

MEDIACIÓN ORAL

Tiempo de preparación: 4 minutos

Tiempo de habla aproximado: 3 minutos

¿Vestirse de punta en blanco a qué precio? El coste oculto de la moda rápida

CONTEXTO:	imagina que formas parte de una organización ecologista que busca concienciar sobre el impacto de la moda rápida en el medioambiente y la sociedad. Has recibido este texto en español titulado " <i>¿Vestirse de punta en blanco a qué precio? El coste oculto de la moda rápida</i> ". Tu tarea es mediarlo al inglés para compartirlo con un público internacional interesado en sostenibilidad y consumo responsable.
TAREA 1	Resúmele los puntos principales del documento
TAREA 2	Explícale con precisión una de las dos expresiones en negrita

Impacto ambiental: Cortado por el mismo patrón

La industria de la moda rápida, cortada por el mismo patrón que los gigantes de la producción masiva, se sustenta en la velocidad y el exceso. Las marcas lanzan prendas en un abrir y cerrar de ojos, animando a los consumidores a seguir las últimas tendencias, mientras ocultan el daño ambiental. Desde la contaminación del agua hasta los residuos textiles, el planeta paga un alto precio por la ropa desechable. Las mezclas de poliéster—baratas y omnipresentes—liberan micro plásticos, envenenando ecosistemas. Sin embargo, la huella de carbono de la industria sigue siendo un tema trillado para corporaciones que priorizan el beneficio sobre la sostenibilidad.

Costos sociales: Un lobo con piel de cordero

Tras campañas brillantes, muchas marcas **son un lobo con piel de cordero**. Promueven precios accesibles e inclusión, pero dependen de mano de obra explotada. Trabajadoras, en su mayoría mujeres en países en desarrollo, sufren salarios bajos y condiciones inseguras para producir ropa vestida de punta en blanco destinada a mercados occidentales. El costo humano se oculta tras capas de marketing, convirtiendo a los consumidores en cómplices involuntarios. Incluso colecciones "éticas" a veces carecen de transparencia, sembrando dudas sobre si las elecciones reales reflejan valores.

Cultura consumista: Víctimas de la moda y las modas pasajeras

La presión por estar a la moda convierte a muchos en víctimas de la moda, atrapados en un ciclo de sobreconsumo. Las redes sociales aceleran esto, normalizando outfits usados una vez y descartados. Las tendencias cambian tan rápido que los estilos de la temporada pasada se vuelven pasados de moda de la noche a la mañana, alimentando la ansiedad por comprar más. Esta mentalidad no solo es económicamente agotadora—perpetúa una cultura de usar y tirar donde la calidad y durabilidad son obsoletas.

Reinventando el estilo: A la vanguardia

Afortunadamente, un cambio emerge. Marcas a la vanguardia abrazan la moda lenta, priorizando durabilidad y prácticas éticas. Comprar en tiendas de segunda mano y los intercambios de ropa ganan terreno, desafiando la obsesión por lo "nuevo". Para consumidores conscientes, elegir piezas atemporales o apoyar marcas sostenibles es un motivo de orgullo, combinando estilo con responsabilidad. El futuro de la moda no tiene por qué sacrificar ética por estética—si redefinimos qué significa **vestirse de punta en blanco**.

www.cristinacabal.com and Qwen (AI)

Environmental Toll: Cut from the Same Cloth

The fast fashion industry, *cut from the same cloth* as mass production giants, thrives on speed and excess. Brands churn out trendy pieces *at the drop of a hat*, encouraging consumers to *keep up with the latest trends* while disguising the environmental havoc. From water pollution to textile waste, the planet pays a steep price for disposable clothing. Polyester blends—cheap and ubiquitous—shed microplastics, poisoning ecosystems. Yet, the industry's carbon footprint remains *old hat* to corporations prioritizing profit over sustainability.

Social Costs: A Wolf in Sheep's Clothing

Behind glossy campaigns, many fast fashion brands are *a wolf in sheep's clothing*. They market affordability and inclusivity but rely on exploitative labor practices. Garment workers, often women in developing nations, endure poor wages and unsafe conditions to produce clothes *dressed up to the nines* for Western markets. The human cost is hidden beneath layers of marketing, making consumers unwitting accomplices. Even "ethical" collections sometimes lack transparency, leaving buyers questioning if their choices truly align with their values.

Consumer Culture: Fashion Victims and Fads

The pressure to stay *in vogue* has turned many into *fashion victims*, trapped in a cycle of overconsumption. Social media accelerates this, normalizing outfits worn once and discarded. Trends shift so rapidly that last season's styles feel *out of fashion* overnight, fueling anxiety to buy more. This mindset isn't just financially draining, it perpetuates a throwaway culture where quality and longevity are *old hat*.

Rethinking Style: Ahead of the Curve

Thankfully, a shift is underway. Brands *ahead of the curve* are embracing slow fashion, prioritizing durability and ethical practices. Thrifting and clothing swaps are gaining traction, challenging the "newness" obsession. For conscious consumers, choosing timeless pieces or supporting sustainable labels becomes *a feather in their cap*, blending style with responsibility. The future of fashion need not sacrifice ethics for aesthetics—if we redefine what it means to be *dressed to the nines*.