



Mundanal Ruido x fran illich- YOMANGO

LA HAINE :: 26/11/2003

Yomango de gira en Mexico.....

Yomango

<http://www.jornada.unam.mx/2003/nov03/031123/mas-ruído.html>

Hace poco, en Dadá X, un espacio de cultura alternativa independiente, en la Ciudad de México, se presentó el proyecto español Yomango, que ha tomado por sorpresa a tiendas como Bershka, Zara, y otras especializadas en el refinado arte de apropiarse de aspectos callejeros de la moda para comercializarlos y venderlos de vuelta a precios elevados

"Porque la felicidad no da dinero, ni tiene precioS ¡¡ESCONDETE, OBJETO!!" Frase usada durante el Primer desfile Yomango, en Barcelona, julio del 2002.

Muchos dicen que el punk ha muerto, que ha sido asimilado por el establishment. Algunos incluso citan a las punks que recorren, sonrientes, los aparadores de los centros comerciales con sus Mastercards en mano.

Hace poco escuché a una punk decir que le extrañaba que estos detractores no se detuvieran a repasar sus comentarios y quizá a aceptar que el punk ha ganado una batalla más, que la ropa que caracterizó al movimiento ha sido retomada por estas grandes compañías, y que, sin embargo, esto no basta para matar su espíritu, que resulta iluso pensar que una simple campaña publicitaria donde retoman slogans de la escena pueda acabar con una ideología como el punk.

No es novedad que las grandes compañías diseñadoras de ropa se alimentan de las modas callejeras, la misma Coco Channel basó sus diseños en los lisos y comunes atuendos de las trabajadoras del Hotel Ritz, en París. Y creó un caos, pues las damas que llegaban a hospedarse al hotel vestían de forma casi idéntica que quienes se encargaban del servicio (al respecto, cabe recomendar El Imperio de lo efímero, de Gilles Lipovetsky).

Las calles se apropian de las técnicas corporativas

Hace poco, en Dadá X, un espacio de cultura alternativa independiente, en la Ciudad de México, se presentó el proyecto español Yomango (<http://yomango.net>), que, entre otras cosas, imparte talleres para aprender a robar exitosamente).

Yomango ha tomado por sorpresa a tiendas como Bershka, Zara, y otras especializadas en el arte de apropiarse de aspectos callejeros de la moda para comercializarlos y venderlos de vuelta a precios elevados.

Mango es el nombre de una marca española de ropa y mangar es un sinónimo callejero del verbo robar. Yomango toma prestado el logo de Mango, y, con una palabra compuesta, hace

referencia al marketing de identidad e incita a la reapropiación (o robo discreto) de un producto para protestar contra estas marcas.

En España y Argentina, Yomango organiza pasarelas de moda que aparecen sin previo aviso en boutiques y shopping malls , con modelos que no sólo usan las tallas anoréxicamente correctas y que incluso se atreven a comer mientras modelan. Más de una de sus pasarelas ha terminado con los asistentes recreando la más famosa de las recientes escenas de Winona Ryder: el shoplifting.

Yomango está en contra del capitalismo y cree que una de las mejores formas de combatirlo es pasar por alto su expresión más básica: la transacción de compra-venta. Lo que muchos entienden como robo, ellos lo ven como liberación.

*ilich@delete.tv El autor es escritor y artista de medios.

https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/mundanal-ruido-x-fran-illich