

GUÍA TALLER DE FILOSOFÍA

Profesor: Patricio A. Fuentes Barrios

Curso: IIº Medio

OE: Relacionar la experiencia cultural de la moda con acciones o medidas sostenibles.

Presentación

La microhistoria y la comida han sido los temas de las guías anteriores. El tema de esta guía pretende reflexionar sobre el fenómeno de la moda más allá de su dimensión comercial. La moda nos identifica ya sea como individuo, pero también se expresa ideas y creencias que compartimos acerca de fenómenos sociales, cambios culturales y generacionales. Hay ideas que están de moda, así como colores, estilos de vestir, formas de comer, etc.

Además, se retoma la idea de relacionar el tema, en este caso la moda, con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y los desafíos que nos presenta para la vida.

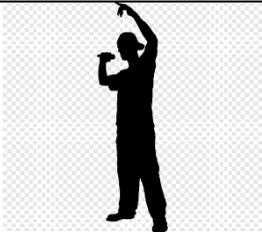
Texto 1. Filosofía y moda ¿Palabras excluyentes? (texto seleccionado y editado)

Autora: Aby Todd. <http://negrowhite.net/filosofia-y-moda-palabras-excluyentes/>

- Hablar de **filosofía de la moda** no es contradictorio por más que así parezca. Muchos han de considerar completamente excluyentes entre sí las palabras «filosofía» y «moda». Pero lo cierto es que, **nada en este mundo es excluyente a la filosofía**. En el significado de esta palabra, que deriva del griego y significa **amor al conocimiento** (logos), considera que podemos conocer múltiples cuestiones; la verdad, la moral, la belleza, el lenguaje y demás. La moda no es excepción. [...]
- La idea es, entender desde una perspectiva filosófica, cómo los movimientos históricos, revoluciones, hechos, fenómenos sociales e ideales personales pueden influenciar el arte, generar modas, movimientos estéticos y modificar las formas de vivir y pensar de los seres humanos a lo largo del tiempo.
- Un vestido, un bolso, un pantalón y hasta un collar son mucho más que lo indicado por nuestra visión. Aquellos elementos expresan **ideas, sentimientos, emociones**. Fueron construidos **por y para los seres humanos**; por ende su finalidad, más allá de la utilidad, siempre será la misma: el **conocimiento, la virtud, la realización, la belleza**: El plasmar una parte introspectiva del Ser en el mundo exterior.
- Las personas aprenden**, junto con otros procesos, por medio de **la imitación**. Si no fuese por ello, jamás adquiriríamos ciertas costumbres necesarias para vivir, entre las más fundamentales: el lenguaje. [...] Es decir que la moda no está presente solamente en el vestir, y aunque puede que no sea igual de vital que el desarrollo del habla en un niño, manifiesta un lenguaje al cual que aderimos.
- Como dice el filósofo español Adolfo Vásquez Rocca: *“El tema de la moda lejos de ser un asunto meramente banal constituye un documento estético-sociológico que da clara cuenta de las sensibilidades de una época, en particular de la voluntad de ruptura e innovación o, por otra parte, de férreo conservadurismo, quedando definido el asunto del vestir como un asunto sustancialmente político. La moda está en la calle y por lo tanto es parte constitutiva de la res pública”*.
- Por lo tanto, Cada fenómeno, social, político y cultural influye en la confección del arte y la moda. Toda aquella sensación capaz de ser experimentada por los seres humanos, así como todo conocimiento adquirido por nosotros mismo, ha de proyectarse directa o indirectamente en sus manifestaciones.

Actividad 1: Contextualizando el texto leído, busca las características o atributos que se solicitan para elaborar un perfil de las siguientes modas sociales.

Modas sociales	
Nombre: “GENERACIÓN UWU” 	RASGOS PSICOLÓGICOS (¿Qué piensan o creen?)
RASGOS FÍSICOS (¿Cómo se reconocen?)	RASGOS SOCIALES (¿se identifican con qué grupo socioeconómico?)

Modas sociales	
Nombre: RAPEROS 	RASGOS PSICOLÓGICOS (¿Qué piensan o creen?)
RASGOS FÍSICOS (¿Cómo se reconocen?)	RASGOS SOCIALES (¿se identifican con qué grupo socioeconómico?)

Modas sociales	
Nombre: (Indica un ejemplo)	RASGOS PSICOLÓGICOS (¿Qué piensan o creen?)
RASGOS FÍSICOS (¿Cómo se reconocen?)	RASGOS SOCIALES (¿se identifican con qué grupo socioeconómico?)

Texto 2

El costo ambiental de estar a la moda (selección)

<https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

Cuando pensamos en las industrias que tienen un efecto dañino en el medio ambiente vienen a nuestra mente la manufacturera, la de energía, la de transporte e incluso la alimentaria. Sin embargo, de acuerdo con la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo.

Los datos de la UNCTAD indican que el rubro del vestido utiliza cada año 93.000 millones de metros cúbicos de agua, un volumen **suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas**, y que también cada año se tiran al mar medio millón de toneladas de microfibra, lo que equivale a 3 millones de barriles de petróleo.

Además, la industria de la moda produce **más emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales** juntos, con las consecuencias que ello tiene en el cambio climático y el calentamiento global.

El modelo dominante en el sector es el de la “moda rápida”, que ofrece a los consumidores cambios constantes de colecciones a bajos precios y alienta a comprar y desechar ropa frecuentemente. Como consecuencia, la producción de prendas de vestir se duplicó en el periodo de 2000 a 2014. Muchos expertos, incluidos los especialistas de la ONU, consideran que esta tendencia es responsable de **una amplia gama de efectos negativos en el ámbito social, económico y ambiental**, y subrayan la importancia de garantizar que la ropa se fabrique de la manera más sostenible y ética posible.

Innovación y sustentabilidad

Pese a las estadísticas desalentadoras, los productores y consumidores de moda están cada día más conscientes de que la industria necesita cambiar y numerosas compañías, incluidas las minoristas de ventas masivas, empiezan a integrar los principios de sustentabilidad a sus estrategias de negocios. Por ejemplo, la cadena global H&M ha adoptado un esquema de recolección de ropa y la fabricante de *jeans* Guess forma parte de un programa de reciclaje de guardarropa; mientras que la empresa Patagonia produce chamarras de poliéster obtenido de botellas recicladas.

Algunas compañías más pequeñas también se han sumado al movimiento para **cambiar la industria del vestido** e implementar un modelo de negocios sostenible. Entre ellas se cuentan la suiza Freitag, que utiliza lonas y cinturones de seguridad de camiones para hacer bolsas y mochilas; Indosole, por su parte, fabrica zapatos con llantas viejas; y Novel Supply, de Canadá, tiene un esquema de devolución en el que los clientes pueden regresar sus prendas cuando ya no las usan para que la empresa las recicle.

Impacto ambiental de la industria de la moda:

- Se requieren 7500 litros de agua para producir unos *jeans*
- El sector del vestido usa 93.000 millones de metros cúbicos de agua cada año, una cantidad suficiente para que sobrevivan 5 millones de personas
- La industria de la moda es responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global
- La producción de ropa y calzado produce el 8% de los gases de efecto invernadero
- Cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura
- La producción de ropa se duplicó entre 2000 y 2014

Actividad 2: En relación con el texto leído, deberás buscar acciones que creas que permitan revertir el fenómeno actual de “la moda rápida”. Para ello, deberán anotar **al menos dos** acciones, señalando los beneficios de una “moda sustentable”

ACCIÓN POR UNA MODA SUSTENTABLE
La Acción
¿Por qué es sustentable?

ACCIÓN POR UNA MODA SUSTENTABLE
La Acción
¿Por qué es sustentable?

ACCIÓN POR UNA MODA SUSTENTABLE
La Acción
¿Por qué es sustentable?