

# VALOR A LA CERCANÍA



## Calor de hogar, sabores arraigados a la familia y el núcleo social son las tendencias para estas fiestas

ALEJANDRA CARRILLO

Cerrar el año valorando lo que se tiene, lo que se consiguió pese a todo y pensando mucho más detenidamente en lo verdaderamente importante son las tendencias emocionales que marcan a las personas a nivel global este fin de año.

Así lo arrojan los estudios culturales y sociales que hace la agencia internacional basada en Nueva York, Fashion Snoops.

Ada Paulina Gómez, representante de la consultora explica que este sentimiento, ante una posible vacuna contra el coronavirus, des-

pués de meses de aislamiento social intermitente y miedo, las personas buscan cada vez más la sensación de seguridad, tradición y reconforte en reuniones no tan numerosas como en otros años.

“Como ha sido un año tan fuerte y caótico, la gente quiere regresar a sus tradiciones, ir a la casa familiar, al aroma que recuerdas de cuando eras niño, ir a un lugar que nos hace sentir confort, puede ser un pueblito más rústico, que no alude a la modernidad y que da calor de hogar”, detalla.

La búsqueda de lo natural, de elementos en la cena o la decora-

ción decembrina, se volcaran a lo sustentable, según sus datos, habrá menos plástico y más creatividad.

En cuestión de las cenas, las personas estarán buscando cocinar cada vez más en casa, involucrando a la mayor parte de la familia y buscando sabores que recuerden la sazón de la madre o la abuela, que se acerque lo más posible a sus raíces.

“Ahora se va a disfrutar cocinar, todo este año apunta a eso, pero esta celebración especial requiere recetas más elaboradas, con más ingredientes y una alegría para cocinar en las casas. El sentimiento que

permea es la gratitud por todo lo que pasó este año y la esperanza, estas fechas de fin de año como un parteaguas, un borrón y cuenta nueva”, advierte.

Esto se mantendrá para enero, la actitud de año nuevo no será tanto de cambiar radicalmente, ir al gimnasio o cambiar de look: el cierre de este periodo tras la pandemia tiene que ver con apreciar lo que ya se tiene, quererse a uno mismo, de valorar estar bien.

“Porque en esta época hay mucha gente que perdió muchísimo, empleos, seres queridos, planes, metas, es un momento en el que

estamos valorando más el hecho de sabernos vivos, sabernos sanos, que vamos a empezar otro año para tener estos valores de amor propio más a la mano”, dijo la especialista Ada Paulina Gómez.

También cambiarán las compras: no serán compulsivas, serán mucho más pensadas, mucho más medidas por la incertidumbre económica, según predice la analista.

A pesar de todo, según los estudios de tendencias de Fashion Snoops, el panorama implica cuidar sobre todo, lo esencial en todos los sentidos.