

LAURAJURADO

PALMA.—Tome nota: los expertos dicen que si una prenda permanece más de seis meses sin ser usada puede deshacerse de ella con total tranquilidad. Sea realista, no la echará de menos. ¿Se ha preguntando, entonces, por qué resisten en su armario esos pantalones de cuadros que jamás llegó a estrenar? O peor aún, por qué los compró. Basta un vistazo al ropero de cualquiera para llegar a una conclusión: no por mucho acumular ropa se viste uno más rápido. Si hiciera un análisis objetivo admitiría que le sobra la mitad de la ropa y que la otra mitad que realmente necesitara sigue en la tienda. El fondo de armario se nos ha perdido entre los caprichos comprados en rebajas. Con media España buscando trabajo y la otra media recortando el presupuesto familiar, los guardarrapos necesitan dar un giro de 180 grados. ¿Le puede la pereza, el sentimentalismo o la crisis? Llame a una *personal shopper*. Yo lo he hecho.

La consultora TNS titulaba *Adolescentes, el último emperador* su último estudio sobre jóvenes y moda. Un sector de la población que en España se amplía hasta los 29 años y que es —somos— capaces de comprar una media de 21 prendas y 4 pares de zapatos al año y de gastarnos cerca de 80 euros al mes en ropa. Una generación que sale de las universidades o ciclos formativos y que lucha por entrar o mantenerse en el mercado laboral contra viento, crisis y mareta adecuando la ropa a la nueva etapa. La que aquí escribe apura los 23 años y comienza su vida laboral en una profesión tan liberal como alternativa: el periodismo cultural.

## «Tu imagen habla, ¿dice lo que tú quieres que diga?»

La 'personal shopper' Joanne Shawcross asesora a una redactora de EL MUNDO para comprar menos y mejor en tiempos de crisis



La asesora de imagen Joanne Shawcross en una mañana de compras en Sfera. / REPORTAJE GRÁFICO: JORDI AVELLÀ

Para muchos, contratar los servicios de una *personal shopper* puede parecer una extravagancia. Una figura que comienza a introducirse en España pero más que común en Estados Unidos, donde Joanne Shawcross —mi asesora de imagen particular por unas semanas— se formó en manos de los mayores profesionales del mundo. Su función es adaptar el vestuario a las necesidades reales de una persona, con el consecuente ahorro de tiempo y dinero. Shawcross se muestra clara en ello: «Quienes pasan olímpicamente del vestuario no castigan a la moda, castigan su propia imagen».

«En Rebajas, compra con criterio», dice el Gobierno en una de sus últimas campañas. A ese factor Joanne le añade la objetividad, el sentido común y la psicología. Por eso la primera cita con ella comienza por analizar los objetivos del cliente: des-

de actualizar el armario hasta afrontar un cambio de imagen de cara a las entrevistas de trabajo. En mi caso, conseguir un fondo de armario adecuado al día a día —presentaciones de libros, exposiciones o rehabilitaciones de museos— puede parecer complicado. Mi *personal shopper* se encarga de hacerlo más sencillo. Haga una tabla: ¿cuál es su estilo de vida? ¿Cómo pasa su tiempo? Divídalo en cinco apartados y otorgue a cada uno un porcentaje: actos formales de trabajo, eventos informales de trabajo, tiempo libre —desde las excursiones a la paella de los domingos—, ocasiones especiales y actos informales o salidas nocturnas.

Con esa tabla en la mano, llega el momento de revisar la ropa del armario. ¿Se corresponden los porcentajes? Si tiene más vestidos de noche que Nocheviejas el año, hay un problema. Joanne me invita a analizar el vestuario «con lógica y no con corazón». Comprobar qué prendas se ajustan a mis necesidades y descubrir nuevas combinaciones. Habrá llegado el momento de deshacerse sin remilgos de esos pantalones a cuadros y de elaborar una lista con lo que falta para salir de compras con los objetivos claros y sin malgastar el dinero. A mi armario le faltan faldas y pantalones y le sobran camisetas. Además de unos zapatos polivalentes para ocasiones formales e informales. Eso sí, sin tacones y con punta redonda para que hagan menos llamativo mi metro ochenta de altura y mi 41 de pie.

Sólo queda analizar el cuerpo. Una vez pasado el momento de las cartucheras imaginarias, descubro que los pantalones de tiro bajo no me sientan tan bien como pensaba. En

lugar de disimular la cadera trazan una línea horizontal que hace que parezca *paticorta*. La siguiente sorpresa llega cuando Joanne me habla del colorido. Además de veinteañera y periodista descubro que soy otoño. Que la melanina, carotina y hemoglobina de mi piel hacen que mis colores sean los que tienen una mezcla de gris, que causan un efecto más suave. Si usted es primavera —rubia ceniza con la piel muy blanca— le favorecerán los que tengan blanco añadido. No se trata de desechar colores sino de utilizar los tonos más adecuados. ¿Cuál es el peligro de equivocarse? Que el color nos absorba y se vea más que todo el conjunto o que dé una imagen muy apagada.

La última cita es una mañana de compras por el centro de Palma, el

momento que más esperan quienes contratan a una *personal shopper*. Entre sus clientes hay tantos ejecutivos como mujeres a las que por diferentes motivos —como una talla 34 de zapato— les cuesta más encontrar la ropa adecuada. El asesoramiento permite comprar menos y mejor, algo fundamental en tiempos de crisis. Lo último, regalar un paquete con sus servicios. «Yo no vendo a cualquiera, no puedes nadar contracorriente. Es la propia persona quien debe convencerse de que la imagen es algo que vale la pena», asegura Shawcross, cuyos servicios se ofertan en la web [www.image-works.eu](http://www.image-works.eu)

Ya en la tienda, mis ojos van directos a una falda de lino grueso naranja con dibujos en hilo. Estupenda e incluso dentro de mi paleta de colores pero lejos de conseguir un fondo de armario polivalente. Los caprichos en moda tienen el peligro de ser demasiado llamativos como para poder usarse con frecuencia. La mejor opción es la versatilidad. Pantalones a medio camino entre los vaqueros y los *de pinzas* que puedan pasar de formal a informal con sólo cambiar una camiseta. Chalecos y collares capaces de *amenizar* cualquier conjunto aburrido. Botas altas de piel que puedan aguantar tanto el trajín de una noche como el de una jornada laboral. Y camisetas con colorido que puedan sobrevivir a una minifalda y a un traje de chaqueta. Mi nuevo *look* me ha transformado de una universitaria a una *converse* roídas a una joven periodista urbana. El eslogan de Joanne es el mejor resumen del poder del vestuario: «Tu imagen habla, ¿dice lo que tú quieres que diga?».



Cuatro formas de conseguir un 'look' versátil que combine precio y calidad. Abrigos tan prácticos como sofisticados, pantalones a medio camino entre el traje y los vaqueros y chalecos que amenicen un conjunto.



### LOS PRECIOS

- Análisis de colorido: hora y media de duración, 150 €
- Estudio morfológico y de estilo: dos horas y media de duración, 200 €
- Gestión de Vestuario: de tres a cuatro horas de duración, 350 €
- Personal Shopping: tres horas de duración, 250 €