

# EL DISFRAZ DE UNA EPOCA

ANA AGUIRRE ARANAZ



*«Estamos descubriendo que la belleza es una necesidad humana; la fealdad será considerada, literalmente, como un crimen contra la vida».*

Richard Farson

Hace siglos que el hombre decidió cubrir su cuerpo con algún atuendo que lo librara de los caprichos climatológicos. Eran estas razones muy lejanas a la coquetería o a la presunción con que posteriormente fue envolviéndose el mundo de los harapos cada vez más sofisticados, con telas y entretelas, con forros duros, pliegues planchados y cuellos almidonados. La mujer comenzó a disfrazarse y a comportarse con las difíciles poses que los diseñadores de alta costura obligaban a toda hembra que quisiera ser digna de los encantos femeninos. El hombre siempre supo mantenerse alejado del camavalesco panorama, convirtiéndose en un inteligente espectador de las voluptuosidades que discretamente se dejaban entrever por las formas atrevidamente escotadas o por los tejidos ceñidos al insinuante devaneo de las caderas más descaradas.

Ocurrió entonces que lo que en principio no era más que la inocente intención de cubrir la fragilidad de un cuerpo, se convirtió en una cultura de gestos, en una comunicación entre carne y prenda. Tal estado de cosas evolucionó de década en década y cada joven, dueño de su tiempo, era el pionero de una moda única y solidaria que no sería compartida ni por los más inmediatos antepasados ni por sus revolucionarios sucesores. La moda quedó para siempre consagrada a marcar las diferencias.

En la década de los 50, todavía dulcemente romántica, el joven era un muchacho de cabello rapado, bermuda-shorts y camisa de cuello abotonado. Fueron ellos, los **beatniks**, quienes dejaron, galantemente, el paso a los protagonistas de la contracultura de los sesenta. Los **hippies**, muy numerosos y solidarios, portaron el lema de «la no colaboración» y la «resistencia pasiva». Fueron protagonistas de las manifestaciones musicales de los sesenta, vibrando con el rock eléctrico. De México se importó el sofisticado alucinógeno LSD, del que consumían una dosis diaria para estar **hip** o, lo que es lo mismo, entonado con el entorno lúdico que les rodeaba. Rechazaron las formalidades del tradicional pelo corto y aparecieron las largas melenas, las túnicas tropicales y los abalorios despampanantes de una década que también murió con ellos.

El **hippie** no pudo contra la brusquedad urbana y se retiró a los exóticos lugares ibicencos del Mediterráneo. Las florituras del **hippie** se convirtieron, con la siguiente década, en el desencanto del **punk** que, como un camaleón, se camuflaba entre la piedra gris y las grandes moles del paisaje urbano. La nuca rapada, la cazadora negra, el imperdible burlón y las incomprensibles condecoraciones nazis son la indumentaria de

jóvenes crispados que se retuercen con música de plástico, semejante a la fealdad callejera.

Y esto es lo que quedó de una época marcada por el inicio de una crisis que se prolonga hasta hoy, 1985. Pero como «de sorpresas va la vida», en esta década la ironía es más aguda que nunca. Ante la crisis, la opulencia; ante la austeridad, el despilfarro y es que la sensibilidad más fina anuncia que nunca como hoy el diseñador de moda ha pasado a ser el creador-artista más prolífico y que más vende de los ochenta. Esta apología de la belleza y la estética es el recurso más accesible para quienes no quieren identificarse con la confusión y el desánimo generales. Es ahora cuando comienza a hablarse del mundo de las apariencias que siempre cede ante las debilidades de la miseria. El contrapunto es la crisis en la literatura, la pintura, el teatro..., artes incapaces de dar firmas nuevas que proporcionen credibilidad a un término que mucho se ha utilizado, pero poco de efectivo esta produciendo: el postmodernismo.

Daniel Bell, sociólogo de la Universidad de Harvard, acuñó el término «sociedad postindustrial», un nuevo modo de vida en el que la creación de una «nueva tecnología intelectual», la proliferación de una «clase conocedora», el papel activo de las mujeres y, sobre todo, una nueva concepción de la ciencia con propósitos pragmáticos, originaría una sociedad sin «personalidad trascendente», sin anclas que proporcionen a las personas significados estables. En definitiva, lo que hizo el estudioso inglés fue traducir con este término lo que ahora es un momento de transición. Y parece que acertó porque, si él ya anunció la ausencia de estabilidad, la moda es el fenómeno más cambiante que produce esta «nueva» sociedad.

Y de la industria postindustrial a la arquitectura postmodernista: una estética innovadora y funcional para engalanar nuestra, que diría Racionero, «ciudad del ocio». Sin embargo el más popularizado de este aluvión de «posts» ha sido precisamente ese muchacho postmoderno de pelo corto y engominado que ha hecho suyo el slogan «la arruga es bella».

Vestir es un arte caro, pero eficaz. Proporciona distinción social y es reflejo y/o reclamo de éxitos seguros. El **progre** y su buhardilla de los setenta se han retirado a descansar. Sus botas de ante, su pantalón de pana y su jersey oscuro, símbolos del eterno automarginado insatisfecho, no tienen lugar en una sociedad sin ideología y conformista.

En estos años de la moda todo está en boga porque el muchachito postmoderno es una breve síntesis del **hippie** y del **punk**, del **beatnik** y del **progre**; nada ya puede extrañarle en una época en la que se habla del futuro y se bendice a una guerra, en la que no hay trabajo ni dinero pero le programan el ocio. De todas formas, por si acaso, el día en que pase «lo que tiene que pasar», que nos pille bien vestidos...