

## MEDIACIÓN ORAL

Tiempo de preparación: 4 minutos

Tiempo de habla aproximado: 3 minutos

La Ilusión de la Inclusividad: Discriminación en la Industria de la Moda	
CONTEXTO:	Trabajas formando parte de un equipo de mediación lingüística para una empresa de moda española que quiere lanzar una campaña publicitaria en el mercado angloparlante. La empresa, llamada "Moda Para Todos", se especializa en ropa inclusiva y busca destacar su compromiso con la diversidad y la representación en sus diseños.
TAREA 1	Resúmele los puntos principales del documento
TAREA 2	Explícale con precisión una de las dos expresiones en negrita
<p><b>La Presión por Ajustarse</b></p> <p>En el mundo actual, la moda a menudo se percibe como una forma de expresión personal. Sin embargo, para muchos, se convierte en un molde rígido al que se espera que se ajusten. La frase "<b>vestidos de punta en blanco</b>" evoca imágenes de glamour y perfección, pero este estándar idealizado puede ser excluyente. Los diseñadores y las marcas frecuentemente atienden solo a ciertos tipos de cuerpo, dejando a otros sintiéndose como si no pertenecieran a la pasarela, o incluso a las tiendas de ropa cotidianas. Este enfoque crea un ambiente donde las personas que no cumplen con estos estándares irreales se sienten marginadas o invisibles.</p> <p><b>Tendencias que Excluyen</b></p> <p>Estar "<b>a la vanguardia</b>" en la moda debería significar romper barreras y abrazar la diversidad. Sin embargo, con demasiada frecuencia, las tendencias siguen siendo exclusivas, con modelos y diseños que no representan a una demografía más amplia. Por ejemplo, mientras algunos estilos pueden estar "de moda", podrían no adaptarse a todas las culturas, edades o tallas. Cuando las personas no ven reflejada su imagen en la moda mainstream, esto refuerza sentimientos de alienación. Una marca puede parecer progresista —una oveja con piel de lobo— pero si sus prácticas continúan dejando de lado a los grupos minoritarios, entonces sus afirmaciones de inclusión son vacías.</p> <p><b>Víctimas de la Moda Más Allá de las Tendencias</b></p> <p>El término "víctima de la moda" generalmente describe a alguien obsesionado con mantenerse al día con las últimas tendencias. Pero, en otro sentido, innumerables individuos se convierten en víctimas de una industria que prioriza las ganancias sobre la representación. Aquellos que no pueden costearse etiquetas de alta gama o que simplemente no encajan en los moldes tradicionales quedan atrás, sus voces ahogadas por campañas brillantes que presentan looks hechos con el mismo patrón. Es hora de que la industria reconozca que el verdadero estilo no consiste en cortar a todos con la misma tela; se trata de celebrar la individualidad y hacer que todos se sientan valorados. Al abrazar la autenticidad, la moda puede ir más allá de las ideas anticuadas y fomentar una inclusividad genuina.</p> <p><a href="http://www.cristinacabal.com">www.cristinacabal.com</a> and Qwen (AI)</p>	

### **The Pressure to Fit In**

In today's world, fashion is often perceived as a form of personal expression. However, for many, it becomes a rigid mold they are expected to fit into. The phrase "dressed to the nines" evokes images of glamour and perfection, but this idealized standard can be exclusionary. Designers and brands often cater only to certain body types, leaving others feeling as if they don't belong on the runway—or even in everyday clothing stores. This approach creates an environment where people who don't meet these unrealistic standards feel marginalized or invisible.

### **Trends That Exclude**

Being "at the forefront" of fashion should mean breaking barriers and embracing diversity. However, too often, trends remain exclusive, with models and designs that do not represent a broader demographic. For instance, while some styles may be "in vogue," they might not adapt to all cultures, ages, or sizes. When people don't see themselves reflected in mainstream fashion, it reinforces feelings of alienation. A brand may appear progressive—a wolf in sheep's clothing—but if its practices continue to sideline minority groups, then its claims of inclusivity are hollow.

### **Fashion Victims Beyond Trends**

The term "fashion victim" generally describes someone obsessed with keeping up with the latest trends. But, in another sense, countless individuals become victims of an industry that prioritizes profit over representation. Those who can't afford high-end labels or who simply don't fit traditional molds are left behind, their voices drowned out by flashy campaigns showcasing looks made from the same pattern. It's time for the industry to recognize that true style isn't about cutting everyone from the same cloth—it's about celebrating individuality and making everyone feel valued. By embracing authenticity, fashion can move beyond outdated ideas and foster genuine inclusivity.