



**LA ARGENTINA SUSANA SAULQUIN, SOCIÓLOGA DE LA MODA Y AUTORA DE LIBROS SOBRE HISTORIA Y REFLEXIÓN DE ESTE ARTE EN ARGENTINA, VISITÓ MONTEVIDEO PARA DAR UNA CONFERENCIA SOBRE LAS TENDENCIAS DE LA MODA EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**



Si en el siglo XXI hablar de moda, de indumentaria y diseño sigue siendo frívolo y banal para muchos, no cuesta demasiado imaginar lo que era a mediados de los 60 cuando las palabras trascendentes estaban todas vinculadas al término revolución. Susana Saulquin sabe de eso y mucho. Sus años en la Facultad de Ciencias Sociales (ingresó en el mítico 1968) en Argentina fueron una intensa lucha con compañeros y docentes, pues era muy habitual que desacreditaran sus opiniones por el hecho de estar muy bien vestida. Ese dato, más su pasión por el universo de los desfiles y los diseñadores, hicieron que Saulquin se convirtiera en una de las grandes pensadoras de la moda en Argentina. Basta hacer un recorrido por su intenso currículum para comprobarlo. Fue una de las integrantes de la comisión encargada de crear la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil de la Universidad de Buenos Aires allá por 1989. Desde ese entonces es profesora titular de la cátedra de Sociología de la misma carrera y también es docente de varios posgrados de América del Sur. Ha editado varios libros como "Historia de la moda argentina", "Jeans, la vigencia de un mito" y "La muerte de la moda, el día después". Además es jurado obligado en cada uno de los concursos vinculados con el diseño en indumentaria en su país.

En diálogo con galería, horas antes de dar su conferencia "Tendencias macrosociales y contexto contemporáneo" para los alumnos de las facultades de Diseño y Comunicación de la ORT, Saulquin explicó por qué considera que la moda no es lo que era antes, analizó el futuro cada vez más artístico de la Alta Costura y afirmó que lo vintage llegó para quedarse. Vestida de riguroso negro, con un chaleco gris diseñado por la creadora Min Agostini, pelo rubio impecable y simpáticos ojos celestes, Saulquin no necesitó dar cátedra para explicar por qué aquella lucha de los 60, cuando era tildada de frívola, valió la pena.

**“La moda dejó de ser esa autoridad máxima a la cual todos le decían ‘amén’”**

**Es licenciada en Sociología pero se ha especializado mucho en el mundo de la moda. ¿Qué llega primero?**

La moda y la Sociología llegan juntas. Aunque debo decir que a los seis años, como todo el mundo tiene su motivación, yo miraba los desfiles y me fascinaban. Después entré en Sociología y fue ahí donde me pasó algo insólito por lo cual descubrí la importancia del vestir. Estaba en una clase de Ciencias Políticas de primer año y dije algo. En eso se da vuelta un compañero y me dice: "Vos estás muy bien vestida para venir acá a opinar de política". Ahí me di cuenta la importancia de la manera en cómo te vestís y que por eso te pueden llegar a minimizar lo que estás diciendo. En esa época todo el mundo se vestía de negro porque estaba la influencia del existencialismo, era plena década de los 60. Y yo tenía un traje celeste de hilo que no era para nada el *physique du rôle* de la facultad. Durante mucho tiempo la gente me decía que me leían y que al verme se sorprendían porque se imaginaban que tenía anteojos y un físico fuerte, por mi tipo de escritura.

**¿Qué tanto se pensaba la moda cuando comenzó sus estudios?**

Nada. Era absolutamente una *outsider* en

la Facultad de Ciencias Sociales era considerada una frívola total. Nadie hablaba de la moda, era totalmente ajena a los discursos académicos o al pensamiento académico. Hasta que apareció Gilles Lipovetsky con "El imperio de lo efímero".

**Se podría decir que hoy ya no sucede lo mismo. ¿Cuál es el vínculo que tenemos con la moda hoy?**

Mi gran cruzada es hablar de diseño. La moda es fantástica, ha tenido su punto de inflexión con el consumo máximo en los 90 y en la primera década de 2000, pero ya ha llegado un punto en el cual no tiene el lugar de privilegio que tenía antes. Ahora está ocupando un lugar interesante el diseño independiente. La moda dejó de ser esa autoridad máxima a la cual todos le decían "amén". La sociedad de hoy está orientada a las individualidades, la aparición de las redes sociales dinamizó mucho esa realidad, se generó una sociedad diferente. Pensó que la ideología del siglo XX era el consumo máximo y la producción máxima. La ideología que empieza a despuntar a partir de 1995 tiene que ver con el cuidado de los recursos humanos y naturales y la sustentabilidad; es otra mirada. En este contexto, la moda es muy importante, pero también hay otras formas de vestir. Ya no se ha-

bla de elegancia, no pasa por ahí la cosa. Sobre todo la gente menor de 35 o 30 años se viste de otra manera. Hoy hay más tolerancia. Antes no era así. ¿Quién se atrevía a ponerse zapatos y carteras que no combinaban? Hoy sucede todo lo contrario. Hay muchos más perfiles. Antes la moda te decía: "Se usa tal cosa" y todo el mundo lo seguía. Las faldas eran a la cintura y no había otra opción. Ahora podés tener faldas a la cintura, a la cadera, largas, cortas, minifaldas, lo que quieras. Vale todo.

**¿Cómo se refleja esta realidad en las grandes casas de moda o en los grandes nombres del diseño?**

Uno de los ejemplos es Dries Van Noten, el diseñador belga con 12 años de carrera. Él se dio cuenta de que tiene una cantidad enorme de rollos de telas que fueron quedando de temporadas anteriores. Entonces puso una tienda en Berlín donde sus clientas pueden ir a elegir las telas que quieren y con ellas él les diseña un vestido para 2011 o 2012.

**Algo similar hizo Hermès al crear Petit H.**

Claro. Fijate que con todos los restos de las (carteras) Birkin hicieron un bambi (un objeto de decoración que está a la venta) que está



buenísimo. Por otro lado la nueva tendencia no es el gran diseñador, el gran arquitecto, el gran creador. Porque esos grandes nombres se murieron o no fueron remplazados. Ahora son equipos de gente que trabaja, jóvenes y dinámicos. Frente a eso, el concepto de la elegancia queda desdibujado, no es que la gente no sea elegante y que no te puedas poner un vestido de noche. Simplemente como concepto general no es algo crucial.

### **¿Entonces el destino de la Alta Costura es su desaparición?**

No, no lo creo. La Alta Costura creo que se está hermanando con el arte. No es como antes que se hacía un vestido de Alta Costura por semana y el precio era imposible. Ahora el precio sigue siendo imposible, pero hay menos compradores, las árabes son el nuevo mercado para la Alta Costura. Por ejemplo, en Buenos Aires solo quedan dos mujeres que son las hermanas Della Giovampaola que siguen usando Alta Costura. El otro día estuve con una de ellas en Trendation, que es un desfile que se hizo en el Hipódromo de Buenos Aires, le pregunté qué tenía puesto y me dijo que un Oscar de la Renta. Pero tienen de todo y viven un tiempo en Milán, otro en Punta del Este y otro en Buenos Aires. Lo que pasa es que a veces están muy *overdressed* porque ya casi que no se usa vestirse tanto.

### **Si la consigna hoy es que todos nos vistamos como queramos y no como nos indiquen, ¿cuál será el destino de esas grandes tiendas con centenares de sucursales en el mundo como H&M o Zara?**

La única manera que las grandes tiendas como Zara y H&M tienen de defenderse de esta oleada es hacer 16 colecciones anuales. Son colecciones chicas para ellos, para cualquiera son enormes, pero que a cada país llegan pocas prendas que al mes desaparecen de las tiendas. Es la única opción que tienen para que sus prendas no se repitan constantemente en las calles. H&M lo que viene haciendo desde hace tiempo es incorporar a grandes nombres de la moda, también lo hizo Adidas con Stella McCartney. Y esto está llegando a todos lados. Para que te hagas una idea, la cadena francesa de supermercados Carrefour en Argentina contrató a un grupo de diseñadoras de la Universidad de Buenos Aires para su línea Tex. Ellas le dieron vuelta la colección hasta un punto tal que hoy la mandaron a Francia. Lo que ellas hicieron fue el básico de supermercado con una vueltita de diseño, lo que hace en otro plano Zara.

### **Es que tanto en Uruguay como en Argentina el diseño de autor es para unos pocos porque los precios son muy altos.**

**“Mi gran cruzada es hablar de diseño. La moda es fantástica, ha tenido su punto de inflexión con el consumo máximo en los 90 y en la primera década de 2000, pero ya ha llegado un punto en el cual no tiene el lugar de privilegio que tenía antes. Ahora está ocupando un lugar interesante el diseño independiente. Además, hoy hay más tolerancia. Antes no era así. ¿Quién se atrevía a ponerse zapatos y carteras que no combinaban? Hoy sucede todo lo contrario. Hay muchos más perfiles. Antes la moda te decía: “Se usa tal cosa” y todo el mundo lo seguía. Las faldas eran a la cintura y no había otra opción. Ahora podés tener faldas a la cintura, a la cadera, largas, cortas, minifaldas, lo que quieras. Vale todo.”**

El diseño de autor es carísimo. Lo que se hace en Buenos Aires son muchas ferias americanas. También lo que se está haciendo mucho, que yo ya lo había visto en Barcelona, es que los diseñadores toman ropa usada, por ejemplo del Ejército de Salvación, y la intervienen. Aunque también es caro. Ellos dicen que es porque el taller es caro. Estoy convencida de que lo que los mata son los alquileres. Cuando una tienda de diseño se instala en un lugar, los alquileres de alrededor trepan hasta las nubes.

Si querés vestirme diferente, la otra opción que tenés es el *vintage*. Y tiene que haber *vintage* porque no se puede seguir generando tanta basura

industrial. Hay que reciclar, reutilizar y respetar. El consumismo va desapareciendo y con él esa necesidad compulsiva de cambiar y cambiar. Lo último de lo último es que hay muchos que se empiezan a hacer su propia ropa. Como antaño. Se compran un metro de tela, se lo llevan a la modista del barrio y se hacen algo piola. Incluso los que tienen buena mano se están comprando máquinas de coser. Eso equilibra un poco los precios carísimos del diseño de autor.

### **¿Qué es lo que le gusta hoy del diseño de autor argentino?**

Hay un problema con el diseño de autor en Argentina y es que no hay recambio. El mercado siempre va a los mismos: Cora Groppo, Verro Ivaldi, Pablo Ramírez, porque tienen mucho nombre. Para gastar prefieren gastar en un vestido de ellos que saben que están bien hechos. Garza Lobos es nuevo, pero su creador Ruben Troilo es el que le hizo de soporte a Jessica Troisman-Martín Churba. Cuando ambos se separan Troilo se queda con Jessica y ahora se largó solo, con Garza Lobos. Es maravilloso. Vende en París porque hace a medida y no te puedo decir lo que sale el metro. Se lo sacan de las manos, pero no en Argentina. También está Min Agostini que es relativamente nueva y ya se presentó dos veces en la New York Fashion Week. Ella es arquitecta, entonces sus líneas son simples, pero con unas vueltas muy buenas y con gracia.

### **Se está hablando mucho de una metamorfosis en el concepto del lujo. ¿Cómo se refleja este cambio en el universo de la indumentaria?**

En general, el concepto de lujo está pasando ahora por la transformación espiritual. Tiene que ser un producto de tal calidad que te cause un placer estético, pero no por el costo ni por la necesidad de estatus, sino por su perfección. Mucha obra de arte, mucho vestido de Alta Costura con un trabajo artístico, algo que ves y te saca el aliento. Eso ahora es el nuevo lujo, y no lo digo yo. El nuevo lujo pasa por la perfección del diseño, que además sea sustentable. Pasa por otro lado y generalmente te hace mejor persona. En ese concepto no existen las pieles o los brillantes. El siglo XX fue el siglo de la estética y el siglo XXI es ética más estética. Francesco Morace, el sociólogo italiano, dice: “Sin resignar la estética, agreguemos la ética”. La variable de ajuste hoy es el desprestigio. Por ejemplo, el desprestigio que provoca que una *Maison* haga una colección con pieles verdaderas, el desprestigio que significa que un diseñador como John Galliano de Dior sea un antisemita. **G**

PÍA SUPERVIELLE

FOTO: MANUEL MENDOZA