

Lo In contra lo Out en la moda



En tiempos de consumo no hay nada más seductor para los jóvenes que la famosa moda en todo, y nada más comprometedor para ellos que el estar de dos formas: In u Out. Los absurdos márgenes de la moda están intentando cambiar paradigmas y dominar incluso comportamientos juveniles, lo que se encuentra dentro de algunos productos famosos por sus diseñadores es lo más aceptado socialmente, pero también lo más envidiado. Lo que está fuera y pasado, es rechazado por las sigilosas miradas.

La moda incluye y excluye dentro de los grupos de amigos, aplaude y abuchea, pero sobre todo es un estilo de vida que está generando constantemente contravalores, dado que en la moda se despiertan las ambiciones, los seres humanos que no poseen un artículo de determinada marca tienen envidia de quien sí lo tiene; por otro lado la moda genera marginación a quién no se encuentra vestido de una forma, con determinados accesorios e incluso con un corte de cabello que realmente esté imperando.

¿Cuáles son los ejes de lo In, de lo Out, del reconocimiento y la aceptación dentro de la moda? La respuesta es demasiado fácil, la moda es una condición desechable que no encuentra una balanza de equilibrio, que se apodera ideológicamente a través de los medios tanto audiovisuales como impresos de los gustos del grupo social más inquieto: los jóvenes.

Anteriormente la moda estaba diseñada sólo con intereses femeninos, y se culpaba a las mujeres por su exceso en el consumo de esta industria, no obstante, los tiempos han cambiado y la moda se expandió, llegando a los jóvenes varones a imponer formas y modos en su vestimenta.

Entre el ir y venir de los mensajes de la industria de la moda, la premisa básica que está conferida en cubrir la *necesidad de estar abrigados* ésta ha cambiado del lugar número uno al lugar número tres, cómo necesidad ya está Out. Como condicionamiento para subsistir dentro de la aceptación social no tan sólo es In sino indispensable.



Es por ello que la moda está creando y transformando mentes y cuerpos; antes sólo existían tres tallas: chica, mediana y grande. Ahora los nuevos parámetros para vestir han agregado dos tallas más: mini chica y extra grande. Dos eufemismos que están ampliando las circunstancias de vida, la primera provocada por dos enfermedades, la anorexia y la bulimia; la segunda también provocada por una enfermedad, la obesidad.

¿Hasta dónde van a llegar los consumidores de la moda? Porque preguntarse hasta dónde desean llegar los creadores sería absurdo, ellos buscan alcanzar el límite que incremente las ganancias de consumo, no importa si elaboran prendas con mayor o menor materia prima. La decisión de cambiar el rumbo de la moda, está en lo que el hombre acepta de ella.

Por: María Velázquez Dorantes / mary_vd@hotmail.com