

II CONGRESO de MODA

BURGOS, 7 NOVIEMBRE 2015

TRENDS 4 YOU: MODA Y REDES SOCIALES

OBJETIVO GENERAL. Estimular la capacidad de análisis, observación y reflexión personal en torno a la moda y las redes sociales

PÚBLICO OBJETIVO. Estudiantes desde 2º de la ESO hasta 1º de BACH

El Congreso consta de una fase previa y una fase final

FASE PREVIA

Se trabajará en las Asociaciones Juveniles o Culturales por los grupos que se creen de acuerdo con las bases del Congreso

INDICACIONES PARA LA PERSONA QUIEN DIRIJA EL GRUPO

A.- LÍNEAS DE FORMACIÓN (para quien dirija el grupo pueda trabajar con miembros de su equipo):

1. La sociedad de la información está influyendo fuertemente en el comportamiento de las personas. La tecnología está haciendo que dicha información llegue a todos los lugares y a todas las personas de un modo inmediato. Información y tecnología está incidiendo en el mundo de la moda pues algunas redes sociales se están convirtiendo en canales de difusión de tendencias, en canales de comunicación y distribución.
 - Promover un uso responsable de las redes sociales a través de la moda.
 - Ser consciente de la proyección social que tienen las redes sociales -blogs, Instagram, Pinterest, Twitter, Facebook, Google+-en la moda. Todas ellas no sólo difunden ropa, complementos, sino un estilo de vida y una forma de pensar y de comportarse con la que podemos llegar a identificarnos, sin tener en cuenta nuestra personalidad.
2. Están muy receptivas a las influencia de la(s) moda(s), en cuanto suponga transgresión de la regla. La moda que se transmite en las redes sociales, series de TV, grupos de música, publicidad, tribus urbanas, etc. ejercen una poderosa influencia en esta etapa.
 - Al tratarse de edades donde puede estar presente el espíritu de rebeldía, orientarles a que este espíritu lo pongan al servicio de la moda y la tecnología

con un sentido cristiano: saber lo que hay detrás del proceso de la moda con el fin de ayudarles a querer actuar por sí mismas sin dejarse “manipular”. Aprovechar la tecnología de la información para difundir un estilo de vida cristiano a través de la moda.

B.- CONTENIDO DE LA FASE PREVIA va dirigido a:

1. Hacerles valorar a las estudiantes las diferentes redes sociales que subyacen en el mundo de la moda.
2. Introducirles en el proceso de difusión de tendencias de moda, ideologías a través de las redes sociales con el fin de que lo empleen con un criterio más racional y menos emocional, y orientarles no sólo para un consumo responsable de las redes sociales, sino también para difundir tendencias, ideas cristianas, etc.

C.- PREGUNTAS SUGERIDAS A QUIENES DIRIGEN EL GRUPO PARA SUSCITAR EL DIÁLOGO CON LOS MIEMBROS DE SU GRUPO MIENTRAS REALIZAN EL TRABAJO

¿Qué redes sociales utilizan? ¿Para qué temas concretos las utilizan? ¿Es la moda un tema que las niñas buscan a través de las redes sociales? ¿Qué redes sociales emplean para conocer tendencias? ¿Cómo les influye en lo que se refiere a la moda cada una de las redes que usan?

TRABAJO A REALIZAR de la FASE PREVIA

Elaborar un **trabajo de investigación** – ver condiciones del trabajo- relacionado con la moda y una red social y la moda sugerida por la Organización

El trabajo constará de dos partes: una más intelectual, que consistirá en una **comunicación** y otra parte más creativa, que consistirá en la realización de un **blog** con contenidos de moda.

PRIMERA PARTE: COMUNICACIÓN

La comunicación consistirá:

1º.- Elaborar, realizar y analizar una encuesta dirigida a personas que tengan la misma edad que las que integren el grupo de trabajo. Del análisis de la información obtenida se han de extraer unas conclusiones finales.

Orientaciones para la elaboración de las preguntas de la encuesta:

1. Blogs con contenidos sobre moda que sigan las personas entre 13 a 15 años elegidas quienes dirigen el grupo creados
2. Frecuencia de visita en los blogs seguidos por las estudiantes
3. Frecuencia de comentarios que realizan

4. Cómo les ha influido personalmente el contenido de los blogs incluyendo ejemplos concretos (me compro un pañuelo anunciado por la bloguera, o voy a una fiesta que promociona en su blog, por ejemplo)
5. Conocer el nivel de satisfacción de las encuestadas al seguir los consejos de la bloguera o bloguero.
6. Conocer en qué medida el seguimiento del blog sólo influye para estar al día o puede convertir a la gente en una *fashion victim*

2º.- Analizar 5 blogs con contenidos sobre moda donde se tienen que analizar **al menos** estos aspectos:

1. Contenidos del blog como el “día a día de la bloguera o bloguero, tendencias, testimonios personales, consejos de estilismos
2. El perfil personal de la bloguera
3. Tipo de comentarios que entran y la respuesta que reciben
4. Fotografías (poses, etc.)
5. Promoción de marcas de ropa, fiestas, famosos, lugares, etc.
6. Vocabulario
7. El público al que va dirigido el blog: sexo, edad, aficiones, nivel socioeconómico, tribus urbanas.

Del análisis realizado extraer ideas para la creación de vuestro blog

SEGUNDA PARTE: CREAR UN BLOG

Creación de un blog con contenidos sobre moda que se ha de **publicar antes del día del Congreso** para poderlo presentar. Para ese día deberá haber publicadas **al menos dos entradas**. Solicitamos que esas entradas estén elaboradas, tengan fotos, propuesta de tendencias, etc.

CONDICIONES PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

El trabajo –comunicación y blog- se realizará en grupo con un máximo de 5 personas Tiene que dirigir el equipo una persona mayor de edad. Puede presentarse más de un grupo por Club, Asociación o Colegio (en este caso contactar con Cristina Fuster a través de whatsapp en el teléfono 635360686).

El trabajo –comunicación y blog- se enviará en formato digital al correo electrónico:
arlanza@arlanza.net

FECHA LÍMITE DE ENVIO: 31 de OCTUBRE DE 2015

Todos los trabajos que se presenten fuera del plazo de entrega no se aceptarán.

LA COMUNICACIÓN se presentará en un:

DOCUMENTO WORD EDITABLE

- Formato: DINA4,
- Extensión máxima: 4 páginas y el anexo
- Times New Roman 12,
- Interlineado 1,5
- Párrafo justificado
- Paginado
- Referencia de fuentes utilizadas (deben citarse al final del trabajo)

EL BLOG se presentará comunicando la dirección dónde se encuentra.

FASE FINAL

La Organización se reserva el derecho a seleccionar los trabajos para que sean presentados oralmente.

NORMAS DE PRESENTACIÓN ORAL DE LOS TRABAJOS

DOCUMENTO POWERPOINT o similar

Tiempo de exposición: 8 minutos

Referencia bibliográfica. **IMPORTANTE** Todas las imágenes, vídeos, texto, obtenidos de cualquier fuente utilizada (libros, manuales, revistas impresas, medios online, redes sociales, etc.), ya procedan de medios impresos, off line u online, deben reflejar su procedencia en vuestro trabajo. Es fundamental respetar el trabajo de otras personas y qué mejor que indicar el autor y la fuente de procedencia de vuestra información y vuestros datos.

Es interesante, si apenas incluyes vídeos (o prefieres indicar solamente su enlace), que conviertas el documento resultante de tu presentación en PDF. Así evitarás problemas de carga, debido a la limitación de capacidad de memoria del servidor.