

Las modas

En el famoso poema de Gustavo Adolfo Bécquer “Volverán las oscuras golondrinas”, éstas se van con la estación invernal y vuelven con la primavera. Aunque Bécquer se lamentara de que las que encarnaban la relación con su amada no fueran a retornar, porque el amor se escapó de sus vidas, digamos que el grueso del ejército volador sí que regresaba.

Las modas hacen lo mismo. Algunas vuelven al cabo de una o varias temporadas (que son las estaciones de las modas), pero otras se van para no reaparecer.

Tomemos la ropa como ejemplo (el textil, que decimos en cursi). La cosa está clara para quienes han cumplido más de medio siglo de vida y pueden contemplar con cierta perspectiva la evolución de la moda.

Pantalones de campana, de pitillo, de pirata. Chaquetas cruzadas, con hombreras, americanas, chubasqueros. Zapatillas deportivas, chancas, alpargatas de esparto. Y muchísimas más prendas que dan vueltas en los armarios de la gente a lo largo de los años.

Tomemos los juguetes infantiles: Hace 60 años aprendimos a jugar con un yoyó hecho con dos botones lo más grandes posible, unidos por un eje hecho del hilo del carrete que le cogías a tu madre de la cesta de costura.

Después, cada década los hemos visto reaparecer y volver a desaparecer del cajón donde los niños guardan sus artefactos para la diversión.

Un curioso ejemplo del intento de “no pasar de moda”, adaptarse al mundo actual y seguir vendiendo el mismo producto a todas las niñas del mundo mundial, lo pudimos contemplar en una película – “Barbie” – donde la maniobra comercial de la empresa se envolvía en una propuesta supuestamente feminista, envuelta en el papel de regalo de una cara producción con la apariencia de hacer cine, en vez del anuncio publicitario de una marca.

A todas las personas que han ido conformando las sucesivas generaciones les ha dado por adoptar el curioso razonamiento de que al ser ellos los últimos seres humanos en habitar la Tierra, habrían de ser los que mejor entendieran el mundo. Y que su ciencia y sus creencias eran las razonables y las adecuadas a la realidad. Y todo eso convertirlo en moda a seguir.

Como ejemplo la gastronomía. Los “baby boomers” de este país hemos crecido oyendo que éramos una especie de bárbaros culinarios, porque utilizábamos con profusión el aceite de oliva, las legumbres y el pescado azul. Mucho mejor las mantequillas centroeuropeas y las hamburguesas estadounidenses.

Y después hemos asistido atónitos al despertar del ácido oleico, el Omega-3, el Omega – 9, y todo los demás Omegas, como los elixires de la eterna juventud.

Y los de la dieta mediterránea nos convertimos en el ejemplo a seguir en cuanto a lo que hay que comer.

Pero yo creo que nos durará poco, porque el ramén viene pegando fuerte.