



**THE FAMILY WATCH**  
INSTITUTO INTERNACIONAL DE  
ESTUDIOS SOBRE LA FAMILIA

## **NOTA DE PRENSA**

### **IV FORO DE DEBATE THE FAMILY WATCH: "LA FAMILIA Y EL MUNDO DE LA MODA"**

# **"La moda también puede utilizarse para educar en la familia"**

**Madrid, 3 de marzo 2017.** Por cuarto año ha tenido lugar en Madrid el Foro de debate The Family Watch, que este año se ha centrado en "La Familia y el mundo de la moda".

El debate, moderado una vez más por el periodista Antonio San José, ha contado con empresarios del sector textil, como Ignacio Sierra, Director General Corporativo del Grupo Cortefiel, periodistas como Flora González de Non Stop People y Cuatro o Alejandra Andrade, también de Cuatro, la psicóloga clínica Montse Sánchez Povedano o Teresa Sábada, Directora del ISEM Fashion Business School y Mercedes Sánchez, directora Adjunta de la revista Hola.

Para María José Olesti, Directora General de The Family Watch, organizadores del acto "Es indudable que cada vez más la moda llega a la familia, no sólo en la adolescencia, sino a todas las edades. Por esta razón, es fundamental que desde la industria se lancen mensajes con responsabilidad y que las propias familias aprovechen ir de compras para educar a los menores".

El moderador del acto, Antonio San José, comenzó el debate diciendo que "la moda es industria, es economía pero por otra parte también es cultura, es un recurso social, y por tanto la familia tiene mucho que decir y aportar y sus opiniones deben ser valoradas".

En este sentido, para la psicóloga clínica, Montse Sánchez Povedano, "se traslada desde la pasarela y las redes sociales unos cánones de belleza que no son reales, y cuando estos los ve un adolescente, pueden ser una mala influencia".

Para Teresa Sábada, de ISEM, "La moda es una gran oportunidad de educar desde la familia: en la sostenibilidad y en la estética". Este fue uno de los temas que más tocaron los ponentes, el que se utilice la moda también como forma de educar. "Debemos aprovechar también ir de compras para enseñar a nuestros hijos a comprar con responsabilidad y espíritu crítico", algo que compartieron en sus declaraciones Ignacio Sierra de Cortefiel y Alejandra Andrade.

Para el directivo de Cortefiel, "la cultura de la imagen ha afectado a la industria de la moda, de tal manera que hoy en día no es la industria la que impone un modelo, sino que busca las tendencias mayoritarias. Por lo tanto, su papel es cada vez más de servicio".

Mercedes Sánchez, de Hola, habló "de la oportunidad de enseñar la belleza a los menores, sin que se conviertan en esclavos de seguir las tendencias, de una forma natural y con el criterio necesario para saber vestirse adecuadamente en cada contexto".

La utilización de las redes sociales, fue algo de lo que habló Flora González, periodista e influencer "Hay que sentarse con los hijos y enseñarles a navegar por la red. Dedicarles tiempo. Las redes sociales han ayudado a que chicos y chicas se preocupen más por su estética, pero a veces, sin orientación de sus padres, puede haber una preocupación excesiva. "En este aspecto, me preocupa la sobreexposición que se hace en las redes de los menores".

Sobre The Family Watch: The Family Watch es un Instituto de estudios para la familia, que a partir del análisis de la realidad social de la familia, y desde una perspectiva interdisciplinar, se dedica a la elaboración de estudios, propuestas e iniciativas, para que la familia sea mejor conocida, y reciba el tratamiento y la atención adecuados a las funciones que desarrolla en la sociedad.

*En la imagen foto de "familia" de los intervinientes, de izquierda a derecha y de arriba abajo: Antonio San José, Ignacio Sierra, Flora González, Alejandra Andrade, Mercedes Sánchez, Teresa Sábada y María José Olesti.*

#### **Más información o gestión de entrevistas**

Alejandro Gordon

Director de Comunicación

Tel. +34 699813192

[agordon@thefamilywatch.org](mailto:agordon@thefamilywatch.org)