

Esclavas de la moda

• Mercedes Charles C. •



Foto: Rotmi Enciso

Aumentar el busto con una pequeña prótesis o cortar un poco para disminuir su tamaño, poner un poco de más curva a la cadera, formar mejor la pantorrilla, cambiar la forma y estilo de la nariz, quitar algunos milímetros de papada, estirar la piel para desaparecer aquellas "líneas de expresión" que nos hacen ver con mayor edad de la que realmente tenemos...

En fin, pareciera que lo importante es cambiar, porque no estamos satisfechas con nuestros cuerpos, con nuestros rasgos, con nuestras medidas. Tratamos, entonces, de seguir puntualmente parámetros y modas fijados en otras latitudes, mientras que los cirujanos plásticos, las clínicas de belleza, las empresas productoras de alimentos dietéticos, hacen grandes negocios con la insatisfacción eterna que tienen las mujeres con su cuerpo.

Pareciera que las mujeres tienen que hormar su cuerpo según los parámetros impuestos por modelos pertenecientes a las casas de moda internacionales. Desde los setentas, la flacura femenina -a veces, incluso, muy exagerada- es considerada como un valor estético. Recordemos a Twiggy, que en esos años presentaba su figura famélica en las más diversas revistas para jovencitas. O bien, a Trish Goff, una modelo actual cuyas imágenes en Vogue, muestran su gran flacura. Estas mujeres, superflacas, que han logrado posicionarse en el mundo de la moda, establecen parámetros de las medidas ideales femeninas. De acuerdo a la revista People, las dimensiones consideradas ideales para las mujeres que pretenden ser modelos son 33-23-33.

Paradójicamente, las imágenes anoréxicas que representan algunas de estas modelos han propiciado prácticas de anorexia y bulimia en gran número de mujeres muy jóvenes. Ellas quieren que sus cuerpos se parezcan a aquellos que se exhiben en revistas de moda y que han logrado plasmarse como ejemplo a seguir. Engordar medio kilo se convierte, entonces, en algo sumamente dramático para estas jóvenes, casi niñas. Por ello, surge la obsesión de bajarlo, sin importar el medio que se emplee para hacerlo.

Además de estos medios un tanto extremistas y autodestructivos para bajar de peso, hay un número considerable de alternativas: las clínicas para hacer dieta, los gimnasios, las clases de aerobics, la comida baja en calorías, los sustitutos de azúcar, la fibra que llena pero no engorda, las pastillas que eliminan el hambre, etc. En fin, la sociedad ha creado miles de recursos comerciales que permiten bajar de peso sin tanto sacrificio, o bien, modelar ese cuerpo que pocas veces se ajusta a esas medidas consideradas

como ideales.

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante para hacer circular las imágenes de cuerpos considerados como ideales, además hay otro aspecto a considerar: esos cuerpos tienen que cubrirse con ropa, y es la moda quien establece el tipo de vestimenta a usar. Así, la moda actual plantea que hay que usar pantalones o minifaldas a la cadera, elaborados con telas a cuadros, rayas y estampados. Los pantalones, que son muy ajustados o terminan en campana, así como las faldas se combinan con blusas que nada tengan que ver. Una combinación que no combina.

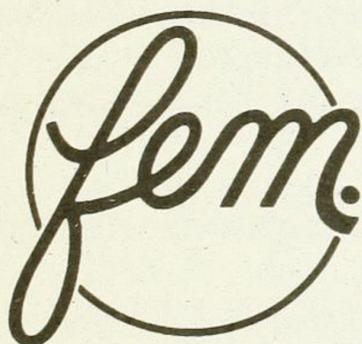
Y, como dice un suplemento de moda de un periódico de circulación nacional "La moda atrae a la mayoría de las mujeres. Todas gustan vestir de acuerdo a las últimas tendencias y lucir muy chic portando creaciones de famosos diseñadores..."

Los medios de comunicación también buscan involucrar a los hombres en términos de moda. El mismo suplemento plantea, después de darles una serie de consejos para seguir al combinar la camisa y la corbata, o bien al construir el llamado lujo casual: "Ahora ya sabe lo que debe esperar para la próxima temporada, prendas lujosas y sofisticadas que, siguiendo la tendencia de esta primavera, enfatizan la importancia de reflejar la personalidad de cada hombre en su atuendo, en vez de atarlo a reglas rígidas y disposiciones arbitrarias".

De esta manera, las casas de moda y tiendas de ropa buscan que las personas, hombres y mujeres, tengan el sentimiento de que seguir la moda, así como el consumo que la acompaña, son actividades que proporcionan libertad y diversión, acciones que permiten usar la creatividad para disponer de combinaciones cuyos límites sólo los establece el propio usuario.

Es curioso analizar cómo desde el mundo de los medios de comunicación se trata de convencer a todos, que seguir la moda es algo importante, ya que refleja personalidad, audacia, elegancia y capacidad de innovación. Desde la moda se establecen los criterios de la distinción y del buen gusto, se define también, cómo y cuando usar diversos materiales y modelos, a qué horas y en qué circunstancias se utiliza el algodón o el lino, el color pastel o el color oscuro, los zapatos de tacón o las zapatillas, el sombrero o la mascada, los pantalones o las faldas, etc.

Cada persona colabora para construir su imagen, pero es el mundo de la moda, quien establece el deber ser, aquello que está permitido y lo que está prohibido. Este mundo, muy efímero y basado en criterios meramente comerciales, es el que fija los parámetros de medidas y cualidades de cada una de las partes del cuerpo. Junto con la industria del vestido, del calzado y de los accesorios, continuamente nos recuerda que hay que cambiar de medidas del cuerpo, e ir de compras para tener el guardarropa que cada estación del año nos exige. 



Orden de Suscripción

Difusión Cultural Feminista, A.C.

Insurgentes Sur # 598-302

Col. del Valle

C.P. 03100 México, D.F.

Nombre: _____

(Name)

Dirección: _____

(Address)

Colonia: _____

Ciudad: _____

(City)

Código Postal: _____

Teléfono: _____

(Zip Code)

(Telephone)

Adjunto Giro Postal No. _____ por la cantidad de N\$ 65.00 por un año de

suscripción a la revista *fem.* : \$ 60 USD para suscripciones en el Continente Americano

\$ 72 USD Europa

\$ 84 USD Asia y Oceanía

Si no desea recortar la revista, fotocopie el cupón.