

## **Sólo moda**

Las personas tenemos diferentes percepciones sobre lo importantes que son ciertas cosas. Hablar de elementos como la familia, las relaciones, el deporte, la política o la moda, despierta emociones muy diversas en tono e intensidad en personas distintas y, a muchas de ellas, incluso, puede dejarlas indiferentes.

Hoy hablaremos de moda. Piensa en ello...

- *¿Qué significa para ti la moda?*
- *¿Conoces a gente a quien le importe más que a ti?*
- *¿Conoces a gente a quien le importe menos?*
- *¿Crees que la importancia que le das es la justa?*
- *¿Qué papel juega en tu vida la moda? ¿Afecta para bien o mal otras áreas?*

Todas estas cosas y otras son aspectos que, quizá, muchas personas no se detienen a preguntarse. Sin embargo, definen muchos otros comportamientos cotidianos nuestros. Todo depende de si la vemos como medio, o por el contrario, como un fin en sí misma. ¿Tú qué piensas?

## **¿Qué podemos trabajar sobre este tema?**

A través de la secuencia que hemos visto, tenemos acceso a algunos consejos de alguien para quien la moda era prácticamente toda su vida, Coco Chanel. Proponemos hacer un primer visionado solo para recoger sus consejos (sin de momento atender demasiado al significado posterior que le dan las imágenes). Coinciden directamente con el subtítulo del anuncio, con lo que el ejercicio es muy fácil, pero antes les preguntamos...

- *¿Sabéis quién era Coco Chanel?*

# fad PROGRAMA Y TÚ, ¿QUÉ?

- *¿Podéis buscar alguna cosa interesante en vuestros móviles sobre ella?*

En la segunda aproximación con un nuevo visionado que se irá parando tras cada “tándem consejo-imagen”, sí les pedimos que intenten explicar con palabras lo que han ido viendo. Probablemente algunos de los gestos serán interpretados de forma diferente según los ojos que los miran, pero interesa sobre todo que piensen qué fue lo que creen que Coco Chanel quiso decir inicialmente con aquella frase y cómo lo ha interpretado esta marca de moda.

Proponemos poder hacerlo de manera teatralizada de la siguiente forma:

Siendo que Coco Chanel y su legado representan la elegancia de la élite, marcas de prestigio para personas con altísimo poder adquisitivo, llamaremos a uno de los dos grupos que formaremos el grupo “Todo por la moda” y al otro, más centrado en que la moda sea funcional y práctica “La moda para todo”.

El primero debe defender la postura de los consejos tal y como quiso expresarlos la modista, e impostarán su voz al hablar, como ellos y ellas creen que hablaría alguien extremadamente influenciado por la moda y su poder hoy en día (pueden, por ejemplo, usar cierto acento “pijo”, usar expresiones anglosajonas frecuentes en ese medio, como decir que algo no es cool, o chic, o fashion...). El otro grupo, también impostando la voz, deberá adquirir un tono extremadamente práctico, relajado, incorporando las expresiones que consideran que personas muy de ese perfil escogerían.

Así, el primer grupo estará, casi sin darse cuenta, abogando por la moda como fin en sí mismo, que hace que el resto de cosas se muevan en función de ello (con quién nos relacionamos, cuánto dinero debemos ganar, cuánto podemos gastar...). Y el segundo grupo estará planteando la moda como un medio, pero nunca como un fin, porque prioriza todo lo demás por encima de ella.

Al final proponemos cierto debate sobre si les ha resultado sencillo o complicado formar parte del equipo que les ha tocado e impostar sus participaciones, que han de ser tan amplias en personas como se pueda.

# fad PROGRAMA Y TÚ, ¿QUÉ?

Como hemos podido ver, cuando la moda se convierte solo en un medio, pasan cosas increíbles: los pantalones sirven para secarse las manos, los mejores zapatos son zapatillas de deporte o nos valen para abrir un bote o que no nos dé el sol en un viaje. Da igual si un niño estira tu jersey, o si se mancha en medio de un abrazo o comiendo con las amigas y amigos. Nos vestimos para ser, no somos para vestir y hemos de escoger aquellas prendas que nos definen de alguna manera, con las que podemos ser como somos, pero sin esclavizarnos de ninguna forma. Al fin y al cabo, tal y como dice el anuncio, su marca y lo que proponen es para gente que saben que “solo es moda”.

- *¿Qué piensas que han querido decir con ese eslogan?*
- *¿Te parece una buena frase, fácil de entender?*
- *¿Cuánto te identificas con el enfoque de esta marca y lo que proponen a sus clientas?*
- *¿Qué tipo de ropa crees que venden, por lo que has visto en el anuncio? (Damos por hecho que las prendas que hemos visto en el vídeo son sus propias prendas, luego tenemos bastantes pistas al respecto).*

Proponemos que podamos terminar la actividad con un juego que consista en buscar usos alternativos a prendas de ropa, de manera que pongamos la moda al servicio de otros usos prácticos. Se trata de usar cuanta más creatividad y disparate, mejor, pero intentando que puedan ser, al menos algunos de los usos propuestos, llevables a la práctica.

Por ejemplo, usar calcetines viejos para hacer muñecos de trapo con relleno y botones, usar zapatillas viejas que ya no usamos como portalápices, colgar algunas de nuestras camisetas favoritas del pasado como posters en nuestra pared, cortarlas en finas tiras para tejer alfombras con ellas, como se hace con el trapillo...

Quien coordina la actividad, entonces, propone una prenda de ropa y la clase se toma unos segundos para apuntar lo primero que se le ocurre, dando un par de minutos después para poner en común las ideas que hayan surgido al respecto.