

estilo
cultura

LIBROS | Susana Saulquin analiza la moda

El arte de la elegancia

Pasado, presente y futuro de la industria en "La muerte de la moda, el día después", su nuevo libro. Glamour sin secretos.

NANCY GIAMPAOLO
Desde Buenos Aires, especial para Estilo

Es la principal referente nacional sobre sociología de la moda y una de las más celebradas de Latinoamérica. Su libro "La muerte de la moda, el día después" (Editorial Paidós) fue recientemente presentado en Buenos Aires y traza un detallado recorrido por los hitos de la industria en los últimos años, al tiempo que revisa el pasado clásico y hace foco en un futuro donde la ecología y la ropa "inteligente" son motivos de análisis y desarrollo. Aquí, una charla con Susana Saulquin, la especialista en moda que define a las argentinas como "fanáticas de la buena imagen".

Tu nuevo libro abunda en datos y referencias históricas ¿Cuánto tiempo te llevó la investigación previa a la escritura?

Como el césped en los parques ingleses, es un trabajo de toda la vida. Habitualmente voy haciendo un monitoreo de la realidad social de manera continua, buscando datos y claves del devenir, siempre con el respaldo de teorías de autores que respeto.

Además de ocuparse del pasado, el libro pronostica un futuro con uso de nuevas tecnologías...

Las nuevas tecnologías ya son una realidad sobre todo en el campo de la medicina y del deporte. Estas prendas interactivas con adelantos tecnológicos están realizadas con nuevos materiales que tienen la capacidad de tomar la información del medio externo para responder de manera eficiente y desplegar las funciones para las que fueron creadas. Por ejemplo la ro-



"LA MUERTE DE LA MODA, EL DÍA DESPUÉS" (Editorial Paidós), la sociología al servicio de la elegancia, y viceversa. De Susana Saulquin.

pa electrónica para deportes con sensores biométricos integrados que miden la presión y la temperatura del cuerpo u otras más lúdicas como las diseñadas por Julieta Gayoso para Indarra que permiten jugar a cambiar las estampas con pigmentos que se activan a la luz del sol.

Tengo entendido que empezaste escribiendo en la revista Para Ti, ¿cómo recordás esa experiencia y qué pensás de las revistas femeninas y el tratamiento que le dan a la moda?

Creo que las revistas femeninas han acompañado la evolución y los cambios en la posición social de la mujer; tal es el caso de la revista Para Ti, una publicación casi centenaria que me dio la libertad de ir relacionando moda y sociología. Las revistas femeninas han cumplido y



Mirada de mujer sobre la moda y la sociología. Ninguna frivolidad.

cumplen una importante misión porque reflejan lo que acontece en el universo femenino y de las modas. Pero también es interesante analizar la paulatina incorporación de temas sociales más comprometidos y otros que plantean las inquietudes del mundo laboral.

Alguna vez dijiste que "un antes y un después de Coco Chanel". ¿Hay otros diseñadores que hayan marcado un punto de inflexión similar?

Son aquellos que con sus creaciones se anticipan al porvenir y producen cambios en los comportamientos como ocurrió con Coco Chanel y la funcionalidad en el vestuario femenino, Mary Quant y Courreges con la minifalda y Levi Strauss con el jeans.

¿Cómo creés que nos relacionamos las argentinas con la ropa?

Las argentinas han tenido desde siempre una muy buena relación con la ropa. Fanáticas de la buena imagen y de las actitudes juveniles son cuidadosas en la elección de aquellas prendas que las realcen para verse atractivas y en este sentido más allá de las lógicas diferencias según los recursos económicos, no se perciben actitudes diferentes en la manera de relacionarse con el guardarropas.

¿Percibís diferencias entre el vestuario de las porteñas y las mujeres del interior?

No encuentro diferencias entre las mujeres del interior y las de Buenos Aires. Tucumán, Mendoza, Córdoba, Rosario en la provincia de Santa Fé y muchas ciudades más están totalmente actualizadas y con circuitos importantes de diseñadores.

EN PRIMERA PERSONA | Juan López narra un experimento literario

El aviso clasificado que fue poesía

El escritor mendocino, guionista de una de las últimas fiestas de la Vendimia, publicó en Los Andes un anuncio para "vender" un amado Rambler, todo en clave literaria. Aquí un fragmento de su propia crónica.

Hace unos años, más o menos cinco, escribí este poema:

ROMÁNTICO
vendo rambler rural porque me mudé y no entra en el garaje no quiero ver cómo la intemperie termina de arruinarla vendo rambler como si vendiera parte de mi cuerpo de mi vida respiro hondo antes de escribir esto en ese monumento con ruedas esa segunda casa esa segunda cama en ese auto me desperté a los 14 o 15 (si no me creen pregúntenle a mi prima) vendo rambler celeste agua pintura original chapa de mendoza equipo de gas dos tubos de 80 buen andar no tiene precio esta máquina no voy a explicar cómo llegó a mis manos lo que significa no puedo imaginar cuánto puede valer ni quiero saber quién podrá pagar quién se la va a llevar pero la vendo porque ya dije que no entra en el garaje y no quiero ver cómo la intemperie termina de arruinarla respiro hondo escucho ofertas

bir un poema como un clasificado obra a favor del texto, sorprende a los lectores primero como algo singular. Luego, con el avance de la lectura, se toma nota de que se trata de un poema "de amor", amor por un auto.

Si seguimos la pendiente interpretativa, podemos decir que no es solamente un poema de amor por un auto, sino un poema de amor en general. Donde el que habla manifiesta por qué ama lo que ama. Ingresan aquí descripciones, valoraciones, que incluyen elementos del pasado, de la historia. Porque el auto también representa todo "lo viejo", en un mundo (año 2010) que, si hablamos de vehículos, valora sobre todo lo nuevo, hipermoderno, veloz, ágil, con los patrones estéticos de diseño más recientes, como sucede en todas las épocas. Segundo efecto irónico, en un mundo hipertecnologizado, alguien valora algo viejo, en desuso, casi obsoleto, e incluso, para muchos, feo, descartable, olvidable. (...)

El aviso. Siguieron pasando los años y fui madurando la idea de publicar el poema en la sección Clasificados de un diario y ver sus efectos. Finalmente lo hice, y romántico apareció el domingo 27, el lunes 28 y el martes 29 de este año en la sección Automotores, Venta, Otras Marcas, de Los Andes (...)

Todo el que escribe lo hace "para" algo. Desde la anotación más simple y utilitaria hasta el poema más pretencioso. En este punto, sentí que Romántico estaba pidiendo otro público, uno más simple, no el usual de las lecturas de poesía. Romántico era también para otro gueto, el de los amantes de los autos. Es esta idea, sacar a la poesía, o al menos a este poema, de su lugar esperable, la que sostiene la ocurrencia más concreta de publicar el poema.

Los efectos, las lecturas, fueron muchas. Pensemos que el diario Los Andes, que es el periódico principal de una provincia que tiene aproximadamente un millón seiscientos mil habitantes, entre domingo, lunes y martes imprime aproximadamente 150 mil ejemplares. Este dato ayuda a entender el significado que tiene el hecho de que tanta gente, de modo potencial, pueda leer un poema en un



RAMBLER Rural Vendo Rambler Rural, porque me mudé y no entra en el garaje. No quiero ver cómo la intemperie termina de arruinarla. Vendo Rambler como si vendiera parte de mi cuerpo, de mi vida. Respiro hondo antes de escribir esto. En ese monumento con ruedas, esa segunda casa, esa segunda cama, en ese auto me desperté.

El aviso y su autor, el escritor mendocino Juan López.

sitio donde jamás alguien esperaría encontrar un poema. (...)

Emociones. Vamos ahora a la respuesta que tuvo el aviso.

Desde el domingo muy temprano hasta el miércoles recibí llamados y mensajes de texto.

"¿A cuánto vende ese auto que tanto adora?", me dice por teléfono un hombre mayor. Y agrega: "Digamé, jugaba al doctor con su prima usted en la Rambler, ¿no?".

El domingo a la noche, un anciano con acento italiano llama y dice que se emocionó mucho cuando



de un inmigrante. Ya no podía negarme a los efectos del texto. (...)

Primeros lectores y apertura del juego. Aparecen los que valoran la escritura del aviso: "Juan me encanto tu aviso deseo con el alma tu Rural cuanto me pedis. Julio".

Me animo a confesarme y le respondo a Julio: "Perdón fue una prueba soy escritor y quería saber si con un poema podía vender un auto la rambler existe pero no la vendo gracias igual!". Y Julio responde: "Bueno te felicito por la profundidad de tu ser". (...)

Los incrédulos. Un joven o adolescente llama riéndose y me pregunta si yo escribí el aviso. Se compró una Rambler cuando llegó de Italia y que la quería comprar. Lo atendió mi mujer, Cecilia. Dice que el hombre se largó a llorar y que se desilusionó mucho cuando ella le dijo que ya la habían vendido. Cecilia atendió porque, al principio, el domingo, yo estaba atemorizado, me costaba mentirles a los interesados diciendo "ya lo vendí"... Pero ese llamado, tan extremo, me obligó a enfrentar la situación con menos culpa. Y a entender que el mensaje ya había llegado, incluso al corazón

www.losandes.com.ar
Leé el texto completo en estilo.losandes.com.ar



Un seductor llega a Mendoza...

CACHO CASTAÑA
Presentando

Yo seré el amor

Viernes 13 de agosto 22 hs - AUDITORIO BUSTELO

A partir de Lunes 28
BOLETICIPADAS
EN BOUTERIAS DEL AUDITORIO
con Nevada, en efectivo y con Tarjeta
3 pagos sin interés

Auspician:



Promoción AGOTADA

Si ya sos socio de Los Andes Pass,

2x1
en entradas

Si te suscribís al diario te llevás **2 entradas GRATIS.**



Reservá tus entradas llamando al: **0810-222-7872**

www.losandespass.com.ar

Localidades limitadas