque no sólo imita a los demás buscando pertenecer a una comunidad determinada y lograr estatus, sino que

también expresa la individualidad representando valores, ideas y estilos de vida, proyectando así una imagen con la cual será asociada la persona y percibida.

A medida que el tiempo avanza, la imagen social del cuerpo ha influenciado la actitud y comportamiento de las personas. La idea de estética se convierte en una maquinaria comercial ubicada en las principales capitales del mundo pero, asimismo, el cuerpo se modifica por el uso de la indumentaria creando estereotipos que dictan cómo ser y vestir ante los demás.

Los miembros de una comunidad forman su identidad en relación con la posición que ocupan en la sociedad, la indumentaria que portan refleja el medio al que pertenecen, los deseos individuales y el compromiso colectivo que tienen.

Según Lehnert (2000), con el paso del tiempo las culturas occidentales van evolucionando y la indumentaria se vuelve más flexible, permitiendo una expresión morfológica de la prenda en la que la imagen del cuerpo va adquiriendo importancia dentro de la sociedad. Aunque dicha evolución trascienda en la forma de vestir y en la concepción de la imagen física, las formaciones del concepto que rodea a los ideales físicos siempre estarán sujetas a prejuicios culturales.

En la moda, estos cambios culturales se muestran en varios aspectos de la imagen individual, como puede ser en los accesorios, en la vestimenta, el peinado, el maquillaje o la ornamentación, influenciadas todos por los hábitos y costumbres culturales según el modelo ideológico que se tenga en cada época. A saber, a principio del Siglo XX estaba prohibido mostrar partes del cuerpo; por tal motivo, la mayoría de las personas tenían que

usar guantes y sombrero dejando visible únicamente el rostro. La moda de este periodo se caracterizó por los vestidos almidonados con armazones metálicos que reflejaban a la mujer en una muñeca de porcelana. Toda la belleza de ella eran atribuidas al hombre, éste determinaba los valores y costumbres adecuados para una dama. Ellas debían ser de pecho erguido, caderas anchas y nalgas sobresalientes, además de sumisas y obedientes.

Tiempo más tarde, apareció la denominada mujer de cintura estrecha y silueta pronunciada, con peinados elevados y sombreros con plumas. Para este momento, el ideal de la mujer cambia y se proyecta como una persona trabajadora, que lucha por sus derechos y se involucra en asuntos, hasta entonces, exclusivos para hombres.



Figura 1: Damas de 1916. Fuente: Lehnert, G. (2000). *Historia de la moda del siglo XX*. Colonia: Könemann.

A partir de 1910, los cambios más significativos estuvieron de la mano de los cuellos en punta y faldas hasta los tobillos. Cuatro años después, con la Primera Guerra Mundial, las casas de moda

detuvieron su producción. Luego, en la postguerra, surge una generación de mujeres independientes y modernas, representadas por la emblemática figura de Coco Chanel.

Lehnert (2000) añade que, en la década del '20, el impacto de la industria de los cosméticos, la moda y la publicidad, proponía un aspecto esbelto y firme. Por otro lado, el cine de Hollywood influyó en el público masivo con la imagen de actrices como estereotipos de belleza, creando nuevos valores para la cultura de consumo y el estilo de vida.



Figura 2: Clara Gordon, 1920. Fuente: Lehnert, G. (2000). *Historia de la moda del siglo XX*. Colonia: Könemann.

En los años '30, las actrices Greta Garbo y Marlene Dietrich, marcaron un estilo que implicaba damas de hombros anchos, caderas delicadas, altas y delgadas. Los prejuicios moralistas eran opacados por movimientos lentos y delicados, miradas sugestivas y, por sobre todo, una belleza madura.

Los años '40 estuvieron opacados por una segunda guerra en Europa,



la escasez de materiales dejaron la moda de lado y el traje de dos piezas mostró la pobreza del viejo continente.

En la década de los '50, se destacó la cintura y el busto como las partes más importantes del cuerpo, surgiendo el énfasis del cuerpo curvilíneo. La mayoría de las faldas eran estrechas y llegaban a media pierna hasta que en los años '60, la diseñadora Mary Quant crea la minifalda, prenda que terminaba quince centímetros hacia arriba de la rodilla, causando gran furor dentro de la sociedad, desencadenando la valorización femenina por las piernas y su exhibición como objeto fetiche.



Figura 3: Moda de los '60. Fuente: <http://modadelos60s.blogspot.com>

Hacia finales de los '60, se produce un cambio de roles en los estereotipos sexuales, una tendencia por conseguir un ideal asexual y, con la llegada de los '70, la delgadez y languidez del cuerpo hacía que ambos sexos se denominasen unisex.

Para Lehnert (2000), la década de los '70 se caracterizó por una

diversidad de formas y estilos, donde los pantalones ajustados resaltaban los glúteos. Aproximándose en los '80, llegaron los brillos de la noche inspirados en las discotecas. El material de la época era la lycra, acompañado por botas con tacos de exagerada altura y pelo crespo y voluminoso. Por otro lado, estaban los estilos marcados por Michael Jackson y Madonna. Al mismo tiempo, los jeans, en un principio considerados una prenda común, comenzaron a tomar popularidad y convertirse en una marca de status.

El principio de los '90 tuvo similitud con los '80, pero el *grunge* look hace la diferencia por sweaters largos y pantalones rotos. Hoy se considera que la moda realizó un cambio radical, volviéndose adaptable, versátil y ligera.

En resumen, las personas necesitan de una variación o de una novedad para sentirse parte de un todo y utilizan los medios para informarse de lo que la moda pone en evidencia y así formar dicha actitud. El individuo busca, con esta conducta, la seguridad de estar integrado y formar parte de lo que una sociedad impone para ser aceptado, siendo también un ser individual y único.

Es por tal motivo que el sociólogo Hernández (2009) afirma que los medios de comunicación no crean necesidades, sino que se valen de ellas. La publicidad, por ejemplo, es la encargada de impulsar las necesidades del mercado, vendiendo productos y servicios no siempre indispensables para los consumidores.

La mayoría de las sociedades han desarrollado ideales de belleza que marcan parámetros que las personas desean alcanzar. Saulquin

afirma que "la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de los ideales estéticos es clara aunque engañosa para la inmensa mayoría de la población". (2006, p. 56).

La publicidad, en la difusión de anuncios referidos a los hábitos relacionados con el cuerpo y su embellecimiento, a productos higiénicos y maquillajes, contribuyó a que el cuerpo tome un papel importante en la vida del individuo.

La industria publicitaria difunde mayor información sobre productos de autoayuda, libros de salud física y mental, videos de ejercicio físicos, entre otros, ofreciendo una oportunidad de hacer sentir mejor a las personas, invitando a pensar y actuar al individuo sobre sí mismo en relación con el cuidado y comprensión del cuerpo.

Por lo tanto, el ambiente histórico de la moda ha establecido, a lo largo de cada década, trascender en la vestimenta y la estética para introducirse en la mente humana, en la sensibilidad y en la capacidad de percepción, transformando en la ética y conducta de este siglo, imponiendo doctrinas y modificando el cuerpo, edificando los cimientos de la comunicación de masas, del marketing, del consumo y del triunfo del espectáculo.

Siguiendo a Riviére (1998), la búsqueda constante de la belleza ha dejado de ser una actitud placentera, tomada como una especie de juego tal como ha justificado el ser humano su relación con la moda durante largo tiempo. Ya en la actualidad, esto se ha convertido en una tiranía donde la persona persigue insistentemente a la juventud eterna, representada por cuerpos modificados por laboratorios de belleza gracias a infinidad de

productos cosméticos y siempre en vistas de aquellos otros que se mueven en el escenario mediático. El autor afirma que:

La moda es un estilo de vida, ya no lleva a soñar con la belleza, si no a conciliarse con la monstruosidad. Mi cuerpo no cumple los cánones del mercado estético: voy a cambiarlo. Es una carrera que se amplía con el control genético de toda deficiencia. ¿Cuántos contemporáneos han reflexionado así ante el espejo? ¿Por qué? ¿Por qué ese rechazo a uno mismo? ¿Por qué ese odio, en fin, a la realidad?

La búsqueda de la perfección del cuerpo, esa única posesión de cada cual, ha difundido una cultura de muerte y enfermedad: la neurosis del siglo. ¿Vale la pena morir por la belleza? (1998, p.55)

Según el Hospital Clínico de Barcelona, el 12 % de los niños y niñas hacen régimen para adelgazar (La Vanguardia, 1996). La preocupación por la imagen corporal lleva a que enfermedades como la anorexia y la bulimia tengan en común la restricción alimentaria, el régimen y la preocupación por la imagen corporal. Toro (1996), psiquiatra infantil, comenta que la cultura por estar delgado y la utopía de la perfección influenciada por la industria alimentaria en la contradicción de estimular el consumo por el consumo mismo, son los culpables de que enfermedades como éstas se presenten afectando a los más pequeños, creando conciencia por el uso de los productos light. El desafío es ingerir alimentos y calorías sin engordar, puesto que esto es lo que acostumbraron a ver los jóvenes al crecer con *top models* como cuerpo meta y muñecas Barbie, íconos de cuerpos ideales pero imposibles de

lograr por la mayoría. El autor menciona la utopía cultural reflejo de esta situación, representada por un odio al cuerpo real y natural, viéndose éste convertido en debilidad e imperfección. Especialmente enfocado en los jóvenes, determina que ellos tomaron las patologías adultas como propias, patologías centradas en perder kilos, ganar elasticidad y ser jóvenes eternos. Así, las acciones en consecuencia incluyen medicaciones varias, gimnasio, dietas, liftings, cirugías y todo producto prometededor.

“El cuerpo que no se ajusta a los cánones se convierte en delito” (Toro, 1996, p .157) afirma Toro, al mismo tiempo que explica cómo los niños, al ver programas de televisión sobre anorexia, reconocen haberse sentido atraídos por ella. Esto se debe a que ven verdaderos héroes en personas que se sacrifican por su cuerpo, como los deportistas, porque desarrollan su voluntad. Lo relacionan con personas que sacrifican su cuerpo y sufren por conseguir un cuerpo ideal, perfeccionista, un héroe que se mantiene eternamente joven.

## **Capítulo 2. Obesidad**

La Organización Mundial de la Salud (2011) sostiene claramente que:

Desde 1980, la obesidad se ha más que doblado en todo el mundo. En 2008, 1500 millones de adultos (de 20 y más años) tenían sobrepeso. Dentro de este grupo, más de 200 millones de hombres y cerca de 300 millones de mujeres eran obesos. El 65% de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad se cobran más vidas de personas que la insuficiencia ponderal. En 2010, alrededor de 43 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso. La obesidad puede prevenirse. (p.1)

Al mismo tiempo, afirma la relación que existe entre el sobrepeso y ciertas enfermedades no transmisibles como aquellas cardiovasculares, la diabetes, trastornos del aparato locomotor y algunos cánceres como el de mama y el de colon (Organización Mundial de la Salud, 2011). Dado este panorama, resulta interesante indagar respecto a la enfermedad para conocer la gravedad del asunto, prever la situación a futuro y descubrir la situación actual para reconocer el alcance que tendría la tabla de talles que se propone al final de este trabajo.

### **2.1. Definición**

Básicamente, se define como obesidad y sobrepeso a la acumulación excesiva de grasa que llega a ser perjudicial para la salud. En términos reales, obesidad y sobrepeso son el quinto factor de muerte en el mundo (Organización Mundial de la Salud, 2011).

Para entender con claridad la diferencia entre padecer enfermedad y acumular grasa, se acude a la siguiente definición ampliatoria:

Obesidad significa exceso de tejido adiposo, y se traduce por un aumento del peso corporal. No es fácil precisar qué debe entenderse por exceso de grasa, ya que la masa del tejido adiposo varía según la edad, sexo y grado de actividad física. Al envejecer disminuye la masa corporal magra (músculo y huesos) y aumenta el tejido adiposo, sin que necesariamente se gane peso. En sujetos normales a la edad de 20 años la grasa representa el 15%-18% del peso del hombre y el 20%-25% del de la mujer, mientras que a los 70 años las cifras son del 25% y 36%, respectivamente. Teniendo en cuenta estas consideraciones la obesidad puede definirse como todo exceso de tejido adiposo que va acompañado de elevación ponderal y representa un riesgo para la salud. (Rodríguez, 2002, p.37)

## 2.2. Medición

Una de las formas de medir la obesidad es por medio del Índice de Masa Corporal (IMC), que se obtiene al dividir el peso de la persona en kilogramos sobre la altura en metros al cuadrado. Si una persona tiene un IMC igual o superior a 30, se la considerada obesa y si el IMC supera el valor 25, se lo ubica en sobrepeso. Se utiliza así para ambos sexos y determina cifras a nivel individual o poblacional. (O'Donell, 2004)

$$\frac{\text{Peso en kg}}{\text{Altura en metros}^2} = \text{IMC}$$

Figura 4. IMC. Fuente: Elaboración propia en base a datos de O'Donell, 2004.

El valor resultante se interpreta según la siguiente tabla:

Tabla 1: Interpretación IMC

Grado de obesidad	IMC	Sobrepeso	Complicaciones (*)
Obesidad			
Obesidad 1	25 a 29,9	1-15 kg	Sociales. Estrés, algunas complicaciones.
Obesidad 2	30 a 34,9	15-35 kg	Riesgo de colesterol elevado, hipertensión, várices, gota, cálculos.
Hiperobesidad - Obesidad mórbida			
Obesidad 3	35 a 39,9	35-50 kg	Várices, mayor riesgo de hipertensión, diabetes, artritis, dolores de piernas, columna, etc. Problemas sexuales.
Obesidad 4	40 a 49,9	50-80 kg	Discapacidad mediana, problemas cardiológicos, hemorroides, dolores de columna, etc. Síndrome de Pickwick.
Superobesidad - Obesidad mórbida			
Obesidad 5	50 a 64,9	80-110 kg	Discapacidad mediana, problemas cardiológicos, hemorroides, dolores de columna, etc. Síndrome de Pickwick.



Obesidad 6	65 a 79,9	110-150 kg	Discapacidad severa, riesgo quirúrgico.
Obesidad 7	80 a 99,9	150-200 kg	Incapacidad, problemas de úlceras en las piernas, escaras.
Obesidad 8	100 ó más	Más de 200 kg	Incapacidad total, problemas cardiológicos, respiratorios, sexuales, etc.
(*) Cada grado incorpora los problemas de los anteriores.			

Fuente: Dr. Cormillot en <http://www.drcormillot.com/index.php?s=articulos&id=167>

Por otro lado, existe la tabla de peso ideal según sexo y edad que muestra el peso ideal que tendría que tener la persona, quien se busca en la misma en relación a su sexo y altura. En el Cuerpo C de este proyecto, se adjunta la misma para su mayor entendimiento.

### 2.3. Siglo XXI

La Organización Mundial de la Salud (OMS) (2011) ha clasificado la obesidad como la nueva epidemia del Siglo XXI, motivo por el cual se ha convertido, en la mayoría de países con población obesa, en un problema de salud pública y no sólo de tipo estético. Actualmente, los estudios demuestran que existe un incremento de personas que padecen obesidad en el mundo. En 2008, 1500 millones de adultos de la población mundial tenían sobrepeso.

En países como Barbados, Egipto, Estados Unidos, Malta, México Sudáfrica y Turquía, más del 75% de las mujeres mayores de 30 años

tiene sobrepeso. En países como Alemania, Argentina, Grecia, Kuwait, Nueva Zelanda y el Reino Unido, hay más del 75% de hombres con sobrepeso. La OMS (2011) afirma que la población obesa seguirá aumentando por lo menos hasta el 2030.

Si bien la obesidad se define como el exceso de grasa corporal en relación con el talle, también es un síndrome de carácter multifactorial que involucra factores de tipo fisiológico, genético, aspectos ambientales y psicológicos.

La obesidad es una enfermedad de origen metabólico, que adquiere carácter crónico cuando, al bajar de peso, la obesidad persiste y obliga al individuo a mantener rigurosamente un peso ideal para equilibrar su salud. La obesidad se caracteriza como heterogénea porque existen diversas formas y con distintas perspectivas, por lo tanto, cada tipo exige tratamientos específicos. (Branquinsky, 2000)

Según la OMS (2011) la Tabla de Peso Ideal según sexo y edad se continúa usando para el diagnóstico de desnutrición cuando existe un déficit mayor al 10% y obesidad cuando hay exceso de 20%. En la práctica asistencial con niños y adolescentes se utiliza la Tabla de Peso Ideal, el IMC, datos del índice ponderal, longitud y estatura, altura del sujeto sentado, proporción de segmentos corporales (SS/SI), brazada, medidas de circunferencia, perímetro de cintura, perímetro braquial y pliegues cutáneos. A fin de uniformizar los estudios con medidas antropométricas y establecer comparaciones con patrones de referencia, suele ser aconsejado el uso de escalas percentiles y puntuación z, o desviaciones estándar.

La obesidad es una enfermedad que se inició a mediados del Siglo

XX, cuando, a finales de la Segunda Guerra Mundial, se fueron cambiando los hábitos de consumo dentro de los hogares debido a la disponibilidad y crecimiento del sector agricultor. Los avances en los electrodomésticos hicieron que del 10 al 20% de la población francesa y española tuviese heladeras en sus casas. Los cambios que se han dado en la industria alimentaria y su relación con el costo de producción, así como la transportación, almacenamiento, sitios de venta, la cadena de frío durante el proceso y la propaganda, hacen que el 80% del consumo mundial de energía se destine a la cadena alimentaria. (OMS, 2010)

Por lo tanto, se ha propiciado, comparativamente con épocas anteriores, el abaratamiento de los alimentos influyendo enormemente en la salud y la forma de nutrición de los consumidores, ya que los individuos prefieren alimentos fáciles de cocinar y más económicos.

El ritmo de vida de las personas y la urbanización es una de las causas que ocasiona los cambios que afectan a la alimentación. Cada vez menos personas cocinan en casa, las familias hacen más uso de la comida rápida y poco nutritiva. La mecanización del trabajo y los medios de transporte, la influencia de los medios de comunicación y tecnológicos como la televisión, la computadora, internet, la falta de tiempo para hacer ejercicio, la inseguridad en las calles para salir a trotar y jugar, han contribuido al aumento del sedentarismo a nivel cultural en todos los niveles sociales siendo una de las principales causas por las que la obesidad sea considerada una epidemia del Siglo XXI.

#### **2.4. Obesidad infantil en Argentina**

La obesidad infantil se define como "una enfermedad crónica, de alta complejidad, caracterizada por un exceso de tejido adiposo en relación con la masa corporal magra." (Rojas, 1999, p.159)

La OMS afirma que, de los 42 millones de niños con obesidad en todo el mundo, unos 35 millones viven en países en vías de desarrollo. En 2010, alrededor de 43 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso. La obesidad ha sido siempre calificada como una enfermedad de las clases sociales altas. Sin embargo, se ve que es un problema que sufren muchos países en todas las clases sociales. Hay países donde la obesidad de los niños ha aumentado drásticamente. Por ejemplo, en Hamburgo la obesidad infantil aumentó de un 4% a 11%; en Canadá, la prevalencia de la obesidad en los niños de 10 años aumentó de 6,3% a 14,4%; en Estados Unidos, el aumento de obesidad en niñas de 6 a 11 años fue de 11,5% a 22,7%; mientras que en los niños de 6 a 8 años fue de 1,9% a 7,7%.

Durante el 2003, estudios realizados por el Ministerio de Salud de la Nación en Argentina afirmaron que entre niños y adolescentes de 10 a 19 años, aquellos con obesidad ocupaban el 5,4%. En Puerto Madryn, el 5,5% de niños de 6 a 14 años presentaba obesidad; en Corrientes, un 8,3% en edades de 6 a 11 años y en la Provincia de Buenos Aires, una prevalencia del 7,5% de obesidad en niños 2 a 5 años. Evidentemente, en el caso de la Argentina, ha habido un incremento de la obesidad en los niños de todos los niveles socioeconómicos y no excluyentes de las clases bajas. (O'Donnell, 2004)

La publicidad y los medios de comunicación también son factores que han influido en la mala alimentación de los niños. Observando

las tandas comerciales, se puede ver que gran cantidad de los anuncios transmitidos en programas infantiles son de alimentos poco nutritivos, pudiendo causar gran impacto en los chicos ya que los mensajes suelen estar relatados por sus personajes preferidos donde se les muestra el alimento de moda que usualmente posee nulo valor nutritivo. Los niños están prácticamente todo el día expuestos a mensajes de este tipo creándoseles una necesidad de compra que influenciará sobre sus padres, compradores directos, para adquirir productos que, lejos de beneficiarlos, afectan su salud. Tan es así que ya se implementó la restricción de alimentos poco saludables en escuelas de países como México con cambios en los artículos 66 y 67 de la Ley General de Salud en 2010, donde el 30% de la población escolar padece obesidad (Novoa, 2010). Así, quedaron prohibidos alimentos como las gaseosas, las papas fritas, pastelitos y jugos no naturales, todos alimentos que sobrepasarían las 400 calorías por porción (Sipse, 2010). También en 2010, en Santa Fe, Argentina, y con el antecedente de haber conseguido la media sanción en la Cámara de Diputados de la Provincia en 2009, luego de haber sido presentado en 2008, el diputado provincial Daniel Simoniello volvió a conseguir la media sanción de un proyecto de ley para promover alimentación saludable en las escuelas de la provincia, buscando palear enfermedades relacionadas con la mala alimentación en exceso, como diabetes e hipertensión, y otras producto de la desnutrición oculta que representan una falta de nutrientes esenciales (Simoniello, 2010). Situación similar se vivió en la provincia de Chaco, Buenos Aires, Entre Ríos, Santa Cruz y Misiones, además de la intención de prohibir la comida chatarra en escuelas porteñas, frustrada. La

legislatura porteña y la bonaerense discutieron proyectos basados mientras doctores y profesionales del área de la salud destacaban la importancia de la sanción de la ley. Carmen Mazza, jefa del Servicio de Nutrición del Hospital Garrahan al 2006, señalaba que "uno de cada cuatro chicos en el país, de entre 10 y 19 años, está excedido de peso, según reveló una encuesta realizada por la Sociedad Argentina de Pediatría (SAP)" (2006).

Martínez (2005), especialista en nutrición, afirma que la obesidad tiene gran repercusión en el desarrollo psicológico y la adaptación que el menor tenga dentro de la sociedad. Considera que uno de los factores que más influye es la imagen que crean algunos medios de comunicación u otros programas, ridiculizando a personajes con sobrepeso haciendo que el receptor, en la vida social, rechace a los individuos que la padecen. Hacia los 7 años, el niño aprende las normas de atracción cultural y escoge a sus amigos; dichas normas son principalmente guiadas por las características físicas.

Los niños con sobrepeso tienden a aislarse socialmente y padecer depresión con más frecuencia que otros, convirtiéndolos en individuos menos activos que suelen escudarse en la comida, agravando y haciendo que aumente la obesidad, afectado su crecimiento y desenvolvimiento con el entorno y, posteriormente, en su futuro profesional.

La Lic. Leker, de la Clínica Cormillot, señala la discriminación de los alumnos con sobrepeso en las escuelas, proveniente de sus pares al llamarlos despectivamente con apodos como "gordo papa" (Leker, conversación personal, 10 de julio de 2011).

Al referirse a la obesidad, no sólo hay que tomar en cuenta el peso de las personas, sino también la dificultad que éstas encuentran para comprar indumentaria que les calce, ya que la mayoría de marcas de modas se dedica a la fabricación de prendas con talles extremadamente mínimos; problema que hasta el momento no obtiene ninguna solución práctica. Como consecuencia, la falta de talles reales conduce, principalmente a las chicas adolescentes, a recurrir a trastornos de la alimentación para poder encontrar ropa de su talla en las marcas de moda.

Los niños, al entrar en la escuela, dan inicio al desarrollo de sus funciones cognitivas, afectivas y sociales. Las primeras hacen referencia al desarrollo de la memoria, la percepción y el razonamiento. Las segundas, a la salida del entorno familiar como abandono del centro de cariño para cambiar de ambiente y desarrollar el sentimiento del deber con relación al derecho ajeno del amor propio, estiman de sí. Finalmente, las terceras funciones aparecen cuando la escuela contribuye a heredar las relaciones sociales que más tarde influirán en su personalidad. (Martínez, 2005)

## **2.5. Influencias**

El creciente aumento en la obesidad se debe a la dieta deficiente que se acostumbra a dar a los niños y a la disminución de la actividad física. Sin embargo, la obesidad no está relacionada únicamente con el comportamiento de los infantes, sino también con la influencia de factores culturales, sociales y económicos, las

políticas de agricultura, transporte, planificación urbana, medio ambiente, educación y procesamiento, distribución y comercialización de los alimentos; convirtiéndose en un problema social que involucra a todos los sectores de una misma población. El niño, a diferencia de un adulto, no puede elegir la clase de alimentos que consume ni el entorno donde vive, por lo cual las consecuencias a largo plazo serán más graves al no poseer control y necesitar de una atención especial en el cuidado de su enfermedad.

Durante los últimos años, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se ha experimentado un aumento de consumo de comida rápida que, por ejemplo, se encuentra reflejada con facilidad en las 24 horas del día en maxiquioscos. El Centro de Estudios sobre Nutrición Infantil (CENSI) y el Hospital Alemán realizaron un estudio sobre 4155 escuelas públicas y privadas donde encontraron que tres de cada cuatro niños se alimentan mal; observaron hábitos de alimentación en el almuerzo y cena de 170 niños de 6 a 11 años y notaron que un 48,15% come pizza, empanadas y papas fritas con frecuencia (Fondevila, 1998). En conclusión, casi un 50% consume alimentos ricos en grasas saturadas y poca ingesta de alimentos con fibras, minerales y vitaminas.

### **Capítulo 3. Indumentaria infantil**

Al preguntarle a Andrea Suárez, profesora de la Universidad de Palermo cuyas respuestas se encuentran en Cuerpo C de este trabajo, si los talles que determinan las empresas respetan las medidas de los cuerpos de los niños, ella indicó que depende de la investigación previa para la adquisición de datos, puesto que la



diferencia entre el relevamiento de medidas reales o la teorización abstracta respecto a éstas es sustancial (cartas de autor, 17 de mayo de 2011). Cabe conocer el mercado actual y las características de estas prendas para proyectar una solución.

### **3.1. Características**

Flugel (1961) afirma desde la psicología que las prendas de niños deben ser livianas para que no les resulten molestas y así evitar que se amarguen por tener que cargarlas. A su vez, considera la importancia de que sea el niño quien elija su vestimenta, aun cuando esa no resulte atractiva para la mirada de los padres. Es interesante este punto puesto que los niños con obesidad no pueden elegir las mismas prendas que sus pares por no encontrar talles para sí.

Partiendo de una perspectiva básica y sintetizada, en el Diccionario de la Lengua Española se define indumentaria como "vestimenta de una persona para adorno o abrigo de su cuerpo" (Real Academia Española, 2001). Sin embargo, la indumentaria ha adquirido un significado mucho más importante para el ser humano que la propia función de adornar o abrigar.

La profesora Andrea Suárez menciona una característica interesante de la confección de la indumentaria infantil:

Los textiles más recomendados son los de algodón tanto para tejido plano como para punto. Las diferencias en cuanto a la producción son enormes, los tejidos planos requieren más detalles de costuración [sic], mayor coincidencia de piezas

de molde y a su vez mayor correspondencia a las medidas del usuario. Las prendas de punto son de ágil producción requieren de pocas costuras y la correspondencia de medidas corporales puede ser menor ya que la prenda se adapta por sí misma a la conformación corporal estirándose. (carta de autor, 17 de mayo de 2011)

### **3.2. Motivaciones de uso**

Existen tres motivos principales por los cuales el individuo viste. El primero es que se trata una necesidad básica, la protección desde la época en la cual el hombre era nómada, por tener la necesidad de protegerse del medio ambiente y los cambios climáticos, utilizando la piel de los animales para cubrirse. El segundo es el pudor porque se convive dentro de una sociedad que depende de la moral del entorno donde se desenvuelve. Y finalmente, la vanidad como tener motivo, ya que necesita expresar su estatus social y su función social, es decir, identificarse con el atuendo que porta.

Asimismo, Cano (2008) sostiene una de las razones por las cuales la raza humana hace uso de la vestimenta de naturaleza compleja. Indica que la indumentaria forma parte de un sistema lingüístico denominado *comunicación artificial*, entendido como el intercambio de mensajes con otros individuos a través de la exhibición de elementos materiales sobre el cuerpo, incluyendo desde la indumentaria, los accesorios, la bisutería o la joyería, el maquillaje y el corte de cabello hasta la variedad de adornos corporales como los tatuajes y perforaciones. Dicha variedad de elementos, además de cumplir con satisfacer una necesidad o lograr

un objetivo estético, son signos que transmiten un mensaje afectivo al interior y exterior de la sociedad, que comunican algo sobre el individuo y sobre su contexto.

Desde este concepto de comunicación y dependiendo del contexto en el que se desarrolle la misma, Cano (2008) enumera las funciones que cumple la indumentaria. En primer lugar dice que funciona como referencial, ya que es el reflejo de su portador, permite la identificación individual dentro de una sociedad, clasifica a los individuos, identifica el rol social y el grupo al que pertenece. En segundo lugar, cumple una función protectora de forma básica, siendo una extensión de la piel que cumple con la función de cubrir al cuerpo de los factores que puedan afectarlo. En tercer lugar, mantiene una función estética, dado que el vestuario es una de las prácticas estéticas más habituales y proyecta cierto aspecto dentro de una sociedad; la persona puede mejorarlo, adornar o experimentar en su estilo personal ya que es un aspecto primordial en la imagen pública.

En conclusión, el vestir es la forma en que quiere ser leída una persona desde la mirada de otras; es decir, cómo se refleja la imagen corporal por medio de lo que otra persona percibe teniendo en cuenta la invitación hacia el diálogo.

La indumentaria está siendo tomada como un medio de comunicación y representación de lo que una persona quiere decir sobre su propio ser, éste la aprovecha como un lenguaje visual de lo que transmite hacia los demás, por lo cual un diseñador de modas debe estar atento a toda clase de señales que pueda percibir de su entorno y responsabilizarse por aportar un beneficio y respuesta ante la situación, así el diseño es utilizado como una herramienta de

comunicación para aportar una mirada crítica y profunda que exprese la cultura de una época y la posición que el diseñador tomará ante ella.

### **3.3. La niñez y su relación evolutiva en la vestimenta**

Según Lurie (1994), la infancia durante la Edad Media y a lo largo de varios siglos posteriores, terminaba en torno a la edad de siete años. No se diferenciaban los trajes entre niño o niña. El niño y la niña entre los 3 y 6 años se convertían en adultos menores, es decir que tenían que vestir modelos confeccionados iguales a los de sus mayores pero reducidos a sus talles.

El paso de la niñez a la juventud ha seguido costumbres similares desde las tribus primitivas hasta las llamadas sociedades civilizadas. Por otro lado, en la Roma Antigua, cuando un joven alcanzaba la mayoría de edad, se desprendía de su túnica corta y adoptaba la *toga virilis*, esto quería decir que el joven terminaba su educación, podía inscribirse como ciudadano y estaba apto para la guerra. Es hasta la segunda mitad del Siglo XVI cuando surge la indumentaria infantil, inspirada en los adultos utilizando enormes armazones llamados guardainfantes dificultando el movimiento de los infantes al jugar y desarrollar otras actividades al aire libre no fue hasta el Siglo XVIII cuando se comienza a ver la diferencia entre la vestimenta de un adulto y la de un niño, valorando al niño como un ser independiente y natural y no como adulto de corta estatura, lo que conlleva a un cambio en la educación de los niños. De la misma manera, la indumentaria infantil comienza a aparecer en las revistas de moda con patrones guía para la confección de prendas. Según Lurie (1994), cuando los

sastres empezaron a confeccionar atuendos para los niños, un niño hasta los cinco o seis años tenía que utilizar una falda tableada que se sujetaba al cuerpo e iba abierta y abotonada al frente, con 7 u 8 años debía de utilizar una chaqueta por encima de la rodilla y un pantalón ceñido. Así mismo, las niñas debían utilizar vestidos que dejaron de ser la copia de los modelos de las adultas.

Periódicamente, surgieron camisas y vestidos de tela escocesa, pero sobre todo, el traje marinero. Éste último fue una de las principales prendas tipológicas que tuvo lugar dentro del vestuario infantil, en el armario de niños y niñas por igual.

El traje marinero comenzó a usarse a finales del Siglo XVIII en las escuelas donde se preparaba a los jovencitos para ir a la marina. Su influencia en los menores de ambos sexos empieza a manifestarse en países de Norteamérica y Europa llegando a ser la vestimenta más usada, comprendida en ocasiones de uso durante el día, una moda que se inició en Gran Bretaña.

Dicho traje, comenta el mismo autor, estaba compuesto por pantalón corto o largo para los niños y falda tableada para las niñas, acompañado de una camisa con los cuellos cuadrados y bordeados con un galón blanco que se abría en punta encima de una pechera lisa o rayada que podía anudarse al frente, se le denominó cuello marinero. El marinero llegó a convertirse en la prenda más convencional para los jóvenes y niños de clase media alta, sobre todo en las localidades costeras, en ocasiones uno de los fetiches del armario infantil. Inclusive en la actualidad se le toma como una prenda que continúa apareciendo en colecciones de forma re significativa y también como inspiración en las colecciones de

temporada.

A mediados del Siglo XX, se da inicio a una nueva línea de indumentaria infantil con la llegada del tejido punto y telas elásticas y a la transformación y diversidad de prendas. Paradójicamente, la transformación de las prendas vuelve a relacionarse más a la de los adultos, tal como la moda que se conoce actualmente.

En la Argentina, es tan fuerte la demanda del mercado infantil que las grandes marcas de indumentaria como Paula CahenD'Anvers, Kingston, Rapsodia, Akiabara, Bolivia, entre otras, han tenido que expandir su target creando líneas para bebés y niños. Véase imágenes evolución de indumentaria infantil en cuerpo C.

### **3.4. Indumentaria infantil actual en Argentina**

#### 3.4.1. Mercado

##### 3.4.1.1. Historia y actualidad

Previo a los años que antecedieron a 1890, las casas de moda en la ciudad de Buenos Aires gozaban de prestigio y singularidad por registrarse pocas en mercado, aunque bien reconocidas. La moda provenía de París y las prendas solían ser copiadas a partir de modelos originales conseguidos en el extranjero.

Por esos años surge la fundación de la tienda El Niño Elegante que confeccionaba prendas para los hijos varones de las grandes personalidades porteñas.

El negocio era un petit hotel cuyas vidrieras mostraban un 'fralalá colorado', el tridente en la mano y la cabeza en continuo movimiento. Se encontraba en medio de los maniqués que exhibían los trajes en exposición y era tan conocido por

los niños de hasta 16 años como su sastre cortador, Albert Ferrer, cuya escasa estatura permitía a los chicos divertidas comparaciones. (Saulquin, 2006, p.61)

Las tiendas, en aquellos tiempos, estaban rodeadas de pequeñas anécdotas que aumentaban su prestigio.

Hoy el sector de la industria textil enmarca cámaras de comercio, asociaciones, fundaciones y distintas entidades a lo largo del país. Victor Hugo Benyakar, presidente de la Cámara Argentina de Indumentaria de Bebés y Niños (CAIBYN), expresa su conformidad con el sector al reconocerlo en alza gracias a la "mayor demanda por exportaciones, turismo, mercado local y la ocupación en todos los rubros" (2011). Asimismo, encuentra al sector en crecimiento en cuanto a calidad, impartida por medio de cursos de capacitación.

A 2010, Benyakar desmintió al Observatorio PYME y sostuvo que las exportaciones crecieron un 40% respecto al año anterior, bajando las importaciones un 44% y aumentando el nivel de actividad en un 22% (Controversia, 2010). Cabe destacar que CAIBYN nuclea al 90% del mercado de indumentaria infantil formal y lucha contra la existencia de talleres clandestinos procurando la actualización de leyes significativas.

Es destacable la situación del sector en lo que refiere a las exportaciones porque, si éste adoptara la tabla de talles para niños y niñas con obesidad que aquí se propone, el alcance de las prendas confeccionadas bajo esta modalidad podría ser aún mayor rompiendo las barreras nacionales.

#### 3.4.1.2. Marcas

El mercado está dividido entre marcas locales exclusivas, quienes

comercializan sus propias marcas; ferias mayoristas, que trabajan de modo ilegal comercializando prendas a otras minoristas; mayoristas y distribuidores, quienes derivan las prendas de marca a pequeñas tiendas; y comerciantes minoristas multimarca, que trabajan con un promedio de 4 marcas y buscan diferenciarse de otros de su misma zona (Benyakar, 2011).

Frente a observaciones de la autora, existen también comercios que venden prendas de diseñadores independientes, exclusivamente o agrupaciones de éstos; y vendedoras que se dedican a la venta ambulante o callejera de diversa calidad de prendas.

Entre las marcas comercialmente reconocidas en los shoppings más grandes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y alrededores, se encuentra Cheeky; Mimo&Co; Gimos; Grisino; Patisserie; Creciendo, especializada en bebés; y Como quieres que te quiera, para pre-adolescentes.

En los últimos años, marcas de indumentaria femenina de adultos como Akiabara y Paula Cahen D'Anvers han desarrollado un sector para niños: Little Akiabara y Paula Cahen D'Anvers Niños. Es necesario brindar atención a este aspecto en particular dado que, al observarse las prendas que se muestra en vidriera, puede verse que su aspecto es enteramente similar al de los modelos de adulto. Andrea Suárez, coincidentemente, se expresa al respecto:

Lo que se ve actualmente es una idealización corporal similar a la que se aprecia en el rubro adultos, donde se asume que todos los usuarios corresponden a la misma tipología corporal donde todos son delgados, logilíneos [sic] y de proporciones



equilibradas. (cartas de autor, 17 de mayo de 2011)

Los niños con obesidad, especialmente, no encuentran indumentaria infantil de su talla (Los niños obesos, 2009) y acuden a comprar vestimenta de adultos mayores, arremangando mangas o haciendo dobladillos en los pantalones. La autora de este proyecto, en busca de marcas que se enfoquen en este sector, únicamente encontró a la española Maybe MBT para niños de entre 6 y 14 años de edad. Para imágenes véase cuerpo C.

En conversación con madres en el barrio de Palermo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, quedó notificada la preocupación de algunas al indicar que no consideran *gordos* a sus hijos y que, igualmente, tienen dificultades para comprar prendas que les sienten bien; o bien evitan llevarlos de compras para no enfrentarlos a la realidad de la falta de talles para ellos, acudiendo a la ropa heredada por otros familiares adolescentes (Montés Catalán y López Moreda, conversación personal, 12 de junio de 2011).

#### **Capítulo 4. Antropometría y talle**

En la mayoría de las empresas de Argentina no está claro quién debe determinar la tabla de talles. Normalmente la decisión recae en quien desarrolla las molderías, o sea el modelista y cuando las molderías se asignan a varios profesionales simultáneamente son varias las tablas usadas. Por resultado los diferentes productos corresponden a diversa medidas corporales, lo que es un gran error ya que el usuario

debe probarse todos los modelos que desea comprar y no se pueden realizar compras diferidas ya que no hay referente de talles real. (Suárez, cartas de autor, 17 de mayo de 2011)

La situación mencionada por Suárez demuestra una amenaza para el sector industrial puesto que necesita del usuario directo para efectuar la compra, disminuyéndose la posibilidad de compra diferida. Se debe entender que, quizás, la compra diferida se deba a que el usuario directo no goza del hábito de compra y, frente a la necesidad de vestirse, se desliga de la acción.

Para solucionar esta situación, se hace necesario conocer las características de la antropometría y el talle, ambos ligados en los procesos de creación.

#### **4.1. Antropometría**

##### 4.1.1. Definición

La ciencia encargada de estudiar las dimensiones del cuerpo humano es conocida como antropometría. Croney (1978) afirma que la antropometría es el conocimiento empírico obtenido por medio de ciertas medidas precisas, que sirve para conocer la proporción y composición que se tiene del cuerpo. A partir de una estadística determinada, se llegan a determinar ciertos valores considerados como promedio de medida del hombre. Asimismo, la antropometría no sólo consiste en la determinación y conocimiento de ciertas medidas sino que sirve en el estudio de la funcionalidad del hombre.

El Diccionario de la Real Academia Española la define como ideal, principalmente entre los estéticos platónicos, mencionando que es un "prototipo, modelo o ejemplar de belleza, que sirve de norma al

artista en sus creaciones" (Real Academia Española, 2001).

De acuerdo con las proporciones del cuerpo según Barraza (2009), el dibujo de moda tiene una medida estilizada que muchas veces es exagerada con relación a la proporción real del cuerpo. Dicho canon es el mismo usado en la antigua Grecia, en el que la medida de proporciones es la cabeza, como un parámetro de relacionar las diferentes partes del cuerpo. Se inició considerándolo con siete cabezas hasta llegar aproximadamente a doce cabezas. Se sabe que la proporción de un adulto duplica la de un niño, por lo cual los niños de dos a tres años de edad se dibujan en base a cuatro cabezas, un niño de cuatro a seis años de edad tiene cinco cabezas, de siete a doce años unas siete cabezas respectivamente y una persona de trece a diecisiete años ocho cabezas.

Barraza (2009), sugiere que la ilustración del cuerpo humano debe guardar cierto equilibrio y simetría, ya que para el diseñador es el medio en el cual grafica sus diseños y, posteriormente, sus colecciones. El diseñador debe considerar al público al cual se está dirigiendo y representar en el dibujo la figura ideal del cuerpo que se va a vestir, es decir, su consumidor real.

Para el diseñador, la importancia trascendental que tiene la ilustración de moda es como un instrumento de expresión del concepto, en la cual el boceto no debe interferir en la percepción individual del consumidor. Es preferible que el figurín se utilice solamente entre el diseñador y la modista porque es una herramienta de expresión, no la pura esencia de sus diseños. El estudio de las medidas del cuerpo es fundamental para que un diseñador pueda crear productos que satisfagan las necesidades de todos los cuerpos (Barraza, 2009).

#### 4.1.2. Proporciones

La antropometría también es considerada proporción, como “disposición, conformidad o correspondencia debida de las partes de una cosa con el todo o entre cosas relacionadas entre sí” (Real Academia Española, 2001).

Eco (2009) afirma que, desde los inicios de la humanidad, el hombre siempre se ha preocupado por la constitución y belleza de su cuerpo. Los egipcios y los griegos, fueron quienes realizaron los primeros estudios y recopilaron datos exactos acerca de las medidas y proporciones del cuerpo, cuya estética se puede apreciar a través de sus obras de arte.

En la Grecia Clásica se consideraba que los ideales de belleza estaban en función de un cuerpo bien proporcionado. El artista escultor Policleto enseñaba que la medida proporcional del cuerpo debía de estar perfectamente bien definida, nombrada canon de siete cabezas. Consideraba que la belleza consistía en numerosos cálculos estudiados hasta en el mínimo detalle, por ello todas las partes que componía una estatua tenía que relacionarse entre sí y estar compuestas matemáticamente. La distancia que había entre la nariz y los ojos sería la misma que de la nariz a la boca, reforzando los dos aspectos en los que se basan todas sus obras: la proporción y el equilibrio.

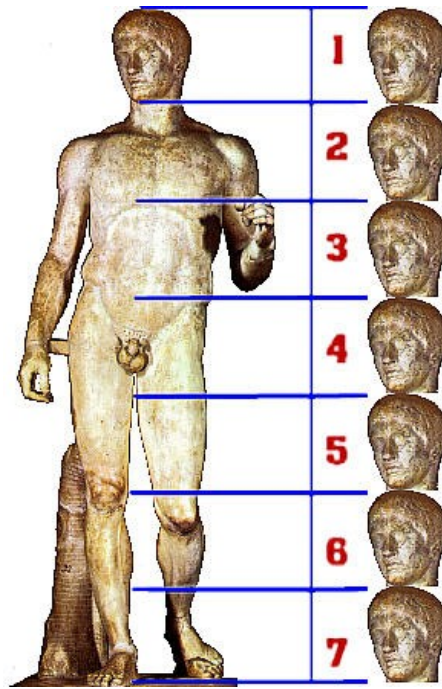


Figura 5: Policleto de 7 cabezas. Fuente: <http://www.google.com/imgres?imgurl=http://2.bp.blogspot.com/>

Desde el Renacimiento, el artista Leonardo da Vinci analizaba minuciosamente las proporciones del cuerpo humano como demuestra su estudio sobre el esquema del Hombre de Vitruvio, figura que se ha usado para simbolizar la alianza entre el deporte y la ciencia. Avanzando en el tiempo, entre los Siglos XV Y XVI, el artista alemán Alberto Durero escribe cuatro libros sobre la proporcionalidad corporal dando lugar a lo que se le llamaría por primera vez antropometría, en el año 1659.

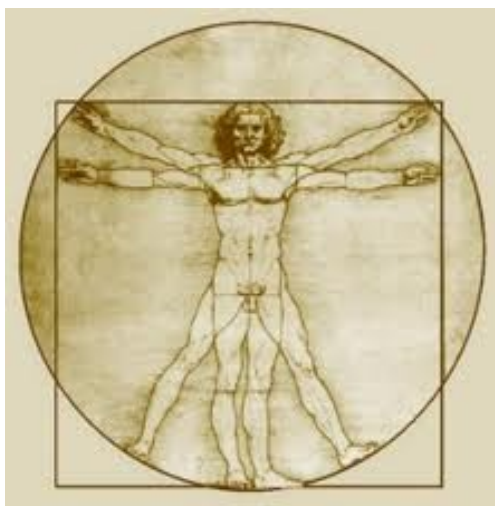


Figura 6: El Hombre de Vitrubio. Leonardo da Vinci (1490), Venecia. Fuente: <http://www.google.com/search?um=1&hl>.

Por lo tanto, se puede afirmar que, desde tiempo atrás, el interés por las proporciones y medidas del cuerpo hacen de la antropometría una herramienta indispensable llevada a la práctica en profesionales como antropólogos, nutricionistas, entrenadores deportivos, policía forense, diseñadores, entre otros. Cada uno lo analiza, comprende y compara de acuerdo con un fin necesario. Para la industria del diseño, sobre todo inmobiliario, interiores e indumentaria, es un factor importante que influye en la elaboración del proceso de producto, puesto que a partir de las dimensiones corporales de cierto prototipo de personas se elige el propósito a diseñar. Es decir que estará creado para éstos, por lo tanto debe de ajustarse a su necesidades y cumplir con la funcionalidad proporcionada para éste.

#### 4.1.3. Características

La antropometría permite conocer el patrón de crecimiento propio de cada individuo, evaluar su estado de salud y nutrición, detectar alteraciones, predecir su desempeño, salud y posibilidades de supervivencia. Son diversas las medidas que son posibles de obtener para así hacer una evaluación del tamaño, proporción y composición corporal, tales como peso, longitud, circunferencias, pliegues cutáneos y diámetros. Para obtener mayor precisión, se debe atender a los instrumentos utilizados, procurando que sean correctos y corrigiendo los errores resultantes de la disparidad de las mediciones de varios examinadores simultáneos. "En este sentido se han reportado coeficientes de variación desde un 4.7% para el perímetro braquial hasta 22.6% para el pliegue cutáneo tricípital" (Rojas Gabulli, 2000, p.22). Para una correcta interpretación de los hallazgos se requiere conocer con exactitud la edad y sexo del individuo.

Por esta razón, un diseñador de modas debe tener en cuenta las medidas antropométricas como una parte fundamental al momento de diseñar, así como identificar el grupo morfológico al cual se va a dirigir. Uno de los elementos que debe poseer para el diseño de prendas es el conocimiento de las proporciones del cuerpo humano durante las distintas etapas de su desarrollo porque presenta una evolución con una serie de cambios fisiológicos y psicológicos.

Según Kracoff (2007), los bebés crecen muy rápido durante el primer año de vida; luego, de los 3 a los 13 años, el ser humano crece en promedio de 3 a 5 centímetros por año frenando este crecimiento en la etapa de la adolescencia debido a la aparición de caracteres sexuales secundarios. A continuación, se presenta el

esquema de las proporciones de los niños, las cuales difieren unas con otras al ser una persona que está en constante crecimiento y rápida evolución, por lo cual se dificulta establecer un canon en concreto pero existe un aproximado de cinco cabezas en la edad de 2 años y uno de seis a doce cabezas entre los 11 a 15 años, aproximadamente.

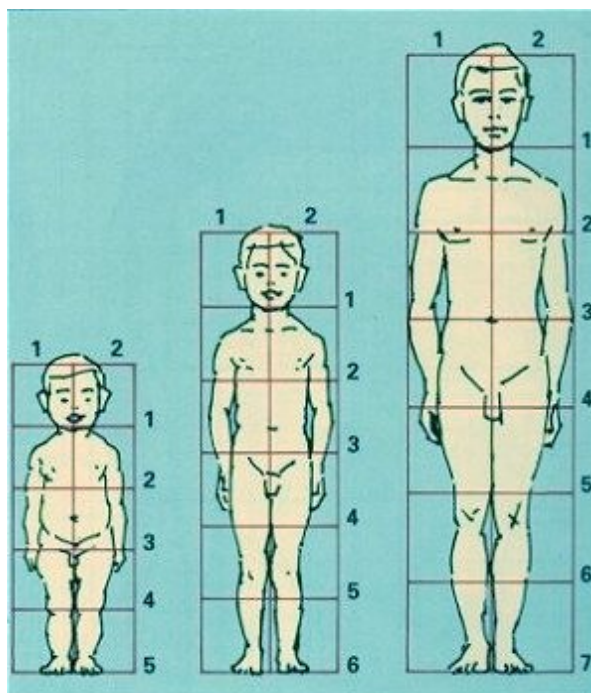


Figura 7: Canon de las proporciones del cuerpo del niño. Fuente: [http://dibujocreacion.blogspot.com/\\_/el-canon-del-cuerpo](http://dibujocreacion.blogspot.com/_/el-canon-del-cuerpo).

En el caso de las mujeres, dejan de crecer entre los 18 y 20 años mientras que en el hombre se extiende el crecimiento hasta los 23 años aproximadamente. Durante la etapa de madurez, las proporciones del cuerpo se mantienen estables, quedando en un canon de 7 cabezas y 8 en su mayoría para el hombre. El ser humano así ha alcanzado la mayor estatura y complejión y, finalmente, durante la vejez, la pérdida de grasa y musculatura hacen que la estatura disminuya.



Para Barraza (2009), un factor indispensable de la antropometría, que influye en la medida anatómica, es el somatotipo; que es un sistema utilizado para identificar la forma corporal y composición física, la cual se clasifica en tres tipos: endomórfico, mesomórfico y ectomórfico. El somatotipo está relacionado con la densidad ósea, es decir, la capacidad del cuerpo para acumular grasa. No sólo se observa la forma de alimentación sino también influye la rutina diaria, momentos de actividad y descanso. El nombre que recibe cada tipo corresponde a una característica personal, la cual se la relaciona con el físico y el temperamento. El componente endomórfico tiene extremidades cortas, caderas anchas, articulaciones grandes, mayor masa corporal y tiende a engordar con facilidad, su carácter es alegre, optimista y extrovertido.

El ectomórfico tiene un tipo de cuerpo blanduzco, con músculos que sobresalen de manera redondeada; suele tener un sistema digestivo subdesarrollado, por lo regular son sociables y de buen humor, y tienen cierta necesidad de atracción por la comodidad.

Por otro lado, el caso del mesomorfismo se caracteriza por su complexión robusta, de media baja talla, extremidades cortas, gran tórax y con más hombros que caderas, tienden a ser musculosos con facilidad gracias a que ganan grasa corporal de forma rápida pero también la queman sin dificultad. Tienen un tipo de cuerpo atlético y buena apariencia muscular, suelen ser valientes, competitivos, deportistas, ágiles y audaces. Finalmente, el ectomorfismo se caracteriza porque son seres delgados y de extremidades largas, articulaciones estrechas, poca grasa corporal, muchos músculos y escasas curvas. El tipo de cuerpo es

pecho plano, hombros hacia adelante. Suelen ser introvertidos.  
(Barraza, 2009)

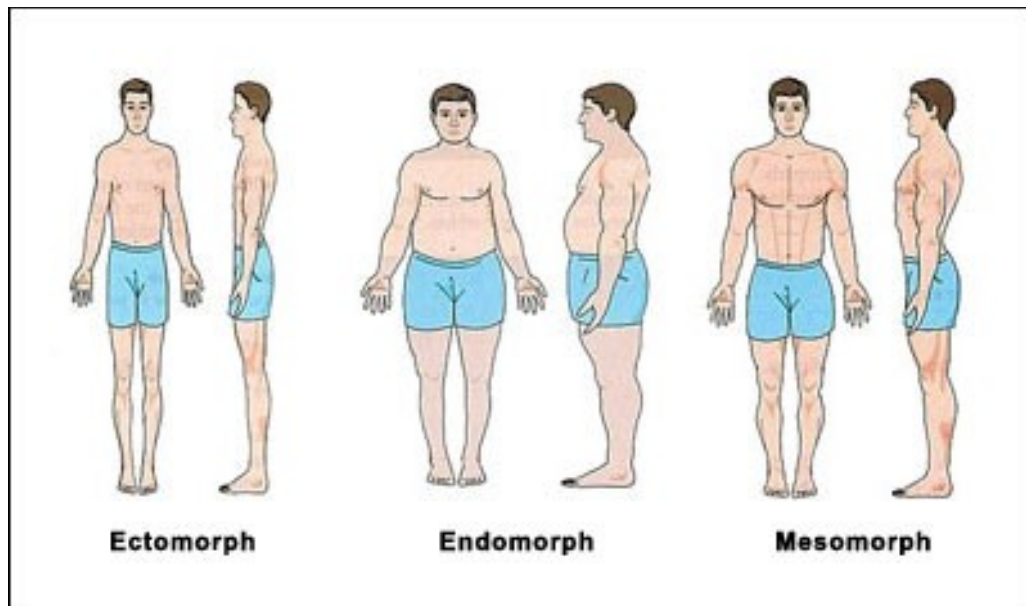


Figura 8. Clasificación del Somatotipos. Fuente:  
<http://www.ejerciciosconpesas.es/articulos/somatotipo-mesomorfo/>

A su vez, se describen tres tipos de construcción anatómica o morfológica: branquitipo, longitipo y normatipo.

El branquitipo pertenece a las personas de baja estatura, cuello y espalda amplias, tronco y extremidades cortas, cara redonda y, por lo regular, obesos. El longitipo es un individuo esbelto y alto, con cuello, tronco y extremidades largas, algunas veces más de lo normal, espalda reducida, cara ovalada y sin tendencia a acumular grasa. Por su parte, el normatipo ubica a la mayoría de los individuos, ya que son personas con estatura regular o mediana, cuello, espalda y extremidades en proporción al tronco, cara redonda u ovalada pero en armonía con las demás partes del cuerpo; en este tipo de constituciones normalmente existe un equilibrio entre la cantidad de músculo y acumulación de grasa y las personas

que están en esta categoría suelen no tener problemas de peso.

En cuanto a las siluetas que se relacionan con las formas de la indumentaria sobre el cuerpo, Barraza (2009) propone que el triángulo es para figuras amplias por los hombros, de cintura ceñida y que decrece hacia abajo; el rectángulo, para complexiones de medidas similares en todo el cuerpo; el trapecio, con cuatro lados irregulares; la silueta globo, para forma redondeada; el reloj de arena para hombros, caderas proporcionados y cintura ceñida.

En cuanto a las medidas del cuerpo humano y para la recopilación de datos antropométricos, existen las medidas anatómicas y las medidas industriales para la producción masiva de prendas.

Para ello, las dimensiones anatómicas que se toman en consideración, las cuales se explicarán más adelante son: contorno de busto, estatura total, contorno de cintura, estatura séptima, contorno de cadera, talle de espalda, talle delantero, contorno de pecho, cintura a suelo, contorno de bermuda, altura rodilla, contorno de cuello, altura de busto, contorno de cabeza, altura de bajo busto, separación de busto, altura de cadera, contorno de brazo, largo de brazo, contorno de muñeca, hombro al codo, contorno de puño hombro a  $\frac{3}{4}$  de brazo y contorno de muslo hombro a mitad del brazo (Kracoff, 2007).

En síntesis, la antropometría marca la relación que hay entre el diseñador y el consumidor, identificando las características físicas y de entorno del sector al que quiere dirigir sus productos. La exigencia de los consumidores es cada vez más alta y por ende buscan opciones que cumplan con sus necesidades básicas,

prendas que sean cómodas y que, por sobre todas las cosas, sean prácticamente a medida del cliente.

## **4.2. El talle**

### 4.2.1. Definición

En opinión de esta autora, se refiere a la estatura o altura de una persona; sin embargo, en términos de moda se dice que es el conjunto de medidas tomadas en los cuerpos que guardan una relación entre sí. Para Kracoff (2007), es la expresión de la medida del cuerpo humano que utiliza para diferenciar unos con otros, mediante la aceptación de normas de acuerdo a la delimitación de cierto segmento dentro de una población.

### 4.2.1. Características

Kracoff (2007) afirma que la unificación del talle en las prendas se convierte en un proceso que exige una serie de pasos estratégicos, como la estandarización del método usado para medir el cuerpo humano, los cuales se relacionan con la determinación de las medidas usadas por todos.

Dentro de la talla anatómica, también se toma en cuenta la estructura ósea, la complexión y algunos rasgos particulares y personales de cada individuo ya que la constitución fisiológica y anatómica del mismo puede variar dependiendo la composición y tamaño de los huesos. La complexión identifica las características físicas como contorno de cintura, busto y cadera, y así también el largo de talle y peso.

Existen numerosos métodos de toma de medidas pero todos se basan en dos principios: las medidas proporcionales y las medidas

directas.

Por un lado, con las medidas proporcionales, el diseñador se apoya en los resultados de estudios sobre la teoría del cuerpo humano, orientándose así a un sistema de prueba y corrección. De esta manera, se definen talles comunes para las personas con características similares.

No obstante, se considera que es cierto que en todo cuerpo humano se hallan determinadas proporciones relacionadas entre sí, aunque también existen diferencias, por ello es difícil encontrar a una persona igual que la otra.

En cambio, las medidas directas o exclusivas se basan precisamente en la desigualdad de los cuerpos, los que físicamente pueden variar o modificarse con o sin intención.

Así una vez aprobada la estandarización de medidas, se procede a la realización de moldes para la confección en base a la decisión de talles a realizar. Para el proceso de creación de moldería, se necesita tener una tabla de medidas, un esquema de puntos y un patrón base.

#### **4.3. Del talle a la moldería**

Perinat (2004) entiende que el patrón base es el molde en el cual está realizada directamente la tabla de medidas que conforma el patrón maestro, el cual no lleva costuras incluidas ni transformación alguna. Asimismo, el molde transformado se obtiene realizando aflojes o ajustes a la plantilla básica de acuerdo con el modelo a utilizar, por lo tanto debe tener costura, número de talla, número de molde y señalizaciones con piquetes, entendiendo por tal a la marca que se le coloca al molde para indicar que ahí

habrá una costura.

Al respecto, Perinat (2004) considera que para el proceso de creación de moldes existen dos elementos muy importantes: la tabla de medidas y el esquema de punto. En la tabla de medidas se localizan todo un conjunto de parámetros dimensionales que, por su posición relativa, pueden identificarse dentro de un talle determinado. Las medidas pueden variar según el país o región, por ello se estandarizan ya que dependen de las cualidades físicas de cada raza, como pueden ser la complejión, edad y sexo.

El otro elemento a tener en cuenta, el esquema de punto, es un sistema que consiste en base de simbología que sirve para indicar sobre el patrón base con respecto al movimiento que debe aplicarse en cada punto, de ahí que deba incrementar la pieza a una talla superior o efectuar una reducción hacia tallas menores.

Aranda (2001), sugiere tres tipos de patrones en el proceso de moldería: bruto, terminado y afinado.

El patrón bruto es aquel que tiene las costuras correspondientes pero además posee un margen alrededor por si se necesita realizar algún ajuste o alguna operación posterior que requiera control.

El patrón terminado es la representación de la pieza tal y como quedará cortada en la tela, para después estar debidamente confeccionada la prenda.

El patrón afinado suele ser el definitivo, tiene todas las costuras necesarias para la confección y se le colocan las marcas correspondientes, incluyendo número de molde y talla. Éste patrón se suele trazar en un papel grueso tipo cartoncillo ya que servirá para sacar duplicado y también se utilizará para procesos de graduación.

La costura son los centímetros que se le agregan al patrón que posteriormente servirán para unir una pieza con la otra. Estas costuras se usan también para dobladillos, bordes de la prenda y remates. La medida, en las costuras, es normalmente de 1 cm, pero esto también depende de la máquina con la cual se coserá.

Aranda (2001) afirma que la costura tiene una medida, utilidad y señalización específica, consistente en clasificarlas por costuras con igual valor en ambos lados y costuras con valores distintos a cada lado.

Si la prenda tiene una necesidad distinta de cada lado, las costuras tendrán distinto valor ya que suelen ser más estrechas para evitar que quede gruesa la prenda. Por lo tanto, las combinaciones van a ser de todas las variantes posibles según el tamaño de costura, por ejemplo: 2/1.5 cm, 1/2cm, 1/2cm, entre otros y la señalización se coloca en la parte donde la costura es mayor a la misma distancia donde terminan el resto. Las costuras con igual valor a cada lado, por ejemplo 10 cm, no necesitan señalización por ser normal y acostumbrada. Sin embargo, la que utiliza 6 cm se nombra cosida y vuelta; quiere decir que una vez que pasa la costura uniendo un lado, se le dará la vuelta quedando la costura en medio de ambas telas. Éstas están localizadas en algunas piezas de las prendas, como pueden ser en cuellos y puños. Por último están las de 2cm, que con frecuencia sirven para unir ambas piezas pero podrían necesitar ampliarse, como las prendas ajustadas por ejemplo. Por lo tanto, éstas se señalizan con un piquete al comienzo y fin de la costura, a 20cm del borde.

Para Aranda (2001), otro elemento que influye en la realización de prendas y su relación con la moldería es la progresión y regresión

de talles. Se trata del procedimiento usado para aumentar o disminuir proporcionalmente un patrón sin deformar su línea original y sin tener que hacer trazos nuevos; es decir, una vez hechos todos los moldes de un modelo, se toma cada una de las piezas que lo conforma y se le aumenta una mediada específica respecto al talle.

Se ha visto que, en la industria, se gradúa de diferentes maneras por lo que no se exige una técnica unificada para tal fin, ya que influyen en ésta una serie de criterios y necesidades. Sin embargo, se observa que todas las graduaciones tienen el mismo objetivo: sistematizar y agilizar el método de moldería conservando siempre la forma original de los patrones en cuanto los aumentos y disminuciones propias del graduador de la empresa. El graduador es la persona que se encarga de hacer la debida progresión y regresión de los patrones, debiendo tener conocimientos en cuanto a medidas básicas de la talla, como busto, cintura, cadera y largo modular, puesto que la graduación depende de la proporción de estas medidas y, por lo tanto, amerita que conozca el modelo o estilo que se realizará para que los aumentos y disminuciones no lo deformen.

Cuando se refiere a los contornos de cintura-cadera-busto, la modelista debe tomar en cuenta los diferentes tipos de cuerpo o morfotipos mencionados anteriormente y considerar los individuos de dicha sociedad para la cual va estar destinada la fabricación que se realice. Se utiliza un término llamado *drop*, que es la diferencia que existen entre la distancia del tórax y cintura. En el caso un cuerpo masculino, se expresa con un valor negativo cuando la cintura es más pequeña que el contorno pecho; por



ejemplo, con 100cm de tórax y 88cm de cintura, el drop resultante será de -12. En el caso de las mujeres, se hace una comparación similar pero entre contorno busto y cadera. El drop no es más que una variable paralela a la escala de talles. El modelista tiene la labor de resolver esta significativa diferencia, de manera que al realizar el tallaje haya un modelo para todas las complejiones.

Asimismo, cada talle va a tener un distinto largo que se relacione de acuerdo a la estatura de cada individuo. Ésta es una variable que actúa en paralelo dentro de la escala de talles, no la modifica la modelista pero la producción debe atender la necesidad según las variables morfológicas de la población. Por tanto, se establecen saltos de 6cm, tomando cinco alturas como estándar por cada talle.

Aranda (2001), continúa comentando que las tablas de medidas no pueden ser fijas, ya que la denominación del talle se origina de la relación entre las dos variables anteriores, drop y estatura, determinada según la edad e la persona. Por lo tanto, las tablas de medidas son variables.

Por esta razón, es necesaria una constante actualización de datos antropométricos sobre los habitantes de una sociedad específica a través de la cual las empresas textiles puedan ofrecer productos que satisfagan las necesidades del consumidor de mercado.

Existen normalizaciones al respecto que son referidas a continuación.

#### **4.4. Instituciones influyentes**

##### 4.4.1. Instituto de Tecnología Industrial

El Instituto de Tecnología Industrial (INTI), organización no gubernamental fundada en 1967, procura ser reconocida como un servidor público que genera y transfiere la tecnología industrial a sus ciudadanos, consumidores y productores, con el objetivo de colaborar con el bienestar de la sociedad de manera permanente. La institución trabaja con una variedad de Sistemas de Centros que se especializan en las distintas áreas industriales del país; sin embargo, la que interesa a este trabajo es la Industria Textil e Indumentaria. De manera específica, los objetivos y misiones del área textil se basan en el propósito de convertirse en un referente científico a nivel nacional. Pretende promover el desarrollo integral en las empresas de confección y creación de textiles difundiendo información específica para procesos y productos, brindar servicios de investigación contribuyendo a que las empresas ofrezcan artículos que complazcan las necesidades del consumidor y, finalmente, establecer una conexión con la variedad de organizaciones involucradas en el sector como gremios empresariales, profesionales y de educación.

Por lo tanto, INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industria, 2008), ha desarrollado espacios de forma práctica para impartir conocimientos involucrando temas dentro del área, desde la realización de moldería básica hasta la confección de prendas, para obtener un objetivo práctico mediante la capacitación de cursos y así lograr un fin que colabore con la industria. De tal manera el INTI debe presentar las investigaciones y resultados ante el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM).

#### 4.4.2. Instituto Argentino de Normalización y Certificación

Esta institución se destaca por ser una asociación civil sin fines de lucro, fundada en 1935 como la organización idónea para desarrollar las normas que requería una nación en pleno crecimiento, cuyas finalidades específicas, en su carácter de organismo argentino de normalización, aun hoy son establecer normas técnicas. Estas normas no deben tener limitaciones de acuerdo a los ámbitos que tome en consideración y deben proyectar al conocimiento y a la aplicación por normalizar la calidad como base. Asimismo, es su objetivo promover las actividades de certificación de productos para proporcionarle la mayor seguridad al consumidor.

En 1994, IRAM es reconocido como Organismo Nacional de Normalización y ratificado en función por el Decreto PEN n°1474/94, en el marco de del Sistema Nacional de Normas, Calidad y Certificación. La fundación IRAM es representante de Argentina para responder ante la Internacional Organization for Standarización (ISO), en la Panamericana de Normas Técnica (COPANT) y en la Asociación de MERCOSUR De Normalización (AMN). (Instituto Argentino de Normalización y Certificación, 2008)

Existe una amplia variedad de normas certificadas por el IRAM que han sido estudiadas y aprobadas. Dentro del área textil, la norma competente es la IRAM 75300-1, en la cual establece un sistema de medidas corporales que se utiliza para designar los talles normalizados de prendas de vestir para bebés, niños, jóvenes, hombres y mujeres, así como la utilización del pictograma normalizado, símbolo pictórico usado para indicar la posición de las medidas de control correspondientes sobre un cuerpo. En este caso, se señala la de cintura, pecho y altura, tal como se

muestra a continuación.

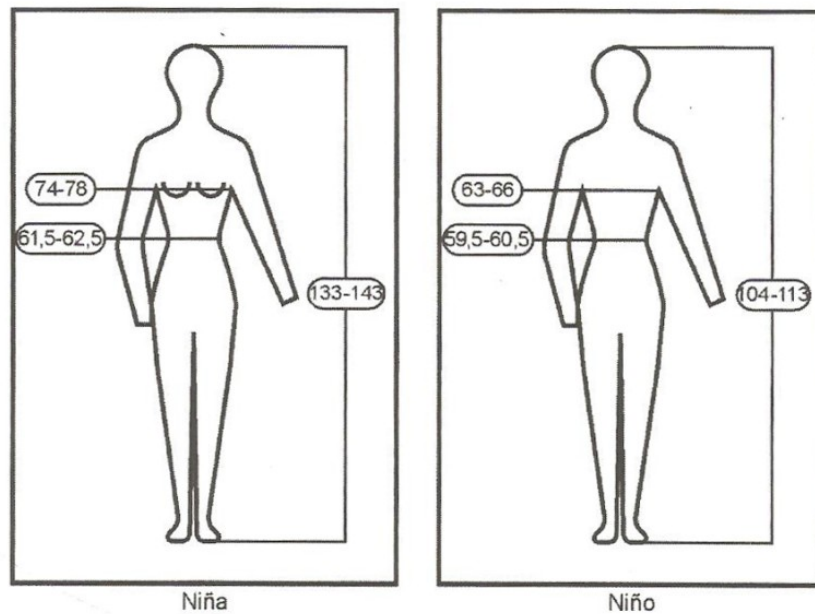


Figura 9: Pictograma para niña y niño. Fuente: Norma IRAM 75300-3, p.27

Lo que propone IRAM, para definir el talle de las prendas fabricadas, es que se considere identificar las medidas corporales del usuario, definiéndolas y ubicándolas en la tabla de normalización respetando el sistema de talles según la escala de medidas corporales principales y secundarias para cada prenda, localizadas en la normas IRAM 753000-2. La tabla de talles no es limitativa, puesto que permite combinar libremente las medidas principales y secundarias que responden a diferentes formas y proporciones del cuerpo.

La medida principal que considera IRAM es para indicar el talle de una prenda de vestir: la medida del cuerpo en centímetros.

La medida secundaria es la que se utiliza normalmente para designar el talle de una prenda destinada al consumidor y es conocida por estar colocada en la etiqueta, comúnmente señalizada

por un número, una letra o un símbolo. Se refiere también a la medida del cuerpo en centímetro.

Según el IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación, 2008), los términos, mediciones y procedimientos para la medición del cuerpo se realizan de la siguiente manera:

- a) Contorno de cuello: longitud horizontal que hace referencia al perímetro completo del cuello; se debe medir al nivel de la séptima vértebra cervical y 2 centímetros debajo de la nuez de Adán. Y aunque esta es menos evidente en las mujeres, su ubicación puede localizarse aproximadamente a 5 a 6 centímetros debajo de la quijada.
- b) Contorno de busto: medida horizontal que se debe tomar al individuo con un nivel de respiración normal, ubicado en postura recta. El centímetro se ubica alrededor del contorno completo pasando por los huesos omóplatos, bajo las axilas y sobre los pezones.
- c) Bajo busto: se toma sobre uno de los ejes del cuerpo, abarcando el mismo perímetro y la misma técnica de medición del contorno del busto; sin embargo, la diferencia radica en ubicar la cinta métrica exactamente bajo el busto.
- d) Cintura: para medir la longitud del individuo debe estar en posición recta con el abdomen relajado y la respiración normal mientras la cinta métrica se coloca sobre la cintura natural del cuerpo; esto es, entre la parte superior de los huesos de la cadera más conocida como recta ilíaca y las costillas inferiores.
- e) Cadera: se calcula el perímetro que existe sobre los

glúteos, a nivel de la mayor circunferencia; es decir, sobre la zona que genera más volumen.

- f) **Altura:** dimensión vertical en relación a los ejes del cuerpo humano; que se ubica desde la coronilla de la cabeza como punto inicial hasta la planta de los pies como punto de referencia final. La medida es válida solo cuando se realiza con la persona parada erecta, sin calzado y manteniendo los pies juntos.
- g) **Largo exterior de la pierna:** longitud de carácter vertical que resulta de ubicar la cinta métrica desde la cintura natural del cuerpo, pasando a través del contorno de la cadera y finalizando en la planta de los pies. Es importante que el individuo se encuentre parado erecto, sin calzado y con los pies uno al lado del otro sin separación al medio.
- h) **Largo interior de la pierna o entrepierna:** se calcula formando una línea recta con la cinta métrica entre la unión de ambas piernas y la planta de los pies. Por lo tanto es indispensable que la persona se encuentre en una posición erguida, con los pies levemente separados entre sí y el peso del cuerpo distribuido de igual manera entre ambas piernas.
- i) **Largo de brazo:** distancia que recorre desde la intersección de la línea del brazo con el hombro pasando sobre el codo y finalizando en el extremo del hueso prominente de la muñeca denominado cúbito. La persona debe tener el puño cerrado, colocándolo sobre la cadera y el brazo doblado formando un ángulo recto.

- j) Largo de mano: la persona debe colocar el brazo en línea recta, la mano abierta con los dedos juntos y el pulgar extendido; seguidamente, la cinta métrica se ubica desde la primera arruga de la base de la mano derecha a través del brazo hasta la punta del dedo medio.
- k) Contorno de mano: la longitud que existe en la parte más voluminosa de la mano derecha; se toma con la mano abierta, los dedos juntos excluyendo el pulgar.
- l) Largo del pie: es una distancia horizontal que debe tomarse mientras el individuo está de pie, descalzo y con el peso del cuerpo distribuido igualmente en ambos pies. La longitud abarca desde el extremo del dedo más prominente del pie y la parte más voluminosa del talón.
- (Instituto Argentino de Normalización y Certificación, 2008)

Antes de la realización de cualquiera de los procesos anteriores, debe atenderse a varias cuestiones evitar que las medidas sean imprecisas. Se recomienda medir a la persona sin ropa y, de no ser posible, el procedimiento podría ejecutarse sobre la menor cantidad de indumentaria posible. Es importante que las prendas no distorsionen demasiado la forma del cuerpo o bien interfieran con la exactitud de la medida. Véase Imagen de toma de medidas en cuerpo C.

#### 4.4.3. Ley 3330

A pesar de las actualizaciones que el INTI Y el IRAM proporcionan a la comunidad argentina, entre las empresas textiles y

diseñadores se comenzó a notar un problema reflejado en el mercado de los consumidores de indumentaria al no poder encontrar un talle que correspondiera con las medidas corporales de ellos mismos, ciudadanos argentinos. Esto se debe a que se utilizan incorrectamente los talles o se coloca una medida que no corresponde a la morfología de los cuerpos, por lo cual para algunos tipos de cuerpo, no hay un talle asignado, viéndose como discriminadas aquellas personas que, al entrar a un local, no pueden comprar prendas por falta de talle.

Por ello, el Gobierno Nacional se ha visto en la necesidad de crear una ley de talles aplicada a los comerciantes de indumentaria con el fin de resolver dicho problema, recordando la intención de que el público pueda encontrar su medida en todas las marcas. Se busca también educar al productor para no clasificar sólo por un código que ya no corresponde al talle anatómico, lo que estaría engañando al consumidor. (Tomino, 2009)

La ley de talles porteña es sancionada con fuerza de ley el 3 de diciembre de 2009, buscando garantizar la existencia de ocho talles como mínima para cada prenda. (Santilli y Pérez, 2010)

La iniciativa parte desde la idea de proteger la salud de las mujeres argentinas contra la bulimia y la anorexia pero, principalmente, pretende velar por la protección al consumidor con la regularización en la disponibilidad de todos los talles. Así procura defender el trato digno y equitativo, la libertad de elección y el derecho a la información adecuada y veraz que merecen los consumidores (Salqueiro, 2005).

Dicha legislación, exige a todos los comercios de indumentaria, la existencia de un mínimo de ocho medidas para cada artículo, esto



significa que debe haber prendas desde el talle extra pequeño (XS) hasta el extra extra grande (XXL); respetando así la elección, sin importar si se trata de un comercio de venta ocasional, principal o secundaria. (Santilli y Pérez, 2010)

La ley también demanda el cambio de la nomenclatura alfabética a la nomenclatura numérica correspondiente en las etiquetas de producto; la que se utiliza para designar tanto prendas superiores como inferiores de la siguiente forma:

En el artículo 4°, se menciona expresamente que los fabricantes también deben promover la existencia de ocho talles como mínimo, al fabricarlos en correspondencia con las medidas corporales de género y edad, e incluir el pictograma a cada prenda de acuerdo a IRAM 75300.

Por último, esta ley establece una sanción a locales de venta de entre trescientos y diez mil unidades fijas, o bien la clausura por treinta días en caso de reincidir. En caso de ser el fabricante el que cometa la falta, tendrá una multa de entre quince mil y veinticinco mil unidades fijas o cinco días de clausura por reincidir. Véase Ley completacuerpo C.

## **Capítulo 5. Planeamiento de la tabla**

El planeamiento se enfoca bajo el resultado de la suma de los criterios explicados anteriormente y propone un acercamiento certero a las medidas corporales infantiles, incluyendo las

características morfológicas de un niño y niña obesos. Para una descripción más clara y detallada de los criterios seleccionados en el planeamiento, se exponen las partes que componen una tabla.

Se considera aquí la opinión de distintas madres, con quienes se ha podido intercambiar conversación en base a las reacciones que tienen sus hijos.

Por tal motivo se decide crear la tabla siguiente, para que posibles empresas y fabricantes se motiven a utilizarla y logren abarcar este sector del mercado y cubrir una necesidad que demanda solución alguna para integrar a los niños en la sociedad.

El siguiente apartado menciona una descripción más clara y detallada de los criterios seleccionados en el planeamiento y las partes que componen una tabla. Más adelante, se verá la comparación entre tres tablas utilizadas por el sector de industria infantil para la confección.

### **5.1 Componentes de una tabla**

En primer lugar existen los parámetros dimensionales, los cuales hacen referencia a las partes del cuerpo que se dimensionan con el centímetro, aquellas que es necesario medir para que funcionen como indicadores básicos en la elaboración de la moldería. Resultan de un consenso entre las medidas recomendadas por el IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación, 2008) en sus normas de talles y las medidas para la confección.

Las medidas del cuerpo son las expresadas en centímetros que en sí mismas representan a las medidas del cuerpo y en conjunto forman cada uno de los talles.

Los intervalos, según el IRAM (Instituto Argentino de

Normalización y Certificación, 2008) son la diferencia entre dos medidas corporales consecutivas; se presentan entre la nomenclatura de cada talle y entre las medidas que conforman cada parámetro dimensional.

Tabla 2: Ejemplos para el uso de tablas de intervalo

Combinación flexible de una medida	Rangos en el
128cm de altura	pictograma
Tórax: 72	Tórax:70-74
Cintura:62	Cintura: 61,5-62,5

Fuente: Norma Argentina IRAM 753000-3

Tabla 3: Ejemplos para el uso de tablas de intervalo

Combinación flexible de una medida 128 cm	Rangos en el
de altura	pictograma
Busto: 80	Busto: 78-82
Cintura: 64	Cintura:63,5-64,5

Fuente: Norma Argentina IRAM 753000-3

El talle es el conjunto de número o letras que se designa a la prenda para destinar un talle que lo clasifique (Debesa, 2005). Siguiendo la ley de talles, es preferible la adecuación de ocho talles y la mantención numérica de los mismos. La norma IRAM no ha desarrollado la nomenclatura en letras para la tabla de niños y niñas por lo que se desarrollará sólo en números.

El rango indica, según el IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación, 2008), que para cada uno de los

parámetros dimensionales existe una unidad determinada, la cual variará en su aplicación dentro de la tabla de acuerdo a las características de cada parte del cuerpo.

## 5.2. Tablas guía

A continuación se presentan dos referencias de tablas que el autor tomará como guía comparativa para la creación de la tabla.

En este caso se obtiene una tabla que es utilizada por la industria comercial de indumentaria bajo la marca ZARA, quien utiliza los siguientes datos para designar y clasificar la tabla básica, con las principales medidas para la confección.

Tabla 4: Guía de tabla para niña y niño

Fuente: Elaboración propia, datos Inditex.

Talla	XXS	XS	XS	S	M	L	L	XL
Talla Europea	03	04	05	06	08	10	12	14
Edad	2-3	3-4	4-5	5-6	6-7	8-9	10- 11	12-13- 14
Altura (cm)	98	104	110	118	128	140	152	164
Pecho	55	57	60	63	67	72	77	82
Cintura (cm)	52	54	56	58	ña / ño 60/6 1	ña/ ño 63/6 4	ña/ñ o 66/6 7	ña/ño 69/70
Cadera (cm)	57	60	63	67	71	77	83/8 2	89/87
Altura pierna	40	45	50	55	60	66	72	78

Andrea Suárez, profesora de la Universidad de Palermo de la cátedra Taller de Modas VI, dedicada en gran parte al área infantil, sugiere dentro del material de cursada la siguiente

tabla de talles para el desarrollo de moldería durante la cursada:

Tabla 5: de Talle Niños (ambos sexos) de 2<sup>a</sup> 11 años

Talle: Edad	2/3	4/5	6/7	8/9	10/11	Incremento
Estatura (cm)	100	110	120	130	140	+10cm
Peso (kg)	16	19	23	29	37	
Cont. Cuello	26	27,5	29	30,5	32,5	+15cm
Cont. Pecho	55	60	65	70	75	+5cm
Cont. Cintura	53	56	59	62	65	+3cm
Cont. Cadera	58	64	70	76	82	+6cm
Largo de manga	33	37,5	42	46,5	51	+4,5cm
Cont. De Busto	17,5	19	20,5	22	23,5	+1,5cm
Puño	11,8	12,3	12,8	13,3	13,8	+0,5cm
Tiro	16	18	20	22	24	+2cm
Cont. Muslo	32	34,5	37	39,5	42	+2,5cm
Largo de Pantalón.	49	55	61	67	73	+6cm
Largo de entrpier.	34	38	42	46	50	+4cm

Fuente: Elaboración propia Datos: taller de modas V, profesora Andrea Suárez.

Andrea Suárez consideró que podría ser la misma para niños que para niñas. Hace una propuesta de cinco tallas y lo divide en cuatro sectores, sugiriendo que las mediadas principales para el desarrollo de la tabla son los contornos cintura, cadera y pecho, debiéndose saber la altura, relacionada con la edad y talle, para determinar los largos.

Estas tablas sirven a la autora para tomar referencia de las medidas que se necesitan. En este caso, la diferencia que hay

entre los contornos será la diferencia que se le aumentará a la cintura para determinar el contorno tórax y el contorno cadera de la tabla a proponer.

De acuerdo a lo observado en las dos tablas anteriores que se tomaron como ejemplo, orienta el camino, pero se hace necesario también atender a las de las normas IRAM.

Para tener noción real de las medidas de niños con obesidad, se acude a un estudio realizado por el Hospital Duran de Buenos Aires (Hirschler, 2009), en donde los profesionales midieron, con cinta métrica, el contorno de cinturas de 3068 menores de edad, 1506 niñas y 1562 varones de 2 a 13 años de edad, en 2003 y 2004, provenientes de ocho escuelas primarias y cuatro jardines de infantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En la tabla resultante, expuesta en Cuerpo C del presente proyecto, se muestran los valores de las circunferencias. Queda demostrada la prevalencia de 18.5% en niñas y 17.4% en varones.

Las medias de circunferencia de cintura serán el punto de partida para elaborar la tabla y desglosar las restantes. Se explicará cómo se obtiene cada una más adelante, a partir de la medida de contorno de cintura, las tablas de percentiles y el respaldo de las normas IRAM.

Tabla 6: Circunferencia de la cintura niña/niño con obesidad.

Edad	Niña	Niño
2	56,4	58,6

3	61,9	61,0
4	65,6	64,8
5	66,4	67,5
6	70,4	71,3
7	77,5	77,7
8	81,2	83,7
9	80,8	83,4
10	91,8	92,9
11	86,9	96,5
12	91,3	96,3
13	94,4	98,4

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Hirschler, V. (2009, 31 de agosto). Perímetro de cintura en niños. *Intramed.com*. Buenos Aires: Intramed.

### 5.3. Adaptación de medidas e intervalos

De acuerdo al intervalo que se utiliza el IRAM para el contorno de tórax en niños y niñas, a partir de la medida 56 a la 62, corresponde el intervalo dos; y a partir de la medida 64 a la 80 en adelante, corresponde el intervalo cuatro. Se puede notar que el contorno mínimo que se obtiene de la circunferencia es de 57 y 59, valores redondeados, y el máximo hasta los 13 años es 94 y 98 cm, por lo cual se ve que el intervalo se extendería. A continuación, la tabla 7 muestra el rango e intervalo donde se ubica la circunferencia con respecto a la tabla de normalización y el rango que le corresponde.

Tabla 7: Medidas de contorno cintura para niños y niñas.

Intervalo 1											
Con-	...55	56	<b>57</b>	58	59	60	61	62	63	64	65...
torno											
de											
cin-											

tura												
Rango	54,5	55,5	<b>56,5</b>	57,5	58,5	59,5	60,5	61,5	62,5	63,5	64,5	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	55,5	56,5	<b>57,5</b>	58,5	59,5	60,5	61,6	62,5	63,5	64,5	65,5	

Fuente: elaboración propia a partir de IRAM 75300-3\*(2010)

*Designación de una tabla de talles para la indumentaria. 3 (2)20.*

El intervalo de la tabla indica que es de 1 cm. De acuerdo a lo sugerido por las normas de IRAM, a partir de 60 cm en la tabla de adultos, tanto en hombres como mujeres, aumenta 4cm. Por lo tanto, de acuerdo a lo sugerido por Núñez (conversación personal, 20 de mayo de 2011), se debe tener un intervalo de 4cm a partir del contorno 60 cm de cintura y 6 cm a partir de 90 cm, en la cual la circunferencia de cintura de las edades de los niños y niñas se integra a la nomenclatura de normas, ayudando al armado y conformación de los talles.

Tabla 8: Medidas de contorno cintura adaptadas para niños y niñas con obesidad.

	Intervalo 1					Intervalo 4								Int. 6	
C.C int ura	55	56	<b>57</b>	58	59	60	64	68	72	76	80	84	88	94	100
Ran go	54,5	55,5	<b>56,5</b>	57,5	58,5	58	62	66	70	74	78	82	86	91	97-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	103
	55,5	56,5	<b>57,5</b>	58,5	59,5	62	66	70	74	78	82	86	91	97	

Fuente: elaboración propia a partir de IRAM 75300-3\*(2010)



*Designación de una tabla de talles para la indumentaria. 3 (2)20.*

Según Adriana Núñez (conversación personal, 20 de mayo de 2011), las marcas de indumentaria infantil deben considerar las normas IRAM para ubicar sus talles de acuerdo al consumidor que tengan y así como también cumplir con la ley de talles.

La directora proporcionó a la autora un ejemplo de tabla que suele ser utilizada por algunas marcas de indumentaria infantil en donde, en referencia a las edades, se propone un contorno de cintura de acuerdo a la normalización IRAM.

Tabla 9. Contorno de cintura para niñas y niños

Intervalo	1cm						
Codificación	2años	3años	4años	6años	8años	10 años	12 años
Contorno	58	59	60	61	62	63	64
Cintura							
Rango	57.5/ 58.5	58.5/ 59.5	59.5/ 60.5	60.5/ 61.5	61.5/ 62.5	62.5/63 .5	63.5/64.5

Fuente: elaboración propia en base a datos de Biblioteca del Instituto de Normalización y Certificación.

Como se puede observar en la tabla anterior, se considera que un niño con 12 años tiene un contorno de cintura de 64 cm, pero en la tabla 8 se propone una extensión hasta 98 cm, medida que tiene un niño con obesidad.

Suárez (cartas de autor, 17 de mayo 2011), sugiere crear una tabla de talles combinada invertida. Por tanto, algunos intervalos serán tomados como referencia de las tablas de mujeres y hombres de normalización del IRAM, como se presentó en el primer ejemplo.

Así, la tabla propuesta se creará de acuerdo el contorno cintura y de acuerdo a la altura y edad de los niños. Véase tablas IRAM anexo C.

#### 5.4. Propuesta

Con lo visto en el último ejemplo y las medidas obtenidas de acuerdo a los intervalos y rangos en relación con el contorno de cintura de las niñas y niños con obesidad, se presenta la siguiente tabla. Para más información sobre las tablas completas del IRAM véase IRAM cuerpo C.

Los intervalos se convirtieron en 3 ampliando la edad hasta los 13 años, considerando la mayoría de los niños. A cada uno se lo incluye con respecto al rango.

Tabla 10: Medidas de contorno cintura para niñas con respecto rango e intervalo IRAM.

	Intervalo 1				Intervalo 4								Interv.6	
C.Cint	56	57	58	59	60	64	68	72	76	80	84	88	94	100
ura														
Rangos														

Fuente: elaboracion propia data: taBLAS iRAM cotorno cintura.

En la siguiente tabla se desarrolla la obtención del contorno tórax y cadera. Usualmente, la obesidad aumenta en proporción al contorno del cuerpo y los largos se mantienen. El Doctor Buchibinder (cartas de autor, 12 junio 2011), pediatra especialista en obesidad, afirma que el crecimiento de los niños de 2 a 6 años con obesidad no se ve afectado sino hasta que se

empiezan a desarrollar usualmente a partir de los 10 años. La estatura puede verse afectada por la obesidad pero antes crecen a la par de todo niño de similar edad. Como se mencionó en el capítulo dos, un cuerpo endomórfico es aquel que concentra mayor cantidad de grasa en el abdomen y, posteriormente, ensancha proporcional la cadera y el tórax, con aumento circular.

Para calcular el contorno de busto y contorno cadera, es necesario basarse en la tabla 12 a partir de la cátedra de la profesora Suárez, en las cual se percibe la diferencia de los contornos tórax y cadera. Dicha diferencia es la que se le aumentará a la tabla propuesta en relación al contorno cintura que se tiene.

Tabla 11. Medidas de contornos principales de niños con obesidad.

Edad	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Contorno	60	63	68	72	76	83	90	89	100	104	104	107	Niña
Tórax	57	64	69	70	75	81	87	86	99	94	99	103	
Diferencia	+1	+2	+3	+4	+5	+5	+6	+6	+7	+7	+8	+9	
Contorno	59	61	65	68	71	78	84	83	93	97	96	98	Niño
cintura	56	62	66	66	70	76	81	81	92	87	91	94	Niña
Diferencia	+5	+6	+7	+8	+9	+11	+12	+14	+15	+17	+19	+20	
Contorno	64	67	72	76	80	99	96	107	108	114	115	118	Niño
cadera	71	68	73	74	79	87	93	105	107	104	100	114	niña

Fuente: elaboración propia.

Para el contorno brazo, se tomará, de la tabla de percentiles de la OMS, la medida que se considera obesidad por encima del percentil 97. Con respecto la edad, también se tomarán de allí para clasificarlas en la tabla final.

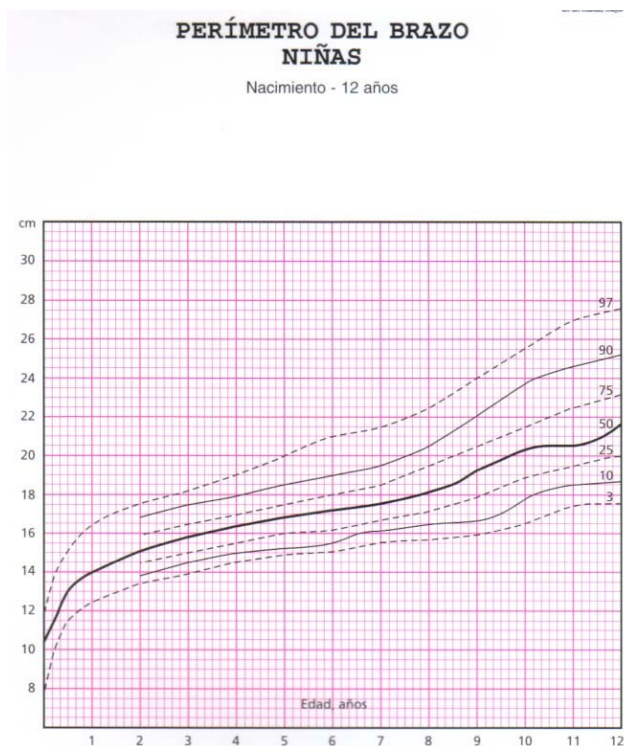


Figura 10. Perímetro del brazo de niñas.

Fuente: [http://www.foroaps.org/area-visor.php?](http://www.foroaps.org/area-visor.php?cod_producto=1102&bizq=salud_nino&hora=20091105073708)

[cod\\_producto=1102&bizq=salud\\_nino&hora=20091105073708](http://www.foroaps.org/area-visor.php?cod_producto=1102&bizq=salud_nino&hora=20091105073708)

Así entonces, una niña de 12 años tendrá un contorno brazo de 27 cm, por lo tanto, las medidas son las siguientes:

Tabla 12. Mediadas contorno del brazo

Edad	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Contorno del brazo	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27

Fuente: elaboración propia.

Para el contorno de cuello, se designan las medidas, intervalos y sus respectivos rangos que establece el IRAM:

Tabla 13. Medidas contorno cuello

Intervalo de 1,6							
Contorno	...25,6	27,2	28,8	30,4	32	33,6	28,8
cuello							
Rango	25.-	26,4-	28-	29,6-	31,2-	32,8-	34,4
	26,4	28	29,6	31,2	32,8	34,4	- 36
C.Tórax	64	68	72	76	80	84	88

Fuente: elaboración propia

No se encontró un dato estadístico que sirviese para respaldar esta información, por lo cual se designó a partir del contorno cefálico de los percentiles tomados por la OMS y expresados en la tabla de contorno cefálico del Cuerpo C.

Por lo que se puede otorgar, las siguientes medidas, arriba del percentil 90 tomando en cuenta la tabla de IRAM con respecto contorno cabeza, dentro del intervalo, se localizan conforme el percentil a los niños y niñas según los siguientes datos:

Tabla 14. Medidas contorno de la cabeza.

Intervalo de 1					
Contorno	51	52	53	54	55
de la					
cabeza					
Rango	50,5/51,5	51,5/52,5	52,5-53,5	53,5/54,5	54,5/55,5

Fuente: elaboración propia

Con respecto las medidas obtenidas en los contornos, el paso siguiente es determinar los largos y la estatura, la cual se conservará de las tablas que se tomaron de referencia y las tablas que el IRAM propone dentro de los intervalos.

Tabla 15: Tabla de estatura para niño y niña.

Intervalo 6			Intervalo 10					
Altura	92	98	108	118	128	138	148	150
Rango	89- 95	95-104	104- 113	113- 123	123- 133	133- 143	143- 153	153- 163
Edades	2 años	3años	4años y 5años	6años	7años y 8 años	9años	10años 11años	12 y 13 años

Fuente. Elaboración propia en base a OMS tablas de crecimiento.

Recuperado en: <http://www.foroaps.org/files/Longitud%20corporal%20%20Estatura%20Ni%C3%B1os%20%20Nacimiento%206%20a%C3%B1os.jpg>

El último paso que aquí compete es el construir la tabla de talles para la inclusión de niños con obesidad que se buscó proponer durante el desarrollo de todo el trabajo. Esto se hace tomando como referencia todas las tablas vistas, siguiendo las medidas investigadas y las tablas creadas durante el desarrollo de éste último capítulo. Así se hace una composición de todas en una sola, colocándolas por bloques de manera que pueda ser ordenada de acuerdo a los parámetros dimensionales que se deben atender para tener la medida de las partes del cuerpo, estatura, peso, principales contorno y largos. Por lo tanto, la autora, después de juntar y reunir las medidas principales para la creación de la tabla de talles y de haber ubicado en los respectivos rangos e intervalos conforme el IRAM, plantea la siguiente tabla recortada a ocho talles conforme a la ley 3330 vista anteriormente. Para más información sobre las tablas completas del IRAM véase cuerpo C. Cabe resaltar que esta tabla es confeccionada para que pueda ser aplicada bajo cualquier método de moldería. Con respecto a las

reducciones y aumentos que se necesitan para cada tipo de tejido, dependiendo si es de punto o plano y de acuerdo a la prenda que se desee realizar, es una tabla creada para que el fabricante, si así lo desea, adapte el talle que le sea beneficioso a la curva de talles que utiliza normalmente para la confección.

Tabla 16. Tabla de medidas para la confección de indumentaria de niños H y niñas M con obesidad.

Tabla adaptada al talle para niños y niñas con obesidad													
Talle	2	3	4/5		6	7/8		9	10/11		12/13		
Altura	96	100	105	110	115	120	125	130	135	140	145	151	H
	95	99	103	107	113	119	123	128	133	139	143	150	M

Peso	15	17	20	24	26	30	35	42	50	55	60	65	
Edad	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Contorno Torax	60	63	68	72	76	83	89	90	100	104	104	107	H
o	57	64	69	70	75	81	86	87	90	94	99	103	M
Contorno cintura	59	61	65	68	71	78	83	84	93	97	96	98	H
o	56	62	66	66	70	76	81	81	87	92	91	94	M
Contorno cadera	64	67	72	76	80	99	96	107	108	114	115	118	H
o	71	68	73	74	79	87	93	105	104	107	100	114	M
cabeza	51		52		53	54					55		
C.Brazo	17	18	19		20	21	22	23	24	25	26	27	
C.uello	24	24	27	29	30	33	35	36	40	42	42	43	H
	23	25	27	28	29	32	34	35	35	38	40	41	M

Fuente: confección propia

### Conclusiones

El trabajo final de grado que surge a partir de una necesidad en el usuario, cuyo rubro es la indumentaria infantil, se enfocó en satisfacer la necesidad y querer contribuir con la integración del usuario, buscando que éste pueda tener la misma oportunidad que otro de su edad. Ha sido muy productivo para la autora y ha logrado concluir de la siguiente manera, cumpliendo con los objetivos satisfactoriamente.

En lo que a la autora concierne, a pesar de que los datos numéricos para la conformación de la tabla de talles para niños y niñas con obesidad, fue un arduo trabajo de búsqueda dado que se necesita información lo más actualizada posible para una tarea



semejante, centrada directamente en niños y niñas con dicha enfermedad. La tabla propuesta puede ser utilizada por cualquier industria textil y empresa interesada que quiera contribuir y extender su mercado a este nuevo usuario.

Es interesante descubrir que, si hay un gran número de menores de edad padeciendo obesidad y, por lo tanto, sufriendo de baja autoestima y discriminación, afectando gran parte de su desarrollo profesional y desenvolvimiento para relacionarse con el entorno, el trabajo puede arrojar luz sobre su situación. Se incluyeron, en el desarrollo, testimonios tanto de madres como de los niños entrevistados que no encuentran talles que correspondan a su cuerpo y que, para ellos, es frustrante no poder vestir un jean o una remera que se luce en vidriera.

Aunque en este proyecto no se menciona, sí me atrevo a externar en las conclusiones la importancia de hacer conciencia respecto a la obesidad como una enfermedad que está despertando alarmantes cifras en todo el mundo. Además de la conciencia, se debería también continuar tomando medidas para aquellos que sufren el sobrepeso y para todos los otros que conllevan distintos desórdenes alimenticios, incluyendo los de infrapeso.

Se pudo reconocer que ésta es una realidad circundante en muchos países, por lo cual se entiende que la tabla propuesta, además de ser considerada como una ayuda para la satisfacción emocional y la necesidad básica de vestimenta de los infantes argentinos, puede extenderse a otros países limítrofes o lejanos que la encuentren útil.

Se pudo observar también que las tablas de medidas para la

confección no se usan adecuadamente en los sectores de industrias y que usualmente no corresponden con las mediadas de su población. Por ello, el común defecto es que no se encuentren talles que correspondan a un estándar de mediadas nacionales, optándose por prendas que se deformen teniendo que ajustar y modelar el cuerpo a ellas, en vez de que sea la prenda la que se amolde al cuerpo humano.

El lograr, como diseñadora, que el usuario lleve una prenda que le calce a su cuerpo y se sienta cómodo, es casi un deber. Confeccionar indumentaria de diseño con estampados, colores y estilos de su marca favorita a partir de la cual se pueda sentir identificado, así como tener la satisfacción de ir de compras y efectivamente lograr la compra a gusto, puede repercutir en la autoestima del niño, mejorar sus relaciones humanas por sentirse aceptado y motivar sus ganas de mejorar su condiciones de salud. Se busca evitar que el niño o niña se aisle por verse estéticamente diferente a sus pares, por tanto estimular que se sienta identificado con su grupo.

Se trata de avanzar en la inclusión y convivencia entre niños, demostrándoles que todos, independientemente de su físico, pueden ser tomados en consideración, atendidos a gusto. La tarea del diseñador textil es más justa de este modo y el desarrollo profesional es grato frente al interés de ayudar a otros seres humanos desde la honestidad, sin jugar con su imagen y condicionarlo, probablemente sin intención de maldad, a adaptarse a cuerpos perfectos. Como profesional, el diseñador es responsable de todo ello puesto que no solo se trata de crear un estética de

belleza y perfección, sino que, como creadores, se puede beneficiar a los usuarios, quienes deben vestirse durante toda su vida por lo cual se considera que estimularlo con experiencias placenteras desde la niñez es ideal para fomentar también que continúe indagando en su estilo personal durante su vida adulta.

La importancia de este trabajo se enfocó en la preocupación por incluir a que todo individuo pueda gozar de los beneficios sin distinción alguna. Es este caso, como se pudo ver a lo largo del proyecto con cada uno de los capítulos, la información investigada fue dando las pautas para detectar que la meta principal del proyecto fue la creación de una tabla de talles que pueda ser utilizada por todo aquel fabricante que quiera extender su producción de talles e incluir en sus productos prendas con los diseños de su marca adaptados a este nuevo consumidor, quien realmente desea adquirirlas.

Como se mencionó, se llega a la conclusión de que las personas no son conscientes de que se trata de una enfermedad que convive con la sociedad y que recientemente se empezaron a tomar más medidas por considerarse una gran epidemia a nivel mundial. Las futuras generaciones no estarán eximidas de esta enfermedad y la lucha por su erradicación puede ser también llevada desde el diseño.

En opinión de la autora, se considera que hoy se está viendo el nacimiento de una nueva infancia. Por un lado, la revolución de las comunicaciones que tanto afectan en la rutina diaria de los niños, ocasionalmente acortando su niñez. El individuo juega un rol destacado en la sociedad al ser el principal consumidor del mercado actual, influenciado por los cambios tecnológicos que se

viven diariamente, entre los cuales también se encuentra involucrado. Este cambio hace que el niño crezca de manera brusca y, a su vez, tenga que adaptarse a una vida rápida.

Se notó que la gran influencia de los medios está imponiendo modelos estereotipados que ven afectadas a personas, así también como la globalización, la vida moderna y mediatización del mercado han logrado afectar a una sociedad que recién se enfrenta al mundo que se generaliza indiscriminadamente. Hoy día esos estereotipos de modelos corporales han creado un ideal en la mente de los jóvenes, afectando también a los pequeños niños, llegando perjudicar su salud física y emocional.

Este trabajo no pretende estar a favor de la obesidad para fomentar el desarrollo de un nuevo mercado, sino incorporar a estos individuos cubriendo una de sus necesidades básicas, tratando de que esta tabla sirva para que los fabricantes utilicen correctamente las medida de un talle corporal y se concienticen en pensar en el usuario y ayudar a no ver afectada la actitud del consumidor hacia la moda, por la reacción desmedida al ver que es difícil encontrar prendas con tendencias que el propio mercado impone cada vez más fuertemente. De seguir comprando prendas que no le ajusten al cuerpo y no correspondan a las medidas adecuadas, el costo que se pagará será elevado tanto para el consumidor como para el fabricante.

La aplicación de un ley de talles no es suficiente para concientizar al responsable que lleva a cabo la elección y

producción de cada uno de sus productos. Se considera que lo importante es desde dónde se están tomando las medidas, si están actualizadas con los cuerpos que rigen hoy en la sociedad, los estudios antropométricos.

Es tanta la competencia que un diseñador debe de buscar alternativas y fijarse en usuarios que no han sido atendidos correctamente con anterioridad. Por medio de la indumentaria también se puede transmitir un mensaje; éste sería un mensaje de inclusión, de atención sobre el individuo que necesita sobrellevar su situación sin ser marginado, de naturalización de la moda en relación a los cuerpos reales que se encuentran en la ciudad.

Un diseñador debe fijarse que está pasando en la sociedad y cómo contribuir y colaborar con ella, además de cuidar su propio rubro y la imagen de su disciplina. Debe brindar no sólo un producto que pueda comercializar sino que, por medio de sus conocimientos e influencias, mejore aspectos de la vida y la realidad en que viven los consumidores. O bien ésta es la intención de la autora.

## Referencias Bibliográficas

- Aranda, E. (2010). *Preparación del patrón para la industrialización y progresión de talles*. Buenos Aires: UP. Recuperado el 23 mayo 2010, disponible en [http://fido.palermo.edu/serviciosdyc/publicacionesdc/vista/detalles\\_articulo.php?id\\_libro=147&id\\_articulo=5989](http://fido.palermo.edu/serviciosdyc/publicacionesdc/vista/detalles_articulo.php?id_libro=147&id_articulo=5989)
- Barraza, A. (2009). *La antropometría de la Moda. Criterios de identificación del consumidor*. Buenos Aires. Recuperado el 11 de marzo, disponible en [http://fidopalermo.edu/servicio\\_dyc/publicacionedc/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=147&id\\_articulo=5989](http://fidopalermo.edu/servicio_dyc/publicacionedc/detalle_articulo.php?id_libro=147&id_articulo=5989)
- Benyakar, V. H. (2011). Indumentaria, actualidad y plan de acción desde CAIBYN. *MABYN*, 40, 2-4.
- Branguinsky, J. (2001). Calidad de vida. *Página/12*. pp. 2-15
- Cano, F. (2008). La moda, el sentido de vestir y la Posmodernidad. *Iconofacto*, 4(5), 11-25.
- Controversia sobre las importaciones de indumentaria infantil. (2010, 31 de marzo). *Clarín - IECO*. Disponible en [http://www.ieco.clarin.com/economia/Controversia-importaciones-indumentaria-infantil\\_0\\_235176652.html](http://www.ieco.clarin.com/economia/Controversia-importaciones-indumentaria-infantil_0_235176652.html)
- Croney, J. (1978). *Antropometría para diseñadores*, Barcelona: Gustavo Gili

- Debesa, F. (2005, 9 de septiembre). Los textiles se resisten a cumplir con la Ley de Talles bonaerense. *Clarín*. Recuperado 15/10/10 de <http://edant.clarin.com/diario/2005/09/09/sociedad/s-03815.htm>
- Enwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, A. y Roig, G. (2007). *Dibujo para diseñadores de moda*. Barcelona: Parramón.
- Flugel, J. (1961). *Psicología del vestido*. Buenos Aires: Paidós.
- Fondevila, F. (1998, 15 de febrero). Flacas, no nos claven sus puñales: las gorditas les ponen el cuerpo a la belleza. *Viva*, 14-27.
- García Núñez, J. A. y Berruezo, P. P. (1994). *Psicomotricidad y educación infantil*. Madrid: CEPE.
- Hernández, C. (2009). *Literatura y cursilería*. Madrid: Lulu.
- Hirschler, V. (2009, 31 de agosto). Perímetro de cintura en niños. *Intramed.com*. Buenos Aires: Intramed.
- Instituto Argentino de Normalización y Certificación (2008). *El plan estratégico del IRAM*. Recuperado el 19/10/10 de <http://www.or.ar>
- Instituto Argentino de Normalización, (2010) *Designación de talles para la indumentaria. Parte 3: Medidas e intervalos*. (2da.ed). Buenos Aires. IRAM
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2008). *Plan estratégico*. Disponible en [http://www.inti.gob.ar/pdf/plan\\_estrategico2008.pdf](http://www.inti.gob.ar/pdf/plan_estrategico2008.pdf)
- Kracoff, M. (2007). *Sobre cuerpo y siluetas*. Santa Cruz: Rodel Ediciones.
- Lehnert, G. (2000). *Historia de la moda del siglo XX*. Colonia: Könemann.
- Los diseños de Yves Saint Laurent. (2010, 8 de marzo). *La Nación*. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1241193-los-disenos-de-yves-saint-laurent-en-una-exposicion-de-paris>
- Los niños obesos no encuentran ropa de su tamaño. (2009, 8 de junio). *La Gaceta*. Disponible en [http://www.lagaceta.com.ar/nota/330018/Notas\\_tapa/nios\\_obesos\\_no\\_encuentran\\_ropa\\_su\\_tamao.html](http://www.lagaceta.com.ar/nota/330018/Notas_tapa/nios_obesos_no_encuentran_ropa_su_tamao.html)
- Lurie, A. (1994). *Sobrepeso y obesidad infantil. Pautas para la educación nutricional y actividad física en el tratamiento educativo*. Madrid: Gymnos.

- Mazza, C. (2006, 25 de junio). Prohibirían la comida chatarra en las escuelas. *La Nación*. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/817827-prohibirian-la-comida-chatarra-en-las-escuelas>
- O'Donell, A. (2004). *Obesidad en Argentina*. Buenos Aires: CESNI.
- Organización Mundial de la Salud. (2011, marzo). *Obesidad y sobrepeso. Nota descriptiva N°311*. Recuperado el 2/03/11, disponible en <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
- Perinat, A. (2004). *Tecnología de la confección textil*. Valencia: EDYM.
- Radici, F. (2010). Los dueños de la moda. *Apertura*, 196.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. (22.a Edición) Disponible en: <http://buscon.rae.es/rae.html>.
- Riviére, M. (1998). *Crónicas virtuales. La muerte de la moda en la era de los mutantes*. Barcelona: Anagrama.
- Rodríguez, C. (2002). Obesidad. Definición, diagnóstico, etiopatogenia, clasificación. Extracto de *Medicine*, 8, 36-41.
- Rojas Gabulli, M. I. (2000). Aspectos prácticos de la antropometría en pediatría. *Paedriática*, 3 (1) 22-26
- Rojas, M. C. (1999). *Obesidad. En: Nutrición Clínica y Gastroenterología pediátrica*. Bogotá: Editorial Médica Internacional.
- Salqueiro, A. (2005, 15 de diciembre). Talles y detalles de la ley que genera controversia. *La Nación*. Disponible en [http://www.lanacion.com.ar/nota.aspenota\\_id76](http://www.lanacion.com.ar/nota.aspenota_id76)
- Santilli, D. y Pérez, C. (2010). *Ley n° 3330*. BOCBA, 3349.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda en la Argentina. Del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Simoniello, D. (2010). *Proyecto de ley para promover la Alimentación saludable en las escuelas de la provincia*. Santa Fe: UCR y Frente Progresista Cívico y Social.
- Sipse (2010, 26 de mayo). Dan a conocer lista de alimentos "restringidos" en escuelas. *Sipse.com*. Disponible en <http://www.sipse.com/noticias/47990---conocer-lista-alimentos-restringidos-escuelas.html>
- Squicciarino, N. (1990). *El vestido habla: consideraciones psicológicas sobre la indumentaria*. Madrid: Ediciones Cátedra.



Tomino, P. (2009, 18 de diciembre). La ciudad tiene su ley de talles, que prevé duras sanciones. *La Nación*. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1213001-la-ciudad-tiene-su-ley-de-talles-que-preve-duras-sanciones>

Toro, J. (1996). *El cuerpo como delito*. Barcelona: Ariel.

## **Bibliografía**

Aranda, E. (2010). *Preparación del patrón para la industrialización y progresión de talles*. Buenos Aires: UP. Recuperado el 23 mayo 2010, disponible en [http://fido.palermo.edu/serviciosdyc/publicacionesdc/vista/detalles\\_articulo.php?id\\_libro=147&id\\_articulo=5989](http://fido.palermo.edu/serviciosdyc/publicacionesdc/vista/detalles_articulo.php?id_libro=147&id_articulo=5989)

Arnaiz, G. M. (1996). *Paradojas de la alimentación contemporánea*. Barcelona: Incaria.

Barraza, A. (2009). *La antropometría de la Moda. Criterios de identificación del consumidor*. Buenos Aires. Recuperado el 11 de marzo, disponible en [http://fidopalermo.edu/servicio\\_dyc/publicacionedc/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=147&id\\_articulo=5989](http://fidopalermo.edu/servicio_dyc/publicacionedc/detalle_articulo.php?id_libro=147&id_articulo=5989)

Bastos, A. A., González Bato, R., Molinero González, O. y Salguero del Valle, A. (2005). Obesidad, nutrición y actividad física. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 5.

Benyakar, V. H. (2011). Indumentaria, actualidad y plan de acción desde CAIBYN. *MABYN*, 40, 2-4.

Branguinsky, J. (2001). Calidad de vida. *Página/12*. pp. 2-15

- Brody, J. (2003). La figura ideal. *La Nación*. P. 5
- Butazzi, G. (1983). *La Mode. Art, histoire & societe*. Paris: Hachette.
- Cano, F. (2008). La moda, el sentido de vestir y la Posmodernidad. *Iconofacto*, 4(5), 11-25.
- Casollo, M. (1996). *Psicología en el campo de la salud*. Buenos Aires: Paidós.
- Coleridge, N. (1988). *La conspiración de la moda*. Barcelona: B. S.A.
- Controversia sobre las importaciones de indumentaria infantil. (2010, 31 de marzo). *Clarín - IEEO*. Disponible en [http://www.ieeo.clarin.com/economia/Controversia-importaciones-indumentaria-infantil\\_0\\_235176652.html](http://www.ieeo.clarin.com/economia/Controversia-importaciones-indumentaria-infantil_0_235176652.html)
- Coutinho, W. (1999). Obesidad en el niño y el adolescente. *Arquivos Brasileiros de Endocrinologia e Metabologia*, 43, 1
- Croney, J. (1978). *Antropometría para diseñadores*, Barcelona: Gustavo Gili
- Debesa, F. (2005, 9 de septiembre). Los textiles se resisten a cumplir con la Ley de Talles bonaerense. *Clarín*. Recuperado 15/10/10 de <http://edant.clarin.com/diario/2005/09/09/sociedad/s-03815.htm>
- Dondis, D. A. (2007). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Duby, G. (1984). *Historia de la vida privada; Tomo 4*. Barcelona: Taurus.
- Eco, H. (2009). *Historia de la Belleza*. Milán: Lumen.
- Enwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, A. y Roig, G. (2007). *Dibujo para diseñadores de moda*. Barcelona: Parramón.
- Flugel, J. (1961). *Psicología del vestido*. Buenos Aires: Paidós.
- Fondevila, F. (1998, 15 de febrero). Flacas, no nos claven sus puñales: las gorditas les ponen el cuerpo a la belleza. *Viva*, 14-27.
- García Núñez, J. A. y Berruezo, P. P. (1994). *Psicomotricidad y educación infantil*. Madrid: CEPE.
- Gélis, J. (1994). *La individualización del niño*. Barcelona:

Taurus.

- Hernández, C. (2009). *Literatura y cursilería*. Madrid: Lulu.
- Hirschler, V. (2009, 31 de agosto). Perímetro de cintura en niños. *Intramed.com*. Buenos Aires: Intramed.
- Instituto Argentino de Normalización y Certificación (2008). *El plan estratégico del IRAM*. Recuperado el 19/10/10 de <http://www.or.ar>
- Instituto Argentino de Normalización, (2010) *Designación de talles para la indumentaria. Parte 3: Medidas e intervalos*. (2da.ed). Buenos Aires. IRAM
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial (2008). *Plan estratégico*. Disponible en [http://www.inti.gob.ar/pdf/plan\\_estrategico2008.pdf](http://www.inti.gob.ar/pdf/plan_estrategico2008.pdf)
- Kracoff, M. (2007). *Sobre cuerpo y siluetas*. Santa Cruz: Rodel Ediciones.
- Lannelage, M. P. (2008). *Los secretos de la moda al descubierto*. Barcelona: Gili.
- Lehnert, G. (2000). *Historia de la moda del siglo XX*. Colonia: Könemann.
- Lipovestsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Los diseños de Yves Saint Laurent. (2010, 8 de marzo). *La Nación*. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1241193-los-disenos-de-yves-saint-laurent-en-una-exposicion-de-paris>
- Los niños obesos no encuentran ropa de su tamaño. (2009, 8 de junio). *La Gaceta*. Disponible en [http://www.lagaceta.com.ar/nota/330018/Notas\\_tapa/nios\\_obesos\\_n\\_o\\_encuentran\\_ropa\\_su\\_tamao.html](http://www.lagaceta.com.ar/nota/330018/Notas_tapa/nios_obesos_n_o_encuentran_ropa_su_tamao.html)
- Lurie, A. (1994). *Sobrepeso y obesidad infantil. Pautas para la educación nutricional y actividad física en el tratamiento educativo*. Madrid: Gymnos.
- Martínez, E. J. (2005). *Sobrepeso y obesidad infantil. Pautas para la educación nutricional y actividad física en el tratamiento educativo*. Madrid. Gymnos.
- Mazza, C. (2006, 25 de junio). Prohibirían la comida chatarra en las escuelas. *La Nación*. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/817827-prohibirian-la-comida-chatarra-en-las-escuelas>
- Mcneal, J. U. (1993). *Manual de producciones para niños: manual sobre comercialización dirigida a los niños*. Buenos Aires:

Gránica.

- Novoa, J. (2010, 16 de abril). Se aprueba nueva ley contra alimentos "chatarra". *Blogs entre la gente*. Disponible en [http://www.blogsentrelagente.com.mx/blog\\_home.asp?idU=297&idP=6143](http://www.blogsentrelagente.com.mx/blog_home.asp?idU=297&idP=6143)
- O'Donell, A. (2004). *Obesidad en Argentina*. Buenos Aires: CESNI.
- Olmedo, R. (2004). *Tratamiento interdisciplinario para la obesidad enfoques y perspectivas para el siglo XXI*. Argentina: s/d.
- Organización Mundial de la Salud. (2011, marzo). *Obesidad y sobrepeso. Nota descriptiva N°311*. Recuperado el 2/03/11, disponible en <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>
- Perinat, A. (2004). *Tecnología de la confección textil*. Valencia: EDYM.
- Piaget B. y Inheer B. (1997). *Psicología del niño*. Madrid: Morata.
- Radici, F. (2010). Los dueños de la moda. *Apertura*, 196.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. (22.a Edición) Disponible en: <http://buscon.rae.es/rae.html>.
- Riviére, M. (1998). *Crónicas virtuales. La muerte de la moda en la era de los mutantes*. Barcelona: Anagrama.
- Rodríguez, C. (2002). Obesidad. Definición, diagnóstico, etiopatogenia, clasificación. Extracto de *Medicine*, 8, 36-41.
- Rojas Gabulli, M. I. (2000). Aspectos prácticos de la antropometría en pediatría. *Paedriática*, 3 (1) 22-26
- Rojas, M. C. (1999). *Obesidad. En: Nutrición Clínica y Gastroenterología pediátrica*. Bogotá: Editorial Médica Internacional.
- Salqueiro, A. (2005, 15 de diciembre). Talles y detalles de la ley que genera controversia. *La Nación*. Disponible en [http://www.lanacion.com.ar/nota.aspenota\\_id76](http://www.lanacion.com.ar/nota.aspenota_id76)
- Saltzman, A. (2005). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el Proyecto de vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Santilli, D. y Pérez, C. (2010). *Ley n° 3330*. BOCBA, 3349.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda en la Argentina. Del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- Schor, J. (2004). *Nacidos para comprar. Los nuevos consumidores*

- infantiles*. Madrid: Paidós Ibérica.
- Selser, C. (2001). *Estética de la juventud*. VIVA, 5.
- Simoniello, D. (2010). *Proyecto de ley para promover la Alimentación saludable en las escuelas de la provincia*. Santa Fe: UCR y Frente Progresista Cívico y Social.
- Sipse (2010, 26 de mayo). Dan a conocer lista de alimentos "restringidos" en escuelas. *Sipse.com*. Disponible en <http://www.sipse.com/noticias/47990---conocer-lista-alimentos-restringidos-escuelas.html>
- Squicciarino, N. (1990). *El vestido habla: consideraciones psicológicas sobre la indumentaria*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Tomino, P. (2009, 18 de diciembre). La ciudad tiene su ley de talles, que prevé duras sanciones. *La Nación*. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1213001-la-ciudad-tiene-su-ley-de-talles-que-preve-duras-sanciones>
- Toro, J. (1996). *El cuerpo como delito*. Barcelona: Ariel.
- Vélez, S. (2008). Cuerpo sacro, cuerpo vergonzante. *Iconofacto*, 4(5).
- Veneziani, M. (2007). *La imagen de la moda*. Argentina: Nobuko.
- Verdejo, G. (1998). Situación de la salud y tendencias 1986- 1995. *Publicaciones OPS Argentina*, 46, 1-83
- Zampar, H. (2003). *Moldería para niños*. Madrid: Atlanta.
- Zampar, H. y Poratto, L. (2007). *Moldería para niños; sistema exclusivo para trazar moldes perfectos*. Buenos Aires: Atlántida.
- Zygmunt, B. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.