

ECONOMY

-VICTIM

Xabier Rentería
Euskal Herriko
Unibertsitateko Irakaslea

Es lógico y constatable. Para ser una *fashion-victim*, deberás contar con ingresos dinerarios suficientes para costear esas compras de ropa y calzado que no durarán ni tres meses en el armario (muchas veces sin haberlas desempaquetado). Y esta cuestión de los ingresos es precisamente la pista principal para diagnosticar a las *economy-victim*.

Para jugar a *fashion* y comprar tus "charms", tus "originalidades Vogue" que todo el mundo lleva, y ese pestazo a Chanel que hasta a los perros callejeros espanta, deberás encontrar un trabajo entre el colectivo de género con más paro de toda la sociedad.

Si logras pasar tras esta difícil prueba a la segunda pantalla, cobrarás menos que tus compañeros de trabajo haciendo las mismas labores, realizarás varias tareas más, y encima viajarás sin patinete como "chica martini" de los cafés. Tu superior no te lo agradecerá cuando tome el sol en Málaga, ni los propietarios y accionistas cuando engorden sus cuentas con un dinero que tampoco aprenderán nunca a disfrutar.

El tercer nivel de este juego económico es el de los ascensos. Si has logrado realizar los que-

haceres anteriores mejor que tus compañeros, podrás hacerte con suficiente *vida* como para llegar hasta aquí. Tu misión es ahora enfrentarte con jefes que aún sabiendo que eres la mejor eligen a hombres como personas de confianza (los chistes verdes sólo tienen gracia con ellos) o como compañeros para el protocolo externo (tú no podrías llevar a los clientes importantes, tras su visita y la correspondiente cena, de putas).

Ser una *fashion-victim* es arduo, ser *cool* no es fácil. Pocas jugadoras llegarán a la última fase de la misión. Deberás combatir toda clase de enemigos, entre otros los siguientes: si hay una crisis económica, serás la primera en ser despedida de la empresa; si te quedas embarazada, serás tratada comoapestada; y si hay mal ambiente en el trabajo, tú serás la culpable.

Al final de tu recorrido te darás cuenta de que, realmente, muy pocas *fashion-victim* logran emerger del mundo de las *economy-victim*. Una pequeña parte de las *fashion* logran sus ingresos gracias a la comodidad económica heredada en la familia, o a un marido con suerte que tampoco ha tenido que jugar a

ser *economy-victim*. Pero la mayoría de las *fashion-victim*, simplemente, no existen: son un invento de las revistas.

Así como nos gusta ver mansiones lujosas en sus páginas y fantaseamos que vivimos allí, así vemos a los famosos con las últimas tonterías de moda e intentamos rascar el monedero para conseguir alguna que otra y poder parecernos a ellos. Sin embargo, lo cierto es que la mayoría no podemos permitirnoslo. Sólo unos pocos de entre los elegidos "triumfan" así y lo muestran ostentosamente con un consumo idiota.

De todos modos, la única manera de que la felicidad te inunde es invitarla amorosamente con una mente vacía de preocupaciones estúpidas, así que... ¡ni falta que hace todo eso! **F**

