

Moda adolescente.

Jonathan Nahuel Coccalotto Basile, Juan Toranzo, Micaela Avendaño, Morales Martin y Limache, Iliana.

Cita:

Jonathan Nahuel Coccalotto Basile, Juan Toranzo, Micaela Avendaño, Morales Martin y Limache, Iliana (2024). *Moda adolescente. 3ras Jornadas Juveniles de Investigación Social 2024. Universidad Nacional de Villa María, Villa María.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/jornadas.juveniles.de.investigacion.social.2024/57>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eT4U/NG9>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Jornadas Juveniles de Investigación Social 2024

IPEM 6, JUAN FILLOY

5 to Año "A"

Turno Mañana

Alumnos Integrantes: Martin Morales, Emiliano Vargas, Juan Gabriel Toranzo, Micaela Braidá, Nahuel Coccalotto, Natalia Bruno, Esteban Peña.

Docentes Integrantes: Adriana Sosa, Jeremías Navarro

"Los Jóvenes y la Moda"

Interrogantes y Objetivos.

Los objetivos de este trabajo son analizar y reflexionar sobre cómo es la compleja relación que existe entre los jóvenes y la moda en la actualidad, teniendo en cuenta la agresiva irrupción del espacio virtual (internet, redes y contenidos) en sus vidas.

Cuando nos referimos al término moda, nos referimos a una serie de prácticas adolescentes que incluyen desde su forma de vestir, pasando por la música que escuchan, hasta sus formas de ocio.

Fundamentación.

Como mencionamos antes en los objetivos de la investigación, la relación que existe entre los jóvenes y la moda siempre ha sido compleja, no sólo en la actualidad.

Podríamos precisar que todo comenzó con la aparición de grupos y tribus urbanas que formaron la "Cultura juvenil" a mediados de los años cincuenta del siglo XX, a través de los cuales los adolescentes buscaban su propia identidad.

Cabe destacar que los primeros en identificarse entre sí por su vestimenta en el siglo pasado fueron los rockeros, los hippies y los motoqueros. Muchas de estas corrientes culturales, asociadas a un estilo de vida y unos determinados gustos musicales, basaron su estética en inspiraciones cinematográficas, en movimientos sociales y de protesta política que, en muchos casos, filtraban lo que los medios de comunicación transmitían para canalizar su rebeldía.

La moda influye en la cultura visual adolescente haciendo que, a través de sus gustos, pensamientos y vestimenta se sientan parte de una corriente social concreta. En esa pertenencia al grupo a través del estilo que los representa, donde se comparte la misma identidad, toma gran importancia el consumo y el marketing de moda. Durante la adolescencia se tiende a pensar que se tiene una forma de vestir y una identidad inimitables y únicos pero sin embargo, los jóvenes acostumbra a vestir según dicta la industria de la moda.

Es en este contexto, ya complicado, de relación entre jóvenes y “mercado de la moda”, donde se introduce aproximadamente a partir de los años 2000 con el boom de internet, el “espacio virtual”, es decir una carrera de interacción entre comunidades de todo el mundo, donde la música, las películas, los videojuegos y las estéticas dejan de ser fenómenos locales para pasar a ser globales y generar una revolución en la comunicación, donde los adolescentes van a ser la vanguardia de este fenómeno.

Principales conceptos del trabajo.

La moda y los adolescentes tienen una relación dinámica y recíproca que refleja la influencia de ambos en la construcción de tendencias y estilos. Esta interacción es un fenómeno fascinante que revela cómo los adolescentes y la moda se afectan mutuamente en un ciclo continuo de influencia.

Desde una perspectiva, la moda influye considerablemente en los adolescentes. Los diseñadores de moda, las marcas y los medios de comunicación juegan un papel crucial en la creación de tendencias que los adolescentes adoptan. Las pasarelas, las revistas, y las redes sociales son plataformas a través de las cuales las tendencias de moda se difunden y llegan a este grupo etario. Los adolescentes, a menudo en búsqueda de identidad y aceptación social, tienden a adoptar estilos que están en boga, lo que hace que la moda sea una herramienta poderosa para expresar su individualidad y pertenencia a un grupo.

Las campañas publicitarias y los influencers tienen un impacto significativo en la forma en que los adolescentes perciben y se relacionan con la moda. Los jóvenes a menudo buscan inspiración en figuras públicas y celebridades, y las marcas capitalizan esta aspiración al promocionar sus productos a través de estos canales. La moda, por lo tanto, actúa como una fuerza dominante que moldea las preferencias y comportamientos de los adolescentes.

Por otro lado, los adolescentes también juegan un papel importante en la definición de las tendencias de moda. A medida que buscan diferenciarse y encontrar su propio estilo, los adolescentes pueden influir en la moda a través de la creación y difusión de nuevas tendencias. Las subculturas juveniles, como el grunge, el hip-hop, y el streetwear, han surgido de manera significativa de las expresiones individuales de los adolescentes y sus comunidades.

Las redes sociales han amplificado esta influencia, permitiendo a los adolescentes compartir sus estilos y crear nuevas tendencias. Plataformas como TikTok, Instagram y Snapchat han democratizado el mundo de la moda, dando voz a los adolescentes y permitiéndoles establecer sus propias normas de estilo que, eventualmente, pueden ser adoptadas por la moda mainstream.

La relación entre moda y adolescentes es, en gran medida, bidireccional. La moda influye en los adolescentes al proporcionarles opciones y referencias que buscan para expresar su identidad. Sin embargo, los adolescentes también influyen en la moda al generar y adaptar tendencias que luego pueden ser recogidas por diseñadores y marcas. Este intercambio constante de influencias crea un ciclo en el que la moda y los adolescentes se moldean mutuamente, reflejando los cambios culturales y sociales de cada época.

Diseño metodológico.

El plan o estrategia general para abordar este trabajo tuvo como eje un profundo diálogo entre alumnos y docentes, que se desarrolló de forma muy interesante.

En primer lugar, tratamos de crear un espacio de trabajo en la escuela para debatir este tema del proyecto de investigación.

Pudimos acceder a las aulas de tutorías, y ahí una vez por semana nos reuníamos para intercambiar nuestras experiencias sobre la problemática. En nuestro caso, la relación entre la moda y los adolescentes.

A partir de nuestros encuentros semanales surgieron algunas ideas que después trasladamos a los resúmenes que íbamos armado para hacer los escritos.

Después los estudiantes estuvieron en un proceso de búsqueda, selección y lectura de información sobre el tema, con el cual pudieron estructurar de una forma más clara y sólida algunos de los conceptos que habíamos estado debatiendo en nuestros encuentros.

Cada uno de los estudiantes construyó su propio trabajo, con sus propias impresiones, a partir de lo que fuimos tratando en los diversos diálogos, y después con lecturas puntuales, reformuló esas construcciones teóricas realizadas previamente, para dar forma al trabajo final que presentamos.

Bibliografía.

"La moda y su influencia en la identidad cultural adolescente", de Victoria Toribio-Lagarde; Dolores Álvarez-Rodríguez.

"¿Cómo influye la moda en el comportamiento de los adolescentes?", de José Luis Iglesias Diz.

"Cambios vestimentarios en la adolescencia", de VERÓNICA FIORINI y DANIELA FIORINI.

"El consumo de moda entre los adolescentes que preocupa a padres y pediatras", de Josefina Gil Moreira.