



Amo los uniformes

Textos: Blanca Lacasa
Dibujos: Cristóbal Fortúnez
Astiberri Ediciones. Bilbao, 2015
Color. Cartoné
80 páginas. 21 x 21 cm. 16 euros
Colección Astiberri Pop
ISBN: 978-84-15685-97-5

A la venta el 10 de abril

Una declaración de amor al uniforme laboral

Blanca Lacasa y Cristóbal Fortúnez reivindican uniformar a todo asalariado viviente y que cada profesión tenga su propio kit textil

“¡Ni un trabajador sin uniforme!”. Con este lema, Blanca Lacasa y Cristóbal Fortúnez apelan a una revolución laboral textil donde el uniforme deja de ser rancio y cobra virtudes de lo más dispares: se acabaron los privilegios de los bomberos, barrenderos y enfermeros. Todas las profesiones deberían tener derecho a lucir un atuendo específico y exclusivo: ique entren en vigor a partir de ya la batamanta para los críticos de cine, el chándal para los opositores, la túnica mística para los teleadivinos y el albornoz para los actores porno!

Blanca Lacasa, periodista, cantante y escritora, y Cristóbal Fortúnez, uno de los ilustradores más llamativos del panorama nacional, reflexionan sobre las ventajas del uniforme y la injusticia de que ciertos colectivos lo disfruten y otros no. Por ello, reivindican “uniformar a todo asalariado viviente”, que cada profesión tenga su propio “kit textil para la faena”, y proponen una colección de uniformes que harán más fácil y lucida la vida de cualquier trabajador.

En palabras de Lacasa: “Los uniformes son asimilados en no pocas ocasiones a totalitarismos, a imposiciones, al deseo –como su propio nombre indica– de uniformar e igualar por la vía de la obligación y con un criterio estético y formal decidido por un alguien u orden superior. Y suelen asociarse a agentes represores, controladores o restrictivos (olvidando que algunos empleos tan entrañables y amables como pescaderos, acomodadores de cine o cajeros del Día lo exhiben). Ésta es una visión del uniforme. Otra, más bondadosa, e incluso beneficiosa, es la presentada aquí. Una oda al uniforme, una declaración de amor al hábito, una reivindicación del traje uniformado”.

Blanca Lacasa. Periodista de profesión y escritora de vocación, ha compaginado estas dos facetas desde que empezó a ejercer la carrera de Ciencias de la Información. Habiendo pasado por diversos gabinetes de comunicación y agencias de RR. PP., pronto decidió que lo suyo era trabajar con las palabras, así que se centró en los medios de información para poder hacer lo que realmente le gustaba: escribir. Ha pasado por radio, tele y prensa, quedándose en este último sector. Ha ejercido labores de redactora jefa en secciones de cultura. Entre otros, en *Vogue*, *Elle*, la revista especializada musical *Efe Eme*, *El Duende*, *Informativos Tele 5* y en Radio Exterior de España (RNE).

Además, ha desarrollado una carrera artística paralela, como cantante y letrista (tres discos publicados con el grupo Plastic d’amour en el sello Siesta). Y, como escritora, ha editado tres libros para niños (el libro-cedé *Casi un musical* –Narval–, *La caja de Nicanor* –Modernito Books– y *Casi un Juguete* –autoeditado–).

Cristóbal Fortúnez es uno de los jóvenes ilustradores más llamativos de la escena nacional y destaca por unos dibujos detallados, coloristas y contemporáneos, que beben del retrato pictórico y de la caricatura, y de los que se desprende un humor corrosivo. A través de unos dibujos muy cuidados, con un punto naif, observa y disecciona los códigos de nuestra sociedad. Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Vigo, se dedica a la ilustración, el dibujo y el diseño. En el año 2009 comienza el blog *Fauna Mongola*, una especie de enorme archivo subjetivo de tipologías urbanas, que ha sido la plataforma que le ha servido para dar a conocer su trabajo.

Durante los últimos tres años ha realizado carteles, portadas de libros y revistas, y colaboraciones varias, así como trabajo para diferentes agencias. Ha publicado en periódicos, revistas y revistas online como *El País*, *Vanidad*, *Rolling Stone*, *Vice*, *OnMadrid*, *El Duende*, *Jot Down*, *Fotogramas*, *Diario Kafka*, *Playground*, *El Estado Mental*, *Eatme!*, *Dodo o Arto! de Madriz*. Además es coautor, junto a Daniel López Valle, de los tres volúmenes *Cuaderno Blackie Books*, unos cuadernos de ejercicios y pasatiempos ilustrados.

EL BECARIO DE UNA REVISTA DE MODA

El uniforme de becario de una revista de moda es, como sus propias tareas, de libre configuración. Lo único que distingue al sí becado de cualquier otro trabajador no becado es que el becario es siempre el más fashion de todo el edificio, el que lleva las mejores prendas y las más caras –o, al menos, con apariencia de serlo–, y el que sigue las tendencias a rajatabla madrugando (mucho) para llegar a la redacción hecho un pincelín. El becario aún no ha entrado en la fase –demasiado adulta y sujeta a condicionantes económicos y prácticos a los que él permanece ajeno– del “menos es más”.

Así, proponemos para nuestro becario un uniforme muy laxo (en el sentido de que podrá interpretarlo y complementarlo a su libre antojo), pero que siempre constará de los siguientes elementos base (sobre los que empezar a crear un estilismo que dejará a toda la redacción boquiabierta, primero; cuchicheantes y envidiosos, en segundo término):

1. Bolso/mariconera/capacho: cualquier recipiente en el que meter todo lo necesario para un duro día de trabajo (maquillaje, revistas, iPad, iPhone, iPod, medicinas, coca-colas, barritas, chicles, mecheros...). El bolso ha de ser enorme (tanto que parezca que el becario podría caber en él), de marca y muy aparatoso. Llevarlo colgando del antebrazo con la mano tonta. Colocarlo sobre la mesa de trabajo de tal manera que ocupe más de la mitad de la superficie disponible. En la otra mano –no tonta– llevar un vaso grande de cartón plastificado con un líquido no identificable.
2. Zapatos: importantísimos. Taconazos/plataformas/andamios para ellas; para ellos: zapatillas imposibles de marca y de edición limitada. El uso de calcetines en cualquier época del año está penalizado.
3. Pantalón colilla, que es lo que viene después del pitillo. Adheridos, pegados, soldados a la piel, dibujarán la silueta comprimiéndola hasta el borde de la muerte por asfixia, y dejarán lo que viene a ser el diámetro del tobillo al aire.
4. La parte superior del traje la dejamos al libre albedrío del becario, ya que habrá de ser diferente y novedosa CADA DÍA. El becario no puede repetir look, ha de sorprender a sus efímeros compañeros de trabajo cada mañana. Recomendamos blusas fluidas, de encaje, *print* animal o aperturas imposibles; camisetas con mensajes, animales o fotos de modelos en posturas no humanas; jerséis con grandes logos o estampados de fauna y/o flora... Por encima, fulares, cadenas, collares, barbas, sujetadores a la vista...
5. Gafas de sol y cigarrillo: si no llevas gafas de sol y no fumas, no eres becario. Las gafas han de ser grandes, de formas imposibles, llamativas y extravagantes, y, por supuesto, de marca; los cigarrillos, si pueden ser *extralarge* y finicos, mejor. Entrar hasta el fondo de la redacción con las gafas puestas y el sabor de la última calada en el aura.

12



EL DEALER

Hemos querido prestarle atención a esta profesión, injusta e históricamente perseguida, bíblicamente maldita, legendariamente subterránea por un motivo fundamental: estando como está prohibida la venta de drogas, reconocer a un camello es tarea harto compleja para almas cándidas y no tan cándidas. En esos momentos en los que el teléfono no funciona, estás en otra ciudad que no es la tuya o simplemente deseas algo AHÍ Y AHORA, el inconfundible (re)conocimiento de un vendedor de sustancias ilegales alegraría la noche (o el día) y dinamizaría la cohesión social (o individual en caso de consumo onanista). Así pues, para acabar con confusiones, miradas sospechosas y vueltas al ruedo inútiles en after hours de mala muerte, planteamos un eficaz y discreto atuendo (tampoco es plan de ir con un cartel luminoso encima que rece DRUGS) que consistiría en pantalones de vestir en tonos blanco o gris metalizado, zapatos blancos y una camisa que parezca de motivos tropicales; pero, ¡ojo!, en el *print* está la clave: el estampado debe guardar consonancia con la droga vendida. El objetivo de esta desenfadada y alegre indumentaria es lanzar un sutil e irónico guiño a ciertos agentes antivicio.

24

