La moda: Invitación enajenante vs elección crítica.

Autor: Roberto Garcés González.

Profesor del Centro de Estudios Comunitarios.

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas”

Desde la antigüedad la moda es un asunto que preocupa; porque lo nuevo se asocia al cambio y provoca recelos, así pues, la actitud ante la moda depende mucho de la visión de quien la mira y de los contextos donde se produce y desarrolla.

La moda no es solo ropas y otros atuendos; la moda trae implícita la negación y la génesis de su propia duración y muerte, su vida es un ciclo, que incluso puede ser repetido.

La moda no es costumbre; la moda puede ser volátil, la costumbre es el resultado de una tradición.

La moda existe, siempre existió y existirá como un criterio masificado que moviliza hacia si la aceptación; pero que a partir de la época moderna el auge del mercado le pondrá nuevas pautas como catalizador del consumo y en el siglo XX adquiere magnitudes mundiales.

Las actitudes ante las modas pueden ser elecciones frívolas cuando las personas aceptan de manera acrítica lo que se reitera en el uso o el consumo como invitación enajenante, sin tener en cuenta su propia subjetividad física y espiritual y los contextos donde actúan.

La moda puede ser también un reto que se convierte en obsesión y transforma a los sujetos en objetos pasivos del mercado y en el prisma a través del cual se ve la vida que adquiere forma de marcas y estas marcan la existencia con un fuerte sesgo de opresión simbólica cuando lo externo supera a lo interno y lo anula, convirtiendo a las personas en meras reiteraciones de estilos en boga.

En estas polémicas siempre habrá que recurrir a Martí y recordar sus consejos a la joven María Mantilla, donde la exhortaba a fortalecer su espiritualidad y no su pasión por la "tienda", porque según él "mucha tienda" podría ser también "poca alma".

Entonces, antes las modas se puede ser auténtico si en la elección se impone la racionalidad y se escoge con libertad lo que se puede y desea y si a partir de la posibilidades de cada uno se sabe combinar sentido práctico, elegancia, cultura, buen gusto y singularidad.

Lo auténtico es saber defender la esencialidad, es no perder en medio de invitaciones enajenantes lo diverso; es según Sartre, vivir "tu" elección y no la elección de otro, de modo que la existencia singular no quede enclaustrada e inmóvil, eclipsada por "la elección del otro", mucho más inauténtica, cuando el otro son los oscuros laberintos del mercado que clama de manera poderosa por universalizar un gusto, un estilo, que a fuerza de ser "creativo" inunda y convierte en una inmensa cofradía a millones de personas que viven con la mirada puesta en las famosas "mecas" de donde sale lo "nuevo" a bombardear los gustos singulares para ganar, ganar y ganar hasta el infinito.

Ante esa disyuntiva, que significa el "ser o no ser" de la singularidad de las personas, los universitarios tienen como arma a la conciencia crítica que los puede ayudar a elegir entre la originalidad que enaltece a la condición humana y la imitación mimética que la enajena y la anula.

22/Nov./2010.