

¿Qué prefieres: "¡qué guapa es!", o "¡qué buena está!"?

La mujer debe conocer la diferencia natural de percepción del hombre, distinta de la de la mujer. Debe saber muy bien la diferencia entre ser usada (mujer-objeto: "¡qué buena estás!") y ser amada ("¡qué guapa eres!").

La mujer tiene gracia, salero, habilidad, arte y condiciones para emplear la moda como medio de limpieza en la sociedad. Independientemente de la religión o creencia que cada una tenga, hay criterios que valen para todas las personas por el hecho de serlo.

Mikel Gotzon dice que: "La sexualidad es la expresión corporal de nuestra capacidad de amar, de entregarnos a otra persona y de recibir su entrega. La libertad y la capacidad de amar son lo más grande e íntimo que tiene la persona. Por eso la sexualidad, en la medida en que es su expresión corporal, afecta al hombre de manera íntima y profunda, tanto para bien como para mal" (*Saber amar con el cuerpo*, 5-6).

Entregar el alma quiere decir entregar la totalidad de la vida, y esta entrega total de la persona implica la entrega del cuerpo porque mi cuerpo soy yo; no una cosa externa o algo que yo uso, soy yo mismo.

Es un error creer que el cuerpo es una cosa que se tiene en uso, como un coche. El cuerpo es parte de mi intimidad: soy yo, cuerpo y alma. De esta manera, la intimidad se extiende también al aspecto corporal.

La tendencia espontánea a proteger la intimidad de las miradas extrañas envuelve el cuerpo y el alma. El cuerpo no se muestra de cualquier manera, como no se muestran los sentimientos más íntimos de cualquier forma.

Por lo que se refiere a la sensualidad, a diferencia de la mujer, en la experiencia masculina el saber y el sentir están más disociados. "La mujer no siente ese tirón automático de la carne ante el cuerpo de un hombre. El hombre sí lo siente ante el cuerpo de la mujer (...). El varón tiende espontáneamente a fijarse en los aspectos meramente carnales, en lo que la mujer tiene de objeto (...). La mujer vive su sexualidad de un modo más íntimo y completo, por tanto la conexión entre alma y cuerpo es más intensa en la sexualidad femenina. No así el varón, quien puede experimentar el simple valor sexual del cuerpo de una mujer, totalmente al margen de su afectividad o de su valor personal", explica Gotzon.

Desafortunadamente, con la moda actual, la imagen de la mujer-madre ha cambiado por la de la mujer-objeto. Una moda ligera, atrevida, lleva a presentar al cuerpo como simple objeto apetitoso, destaca lo sexual y desaparece el carácter personal.

La guarda de la intimidad corporal en la moda actual queda desprotegida. Un vestido que subraye el sexo contribuye a encubrir el valor de la persona y resalta

su valor como objeto de placer. Un varón se puede expresar así de dos mujeres: “¡Qué guapa es!”, o “¡qué buena está!”.

Muchas veces la mujer no tiene en cuenta la psicología del varón, y lo exalta sin tener la intención de hacerlo, pues su sensualidad está más acentuada. En la mujer, por el contrario, la afectividad supera a la sensualidad. Es por ello más susceptible de descubrir los valores de la persona, y menos consciente de la sensualidad y de su orientación natural hacia los hombres. Y esto es lo que puede hacer difícil para la mujer el pudor, al no encontrar en sí misma una sensualidad tan fuerte como la del varón.

El desafío es ir contra corriente, pues la sociedad nos grita que hemos de ser chicas materialistas, y así, vendernos, entregarnos al mejor postor; pero eso no nos hace felices. La mujer desea amar y ser amada, y no sólo deseada, y menos ser como una prenda que dice: “úsese y tírese”.

Moda e interioridad

El famoso psicoterapeuta Viktor Frankl, se pregunta: “¿Qué es en realidad el ser humano? Es el ser que siempre **decide** lo que es. Es el ser que ha inventado las cámaras de gas, pero asimismo es el ser que ha entrado en ellas con paso firme musitando una oración”. Y efectivamente, el hombre no vale por lo que tiene o por lo que es, sino por lo que decide, es decir, por el modo en que usa su libertad.

El tipo de mujer que un hombre prefiere revela el perfil de su alma. El modo de vestirse de una mujer refleja parte de su interioridad. Por eso, **cuando el hombre se viste, se cubre su cuerpo; cuando la mujer lo hace, descubre su alma.**

En 1920, un grupo masónico interesado en acelerar la corrupción de los pueblos católicos, encontró la solución dando dos trayectorias: una era degradar a la mujer, y pensaron: ¿cómo se viste la mujer de la calle? ¡Hay que lograr que las mujeres se vistan así! Poco a poco se irán reblandeciendo las costumbres.

La otra trayectoria era fomentar las prácticas, no las convicciones, para ello hay que buscar la distracción, el vacío, y que la gente joven busque llenarse con el placer para que adquieran una “mentalidad placentera”.

Sin embargo, todavía hay quienes no se dejan arrastrar por la corriente. Hace meses, unas jovencitas, cansadas de recorrer centros comerciales y sólo encontrar pantalones ceñidos con cortes al límite de la cadera, micro-blusas y “top tanks”, en Arizona, lanzaron una campaña para recuperar la **ropa apropiada** en las tiendas.

Amanda Smith, de 18 años de edad, organizó la recolección de mil 500 firmas de adolescentes que, como ellas, piensan que **vestir bien y a la moda** no implica lucir como Britney Spears u otras artistas.

Las adolescentes llevaron sus firmas hasta la cadena de tiendas Dillards en

Mesa, Arizona, y para su sorpresa, esa empresa respondió a su demanda. Con la asistencia de las chicas, que han sido nombradas “consultoras de moda” de la tienda, la entusiasmada diseñadora de modas Jody Berman prepara ahora una línea de ropa sobria.

Según Berman, se trata de atender a “un fabuloso mercado que no es atendido”. La diseñadora sostiene que es un reto que disfruta porque cree que se puede hacer ropa muy bonita con un poco más de tela.

Hay un dicho que dice

**El bruto se cubre,
El rico se adorna,
El fatuo se disfraza,
El elegante se viste.**

El magnetismo surge del buen gusto de quien sabe elegir las prendas de su guardarropa. El vestido es como una segunda piel que prolonga la belleza del alma; habla de la interioridad de esa persona.

Con frecuencia la moda, lejos de fomentar la personalidad, nos hace masa, número. Son precisamente las que saben ser noblemente rebeldes, mujeres de una pieza, las que luego son punto de referencia para otras personas.

Si saben custodiar su alma y su cuerpo, no serán una más: serán mujeres se distinguen por su elegancia, por ser femeninas, pero sin trivializar la naturaleza. Lo mismo en la manera de hablar. No somos más mujeres por tener conversaciones que eran antes de soldados de caballería.