
Resumen: El presente artículo es un trabajo de investigación realizado en base a una serie de entrevistas a diferentes diseñadores latinoamericanos, entre ellos: Camila Milessi y Emiliano Blanco de Kostüme (Argentina), Fabián Zitta de Zitta Costura (Argentina), Cecilia Gadea (Argentina), Ani Alvarez Calderon (Perú), Silvia Tcherassi (Colombia), José Miguel Valdivia (Perú), Liliana Castellanos (Bolivia), Roger Loayza Mainardi (Perú), Rubén Campos (Chile), Alejandro Carlin (México), Carlos Feltes (Paraguay) Héctor Marchuca (Venezuela). La investigación está basada en el desarrollo de la moda en Latinoamérica, en la importancia de las raíces autóctonas, de la creatividad y del posicionamiento de la moda latinoamericana a nivel global.

Palabras clave: autóctono - cultura - diseñador - globalización - industria - Latinoamérica - moda - textil - tradición.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 162]

(*) Licenciada en Publicidad de la Universidad de Palermo. Técnica en fotografía de la Escuela de Fotografía de Andy Goldstein. Se desempeña actualmente como Productora General de la Revista ¡HOLA! Argentina del Grupo de Revistas del Diario La Nación.

Hoy se asiste a un proceso de transformación histórica sin precedentes. Una nueva y muy distinta, forma de comunicación entre los seres humanos.

Hay momentos en la historia con tal poder que pueden reconfigurar lo posible, y yendo mucho más lejos, modificar el futuro.

Estamos en el umbral de una nueva era.

¿Qué relación guarda este momento con nuestras identidades latinoamericanas, nuestras tradiciones y nuestras modas?

¿Cuál es este panorama histórico y que tiene que ver con nuestras identidades latinoamericanas? ¿Cuál es su relación con nuestra tradición, con nuestros antepasados, con nuestras modas?

La innovación tecnológica y la expansión del lenguaje electrónico son pilares de esta transformación. Como decía Marshall Mac Luhan (1996), hace más de 30 años, el mundo se ha convertido en una aldea global.

Estamos al tanto de lo que sucede en todas partes del mundo. Podemos ver las diferentes costumbres, las diferentes creencias, las distintas culturas y tradiciones y cuando se ob-

serva a Latinoamérica se puede reconocer la propia identidad reflejada en la vestimenta de sus distintos pueblos; en sus ciudades, en su arquitectura, en su gastronomía, y en la manera de ser y actuar de las personas.

La globalización implica una suerte de contradicción: la de unirse para luego diferenciarse. Para ello, muchas veces es necesario volver a las raíces: los profesionales de la moda también lo hacen. Es decir, exploran dentro de sus territorios para observar y recrear su identidad y luego mostrarse al mundo.

Ya la moda no tiene verdades absolutas. Y este entrecruzamiento de culturas aborígenes (autóctonas) con el grupo urbano, crea una mezcla sumamente abundante y explosiva en colores y formas.

La recuperación de los tejidos, el mejoramiento de los mismos, la utilización de detalles de exquisito buen gusto hacen que los diseñadores latinoamericanos crezcan, surjan con fuerza, identidad, ya que buscando sus raíces y armonizándolas con las nuevas tendencias muchas veces logran resultados extraordinarios.

Latinoamérica busca proyectarse con entusiasmo y laboriosidad en el mercado mundial, trabaja permanentemente con este objetivo aun a pesar de todo el camino que falta recorrer, y su mayor recompensa es su posicionamiento y reconocimiento en el mercado internacional de la moda.

No nos olvidemos que los individuos actúan de acuerdo a los sistemas sociales a los que pertenecen demostrando consciente o inconscientemente sus orígenes.

Los diseñadores regionales, sin dejar de tomar sus raíces autóctonas, perfeccionando telas y texturas, las enriquecen en detalles, buscan armonizar cada día más lo ancestral con lo contemporáneo. En este mundo globalizado son mirados con curiosidad y expectativa, son un soplo renovador e innovador, una mezcla de colores con diseños sumamente atractivos. Con arduo trabajo encuentran su personalidad y la muestran para deleite de los conocedores que buscan la excelencia. Se puede decir que los diseñadores latinoamericanos están ganando espacios importantes en la moda, lenta pero cada vez con más fuerza, presencia y estilo propio logran un lugar en el concierto mundial de la moda.

Lo autóctono como inspiración

Cuando se hace referencia a lo autóctono no solo se está hablando del legado de nuestros ancestros como cultura regional sino también de lo autóctono actual, de las calles de nuestra ciudad, los edificios, los arboles, las frutas en el mercado, las palmeras, etc, etc. Para la diseñadora Liliana Castellanos (Bolivia) “Lo autóctono representa un mundo de gran historia y tradiciones, cuando viajo por mi país descubriendo la rica historia de nuestra vestimenta, pienso que tengo un gran tesoro en mis manos que me inspira maravillosamente”. Rubén Campos (Chile) afirma, que, “definitivamente lo autóctono siempre servirá de fuente de inspiración. Tenemos mucho con que maravillarnos, paisajes mágicos, culturas de las cuales su imagen no han sido explotadas y podemos jugar con ellas al darles una nueva mirada”.

Lo interesante es poder hacer algo creativo y distinto con lo propio de cada región, muchos no quieren caer en el *cliché* de lo autóctono de cada país y buscan encontrarle una vuelta

creativa, por ejemplo Silvia Tcherassi (Colombia) dice: “Los diseñadores latinos tenemos una aproximación al color y a los materiales que nos hace diferentes. Y esa aproximación es producto de nuestra historia, de nuestra tradición, de nuestra naturaleza... Y definitivamente mis raíces latinas están en el ADN de mi propuesta de moda y de mi marca”.

Tcherassi pudo convertir una pieza tradicional y utilitaria como es la mochila Wayúu en una pieza de lujo, siendo completamente respetuosa de los elementos culturales y simbólicos que traen consigo. Empezó interviniéndolas con cristales de Swarovski, luego comenzó a experimentar con las proporciones y, al estudiar la belleza de sus coloridos y gráficos, generó una producción de accesorios utilizando el mismo recurso textil. Cuando hablamos de trabajar desde lo autóctono esto no implica que sea necesariamente con los materiales propios de nuestra región sino que también podemos trabajar lo tradicional desde diferentes aspectos, como nos cuenta el joven Alejandro Carlín (México): “Siempre me inspiro en México ancestral, no uso materiales autóctonos pero siempre trato de tener referencias en líneas y cortes”.

José Miguel Valdivia (Perú) explica:

Siempre he buscado trabajar con la inspiración que me ofrecen las tradiciones de mi país, investigando no solo las andinas, sino las de la costa y de la selva también. Al principio me costaba trabajo convertirlas en piezas de moda y tendencias, solo me fue posible aplicarlas al aprender a mirarlas desde fuera, para regresar a su origen, y poder hacer una fusión con las tendencias globales o con mis propias visiones. Creo que no solo el Perú, sino toda Latinoamérica pueden brindarnos un mundo nuevo para inspirarnos. Redescubrir mis raíces con una mirada exterior me ha hecho ver el mundo de otro modo.

Héctor Machuca (Venezuela) dice:

Definitivamente creo que cuando diseño, tengo esa interesante pincelada latinoamericana, que muestra siempre una paleta de color llena de mucha intensidad, y un público de espíritu aventurero y divertido. A pesar de que es importante que el diseño tenga un carácter global, es también importante que conserve la esencia de nuestra raíz.

En relación a la importancia de la utilización de materiales autóctonos en el desarrollo de las prendas, utilizar materiales vernáculos para producir es importante tanto para el diseñador como para la industria y el comercio de cada país. Algunos diseñadores estudian en los altos centros de la moda Europea, como José Miguel Valdivia (Perú), que estudió en París, y nos cuenta:

Busco y persigo la excelencia en la calidad del trabajo artesanal, si es rústico tiene que ser fino a la vez. El trabajo artesanal para la moda debe estar a la altura de la pasamanería francesa que también es artesanal. Así he buscado Alpaca de la más fina calidad, y ahora también Vicuña, si uso cueros o

metales deben ser de perfectos acabados. El algodón Pima peruano es tan versátil que sorprende.

Muchas veces los diseñadores se basan más en las tendencias y en los estilos provenientes de Europa, lo que parece estar cambiando. Aquí la opinión de algunos de ellos:

Cecilia Gadea (Argentina):

A través de mi trabajo busco generar nuevas propuestas y ser innovadora en mis colecciones, esa fue mi motivación inicial, y sigue siendo la manera en que trabajo. El diseñador argentino busca ser referente de diseño, en vez de seguir tendencias. Lo que ha cambiado es la búsqueda tanto del diseñador como del consumidor. Hoy tenemos acceso a tanta información, que la novedad más lejana ya no nos sorprende, por lo tanto la búsqueda de lo nuevo, de lo individual, hoy es hacia adentro. Es más cercana. Y es desde lo propio.

Ani Alvarez Calderón (Perú):

Creo que un diseñador debería diseñar con su propio estilo, haciendo lo que le gusta y poniéndole su sello personal. Pienso que la gente ahora aprecia lo original y no lo que todo el mundo tiene. Ahora con los medios de comunicación tan avanzados, te enteras de todas las tendencias europeas y de dónde quieras, ya no es exclusivo, y si los diseñadores se basan en eso, muchos harían las mismas tendencias. En mi opinión, Latinoamérica está tomando cada vez más seguridad y protagonismo en las pasarelas.

Silvia Tcherassi (Colombia):

Casualmente en pleno proceso de globalización de la moda hemos visto cómo en las últimas temporadas se han ido incorporando elementos tradicionales de distintas partes del mundo, orientales, africanos y, por supuesto, latinoamericanos. No hay que olvidar que Miuccia Prada hizo una colección inspirada en el colorido mexicano, que Jean Paul Gaultier usó sombreros colombianos en su pasarela y que Galliano se inspiró en los vestidos tradicionales peruanos en uno de sus desfiles de alta costura de Dior. Creo que afortunadamente la globalización en vez de uniformar al mundo, está destacando lo local, jugando un poco al concepto de una aldea global pero ecléctica.

José Miguel Valdivia (Perú):

Las pautas de moda siempre saldrán de ese laboratorio que es Europa, pero los ingredientes vienen de diferentes lugares. Los motivos de inspiración varían de un lado del mundo al otro, teniendo en cuenta las estaciones. Las

inspiraciones de origen étnico que dan ese aire exótico a las colecciones o a las tendencias, son el motor para muchos diseñadores. Estamos en un momento en el que pasamos de aires retro de los 50 a los 70 y a los 40, particularmente para la moda de tono urbano ciudadano. Pero para la moda que podemos llamar internacional-global buscar la inspiración en otros países, en otras regiones, en culturas ancestrales, es el otro motor. Este giro o ampliación de la búsqueda de tendencias se da cada cierto tiempo, simplemente por una saturación, particularmente cuando algún tema es repetido hasta agotarlo. Es así que hoy que el mundo busca una mayor relación con la tierra, con el entorno, con las tradiciones, la búsqueda de otras fuentes de inspiración nos está dando la oportunidad de ser parte de la moda global, solo tenemos que saber mostrarnos como eso.

Roger Loayza Mainardi (Perú):

Creo que si esto está cambiando a nivel sudamericano, es porque finalmente se han dado cuenta que mucho más valor tiene una propuesta propia y original que seguir imitando lo que se hace afuera. Lo importante es destacar y poder aportar algo nuevo a la escena mundial de la moda y así poder construir una identidad propia.

Alejandro Carlín (México): “Sí, está cambiando debido a que nuestro mercado es latino pero las tendencias europeas son globales y ahora nosotros somos los encargados de generar a partir de estas tendencias nuestras propias tendencias para Latinoamérica”.

Carlos Feltes (Paraguay):

Justamente porque creo que los diseñadores de hoy pensamos desde un punto de vista global. Las distancias se han acortado tanto, y todo el mundo ve a todo el mundo, por ende en Latinoamérica somos más vistos y apreciados por lo que somos, y ya no se necesita buscar ser alguien más. La autenticidad es más valorada.

Héctor Machuca (Venezuela):

Europa tiene toda una vida de ventaja en muchos aspectos en comparación con nuestro muy reciente continente, y esto no debe de pasarse por alto, sin embargo creo que la clave está justamente en lograr un equilibrio que pueda expresar o combinar los dos tipos de pensamiento.

Sebastián Cubides (Colombia):

Honestamente creo que el diseñador latinoamericano antes no valoraba su propia cultura... También los grandes diseñadores vienen de Europa y ellos son los que inspiran a todos los del mundo de la moda con sus ideas

y visión. Ahora, creo que el diseñador latinoamericano por fin valora de dónde viene, y hasta hay muchos que usan materiales de fibra vegetal y de plantas que solo se dan en sus regiones. Como el fique y hasta fibra de guanábana... Y ahora hay diseñadores europeos que se inspiran en elementos latinoamericanos. Creo que siempre va a haber épocas en las que un diseñador se inspire en temas diferentes y no necesariamente de donde vive. Eso también hace parte de las tendencias de la moda.

En la región, Brasil se destaca por su avanzada industria de la moda. Existe una gran diferencia entre Brasil y el resto de los países de Latinoamérica, ya que éste logró ingresar en el calendario internacional de la moda. Consiguieron un nivel de desarrollo muy fuerte gracias a su industria textil y por el trabajo realizado en conjunto entre diseñadores e industriales. La Argentina puede que se encuentre en un segundo lugar, también Colombia, Perú y México lo siguen y Chile que está en pleno crecimiento. En nuestros países se utiliza la moda, el diseño y los eventos relacionados a estos, como una manera más de comunicación y progreso. Se puede afirmar que hay un crecimiento muy positivo que se va consolidando lenta y constantemente, es una industria en permanente desarrollo. En relación a la respuesta del público hacia las nuevas propuestas, los diseñadores cuentan sus diferentes miradas y opiniones con respecto a las distintas reacciones que ven del público frente a las nuevas propuestas:

Camila Milessi y Emiliano Blanco de Kostüme (Argentina) opinan:

En Buenos Aires el público masivo está buscando lo diferente, salvo una porción pequeña del mercado... La diferencia la hace el extranjero que viene y entiende el concepto de las colecciones y le resulta un precio económico... A veces no pueden creer cómo una marca comercial, copiada de H&M, está al mismo precio que prendas de colecciones de autor.

Silvia Tcherassi (Colombia):

Con Internet, hoy el público sabe más de moda. La moda ya no es el privilegio exclusivo de unos pocos, ahí es donde está la verdadera democratización de la moda, en el acceso a la información. Esto les ha permitido a las personas aprender más y experimentar con su propio estilo y considero que eso es muy beneficioso para la industria.

José Miguel Valdivia (Perú):

A diferencia de Europa, los públicos latinoamericanos aún son algo reacios a las nuevas propuestas, nos tomará algo de tiempo no ser como los demás. Masivamente responden a las tendencias comerciales, pero consumo de diseño original y diferenciado, muy poco. Queremos tener la seguridad de encajar al vestirnos como el resto, nos hemos olvidado que MODA es provocación.

En cambio, Rubén Campos (Chile) piensa que el público toma con “fascinación absoluta las nuevas propuestas. Existe una sed incontenible por el buen vestir y por propuestas frescas y propias”. De manera similar piensa Liliana Castellanos (Bolivia): “Hoy tenemos un público globalizado gracias a las comunicaciones y está siempre deseoso de ser sorprendido con la verdadera creatividad que, para mí, va más allá de lo que es hacer moda”. Roger Loayza Mainardi (Perú): “El público local (Perú) está en un proceso de aprendizaje, ha mejorado mucho desde que llegué al país, cada vez hay más aprecio por el diseño peruano y más apertura mental hacia las propuestas nuevas, pero en un círculo muy reducido”. Carlos Feltes (Paraguay):

Por sobre todo valoro al público abierto al aprendizaje, sobre el nuevo diseño, la visión más internacionalizada y el respeto al diseñador. La gente que se interesa por comprar una prenda de diseño, casi siempre le interesa el contenido que hay detrás de la prenda, no compra solo por moda sino por contenido, por lo menos eso es lo que yo experimento con mis clientes.

Cecilia Gadea (Argentina):

Encuentro un público más abierto a las nuevas propuestas, con más interés frente al diseño; un contexto que se ha desarrollado en torno a la moda; entidades especializadas en Indumentaria, una plataforma como el Bafweek, para enmarcar al diseño argentino; un público internacional ávido por recibir nuevas propuestas, y con la mirada puesta en Latinoamérica. Una identidad de diseño argentino, que se empieza a definir.

Sebastián Cubides (Colombia): “Primero que todo, el mundo de la moda en Latinoamérica ha crecido, y ya es una carrera que se está tomando seriamente en el mercado. El público está abierto al cambio de propuestas de sus diseñadores de moda”.

En los últimos diez años ha habido grandes cambios, ya que hay proyectos de colaboración entre marcas y diseñadores, esto ha dinamizado la industria. Desde el nacimiento de las semanas de la moda en Latinoamérica sumándole los múltiples eventos que surgen de las diferentes marcas y autores que nos fuerzan a organizarnos y a avanzar. Se puede aseverar que se abre una cantidad de posibilidades y de oportunidades para los nuevos talentos, pudiendo darle a las pasarelas un aire renovador y refrescante.

Como se ha mencionado anteriormente, el mundo de la moda en Latinoamérica ha crecido, la industria de la moda se toma cada vez más seriamente, más profesional, trayendo de su mano nuevos puestos de trabajo, buscando la creatividad y la innovación y mostrando al mundo la identidad y a su vez la versatilidad de esta industria.

Características comunes entre diseñadores latinoamericanos

Los propios diseñadores ven sus coincidencias en la puesta de color, en los detalles, el contraste de los materiales, podemos decir que la idiosincrasia latinoamericana es una marca indeleble aun en la diferencia de las colecciones de estos diseñadores:

Ani Alvarez Calderón (Perú) sostiene: “Encuentro que a los latinoamericanos nos gusta prestarles mucha atención a los detalles, que todo esté perfecto, también me gusta una moda elegante y femenina, que lo veo en otros diseñadores de la región”.

Por otro lado José Miguel Valdivia (Perú) piensa que las características en común con otros diseñadores de la región, radica en “la influencia del color, los motivos decorativos, el contraste de materiales, texturas y colores”.

Alejandro Carlin (México) hace hincapié en la búsqueda de mercados comunes y en la identidad latinoamericana. Héctor Machuca (Venezuela) habla de “la versatilidad y la apuesta de color”. Y Carlos Feltes (Paraguay) dice:

Hace muy poco, mientras participaba en Pasarela Punta del Este, compartí con diseñadores de otros países tan jóvenes como yo, a quienes por supuesto no conocía, y me topé con una sorpresa muy grande en cuanto a las similitudes de estilo y la intención de sus prendas. Evidentemente estamos mirando las mismas cosas en el mundo y tenemos el mismo impulso, las prendas se caracterizan por su identidad global, su énfasis en la historia que cada uno quiere contar, y su evolución técnica. Nadie mira atrás, todos miran para adelante.

Sebastián Cubides (Colombia) resalta la importancia del color y nos habla de la gran paleta de colores que tiene toda Latinoamérica y esta manera particular de manejar las distintas combinaciones en las colecciones, muy diferentes de los diseñadores de otros continentes del mundo.

Influencia del clima

Los propios diseñadores ven sus coincidencias en la puesta de color, en los detalles, el contraste de los materiales, podemos decir que nuestra idiosincrasia latinoamericana es una marca indeleble aun en la diferencia de las colecciones de estos diseñadores:

Ani Alvarez Calderón (Perú) piensa que el clima no influye y dice:

Ahora la maravilla es que hay gran libertad, uno puede seguir las tendencias o tener su propio estilo, no hay reglas sobre qué color usar o qué estilo de ropa, y cada vez hay más diseñadores proponiendo sus propios estilos, por lo tanto no hay un estilo específico o color a utilizar según el clima.

En cambio Liliana Castellanos (Bolivia) piensa que sí:

Tenemos el oriente donde está Santa Cruz y el clima cálido y la cercanía con el Brasil genera una influencia muy notoria tanto en los colores como en el estilo de vestir. Igualmente sucede en La Paz, donde el clima frío hace crear un estilo de vestir más conservador y también en la elección de los colores.

También Carlos Feltes (Paraguay), como Héctor Machuca (Venezuela) y Sebastian Cubides (Colombia) piensan que el clima influye.

Feltes cuenta: “En Paraguay el clima influye principalmente en los tejidos, y los colores reflejan el ánimo de las personas. Vivimos temporadas muy largas de verano, lo cual significa un ambiente muy festivo y las personas lo celebran por medio de estampas y exceso de colores”. Héctor Machuca (Venezuela): “Definitivamente, y no solo en mi país, sino en cualquier parte. Este determina el tipo de prendas y usualmente los colores, según la temporada”.

Y Sebastián Cubides (Colombia) piensa:

Con respecto al estilo de ropa, un buen ejemplo que se me ocurre es el estilo de ropa que se usa en Colombia; como hay tantos climas diferentes, especialmente cuando se anda de paseo o se viaja mucho fuera de Bogotá, por ejemplo. La gente tiene que estar lista para cualquier clima. En Bogotá, las personas que viajan mucho a sus fincas que quedan en pueblos de tierra caliente, buscan atuendos en que les quede fácil la transición entre tierra fría y tierra caliente. Por esto, la gente utiliza mucha sobreposición en capas de prendas, porque queda más fácil quitarse o ponerse una prenda de acuerdo del clima en el que esté.

Silvia Tcherassi (Colombia) piensa que sí influye el clima, aunque reevalúan algunas teorías: “Siempre digo que hay que vestirse de acuerdo al estilo de vida de la persona, independientemente de donde se encuentre. Y sobre el color, muchas de estas teorías se han revaluado, ahora se usa negro en verano y blanco en invierno, porque lo importante es el material, no el color”.

Los diseñadores latinoamericanos más admirados

Fabián Zitta (Argentina) admira “al brasileño Alexander Hercovitch por sus estampas y su estilo moderno y a Oskar Metsavaht de la reconocida marca brasilera Osklen por su compromiso con lo ecológico”.

Los favoritos de Ani Alvarez Calderón (Perú) son “Oscar de la Renta, por su estilo tan elegante y por haber logrado el prestigio que tiene durante tantos años. A Silvia Tcherassi, por el estilo de ropa y vida que proyecta y lo que ha logrado”. También Silvia Tcherassi (Colombia) y reconoce a Oscar de la Renta por ser pionero en la moda latinoamericana a nivel internacional, junto a la venezolana Carolina Herrera. Así también Héctor Machuca (Venezuela) reconoce a Oscar de la Renta: “Su trayectoria es impecable y su estilo único y refinado”.

José Miguel Valdivia (Perú) admira a unos por su detalle, a otros por su propuesta:

Solo por mencionar algunos: Guillermo Jop de Guatemala, que me parece excepcional. Alexandre Herscovitch de Brasil, Gustavo Moscoso de Ecuador, Martín Churba de Argentina, Rubén Campos de Chile, Amelia

Toro de Colombia, entre tantos que conozco personalmente o que he visto su trabajo a través de los medios. Al descubrirlos personalmente, y hacer amistad con algunos, descubro en cada uno esos detalles que los hacen característicos y que me hacen admirarlos no solo como personas sino como creadores de moda. También a nuestra latinoamericanísima Carolina Herrera y Ángel Sánchez, que ya han logrado un lugar en el Olimpo de la moda internacional.

Carlos Feltes (Paraguay):

Admiro a todos los que, por medio de su talento y mentalidad, llegaron a donde a mí me gustaría estar. Si tuviese que nombrar a alguno, sería el brasileño Francisco Costa, director creativo de Calvin Klein. Su capacidad de visión y comunicación cada temporada evoluciona el minimalismo americano, según mi opinión.

Se pueden citar como los diseñadores argentinos más destacados a Pablo Ramírez, Martín Churba, Fabián Zitta, Cora Groppo, Cecilia Gadea, Carlos Di Domenico, Laurencio Adot, Gabriel Lage, María Pryor, Jessica Trosman, Garza Lobos, Min Agostini, Camila Milessi y Emiliano Blanco de Kostume, Marcelo Senra y Benito Fernández, entre otros.

El lugar de Latinoamérica con respecto a las principales capitales de la moda

Hoy en día hay una mirada más global, cada vez hay más plataformas para poder mostrar las colecciones de la región y posicionarse a la par de cualquier otro país. El ser latinoamericano siempre despierta interés en los foros internacionales. Latinoamérica es vista como un lugar de identidad, creatividad y personalidad.

Si bien la globalización existe, haría falta trabajar en conjunto logrando participaciones formales y comercialmente más productivas. Falta todavía mucho camino por recorrer, algunos diseñadores de la región son reconocidos mundialmente pero es mucho lo que falta para que funcionen ligados lo artístico con lo comercial.

Silvia Tcherassi (Colombia) nos dice

Cuando presenté mis colecciones en Milán y en París, ser latinoamericana despertaba siempre interés en los medios internacionales. Saben que la región es fuente permanente de inspiración y creo que nuestras propuestas les permiten ver otra aproximación a la moda.

José Miguel Valdivia tiene una mirada distinta e interesante sobre este tema:

Cuando nos presentamos en los Salones Profesionales, estoy seguro de que dejamos una huella, y que motivamos a otros a mirarnos (como inspira-

ción o como proveedores). Creo que cuando estamos en otros continentes aún no hemos hecho común de ser latinoamericanos. Aun somos mexicanos, brasileños, peruanos, chilenos, etc., pero no latinoamericanos. Entonces nos falta hacer algún tipo de unión, lograr participaciones conjuntas, no solo en exhibición, que eso no conduce a nada, sino en presentaciones formales de tipo comercial para lograr una mayor presencia.

Fuera de aquellos que se instalaron en EEUU o en Europa, a quienes se les reconoce por su nacionalidad solamente, los demás no estamos aún reconocidos como latinoamericanos. Ahora bien, independientemente, hemos demostrado la creatividad de nuestros países, y lo que la industria de cada uno ha sabido desarrollar. Pero sí sería interesante participar en bloque aunque luego los despegues sean de modo individual.

Con Brasil a la cabeza, con un *Fashion Week* verdaderamente profesional, al cual asisten compradores internacionales y prensa internacional, estamos peleando con Asia nuestro espacio. Luego de mis participaciones en Corea, veo que Asia también quiere insertarse en el Calendario Oficial de la Moda. Los latinoamericanos, competimos con ellos. Y deberíamos aprender de ellos también ya que han instaurado un *Asian Fashion Federation* para lograr un desarrollo conjunto de su región, pero también para impulsar el desarrollo del diseño.

Silvia Tcherassi (Colombia) sostiene: “Estamos en pleno proceso de desarrollo, pero seguramente el crecimiento y el liderazgo de Brasil a nivel global, beneficiará a la moda de la región...”.

Como conclusión se puede afirmar que cuando se vuelve a las propias raíces se integra a las personas que toda su vida trabajaron como artesanos de lo autóctono y se los incluye dentro del mundo comercial, permitiéndoles crecer a ellos también, y de este modo se enriquecen todos, los de adentro y los de afuera.

Recordando a Silvina Kahil en su entrevista al diseñador industrial Francisco Gómez Paz:

El diseñador destaca que, detrás del entusiasmo propio del proceso creativo y del desafío de encontrar nuevos valores estéticos y funcionales, desde el principio existió la convicción de saber que existe el modo de hacer de la profesión del diseñador una actividad más noble, con una impostergable dimensión social, de descubrimiento de posibilidades, de integración de sectores y de recuperación de tradiciones.

Estamos en pleno proceso de desarrollo, Brasil a nivel global tiene un extraordinario liderazgo y crecimiento, esto traerá un inmenso beneficio para la moda de nuestra región, podemos decir que el *São Paulo Fashion Week* es considerado uno de los eventos más importantes del mundo. Esperamos que este sea el comienzo de una inmejorable evolución en el mundo de la moda y de la economía de Latinoamérica.

Referencias Bibliográficas

Mc Luhan, M. y Powers, B. R. (1996). *La aldea global*. Barcelona: Gedisa.
Kahil, S. Udp Facultad de Arquitectura Arte y Diseño, Internet, *Revista_180* | #22 | pp. 44-47.

Summary: This article is a research work based on a series of interviews with various Latin American designers, including: Camila Milessi and Emiliano Kostüme White (Argentina), Fabian Couture Zitta of Zitta (Argentina), Cecilia Gadea (Argentina), Ani Alvarez Calderon (Peru), Silvia Tcherassi (Colombia), Jose Miguel Valdivia (Perú), Liliana Castellanos (Bolivia), Roger Loayza Mainardi (Perú), Ruben Campos (Chile), Alejandro Carlin (México), Carlos Feltes (Paraguay) Hector Machuca (Venezuela). The research is based on the development of fashion in Latin America, the importance of indigenous roots, creativity and positioning of Latin American fashion globally.

Keywords: culture - designer - fabric - fashion - globalization - industry - Latin America - native - tradition.

Resumo: O artigo é um trabalho de pesquisa feito em base a uma série de entrevistas a diferentes designer latinoamericanos, entre eles: Camila Milessi e Emiliano Blanco de Kostüme (Argentina), Fabián Zitta de Zitta Costura (Argentina), Cecilia Gadea (Argentina), Ani Alvarez Calderon (Peru), Silvia Tcherassi (Colômbia), José Miguel Valdivia (Peru), Liliana Castellanos (Bolívia), Roger Loayza Mainardi (Peru), Rubén Campos (Chile), Alejandro Carlín (México), Carlos Feltes (Paraguai) Héctor Machuca (Venezuela). A pesquisa está baseada no desenvolvimento da moda em Latinoamérica, na importância das raízes autóctones, da criatividade e do posicionamento da moda latinoamericana ao nível global.

Palavras chave: autóctone - cultura - designer - globalização - indústria - Latinoamérica - moda - têxtil - tradição.
