



## La nueva revolución: calidad “hacia dentro”

### LA MODA ACTUAL: UN ESTILO CON SELLO PROPIO

**El secreto estriba en que ella, quiere más y más, “ser persona” y no una marioneta a la que se mueve con cuatro hilos, por mucho ingenio y maestría que demuestre quien los maneja.**

#### Covadonga O’Shea

Telva, septiembre 2000

Arvo Net, diciembre 2000

En las últimas temporadas, después de las colecciones, se repite el mismo fenómeno en torno a la moda. Tanto creadores, empresarios, estudiosos del tema, como la prensa especializada, tratan de captar el verdadero sentido de lo que ocurre, en este fin de siglo. Se da un lugar común en los distintos puntos de vista : todos coinciden en que lo más importante es prestar mucha más atención a la mujer, que es, sin discusión, la que marca el rumbo de las nuevas tendencias, con su actitud frente a lo que adopta como algo propio, o de lo que rechaza, aunque se lo presenten las más acreditadas firmas de la costura internacional. “Más ideas y menos tendencias”, se repite en uno y otro lado del Océano a la hora de describir lo que esa mujer espera de la moda actual.

El secreto estriba en que ella, quiere más y más, “ser persona” y no una marioneta a la que se mueve con cuatro hilos, por mucho ingenio y maestría que demuestre quien los maneja. Esta mujer moderna, es independiente, con sentido práctico, fruto de la propia experiencia que le enseña, a diario, lo absurdo y complicado que le resulta jugar a disfrazarse cuando tiene entre manos una serie de problemas en los campos profesionales más variados, que hace compatibles con atender su casa, sus hijos, y su vida privada.

Esta mujer, a la hora de vestirse, quiere conjugar el ser atractiva y tener clase, - algo que arranca del interior de sí misma,- con un toque de imaginación y naturalidad, que hablarán, sin ruido, de sus aficiones, de su educación, de sus circunstancias, de su propio gusto, de su personalidad en definitiva. Ella es consciente que su forma de vestir responde a una necesidad de estar presentable y bien vestida, de la mañana a la noche, dentro y fuera de casa. Su propio ritmo le dice que le resulta incompatible esa vida con las filigranas, los adornos excesivos, o las líneas complicadas, que, para colmo a quien las sigue, acaba en el penoso grupo de las “fashion victim”, que aún quedan en el planeta, pese a que es una especie llamada a desaparecer.

De ahí arranca, pienso yo, el triunfo, casi absoluto, del gris como color “top” para la nueva temporada. Un tono neutro, sin pretensiones, fácil de llevar y de combinar, o incluso de rescatar de ese fondo de armario tan útil para evitar gastos superfluos. También van por ahí los tiros de lo que hemos visto en las pasarelas de los centros neurálgicos de la moda, desde Milán a París, Barcelona, Madrid o Nueva York. No resulta fácil de definir, pero será algo que se acerca a un “chic muy country”. Un reflejo, fiel de lo que está ocurriendo en gran parte del mundo: las mujeres aspiramos a una vida auténtica, sin excesos, intimista, en la que perseguimos el “bien-estar” individual y familiar, mucho más que el “bien aparecer” que, hace unos años, era condición indispensable del éxito.

La corriente actual ha dado un giro de muchos grados. La mujer y el hombre, la gente joven con talento y sensibilidad, tienen otros muchos intereses culturales, profesionales, familiares y sociales por encima de “estar o de vivir a la última”. Es la razón por la que “pasan” de marcas y etiquetas, de excesos en el vestir y en el vivir. La moda, con sus valores innegables, se ha convertido en una historia de cada uno, mucho más cómplice que tirana. Ya no dicta unas normas inflexibles; se limita a sugerir. No se impone por real decreto; aconseja. No pretende

deslumbrar a nadie, sino que ayuda a quien la lleva a sentirse “a gusto en su piel”, y a difundir en su entorno un algo indefinible logrado con estilo, sentido del humor y autenticidad.

Es la nueva revolución que nos ofrece “la rentrée”: cada uno se viste cómo le apetece, con el fin de ser quien es, sin máscaras ni disfraces por divertidos que sean. Para salir airosos en esta declaración de independencia, como primer ingrediente se necesita un buen espejo. Después hay que aprender a jugar con los elementos que tenemos a mano, sean nuevos o viejos, hasta dar con lo que nos favorece y nos hace sentirnos cómodas. Ese será nuestro estilo, la moda, que haremos nuestra, después de estudiar las páginas de Telva: haremos nuestra propia selección, personal e intransferible, que dará al resultado un valor añadido.

Los analistas, sociólogos, pensadores apuntan en esta dirección, no sólo refiriéndose a la ropa. Es una apuesta sólida a favor del encuentro con uno mismo, a base de ese toque personal, hecho de armonía, tranquilidad y refinamiento. Todo apunta en la misma dirección, un tipo de vida que busca calidad “hacia adentro”, huyendo del exhibicionismo. Todo con un matiz fundamental: el movimiento hacia lo clásico y lo femenino, que es el nuevo chic es, por encima de una nueva tendencia, o de las infinitas tendencias que se nos proponen, la oportunidad de descubrir un estilo de vida en el que se refleja lo mejor de nuestra individualidad. Se trata de cambiar un look que nos uniforma y nos recuerda “a todo el mundo” por un estilo que lleva el sello de lo propio.



© ASOCIACIÓN ARVO 1980-2005

Contacto: <mailto:webmaster@arvo.net>  
Director de Revistas: Javier Martínez Cortés  
Editor-Coordenador: Antonio Orozco Delclós