

Las reflexiones de Tom Eerebout, creador de la imagen de Lady Gaga, sobre su éxito y la moda como arma de comunicación masiva

Historia de Rafa Rodríguez • 3 día(s) • 5 minutos de lectura



L El estilista Tom Eerebout, comisario de la exposición 'Exposure: The Power of Being Seen', en la ITS Arcademy de Trieste.
© Giuliano Koren (FOTO CEDIDA) (EL PAÍS)

Al estilista de las estrellas le gustaría estar en cualquier otro lugar que no fuera frente al periodista, cara a cara en la desangelada estancia de un hotel. Pero el estilista de las estrellas resulta que es una celebridad por méritos propios y su práctica —su “arte”, dirá en un momento dado— es objeto de exposición. “Es la primera de estas características, nunca se le había dedicado una muestra al estilismo como actividad”, afirma Tom Eerebout (Bélgica, 37 años). Y, de alguna manera, tiene razón: cierto que [Isabella Blow](#), [Grace Coddington](#) o [Edward Enninful](#) han sido sujetos de retrospectivas y, por tanto, también sus trabajos, pero el relato de vestir personalidades contado desde la distancia profesional todavía no había conquistado vitrina museística alguna.

En la industria de la moda actual, donde el éxito se mide en *likes* y el prestigio en algoritmos, Eerebout habita un extraño limbo. El hombre que ayudó a esculpir el renacimiento estético de [Lady Gaga](#) y blindar la elegancia de [Kylie Minogue](#) se mueve hoy por las galerías de la ITS Arcademy de Trieste —el proclamado primer museo de la moda contemporánea en Italia— con la distancia de quien observa un accidente ajeno. Comparece en calidad de comisario de *Exposure: The Power of Being Seen*, la exposición que quiere elevar el estilismo a la categoría de arte (hasta el 3 de enero de 2027). A ver si estamos ante un ejercicio de narcisismo contenido, en realidad. “No, no, no se trata de mí”, zanja [Eerebout](#). Un 40% de lo expuesto es obra suya, aunque él se apresure a negar la mayor. Quiere reivindicar el oficio de estilista —ese que nació cuando las celebridades dejaron de tener estilo propio para delegarlo en manos profesionales—, pero al mismo tiempo intenta desintegrarse tras el maniquí, o eso parece. “Mi ego es bajo”, insiste, mientras la sombra de su influencia se proyecta alargada en cada segmento de la muestra.

Eerebout es, sobre el papel, el epitome del triunfo. En su primer año de asalto al negocio de la indumentaria [The Hollywood Reporter](#) lo coronó como el estilista más influyente del momento. Era marzo de 2019, después de la temporada de premios. Años después, semejante medalla le cuelga del cuello con peso fantasmal. “No lo veo como algo real”, suelta sin concederle mayor importancia: “Además, solo me pasó esa vez”. Para el caso, su cartera de clientes compone un mapa del deseo pop de nuestros días: del clasicismo fluido (o la vanguardia contenida) del actor Austin Butler al exceso de la cantante Rita Ora, pasando por la experimentación de la artista Banks. Para el estilista belga, vestir a una estrella no es un ejercicio de vanidad, sino de “escritura visual”. Si el diseñador pone el vocabulario, él compone la frase.

El origen de su pulsión creativa tiene fecha y lugar: 18 de mayo de 2008, Amberes. Se acuerda como si fuera ayer: “Fui a un concierto de [Kylie Minogue](#) y descubrí que el espectáculo no era solo la voz, sino también la arquitectura textil que vestía lo que pasaba en el escenario. ¡Aquello era un trabajo de verdad! Acababa de cumplir 18 años y me prometí que a los 30 estaría haciendo eso, vistiendo a cantantes, bailarines... Lo logré a los 25”. Ahí sigue, a los 37, eso sí, refugiado en una normalidad casi militante. Nacido en Bredene, un pequeño pueblo costero belga, y criado en el entorno pintoresco de los parques de caravanas donde trabajaban sus padres, rodeado de *outsiders* y vidas al margen, de ahí le vienen lo mismo esa capacidad inusual para reconocer la belleza en el desorden como el férreo pragmatismo que despliega. “Hago mi trabajo para sobrevivir y pagar el alquiler”, concede, bajando a la tierra un oficio que otros envuelven en glamour y brillo.

El estilista de las estrellas iba en realidad para fotógrafo, pero la fama le esperaba en otra esquina. Entró en la rígida Real Academia de Bellas Artes de Amberes y salió enseguida por pies ("Odio las estructuras", confiesa). Luego trabajó en la entonces popular marca American Apparel hasta que el azar —y su mudanza a Londres en 2010, siguiendo a su marido, el fotógrafo y cineasta holandés Joost Vandebrug— lo puso en el camino del también estilista [Nicola Formichetti](#). En las trincheras de Haus of Gaga, el laboratorio creativo de la artista neoyorquina, aprendió el oficio trabajando gratis durante dos años.

Así comprendió que una alfombra roja es, en realidad, un mitin visual: si el mundo te mira, tienes la obligación de decir algo, aunque sea a través de la alta costura de Jean Paul Gaultier. La moda como arma de comunicación masiva. "¿Quieres un ejemplo?", inquiera. "Japón, 2016, de gira con Lady Gaga [*Joanne* era el álbum a promocionar]. Ella quería demostrar su apoyo a la candidatura presidencial de Hillary Clinton, así que ideamos un *look* de sufragista, en tul blanco con detalles transparentes, un diseño de Noritaka Tatehana", dispara de seguido, en otro alarde de memoria. "La verdad es que vengo de una familia muy política, aunque no siempre esté de acuerdo con sus ideas", admite. "Soy un tipo liberal, soy gay y voy a ser papá por gestación subrogada", añade entre el sarcasmo y el desafío.



Lady Gaga con un atuendo inspirado en las sufragistas, a su llegada al aeropuerto de Heath (Inglaterra) en noviembre de 2016. © Jan Sato (CC Images)



Una de las piezas de la exposición 'Teposure: The Power of Being Seen', comisariada por el estilista Tom Eerebout en el ITS Arcademy de Trieste. © Massimo Gardone Azimut (G. PMS)

En las salas de la ITS Arcademy, las piezas de Maison Margiela, Gucci (época Alessandro Michele), Jean Paul Gaultier, Ann Demeulemeester o [Thom Browne](#) dialogan con archivos de jóvenes talentos que él mismo ha seleccionado. Es un análisis del mecanismo que hace visibles a las estrellas, pero también del riesgo sistémico de una industria que puede encumbrar a un diseñador independiente para abandonarlo al mes siguiente. Eerebout sabe que tiene el poder de encumbrar firmas y creadores con su mera elección, pero también de arruinarlos. Prefiere no pensar en ello, claro. "No quiero sonar como un capullo, pero me considero muy afortunado de ser realmente bueno en lo que hago. Vivo en Amberes, que no es una de las grandes capitales de la moda, y la gente me paga el avión para ir donde se me necesita, así que puedo dedicarme a lo que me apasiona viviendo donde quiero. Para mí, como artista —porque me considero un artista—, eso es lo más importante: poder hacer lo que quiero, desde donde quiero y compartiendo solo lo que decido compartir", dice. Pregunta del millón: ¿Y cómo hace lo que hace? "Uf, no sabría cómo explicarlo con palabras... Tiene que ser lo correcto, tiene que funcionar. Tiene que sentirse como que 'es esto' [comienza a chasquear los dedos repetidamente]".

Sobre la fiebre de las piezas de archivo en la alfombra roja no tiene una opinión formada ("Es divertido, supongo"). [Sobre los estragos del Ozempic](#) en los cuerpos de las celebrities que viste, sí, pero prefiere callársela. "Hace mi trabajo más fácil", desliza apenas. No hay épica en su respuesta. Si las estrellas vuelven a encajar en la *sample size*, la talla de muestra —una 34 o, a lo sumo, 36—, el estilista ahorra tiempo y esfuerzo. Es la eficiencia del algoritmo aplicada a la anatomía. Última cuestión: en esta época de *scroll* infinito, en la que las imágenes mueren en 24 horas, ¿qué posibilidad hay de dejar huella? "Igual suena muy cursi, pero si hay un solo chico que viene a esta exposición y piensa: 'Yo también puedo ser estilista, puedo hacerlo viva donde viva', entonces todo mi trabajo ya habrá valido la pena".