tendencias

¿Qué guardamos?
¿Cuánto usamos?
¿Cuánto botamos?

Entrar al

CLOSET

(Este artículo también es para hombres)

Sociedad
Chile busca sismólogos

Comportamiento
Las acosadoras de los acosadores

Viajes
Isla de Maipo en bicicleta

CLOSET DE LUJO
Que parezcan una tienda y vitrinas son algunas de las cosas que le piden los clientes a la empresa Xilofor que se dedica exclusivamente a hacer roperos, baños y cocinas.

LA ORGANIZADORA
Mónica Arellano se dedica a ordenar clósets ajenos: "Trata de que todos los colgadores sean del mismo estilo y diseño. Cuando tienes algo que es homogéneo a la vista, se ordena inmediatamente", dice.

El lunes que recién pasó fue el verdadero fin del verano. Aunque las mañanas y tardes más frías ya estaban sacando de circulación las sandalias y poleras sin mangas, ese día que amaneció nublado marcó el momento en que, con o sin alegría, muchas mujeres dieron vuelta los cajones y salieron del clóset con los pañuelos, las chaquetas y las botas que habían estado relegados en los últimos meses. El cambio de temporada obligó a mirar con detención el clóset, ese lugar de la casa que aunque se da por sentado y parece hasta frívolo, es uno de los espacios más personales e íntimos que se puede tener actualmente.

Pocas veces la profesional que se viste con traje de dos piezas durante el día, sale a correr en las tardes con patas de lycra, va al recital de Metallica con chaqueta de cuero y los fines de semana sube cerros con sus hijos en jeans y zapatillas, se revela de manera tan completa como en su clóset. "Los múltiples roles que la gente cumple en su vida diaria, sus gustos, sus necesidades y su sentido de pertenencia social y cultural, todo eso se activa inmediatamente apenas se abren las puertas y los cajones del guardarropa", explica el sociólogo Saulo B. Cwerner en su estudio *Clothes at Rest: Elements for a Sociology of the Wardrobe*. Pero este espacio, que en los últimos años en Chile ha ido creciendo en importancia o en tamaño, no sólo habla de personalidades, gustos individuales y manías, sino que también es espejo de fuerzas culturales y económicas que llegan al ropero directamente desde ciudades glamorosas como Nueva York y localidades lejanas en China, Indonesia o Vietnam. Pase a ver.

Aspiración real

La historia del clóset está estrechamente ligada a la del consumo, porque para necesitar ropero hay que tener qué guardar. Una obviedad no tan evidente ni en la historia ni en todos los continentes ni en todas las clases sociales. En la Edad Media, en Inglaterra por ejemplo, el rey contaba con una pieza completa dedicada a sus trapos, el vestidor, algo tan especial que ahí no sólo se exhibía, sino que también hacía reuniones y tomaba decisiones. En general, el resto de la gente dejaba su ropa, apilada sin método, en cofres que no necesariamente eran individuales.

Los armarios especialmente diseñados para el vestuario, con divisiones para colgar y tender, empiezan a ser fabricados con más regularidad en Europa a mediados del siglo XVIII y sólo se vuelven masivos y parte importante del mobiliario del dormitorio de la gente con recursos en el XIX, con el surgimiento de una clase enriquecida a la que le gustaba ver y ser vista. Como la mujer burguesa de la época, además, seguía complicados ritos de etiqueta y vestimenta, el ropero empezó a organizarse y a incluir espacios específicos para distintas prendas y espejos en sus puertas exteriores.

Pero el clóset que predomina hoy, como un espacio integrado en la arquitectura y no como un mueble externo, explica el Premio Nacional de Diseño y académico de la UDP, Óscar Ríos, aparece a partir de 1920 con el movimiento moderno liderado por arquitectos como Mies van der Rohe y Le Corbusier, que promovieron espacios más especializados y limpios en las casas.

Desde entonces hasta ahora el clóset se ha convertido no solo en un lugar para almacenar la ropa, sino que también en un objeto de consumo en sí mismo y un símbolo de estatus. El orgullo con que la protagonista de un comercial de cerveza Heineken les muestra su diseñado vestidor a sus amigas, que caen en estado de histeria colectiva al verlo,

EL VESTIDOR
El clóset con que sueñan los consumidores conspicuos, una pieza completa con luz natural para desplegar la ropa y cambiarse.

Entrar al

Guardar, comprar, quererse, mostrar, vender, combinar, lucir, botar, cambiar, esconder, odiarse, robar, regalar, ordenar, copiar, errar, reciclar, inventar. Son algunas de las fuerzas y dinámicas que hoy guardamos en el clóset.

POR **Angélica Bulnes, Carlos Pérez, Daniela Aranguren, Catalina Lemus**

MERCADO EN EXPANSIÓN
Cada vez hay más objetos disponibles para maximizar el espacio del clóset.

ANTONIA BULNES, JOSEFINA POOLEY Y PILAR MATTE, LAS SOCIAS DE CRANBERRY CHIC, UNA RED SOCIAL DE MODA QUE ESTÁ DE MODA.

da cuenta de eso. También las cientos de fotos de roperos tipo revista de decoración que hay desplegadas en Pinterest, la popular red social que sirve para compartir imágenes. En Chile las inmobiliarias también se han dado cuenta de la importancia que ha cobrado este lugar: "Si en su minuto todos se preocupaban de las cocinas, hoy son los clósets y los baños", dice Cristian Preece, gerente de interiorismo de Socovesa. "Como la gente hoy accede a más bienes, tiene más cosas y es importante para ellos tener dónde almacenarlas", cuenta Marcos Camsen, gerente técnico de inmobiliaria Paz. En ese contexto, hombres y mujeres han empezado a pedir clósets diferenciados y el walk-in clóset, es decir, el ropero tipo pasillo, ha dejado de ser un sueño ochentero y se ha convertido en una demanda concreta que estas empresas están incorporando. "En Santiago centro hemos tratado que los dormitorios tengan este tipo de espacio... Hablamos de departamentos de entre 35 a 55 metros cuadrados con walk-in clóset", dice Camsen.

Pero ya no es suficiente. Los grupos y clientes más sofisticados y con recursos al más puro estilo real han comenzado a pedir vestidores. En Xilofor, una empresa ubicada en Nueva Costanera, que se dedica hace 30 años a hacer cocinas, clósets y baños de lujo, por ejemplo, dicen que hoy hay más clientes -hombres y mujeres- que les destinan a sus prendas una pieza completa, anexada al dormitorio o el baño para desplegar la ropa, cambiarse y hasta invitar a las amigas (en el caso de las mujeres), que ojalá tenga luz natural, una silla y mesa para dejar los accesorios o que parezca tienda. Casi un refugio, que no se comparte con la pareja, sino que es individual.

La actriz Javiera Contador no llama al suyo vestidor, sino que "pieza clóset". Como es muy trapera y la ropa es parte de su trabajo, este lugar siempre ha tenido un rol clave en sus sucesivas casas en que ha vivido y equivale a lo que para otras personas puede ser el escritorio. Ahí no sólo guarda objetos que le importan, sino que también pasan cosas: se lleva el computador para trabajar, lleva a sus amigas e incluso hace reuniones, sobre todo cuando éstas involucran pruebas de vestuario.

Por qué tanto

Porque tenemos más. El clóset de las chilenas ha crecido con el tiempo y, según un estudio sobre el tema realizado por Adimark entre mujeres de entre 25 a 50 años en 2009, el 70 % de las encuestadas dijo que en ese momento su ropero era más variado y tenía más prendas que el de sus madres a su edad.

El vestuario es una de las principales cosas que las personas, particularmente las mujeres, coleccionan en el mundo moderno. Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail (CERET) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, dice que hay cambios fundamentales: la incorporación de la mujer al trabajo, lo que significa que la mujer ahora tiene recursos, pero además ha logrado obtener poder de decisión sobre ese dinero. El costo es que en muchos casos tiene poco tiempo, por lo que busca mecanismos de autocompensación dentro de los cuales vestirse, verse bien y comprar ocupan un rol central. Lo confirma el estudio de Adimark, que muestra que para casi tres cuartos de las mujeres, comprar ropa es un placer.

Según un estudio realizado por Euromonitor International, en Chile en 2012 cada habitante adquirió en promedio 27 artículos de ropa, zapatos incluidos, muy por encima de las 17,8 y 15,8 unidades de Brasil y Argentina, respectivamente, que son los países latinoamericanos que nos siguen. Según Andrés Chehtman, analista de investigación de Euromonitor International, esto responde a una serie de factores entre los que destaca un mayor poder adquisitivo de la población (potenciado por las tarjetas de grandes tiendas) y la consolidación del mall como una forma de entretenimiento.

¿Resultado? Hoy las personas están menos uniformadas y cambian de estilo según la ocasión, el entusiasmo y las ganas. "La transformación de la sociedad chilena desde una conservadora a más liberal o abierta se refleja también en la moda, en la forma de vestir. Es una manera más de expresarse libremente. Basta mirar en las calles cómo se visten las generaciones jóvenes, donde cada día uno nota más mujeres con estilo propio", dice Antonia Bulnes, una de las fundadoras y gerente de marketing y ventas de la red social de moda Cranberry Chic.

Otro de los puntos que destaca Chehtman son las importaciones a menor precio. Ahí el responsable directo es China. La mayoría del vestuario que se consume en Chile viene de ese país, y esta oferta de ropa barata ha producido una disminución importante en los precios de los textiles que entre 1990 y 2009 cayeron en un 38 % en promedio. "Piensa en la ropa que venden en los supermercados a mil pesos. El vestuario antes era un bien de consumo relevante en el presupuesto de una familia de clase media, en cambio hoy es mucho más accesible", dice el sociólogo y académico de la Universidad Diego Portales, Tomás Ariztía.

Además, agrega, hay una creciente valoración de lo estético en la sociedad. El aspecto tiene cada vez más importancia, y estar a la moda ya no es algo a lo que sólo pueden acceder las personas con plata, como lo demuestra el éxito de sitios web como el chileno Viste la calle que se centran no en las pasarelas, sino que en la moda urbana. Ahí ha sido clave "el factor Zara", marca que según Claudio Pizarro, del CERET, cambió las reglas del negocio de la ropa en Chile. Zara fue la primera de las "fast fashion" en instalarse aquí e imponer el concepto de renovación constante del stock y colecciones que no están hechas para durar, sino que para capturar en forma rápida y a buenos precios las principales tendencias de la temporada, extendiendo a distintos segmentos la posibilidad de "estar a la moda". Una de las últimas de estas tiendas en instalarse en Chile fue la sueca H&M que aterrizó el año pasado en el mall Costanera Center y desde entonces que está llena, lo que explica que sus resultados hayan superado todas sus expectativas con ventas de casi 53 millones de dólares en sus primeros 12 meses.

Tener más ropa y más variada puede ser un motivo de orgullo al momento de la compra, pero también produce angustia, sobre todo si el clóset no da abasto. Esto ha dado pie al crecimiento del mercado de la organización. Los roperos ya no constan sólo de repisas y colgadores, sino que son modulares y hechos a medida. En los grupos con más aspiraciones y recursos eso se traduce en cajoneras diseñadas para cada tipo de prenda, colgadores especiales para las corbatas, barras extendibles e iluminación apropiada. Para todos los demás, existe en las tiendas como Homecenter o Easy un segmento en crecimiento de separadores, organizadores de zapatos, cajas plásticas transparentes y bolsas que permiten guardar ropa al vacío y reducir espacio, las mismas que en las próximas semanas van a comenzar a ser abiertas para rescatar las

SIGUE EN PÁG. 6

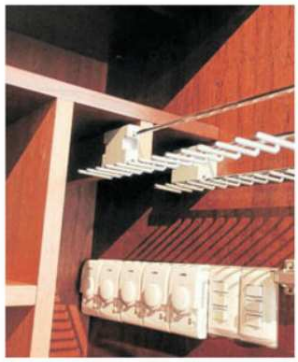
clóset

VINTAGE BAZAAR
Paula Edwards y Rosario Valenzuela recolectan ropa usada de marca entre sus amigas y conocidas y la ponen a la venta una vez al mes.

ROPEROS COMPARTIDOS
En París y Londres hay varios sitios de arriendo e intercambio de ropa como *Rentez Vous*.

ESQUELETOS EN EL CLÓSET
Courtney Love guardaba las cenizas de Kurt Cobain, el líder de Nirvana en un bolso de peluche en su armario.

CADA COSA CON SU PERCHA
Focos que direccionan la luz, perchas especiales para las corbatas, cajones diseñados para cada tipo de prenda y buenos materiales. Un clóset de lujo puede costar varios millones de pesos.



prendas de invierno.

La agrónoma con magíster en economía Mónica Arellano ha hecho de esta preocupación una profesión. "Cuando chica mis hermanas me pagaban para que yo les ordenara el clóset o la pieza", dice. Ahora la gente la contrata para que organice desde dormitorios, cocinas o clósets a través de su empresa. "Yo voy a maximizarlos para que sean lo más amplios posible, porque todos los espacios -a menos que tengas una mansión- son limitados, escasos", dice.

Administrar la culpa

Si bien, por una parte, la caída en los precios de la ropa y la masificación del diseño han hecho accesible un bien –la moda- que antes era sólo para la elite, la dinámica de la industria, dice Tomás Ariztía, invita permanentemente a desechar: "Se está perdiendo el sentido de la duración y la capacidad de cuidar las cosas y eso es terrible".

Las mujeres sobre todo, que son las que más compran, están conscientes de eso, y tradicionalmente han buscado formas menos agresivas que botar la ropa que no usan. Heredar, regalarles a las amigas o a instituciones de caridad han sido prácticas habituales en el país, pero hoy en día, en que el consumo es más generalizado y la ropa más desechable, no se puede regalar ni donar cualquier cosa. Quizás por eso, el Hogar de Cristo el año pasado recibió sólo 55 toneladas de ropa en donación, casi la mitad de lo que llegó en 2011.

A la par con eso, también han ido surgiendo iniciativas individuales o profesionales para que la ropa no quede botada en el clóset. "La energía hay que moverla", dice la actriz Javiera Contador. Eso significa que los vestidos, zapatos y tenidas que no usa, se van. A su ropero no entran cosas nuevas si no caben, por eso regala y desde hace un par de años hace algunas ventas de temporada para sus amigas y cercanas donde ofrece a precios bajos las prendas que ya no le quedan bien o no le gustan. Más que un negocio es una forma de no acaparar: la gente se va contenta y ella queda aliviada y recupera algo de la inversión que hizo en vestirse.

Mientras en el caso de la actriz las ventas son esporádicas, hay otras connotadas aficionadas a los trapos que han hecho de la necesidad de sacar el exceso de ropa de los clósets un servicio. Desde hace tres años, por ejemplo, Paula Edwards, figura ligada a la moda y reconocida por su estilo, y su socia Rosario Valenzuela recolectan entre sus amigas y conocidas ropa, zapatos y accesorios usados de marcas como Prada, Chanel, Hermès y los venden a precios alcanzables en ventas que duran dos o tres días. Tan bien les ha ido que tienen suficiente stock como para organizar una venta al mes.

> "Se está perdiendo la capacidad de cuidar las cosas y eso es terrible"
>
> **Tomás Ariztía**
> Sociólogo y académico UDP

De buena fe, en cambio, es una organización que recibe donaciones de segunda mano, incluyendo muebles y juguetes pero sobre todo ropa, y las vende a bajo precio para recaudar fondos para financiar negocios de mujeres emprendedoras en regiones. Comenzaron en 1999 con una tienda en Lo Barnechea y hoy ya tienen cuatro funcionando gracias a lo cual han apoyado cuatro mil iniciativas. Entre las voluntarias que se turnan para atender los locales está la *socialite* Julita Astaburuaga, a la que se puede encontrar una vez a la semana en la tienda de Vitacura.

Internet, por otra parte, ha facilitado la existencia de intercambios, trueques y ventas. Cranberry Chic, por ejemplo, es una red social chilena de moda, fundada por Pilar Matte, Antonia Bulnes y Josefina Pooley que se ha hecho popular entre referentes de la moda como Renata Ruiz, Valentina Ríos o Karyn Coo. Desde su cuenta, las usuarias puede compartir lo mejor de la moda en cuatro álbumes distintos: Mi look del día, Algo que me gusta, Lo que busco y Algo que vendo.

Estos son sólo algunos ejemplos de un fenómeno que es más grande e incluye muchas más iniciativas, individuales y de corte profesional. En muchos de estos casos lo que hay detrás no es solo la posibilidad de hacer un negocio o prestar un servicio. También aparece en el discurso la importancia de reutilizar y reciclar, conceptos que hay que decirlo, también están muy de moda. Y tiene sentido que lo estén, porque los desechos textiles hoy efectivamente son un problema ambiental importante, sobre todo en las sociedades más consumistas: por ejemplo se estima que en Estados Unidos las personas botan cerca de 30 kilos de ropa en promedio al año. Si bien ninguna de estas iniciativas va a salvar el planeta por sí sola, según The Waste & Resources Action Programme (WRAP), un programa británico que promueve la reutilización, aumentar el ciclo de la ropa en un período tan corto como tres meses sí tiene un impacto sobre la huella de carbono, el consumo de agua y por supuesto la cantidad de basura que se genera.

La (in)seguridad del clóset

Pese a que a esta altura el ropero a ratos parece casi un refrigerador al que entran y salen objetos cada vez más perecibles, no hay que confundirse: sigue siendo un lugar donde las personas, los hombres también, guardan cosas que les importan y tienen mucho valor. "Los guardarropas no sólo almacenan ropa, sino también las biografías personales asociadas a ellos. A diferencia de otros objetos de la casa, la ropa usualmente es para el consumo personal, y entonces ayuda a definir la individualidad de cada miembro de la familia", plantea Saulo B. Cwerner en su estudio sociológico sobre este espacio.

Por eso al clóset no se llega como al refrigerador, y entrar a ese espacio sin permiso sería considerado por mucha gente como una invasión. Es un lugar demasiado personal y por lo mismo también tradicionalmente se ha convertido en un aparentemente buen escondite para cosas valiosas, como joyas, cheques, cajas fuertes o diarios de vida. De ahí expresiones como "guardar esqueletos en el armario" que hace referencia a los secretos que no se quieren sacar a la luz, y que es la matriz del concepto de "salir del clóset" que se utiliza cuando alguien declara públicamente su homosexualidad y muestra una dimensión de su vida que tenía oculta.

El problema es que los ladrones también lo saben y por eso, los clósets son uno de los primeros lugares por los que pasan cuando entran a una casa, no en busca de secretos, sino que de anillos, computadores, cámaras fotográficas, efectivo o chequeras. "Ellos entran contra el tiempo, observan y actúan rápido, se van al clóset, lo observan y esparcen sobre la cama lo que encuentran", dice Jorge Valdés Yávar, capitán retirado de Carabineros y experto en Sistemas de Seguridad. Así que ya sabe, por muchas razones incluida la de la seguridad, el clóset importa más de lo que habitualmente se presume.

EL GRAN GATSBY
Pocos roperos compiten con el que sale en esta película protagonizada por DiCaprio.

HISTERIA COLECTIVA
El comercial de Heineken retrata bien lo que puede producir un buen clóset.

COSAS DE HOMBRE
Vestidor masculino ubicado en una casa de Vitacura.

UNIFORM PROJECT: MENOS ES MÁS
Sheena Matheiken usó durante un año el mismo modelo de vestido negro y con un gran despliegue de accesorios logró dar con 365 combinaciones distintas.
www.theuniformproject.com