

The image is a complex collage. It features several layers of fabric. A prominent layer is a light-colored material with a repeating pattern of small, stylized, golden-brown icons (resembling a three-tiered structure) arranged in a grid, separated by small crosses. This patterned layer is partially obscured by torn, frayed pieces of blue denim. The denim pieces are layered over the patterned fabric, creating a sense of depth and texture. The overall color palette is dominated by the light beige of the patterned fabric, the various shades of blue of the denim, and the golden-brown of the pattern. The word 'sofoco' is printed in a clean, black, sans-serif font, centered horizontally and partially overlapping the patterned fabric and the denim layers.

sofoco

sofoco edición 02



Edición 02 — Octubre 2026

Hecho con amor desde Argentina para América Latina y el Caribe

Latina, la América que nos viste

sofoco.online

En esta edición

3

Carta de la editora

4

Ladina, la América que nos viste

Innatos Club

20

Peruvian Harajuku

por Yulissa Aranibar

33

**La guerra de los trapos: Eva Perón
y su vestir como significante
histórico**

por Gisela Machado

52

**Vestirse desde la modernidad
fusionada**

John Bejarano

68

Soy en mi muerte: Capítulo 1

por Magalí Martínez

74

El vintage va a salir campeón

por Mariana Päraway

83

Mi modo de expresión

por Marian Caribe

94

**República Dominicana, el Caribe
que dicta moda**

por Franchesca Espinosa Disla

102

Ramírez desde los ojos de Lucena

Daniela Lucena

124

FW26

de *Lucas Leão*

133

**El frac como arma: dandismo, poder y
masculinidad en la Generación del 80**

por María Belén López Rizzo

144

El Séptimo Cielo

de *San Martín*

152

**La memoria de las telas aviva su
potencia cuando se entrelaza con otros**
GARCÍA BELLO

173

Gaultier, Frida y el arte de citar

por Camila Arturi

192

Pisa el pedal y cose el porvenir

CRIS OB

212

Más que negro y botas

por Nazarena Zoé

228

Geografía de un deseo limitado

por Yulissa Aranibar

241

La ficción tropical que nos viste

por Camila Andrea Rua Tovia

256

Residual

de *Colectivo Lía Padilla*

262

**El faro que guía el semillero artístico de
la moda regional**

Delfina Tulli

288

La moda cultural es el nuevo lujo

por Camila Arturi



Carta de la editora

Un proyecto cultural es un desconocido con quien decidimos forjar un vínculo. Un lazo que, además, se vuelve filosófico: su ofrecimiento es apenas un cúmulo de preguntas. Recíprocas, claro, porque sus interrogantes también refieren a una misma.

Cuando fundé Sofoco, creí que lo conocía de memoria. Pensaba, con total certeza, que si alguien me preguntaba por él, podía decir sin titubear: *“lo conozco, sé cómo piensa”*. Una especie de delirio el mío, creer conocer algo que todavía no se conoce a sí mismo, ¿no? Para intentar ubicarlo, empecé a usar etiquetas absolutas: un medio de moda, un medio sobre indumentaria latinoamericana y caribeña, un medio de comunicación, una plataforma cultural, un proyecto editorial.

Y Sofoco no me respondía.

En su silencio, me obligó a afinar la observación. Su mirada estaba ahí, siempre estuvo ahí: ¿cómo podía ser que no la estuviera entendiendo? He aquí el primer conflicto vincular: la editora escribe sobre cómo la región tiene que mirarse a sí misma, pero no estaba mirando a su propio medio.

Mi intento pragmático por solucionarlo fue inútil y complejizó la relación. Me dediqué a llenar los vacíos con enfoques académicos: Antropología, Arte, Sociología, Investigación, Historia. Pero Sofoco me puso los puntos: *no creo que podamos armar algo juntos si ni siquiera sabés qué miro y qué quiero decir*. Con el ego bastante derrotado, decidí unirme a su silencio. Escuché mucho y pregunté solo cuando fue estrictamente necesario.

Fue entonces cuando Sofoco —impoluto, vulnerable pero seguro— me mostró su mayor obsesión: ¿qué revela el vestir sobre una persona, un pueblo, una cultura?

Me gustó mucho lo que descubrí y decidí quedarme. Ahora caminamos de la mano. También nos dimos cuenta de que miramos exactamente lo mismo, pero como yo soy un poco más introvertida, acordamos que será él quien ponga el cuerpo. Pasamos nuestros días investigando y comunicando lo que cuenta el vestir, la identidad que construye, las memorias que guarda y la cultura que hace permanecer a los pueblos.

Sofoco aceptó, finalmente, nombrarse como un medio cultural. Solo puso una condición para sellar el pacto: que su *sur* esté siempre claro. Él lee la cultura de América Latina y el Caribe, y su lente es el vestir.

Jessica Signoretta



AMÉRICADINA

AMÉRICADINA



Ladina, la América que nos viste

INNATOS CLUB y una
colección *necesaria*

Fotografías Henry Rumi y Rafo Iparraguirre
Modelos Lucía Morales, Jordan Bousardo, Lola Apolaya y Oriana Marrioz
Dirección creativa Daniel Pérez y Christian Duarte

Un *drop* de **Innatos Club** está formado por buzo, remera y camiseta de algodón de colores negro y blanco de base. Estampada, junto a algunas estrellas rosas y celestes verdéaselas, la frase *Améfrica Ladina*.

Es una decisión estilística sostenida en el tiempo el uso de la palabra como estampa en las piezas de Innatos Club, como si luchar fuera *una de las principales funciones* del vestir. Y para luchar hay que poner el cuerpo.

En el 2023 Innatos Club realizó una pieza audiovisual, *Nosotros Los*, que lo ubicó como un movimiento artístico que pregona *el recuperar los espacios del relato latinoamericano*. El canal es creativo, el objetivo es social. Innatos viene gritando hace rato: “*Nuestra Latinoamérica es provocadora*”. En el *drop Améfrica Ladina*, la formulación deja de estar solamente en el discurso de la firma y se concentra en una palabra que tiene su propia historia, y que carga con una discusión acerca de la manera en que América ha sido nombrada, interpretada y representada.

Lélia Gonzalez escribió '*A categoria político-cultural de amefricanidade*' en 1988, en el contexto de sus investigaciones sobre raza, género, colonialismo y cultura. Allí desarrolló la categoría de ***amefricanidad*** para discutir las limitaciones de las lecturas que explicaban las sociedades americanas, principalmente a partir de una herencia europea. En su formulación, África no aparece como una exterioridad respecto de América ni como una contribución secundaria a la identidad regional: la experiencia africana, la diáspora y las poblaciones negras son constitutivas de las sociedades americanas.

Todo desplazamiento, claro, es también lingüístico y toda discusión nunca es únicamente terminológica. En el texto, Léila lleva esa discusión hasta la expresión *Améfrica Ladina*, una torsión deliberada de América Latina. Su gesto consiste en cuestionar una palabra aparentemente estabilizada y preguntarse qué queda fuera de ella cuando la latinidad se convierte en el principal principio de identificación de la región. Para Léila, el problema de la nominación está relacionado con la producción de conocimiento, con las formas en que se construyeron las identidades nacionales y regionales y con la persistencia de estructuras coloniales. Por eso la amefricanidad no funciona como una simple alternativa estilística a *latinoamericano*: es una posición desde la cual volver a leer las experiencias históricas, culturales y políticas de los pueblos negros de América y las relaciones que esas experiencias establecieron con otras poblaciones del continente.



Con el *drop* de Innatos Club la expresión, de tanta densidad teórica, aparece impresa sobre una remera como el mayor gesto social: la democratización del conocimiento.

¿Qué sucede cuando una categoría política pasa del texto al cuerpo? Desde que se consolidó como prenda cotidiana en el siglo XX, la remera *gráfica* fue convirtiéndose en un soporte particularmente adecuado para la circulación de mensajes. La historiadora Heather Marie Akou señala que, con la expansión de las remeras estampadas y de las tecnologías de reproducción gráfica, la prenda se volvió un medio accesible para la expresión individual y colectiva, especialmente dentro de contextos sociales, políticos y de protesta.

Su eficacia tiene una razón material porque la remera no necesita ni una ceremonia, ni una tarima ni una institución para adquirir visibilidad: se mezcla con la ropa de todos los días y, al mismo tiempo, lleva una frase al espacio público. La consigna abandona el soporte del cartel, del afiche o la pared y entra en una relación íntima con el cuerpo. Se mueve con él, cambia de contexto, aparece en fotografías y se encuentra con otros cuerpos.

“Todo surgió al comprender el profundo significado del concepto de *Améfrica Ladina* desarrollado por Lélia Gonzalez. Lo que más me interesó fue cómo esta idea cuestiona las formas tradicionales de entender América Latina y nos invita a reconocer la enorme influencia africana e indígena que ha dado forma a nuestras culturas, lenguajes, formas de resistencia e identidades.

Y al centrar el diseño en la palabra Améfrica Ladina, **el proceso creativo consistió en transformar un concepto académico en un objeto cultural accesible y cotidiano.** La intención era sacar esta reflexión de los libros y llevarla a la calle, utilizando la indumentaria como una herramienta de comunicación y memoria”.

— Daniel Pérez

Aquí reposa la primera importancia del *drop América Ladina* como pieza de moda: al ser estampada con una frase que remite a una disputa concreta sobre la representación de América, y sobre las formas desde las que la región construye su propio relato, pone el foco directo en la narrativa, para nada ajena a la personal: la forma en la que nombramos a nuestro territorio es la forma en la que nos nombramos a nosotros/as mismos/as.

En colaboración con *Afrolatines*, la plataforma creada por Lucía Morales Barrientos, el *drop* se sitúa explícitamente dentro de lo vigente y urgente que es la preocupación por la representación y la visibilidad de las identidades afrodescendientes en América Latina, vinculada directamente con la experiencia migrante, reconstructora contemporánea necesaria, transversal e importante del relato intrínseco latinoamericano y caribeño.

Una remera que lleva *América Ladina* no documenta por sí misma la historia de las comunidades afrodescendientes de la región (sería incorrecto exigirle semejante función) pero sí documenta el momento histórico en que una palabra que fue pensada para discutir la mirada colonial sobre América retomó su circulación social, a través de una práctica de diseño contemporáneo propiamente latinoamericano.



“Mi rol con esta pieza no es hablar por la comunidad, sino *usar el diseño como un amplificador*. Como migrante, te das cuenta de que esa matriz afro e indígena conecta a todo el continente, desde el Caribe venezolano hasta las calles de Lima.

El *drop* funciona como una acción artística que interviene el espacio público. Saca a '*América Ladina*' de la teoría y la pone en el pecho de la persona, logrando que el simple acto de vestirse genere preguntas, desafíe la narrativa tradicional. La moda en nuestra región tiene que dejar de usar la cultura latina, afrolatina y caribeña como un simple moodboard de referencias estéticas. La intervención real es estructural: la industria debe ceder espacios de poder y decisión a los creadores de estas comunidades para que sean sujetos activos y dueños de sus narrativas. **El respeto no se logra con apropiación, sino compartiendo el espacio y la visibilidad con quienes históricamente han sido excluidos**”.

— Daniel Pérez

La remera, el buzo, nunca dejan de ser piezas funcionales, claro, pero su registro se vuelve más amplio, principalmente porque la historia del vestir latinoamericano ha sido narrada, en su mayoría, a través de referencias eurocentristas que catalogaron la manera en que *los propios tienen que mirar lo suyo*, con lo indígena y lo afro invisibilizado y reducido únicamente a la categoría de exótico. La remera *América Ladina* viste y pone, al mismo tiempo, en primer plano, la pregunta sobre quién sigue produciendo las categorías desde la cual miramos.

Esto modifica incluso la experiencia de quien viste la prenda, porque las prendas participan de la construcción pública de identidades y pueden activar procesos de reconocimiento, identificación o interrogación. La potencia de las piezas del *drop* se expande desde su propia forma. Quien la viste pudo haber leído a Léila previamente o puede llegar a ella a través de la propia prenda. En ambos casos, la prenda ya está haciendo algo que forma parte de la lógica histórica de la ropa gráfica: poniendo una idea en circulación.



“Propongo imaginar una mayor conexión entre América del Sur y África. Más allá de compartir una historia marcada por el colonialismo, ambos continentes poseen una enorme riqueza cultural, humana y creativa. Reconocer esos vínculos y fortalecerlos podría convertirse en una fuerza transformadora capaz de generar nuevas formas de conocimiento, cooperación y producción cultural desde el Sur Global. En ese sentido, *Améfrica Ladina* no solo nombra una herencia común, sino también una posibilidad de futuro: la construcción de un horizonte compartido entre pueblos que históricamente han contribuido al mundo mucho más de lo que suele reconocerse”.

— Daniel Pérez

La palabra estampada no cambia al territorio que invoca pero sí a la manera de pensarlo y abordarlo. Decir *América Ladina* recuerda que la experiencia afrodescendiente no es un capítulo secundario de la historia latinoamericana. Cuestiona una idea homogénea sobre la región y reconoce que América se construyó a partir de historias múltiples, conflictivas y superpuestas: pueblos originarios, diásporas africanas, procesos de mestizaje, migraciones, lenguas, desplazamientos, resistencias, violencias, esclavitud y formas de producción cultural que nunca estuvieron verdaderamente separadas aunque los relatos regionales (y nacionales) hayan intentado ordenarlas y silenciarlas. El uso contemporáneo del concepto sigue generando investigación precisamente por esa capacidad de intervenir sobre los marcos desde los cuales se estudia, y se imagina la región.

El *drop* de Innatos Club puede leerse también como un archivo doble. Es archivo de la firma, que perpetúa su coherente posición sobre la identidad latinoamericana; y es archivo regional porque deja inscripta, en una pieza de uso cotidiano, una discusión más amplia acerca de cómo nombrar y representar el territorio. Allí se encuentra una de las posibilidades más fértiles para pensar la moda latinoamericana desde el presente: entender el vestir como el lugar donde se reescribe su memoria y se construye sus cimientos, mientras ocurre.

“Quiero que el *drop* comunique reconocimiento puro. Yo no soy afrolatino, pero entiendo que no hace falta serlo para honrar las raíces que han construido nuestra cultura. Para quien use la prenda, la sensación debe ser de orgullo consciente y alianza: llevar puesto un mensaje que celebra abiertamente la herencia afro e indígena de *América Ladina*, demostrando que todos podemos ser partícipes de su reivindicación”.

— Daniel Pérez



América Ladina llegó al cuerpo después de haber pasado por un ensayo, por una discusión sobre la historia, por una teoría sobre la identidad y por una práctica de diseño. Ya no pertenece únicamente al lenguaje académico, ni al del activismo, ni al de la marca: se convirtió en una superficie comunitaria. La ropa no está ilustrando la historia, sino participando de ella, democratizando una oportunidad de pensamiento, un lugar seguro y personal para expandir la consciencia y una forma de decidir desde dónde queremos seguir nombrándonos. 🌀

Peruvian Harajuku



Peruvian Haraiuku







“Conocí a *Sivi* gracias a una convocatoria que hice cuando estaba en Lima, para mi proyecto de agencia *ARRANCA Prod*, en busca de talentos peruanos y artistas con el fin de darles un espacio o una ventana para darse a conocer a través de mi página web. *Sivi* se viste tal como se ve, inspirada en el *harajuku*, uno de los estilos de la moda japonesa. Cada día luce un look nuevo y combina sus atuendos. Se viste con naturalidad, es muy sencilla y tranquila de espíritu. Algo que, normalmente, a los jóvenes que siguen ese tipo de estilos les da un poco de vergüenza ante la sociedad limeña, que siempre busca juzgar lo que se sale de lo ‘normal’. Y a través de su estilo, *Sivi* transmite mucha paz, por supuesto, con su creatividad”.

— Yulissa Aranibar







“Las nuevas generaciones se inspiran rápidamente en las redes sociales. Es una necesidad casi imprescindible para algunos países que no tienen acceso, como es el caso de Perú, al arte o a un libro gratuito que puedan hojear. Hay que hacer un buen uso de ellas, y Perú está un poco limitado. A veces, algunos jóvenes no comprenden y llevan al extremo ciertos conceptos de estilo. Siempre depende de la realidad en la que vivan y del entorno que los rodea. No es fácil estar a la moda en Perú, según mi visión, pero poco a poco se va aceptando cada vez más. Es un país que despierta curiosidad en Europa por su historia cultural y sus infinitos y hermosos paisajes. Mi patria, mi país, está presente en mi hogar a través de la decoración, las fotos, los objetos y la ropa que provienen de allí. Mi país está lejos, y no puedo viajar con frecuencia, pero siempre está presente en cada rincón de mi casa”.

— Yulissa Aranibar







Peruvian Harajuku de Yulissa Aranibar — ARRANCA Prod

Producción y Dirección Artística
ARRANCA Prod, Yulissa Aranibar
(@arranca_prod) (@yulissa_aranibar)

Fotografías
Yulissa Aranibar

Artista
SIVI
(@_elmo.coso_)

Locación
Pueblo Libre, Lima, Perú



YULISSA ARANIBAR

directora de arte y fotógrafa analógica peruana

París

@yulissa_aranibar



La guerra de *los trapos*

por Gisela Machado

Fotografías Archivo digital *Bendita Evita*

Eva Perón entendió que la ropa *nunca es solo ropa*. Entre los diseños de Christian Dior, la complicidad de Paco Jamandreu y el desprecio de la élite, construyó una estética capaz de convertir la elegancia en una disputa política.

Hay algo incómodo en la imagen de Eva Perón. No importa cuántas veces aparezca reproducida en libros, paredes, películas o remeras: sigue generando reacción. Su figura conserva la capacidad intacta de irritar, fascinar y dividir, incluso décadas después de su muerte. Quizás esto ocurra porque Eva nunca fue solamente una mujer elegante.

La historia argentina está llena de hombres poderosos vestidos de traje, pero **pocas veces la vestimenta de un líder político produjo tanta discusión como los vestidos de Evita**. Esa disputa dice bastante más sobre la sociedad de la época que sobre ella misma. Lo que molestaba no era únicamente el lujo; lo insoportable era ver a una mujer de origen popular ocupando visualmente un espacio que, según las estrictas reglas de su tiempo, no le correspondía. Una actriz de radioteatro usando *Dior*. Una hija ilegítima recorriendo Europa entre pieles, joyas y destellos de fotógrafos. Una mujer pobre apropiándose de los símbolos históricamente reservados para las clases dominantes. En ese punto, la moda dejó de ser moda para convertirse en una provocación de clase.



Paco Jamandreu entendió este fenómeno de inmediato. Más que vestir a Eva, ayudó a modelar una identidad visual que hoy sigue siendo universalmente reconocible: el rodete perfecto, los vestidos entallados y los tailleurs impecables. Cada pieza parecía diseñada minuciosamente para montar una escena dramática y de poder.

Sin embargo, entre ellos existía algo más profundo. Jamandreu y Eva compartían una experiencia infrecuente en la Argentina de mediados del siglo XX: ambos sabían perfectamente lo que significaba sentirse fuera de lugar. Ella, por su origen humilde y su pasado artístico; él, por ser un hombre homosexual en una época brutalmente hostil. Por eso, su relación trascendió el vínculo tradicional entre una clienta y su diseñador. Había intimidad, complicidad y una identificación mutua entre dos figuras observadas constantemente por una sociedad que jamás terminaba de perdonarles quiénes eran ni de dónde venían.

En sus libros de memorias, como *La cabeza contra el suelo* o *Evita fuera del balcón*, Jamandreu describió a una Eva mucho más humana y vulnerable que la rigidez de la estampita política. Compartían mates, charlas ajenas al protocolo y una confianza que escapaba por completo de la lógica oficial. Décadas más tarde, el guionista José Pablo Feinmann capturaría la esencia de esa complicidad marginal en una línea ya mítica de la película *Eva Perón* (1996): “*Ser puto, ser pobre y ser Eva Perón, en este país despiadado, es la misma cosa*”.



La definición, brutal y empática al mismo tiempo, condensa el peso social de habitar los márgenes de una comunidad obsesionada con marcar las líneas de pertenencia. El lazo entre ambos no se sostuvo sólo en el glamour, sino en la experiencia compartida del rechazo, la mirada ajena y la necesidad imperiosa de inventarse una armadura estética capaz de sobrevivir al desprecio.

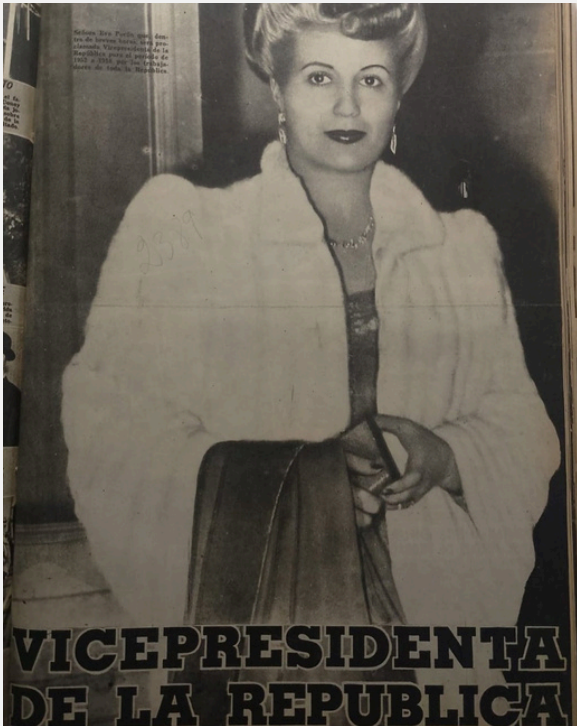
Durante la gira europea de 1947, mientras el continente intentaba emerger de los escombros de la posguerra, Eva se presentaba envuelta en alta costura francesa y tapados de piel. Para el mundo exterior era el colmo del glamour; para la oligarquía local, una amenaza directa. Su relación con la indumentaria siempre estuvo atravesada por esa tensión.





Fue la propia Eva quien bautizó esa batalla con un nombre preciso: “*La guerra de los trapos*”. Detrás de esa expresión no había una simple ironía, sino la declaración de una contraofensiva cultural fríamente calculada. Como relata Jamandreu en sus escritos, Evita se había jurado una consigna clara ante su modisto: “*Las voy a derrotar en su propio campo*”. Esa guerra consistía en arrebatarle a la aristocracia patricia el monopolio de la distinción. Tradicionalmente, las mujeres de la alta sociedad argentina utilizaban la moda como una barrera de exclusión y superioridad moral. Al apropiarse de la alta costura, Eva hackeó el código de vestimenta del poder. Usó las mismas marcas, los mismos géneros y el mismo lujo exclusivo no para mimetizarse con la élite, sino para demostrar que una mujer del pueblo podía lucir esos ropajes con una espectacularidad inalcanzable para los apellidos tradicionales.

Sin embargo, esa opulencia que crispaba los nervios de las clases dominantes tenía un destinatario completamente distinto en los balcones locales: sus descamisados. En un giro de genialidad política, Eva no se despojaba de las joyas para hablarle a su base trabajadora; al contrario, se enjoyaba para ellos. El lujo de Evita no funcionaba como una distancia, sino como una revancha colectiva. Sus vestidos de Christian Dior eran, para la mirada de los desposeídos, la prueba material de una conquista social, una bandera plebeya izada en los salones de la alta costura.



El archivo fotográfico de Eva expone su naturaleza polifacética: en algunas capturas parece una estrella del cine clásico; en otras, adquiere una cualidad mística, casi religiosa. Finalmente, queda el registro de la mujer exhausta que saluda desde el balcón, sostenida por Perón, visiblemente enferma pero convertida en un símbolo indestructible.



Décadas más tarde, Madonna insistiría durante años para interpretarla en Hollywood. Pero ese hito pop parece secundario frente a una realidad más intrigante: Evita ya era un ícono pop mucho antes de que el concepto existiera. Su permanencia radica en esa aleación perfecta entre glamour, tragedia política y una construcción visual extrema. Una figura fantasmal y magnética que parece no haber abandonado nunca el escenario.



Eva nunca termina de ser una sola cosa. Quizás por eso sigue interpelando a la moda y a la cultura contemporánea. Funciona como un significante abierto sobre el cual la sociedad todavía proyecta discusiones inconclusas sobre la feminidad, el poder, el ascenso social y el resentimiento de clase. ◉

¡IMPONE tu Estilo



MODA Y MÁS DESDE LA PATAGONIA

www.aunquevistasdeseda.com





JUAN CRUZ LICITRA
Joyería Experimental

A photograph of a shirtless man with dark hair and sunglasses, holding a red apple. The man is shown from the chest up, in a three-quarter profile view. He has a muscular build and is looking towards the right. The background is a plain, light-colored wall. The text 'Pastiche homoerotico' is overlaid at the bottom of the image in a large, black, serif font.

Pastiche
homoerotico









Pastiche homoerótico: Una línea de referencias cruzadas de Carpetas de Moda

Dirección creativa y styling Juan Ramón Hernández (@juanr.hm)

Fotografías Jürgen Alexander (@jorgen_alexander_)

Make up & Hair Edna Tapia (@edna.tflos)

Modelos Jesús Villalva (@villalva_mj) Saúl Rivera (@saulriv_)

Ulises García (@ulises_gb_) y Arturo Salguero (@arturosalgueroo)

Estudio THE BLACK ART STUDIO

Camisa azul y saco verde Caballero azul (@caballero_azul_oficial)



Carpetas de Moda

por Juan Ramón Hernández

Un newsletter que archiva
los rostros y los alcances
de la moda mexicana.

Entrevistas, semblanzas, artículos
y editoriales.



@carpetas_de_moda
@juanr.hm





John Bejarano

Vestirse desde la modernidad fusionada

Fotografías Diego Echevers — *ENSAMBLE Resort'26* John Bejarano
Modelo Lia Camarg

Cuando el desplazamiento geográfico cruza a un diseñador con formación de archivo, el viaje se transforma en una metodología de traducción cultural y la obra de John Bejarano, originario de Palmira (Colombia) y radicado de forma definitiva en la Ciudad de Panamá, exige ser leída desde esa complejidad: *Bejarano es principalmente un intelectual del textil que opera como un puente transversal* entre dos realidades materiales de América Latina y el Caribe.

Para comprender la rigurosidad de su costura, hay que mirar el origen de sus manos. Formado en la Academia de Dibujo Profesional de Cali y pulido en el taller de confección familiar en el Valle del Cauca, John arribó a Panamá hace más de dos décadas para colaborar inicialmente junto a la maestra diseñadora Gaby Valenzuela. Ese tránsito de un territorio a otro disolvió en su mente la frontera rígida de las identidades nacionales: el diseñador migrante posee un privilegio curatorial que el creador local suele perder por inercia, y es la capacidad de mirar la cultura ajena con la precisión milimétrica del extrañamiento y la justicia de quien necesita descifrar un nuevo suelo para habitarlo. Su lectura de la indumentaria caribeña y centroamericana prescinde de la caricatura folclórica y la asimila desde una perspectiva estructural.

“No se toman los elementos culturales a un nivel literal, se reinterpretan contemporáneamente, depurándolos y transformándolos bajo una perspectiva arquitectónica. **Es una unión ente la cualidad más moderna con tradición textil de Colombia y la tropicalidad urbana panameña.** Podría decirse que la intención es construir una identidad híbrida, que transforme los elementos representados que identifican a ambos países, pero de una manera que aún se sienta reconocible. Nuestra cultura también es arquitectónica, artística y escultórica, y eso es lo que se busca representar en la moldería y materialidad de los diseños”.

— John Bejarano





“Con la marca se busca mostrar otra faceta de Latinoamérica, una que se base en su modernismo. Como región no solo tenemos una fascinante cultura ancestral y autóctona, también hay muchos visionarios cuya búsqueda constante de crear una versión de modernidad latinoamericana es altamente inspiradora. Desde artistas como *Omar Rayo* a arquitectos como *Barragán* (*cuyo trabajo ha inspirados dos colecciones previas*) e incluso las construcciones modernistas panameñas entre los años 30 y 70, hay historias allí sobre la proyección latina hacia el futuro. Creo que son relatos muy interesantes que vale la pena seguir explorando”.

— John Bejarano



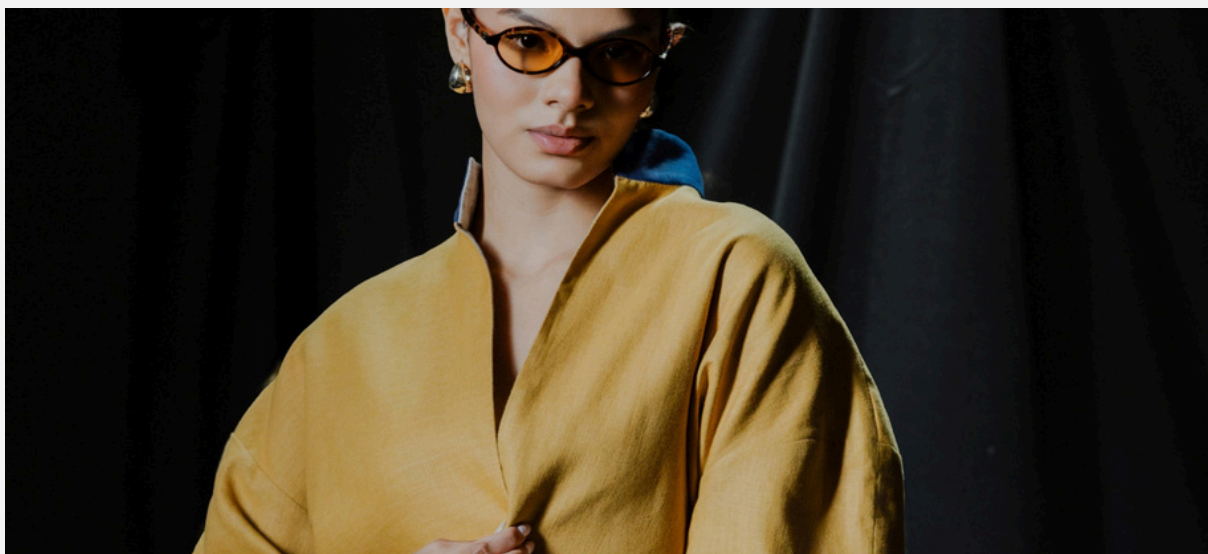
“En mi juventud, mi interés inicial fue la arquitectura y eventualmente mi camino me llevó a la moda, pero **la idea de construir sobre el cuerpo siempre llamó mi atención. El cuerpo es tridimensional, igual que una edificación, su particularidad es que se mueve, por eso al crear me gusta jugar con proporciones que creen siluetas, pero no impidan el movimiento natural.** El uso de estampados forma parte de mis herramientas, sin embargo, también disfruto mucho el proyectar la abstracción geométrica a través de detalles. Utilizar bieses puede crear estructura visual, cortes y ensamblajes generan geometría natural, mientras que un plisado o drapeado conceptual interpreta ese sentido de abstracción. Todo sirve al acto de movilidad, por eso soy muy específico de no crear estructura donde se presente como una restricción. Si te limita, no funciona”.

— John Bejarano



“Creo que todo tiene que tener un balance, que las piezas deben fluir entre sí, aún en la diferencia de su construcción tiene que existir una visión cohesiva en su intención. Esto para mí es uno de los aspectos más importantes de mi trabajo, la búsqueda constante de ese punto donde todo encaja como un rompecabezas. Tiene que sentirse natural como resultado final, tiene que moverse con gracia como una unidad y sobre todo las líneas tienen que complementarse a nivel de volumen y forma”.

— John Bejarano



Es bajo este enfoque donde sus colecciones —como las célebres puestas en escena de Retro/Nouveau o su retrospectiva Cosmópolis en el Panamá Fashion Week— operan como traducciones directas del plano del arte hacia el volumen tridimensional de la prenda. John intercepta las líneas, el color y la proporción del modernismo arquitectónico para transformarlos en una ingeniería de moldería a medida. Su especialidad no radica en el ornamento superficial, sino en el cruce y la prolongación de las texturas: mezclas complejas de hilados y bloques cromáticos deliberados que dialogan con el espacio con la misma severidad con la que un pintor abstracto o un arquitecto traza sus coordenadas en el boceto. El vestido se convierte, entonces, en un dispositivo donde el arte deja de ser una contemplación de museo para transformarse en una experiencia carnal del movimiento. Al fundar su atelier en el istmo, John Bejarano se consolidó como una firma de costura de nicho y un agente pedagógico silencioso del vestir regional.

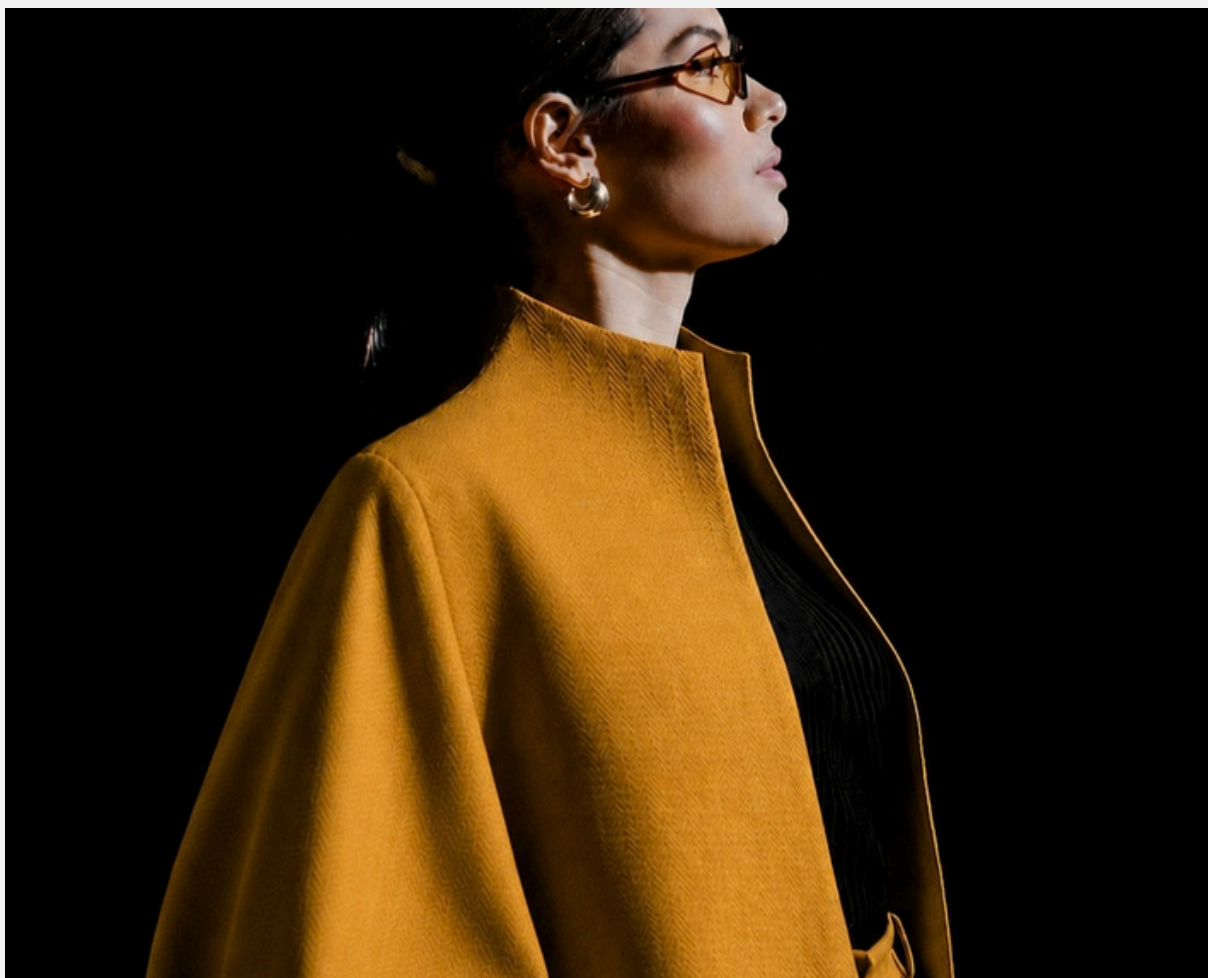




“La propuesta de mi vestir significa encontrar un nuevo ángulo para representar la latinidad. Con una mirada que no niega lo que fue, sino que busca transformar esos códigos en algo contemporáneo. Por supuesto, de valorar la moda de autor y el nivel artesanal que en ella existe. Hoy día cuando pensamos en *lo artesanal* son ciertas cosas las que vienen a la mente. Pero las técnicas de costura, construcción, modelaje, etc, son también herencias artesanales y la modernidad en estos elementos solo los presenta bajo un contexto diferente; su identidad no viene de un código cultural, se moldea de las muchas idiosincrasias que forman parte de la cultura, historia y entorno social de un país. Interpela la noción de que la moda contemporánea no puede ser parte de la identidad de una nación; de que las historias visionarias también forman parte de nuestro legado y ADN, de que en ellas no existe un nosotros, que es imposible o incomodo vestir de esa manera, o que estamos obligados a ver una sola forma de existir estéticamente”.

— John Bejarano





En un mercado saturado por las importaciones veloces y el descarte industrializado de las corporaciones globales, su dedicación obsesiva al corte, los acabados invisibles y la manipulación consciente de los materiales constituye un acto de preservación patrimonial vivo. Él enseña a mirar. Su mirada migratoria —ese cable de tensión coherente entre Colombia y Panamá— le permite funcionar como un traductor cultural de alta escuela: un creador que utiliza el oficio sastrero para perpetuar la autenticidad de la indumentaria contemporánea, demostrando que la moda latinoamericana puede narrarse a sí misma con sus propias herramientas de diseño soberano. 





Soy en mi muerte

Capítulo 1

por **Magalí Martínez**

Fotografías Cortesía de Magalí Martínez

¿La muerte se *viste* de negro?

Abro los ojos a la mañana con la sensación de haber estado muy preocupada y angustiada revisando mi placard, tirando cosas de manera desesperada, pero sobre todo con urgencia y dolor. Me tenía que vestir de muerte, tenía que encontrar el código adecuado: la muerte se viste de negro y en mi placard onírico nada se le parecía a la "sobriedad" que pretendía. Retazos del sueño con el correr del día se asoman, como pequeños pedacitos de una película de terror.

La noche de luna llena soñé que la muerte me intercepta de forma directa y poco sutil, como cada vez que en vida real me ha tocado armar una valija llorando porque toca despedir a alguien.



Imagen uno

Un mensaje de texto me avisa de un accidente.

Imagen dos

Revuelvo mi placard de forma frenética buscando algo *negro*.

Imagen tres

Llorando, lleno mi valija con todo lo que era color luto y me avisan que no murió nadie, que fue un mensaje equivocado.

Esto último es el alivio de una médium con sueños premonitorios: que sea mentira, y que un factor, por mínimo, lo vuelva irreal.

Atravesé el día pensando ¿qué es el luto? ¿qué implica la ausencia de color frente a la muerte? ¿por qué debemos vestir el dolor para los otros siendo un proceso tan íntimo? Reviso la caja de fotos del archivo familiar y todas son celebraciones y nacimientos. Ningún vestido negro, ningún retrato con ausencias. Tal vez es un rasgo de mi propia historia o un simple hecho casual: el dolor no ha quedado inmortalizado.



Empiezo a leer y comprendo que la muerte antes era más cercana y cotidiana. Se velaba en las casas, se lavaba la ropa del difunto para que su alma no quede en el plano terrenal y continúe su viaje, se vestía de negro y a medida que el dolor iba sanando, aparecían los matices en los cuerpos. No vestían el luto con tanta rigurosidad los hombres pero sí las mujeres. Cargar el dolor por más tiempo sigue siendo tarea de nosotras. ☹



Magalí Martínez

*Medium acompañante
de fin de vida y procesos
de transición*

*Habito espacios
liminales y transmito
lo que veo.*

@roscalunatica



El vintage va a *salir campeón*

por Mariana Päraway

Fotografías Cortesía de Mariana Päraway

Me acuerdo de la primera prenda *vintage* que tuve. Una camisa naranja *escote en v* con cuello emulando los años 40's y 60's, pero quizás era de los 80's. Le había pedido a mi mamá que me llevara a la calle Estrada de Santa Rosa, La Pampa. No me olvido más del olor de la tienda: no se sabe si era a ropa sucia, naftalina, humedad, olor a guardado o todo junto, que es lo más probable. La emoción de revolver las pilas de ropa y la cara de *¿estás segura?* de mi vieja que me miraba desde el auto, eran por lo menos, antagónicas.

Era 1996 y yo tenía 16 años. Entre los videos del rock sónico y mis dos amigas, pioneras en la zona de vestirse con *oxfords* y camisas con cuellos largos, mi visión de la moda y sobre todo de la expresión personal comunicada desde un look, cambiaba para siempre. Hoy, el dato inconcluso de la época de la camisa naranja no me parece menor. Quizás esa idea de que todo vuelve, se transforma, se recrea y se reimagina me caló hondo. Nunca más paré de comprarme ropa usada *vintage* (el *second hand* no me emociona ni un poquito). Yo era otra. Era Mariana 2.0.



Durante los años siguientes vestí prendas que eran de mi papá Raúl, que murió cuando yo era un bebé. Esa ropa tuvo un impacto fuerte en mí: sentía una conexión. Inventada y deseada, claro. En 1999, cuando me mudé a Buenos Aires, frente a la *Bond Street* (¡el sueño de la piba!) a unas cuadras estaba la Galería 5ta avenida. Me sentía en el paraíso del *style*. Punks, emos, sónicos, metaleros, rockeros: un desfile de alta postura. Me bebí toda esa información como una *coquita* de vidrio. En el 2000, mudada a Mendoza, estaba frente a nuevos sucuchos de ropa usada para revolver.

En mis primeras bandas de rock, donde era guitarrista y hacía coros, nos decíamos en Primal *¿vos ya sabés qué te vas a poner?* religiosamente una semana antes de cada show. Con Glamour éramos más independientes, cada una se ponía lo que quería. Después, los cambios de trabajos, maridos y mudanzas hicieron que mi estilo se adapte pero que nunca perdiera la excitación al encontrar un papelito perdido en el tiempo, en algún bolsillo que contaba algo. En el 2018 abrí mi cuenta de Instagram, *Blancanieves del Päraway*. Después de admirar a BJones Style, la miraba y decía eso soy, esa mixtura... *¡y la quiero mostrar!*



Mi estilo personal mezcla ropa de muchas épocas y nunca me he sentido disfrazada o he sentido que parezca anacrónica. Zapatillas *Nike* super tendencia, falda de piel *midi* de los 80's de España, blusa tradicional alemana de vaya una a saber cuando, comprada en Berlín, aros de *strass* argentinos y pulsera esclava de los 70's italiana. Cada prenda por separado tiene y cuenta una historia diferente, pero en el todo y en mi cuerpo, dicen algo en conjunto.

Cuando viajo a Argentina o vienen mis viejos les pido, fotos de looks de por medio, que me traigan prendas amadas. Hace muy poco me di cuenta de que algo ha cambiado en mí y en las prendas que tengo ganas de ponerme: la ropa de antes ya no tiene tanta relación con mi versión de hoy, que vive en Barcelona y trabaja de muchas cosas. Aquí terminé de entender que según el estilo de vida que llevemos, dónde habitamos o qué trabajo tenemos influye sobre qué nos ponemos y qué historia queremos contar.



Si bien el *vintage* se asocia a lo sustentable, también estamos las maximalistas que necesitamos todos los colores de blazers que existan. No siempre hay una sola forma de verlo: habrá gente que usa ropa usada porque contamina menos, otra porque los precios son más accesibles. Y otras, como yo, que se emocionan con una tela loca o un cuello exagerado. A mí me da felicidad. Yo uso *vintage* porque me da la vida. Para mí (y aunque a veces me cueste pagarlo) es invaluable. Las telas, los cortes, los colores, los tejidos... la unicidad. Ninguna tarjeta de crédito existe para pagar eso. Y ahora que vivo en un país extraño donde el espacio vale oro, tener blazers de todos los colores no es realista, ni práctico ni barato. Ahora consumo diferente. Menos. Más seleccionado, más pensado.

Si analizo mi vida a través del *vintage*, puedo decir que va y viene. Que cada época tuvo su brillo. Que siempre me hace feliz, me conecta con el pasado y con personas de todo el mundo. Siento fe en este movimiento, en esta comunidad, en este estilo de vida. Y por eso, siempre voy a decir que *el vintage va a salir campeón*. ☺



Playlist — Edición 02

Disponible en Spotify

Una playlist de **Ignacio Blanco** para Sofoco

Soy Marian, creativa
de *Soy Caribbean*
y este es *mi modo de*
expresión





“Comencé *Soy Caribbean* hace más de 15 años cuando aún cursaba la carrera de Arquitectura en FADU UBA y surgió como un espacio personal de desconexión creativa. En estos años fue mutando, acompañado de mi propio crecimiento y mis experiencias, pero siempre con el mismo hilo conductor: EXPRESAR (*me*). Ejercí un tiempo luego de recibirme y aunque me empecé a percibir más diseñadora de indumentaria que arquitecta, no me animaba a dejar mi lugar seguro y lanzarme con lo que de verdad me motivaba. Un día, hace 3 años, me ayudaron a dar ese salto: me despidieron de mi trabajo de 8 años en un estudio, y en medio de un proceso de cambios en mi vida, me propuse tomar la situación como un desafío y seguir con lo que me apasionaba. Así, *Soy Caribbean* se volvió materia y mi proyecto a tiempo completo”.

— Marian Caribe



“*Soy Caribbean* cuenta lo que otros también quieren contar. La historia de la marca es un peso importante para quienes la visten, porque ya no es solo mi espacio para expresar, sino también el canal donde su público se manifiesta. Acompaña mi evolución y la de quienes *Caribbean* viste”.

— Marian Caribe





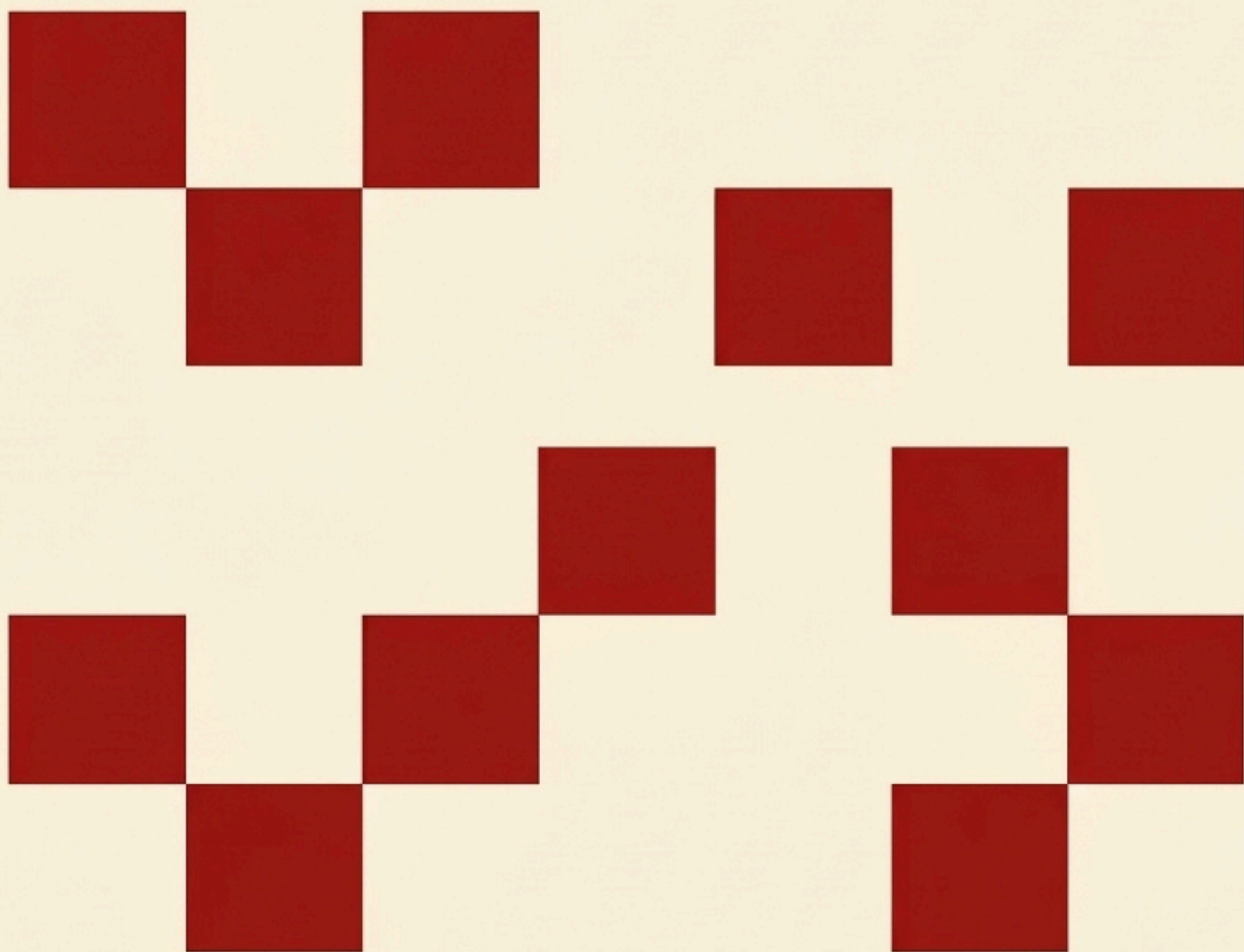
“*Soy Caribbean* es una propuesta artesanal de principio a fin. Desde que imagino y diseño las estampas. Mis diseños están enfocados en elementos que representen la argentinidad a través de nuestros personajes icónicos, nuestra geografía, nuestros artistas plásticos, nuestras costumbres. Por supuesto, no deja de ser un espacio libre, donde me permito ciertas licencias, expandirme a otros terrenos y jugar con estampas que abarcan un poco más que nuestro país. Trabajo con técnicas digitales que luego paso a las telas. Confecciono mis prendas cien por cien a mano y con una máquina de coser de hogar. Mi compromiso es brindar productos bellos y de gran calidad, a precios accesibles. *Creo firmemente que las limitaciones económicas no deberían ser un obstáculo para exponer nuestras ideas y vestir lindo*”.

— **Marian Caribe**





UN LABORATORIO DE ENCUENTROS



↓ La isla, Paternal
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

@__casacomun

**CASA
COMUN**
CLUB SOCIAL



República Dominicana, **el Caribe que dicta moda**

por **Francesca Espinosa Disla**

Portada Fátima Bosch vestida por Jusef Sánchez
Fotografías Getty Images / RD FW

Para saber cómo ha evolucionado la Moda en la República Dominicana debemos saber primero cómo, cuándo, con quién o quiénes iniciaron. *Oscar de la Renta* es uno de los precursores, claro, junto a la destacada diseñadora *Farah Cabrera* a finales de los años 60s, principios de los 70s.



Al escuchar hablar de la moda dominicana, siempre sale a relucir Oscar de la Renta, el cual le dio gran visibilidad al país a nivel mundial. Tanto así que la marca para su aniversario de sus 60 años, presentó su colección Pre-Otoño 2026 en la Fortaleza Ozama, ubicada en la Zona Colonial, uno de los lugares más icónicos y llenos de historia de la ciudad de Santo Domingo.

VICTOR
LORD







Pero en los últimos 20 años, la moda dominicana ha tenido una gran evolución. El país no es reconocido solamente por su música, béisbol, cultura y bellas playas: tiene grandes diseñadores y diseñadoras importantes, tanto de la vieja escuela como de la nueva generación. Renombres como *Giannina Azar*, Leonel Lirio, Sully Bonnelly, *Jenny Polanco*, Arcadio Díaz, *Isabel Reynoso* y Elisa Morato, José Jhan, Michelle Reynoso, *Jacqueline Then*, Miguel Genao, *Belkola*, Carlos de Moa, Luis Domínguez, *Jusef Sánchez*, Carolina Sanz, Gabriella Álvarez Azar, *Mannelik Ortega*, Starlin de Holma, Sinead Fachelli, Mildred Veras, *Karla Dipuglia* son los y las representantes de la industria y del estilo local.

Además de ser el único país de donde se extrae la piedra semipreciosa *larimar*, una de las piezas fundamentales de la joyería de lujo, en 2023 la República Dominicana se consolidó como escenario clave de la moda latinoamericana al acoger el prestigioso *Latin American Fashion Summit* (LAFS). Ese mismo año y también en el 2025 fue sede de los *Latin American Fashion Awards* (LAFA) y reafirmó así su papel como punto de encuentro de diseñadores, diseñadoras y creativos y creativas de la región.



La semana de la moda nacional más esperada y la internacional también: *RD Fashion Week* junto con la inaugurada recientemente *Casa de Campo Fashion Week* cuentan con Alta Costura de gran calidad a nivel diseño, que posicionan a la moda dominicana en el radar mundial con desfiles de alto nivel. Su industria de la moda nacional dio un paso pionero al crear el primer *Colectivo de Upcycling*, integrado por diseñadoras que impulsan la moda sostenible y la transformación consciente de piezas existentes.



La Moda en República Dominicana ya no es un eco lejano de Oscar de la Renta; es un rugido caribeño que mezcla tradición, sostenibilidad y visión global. Entre larimar, playas y ritmos, el país ha tejido un relato que no se dobla ante tendencias pasajeras. Hoy, cada desfile es un manifiesto y cada diseñador y diseñadora una voz que grita al mundo: la moda dominicana no se imita. Se vive, se siente y se lleva con orgullo. 🌿



MODA CON ALMA CARIBEÑA

*DESDE LA ISLA: ENTRE LOOKS,
LETRAS Y CULTURA*

@aciertosdefranch





Ramírez desde los ojos de Lucena

*Archivo Ramírez: abordar la
historia del diseñador es también
abordar la historia del país*

Fotografías Agustina Fernández e Interiores de *Archivo Ramírez*

Archivo Ramírez, publicado por Fundación Medifé, no es el hito solitario de una firma, sino una victoria colectiva de la arqueología cultural argentina. **La investigación que sostiene este volumen visual y teórico fue coordinada por la socióloga Daniela Lucena**, pero el material dialoga con los ensayos críticos de Ernesto Meccia, Facundo Abal, Marcelo Marino y Agustina Fernández, bajo la gestión visual de Sebastián Rodríguez junto a Lorena Tenuta, el diseño editorial de *Estudio ZkySky* (Julieta Ulanovsky y Valeria Dulitzky) y las revisiones periodísticas históricas de Ana Torrejón, Victoria Lescano y Felisa Pinto.

El libro demuestra que para desarmar el archivo de un creador, hace falta una comunidad intelectual entera pensando en sintonía, porque entender la obra de *Pablo Ramírez* exige una mirada que se quite del protagonismo de las pasarelas. *Ramírez* interpreta y documenta la materia y el dolor histórico de la cultura argentina. Su aguja es como un sismógrafo constante: sus colecciones viajan hacia el pasado de la nación —el mito de Eva Perón, el tango, el luto patricio, la austeridad obrera— no como ejercicio de nostalgia folclórica, sino para tensar el archivo frente a las complejidades del presente. Al silenciar el color y consagrar el negro absoluto como manifiesto, *Ramírez* desnudó la moldería de un país, obligando a la Argentina a mirarse en el espejo de sus propias tensiones suntuarias.



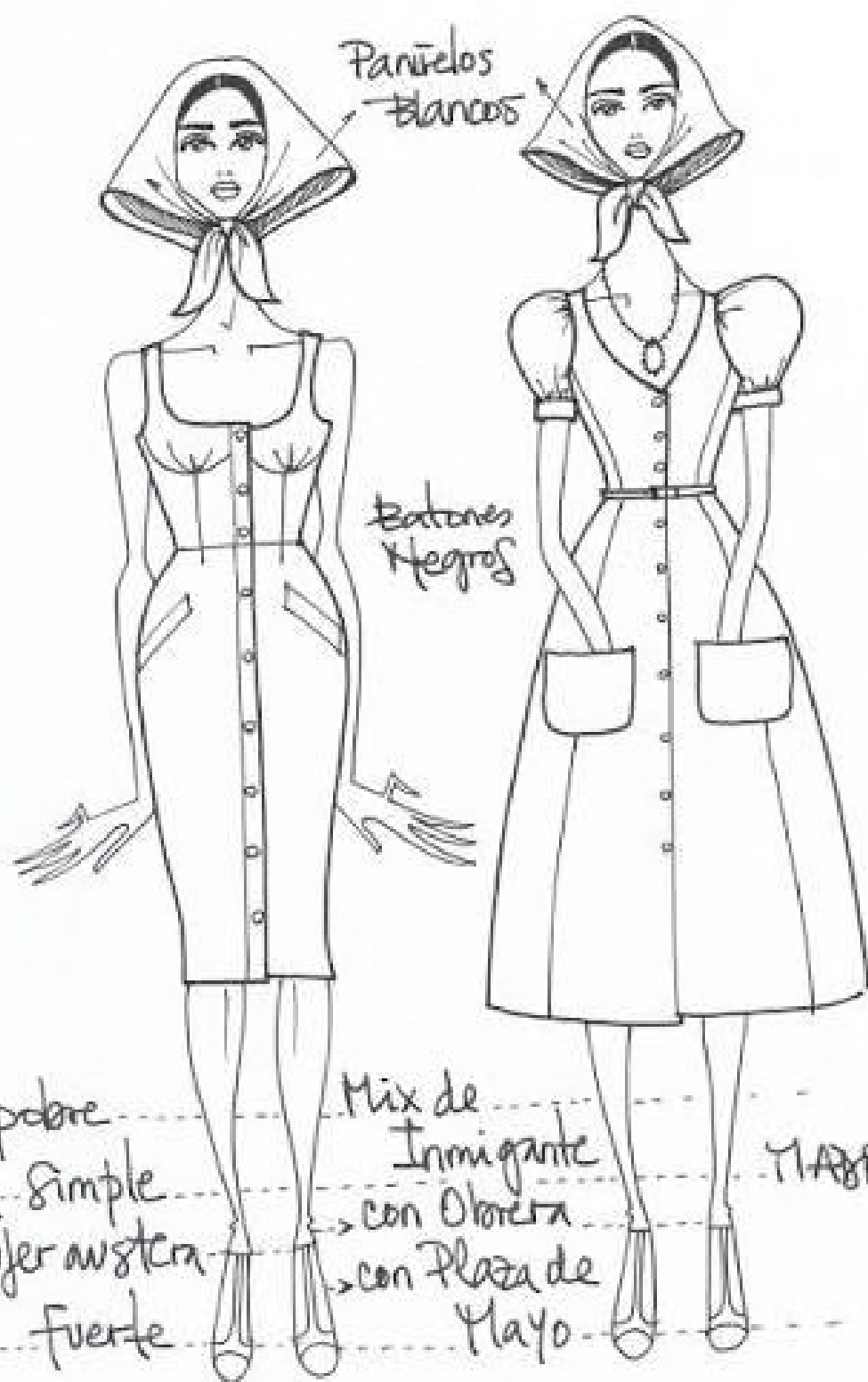
“El proceso de selección fue muy intenso porque el archivo de Pablo es enorme y muy heterogéneo. Guardó todo desde su infancia, desde los figurines de sus colecciones hasta las fotos de cuando era chico, recortes y notas de prensa, agendas de su adolescencia, videos en formato *vhs*, *dvd*, digitales, sus papeles, sus apuntes, recuerdos de sus viajes. Decidimos desde un primer momento dejar afuera las prendas, no trabajamos con su ropa, porque la ropa está en el Atelier, en el material y en su archivo. También decidimos que no queríamos hacer una cronología ordenada de su carrera, sino más bien tratar de entender cómo funcionaba ese universo creativo de Pablo, *mostrar el lado b*, como en su vida se mezcla el diseño, lo cotidiano, el arte, muchas referencias culturales, su propia memoria. **Quisimos tratar el archivo como un espacio abierto, en el sentido del material como patrimonio, como una herramienta para pensar la moda y el diseño en Argentina, no solo contar una historia, sino pensar el presente. Lo que el libro muestra, además de todos los materiales, es la manera en que Pablo construyó una mirada muy suya, tan propia.** Ya son más de 25 años de la firma *Ramírez*. Él empezó desde los años 90 a trabajar, incluso antes, es un recorrido enorme de décadas”.

— Daniela Lucena



“Este archivo es central y tiene muchísima importancia para los Estudios de Moda en Argentina, en América Latina y en todo el mundo. Todavía acá existen muy pocos archivos de diseñadores trabajados así de manera sistemática. Muchas veces la moda queda ligada solamente a lo efímero, al consumo o a la novedad y se deja de lado toda la dimensión cultural e histórica tan rica que tiene, junto al vestir. *El archivo de Pablo permite estudiar los procesos creativos, las formas de trabajo, sus relaciones con el arte, con el cine, con el teatro.* Él además de diseñar ropa, hace (e hizo) mucho vestuario teatral en Buenos Aires, en distintas ciudades de Latinoamérica y del mundo. Allí se pueden ver sus ideas sobre la elegancia, sobre cómo traduce distintos íconos de la historia al presente, de una manera contemporánea que ayuda a construir memoria. Es importantísimo tener nuestra propia historia, nuestra propia memoria sobre nuestra moda, sobre nuestro diseño. Es algo que nos hace mucha falta, que todavía está en desarrollo y que hay que seguir haciéndolo. Soy muy insistente con la importancia de tener los archivos y ponerlos a disposición para que se puedan investigar, construir relatos y narrativas sobre lo propio, porque nos hace falta”.

— Daniela Lucena



- pobre
- simple
- mujer austera
- fuerte

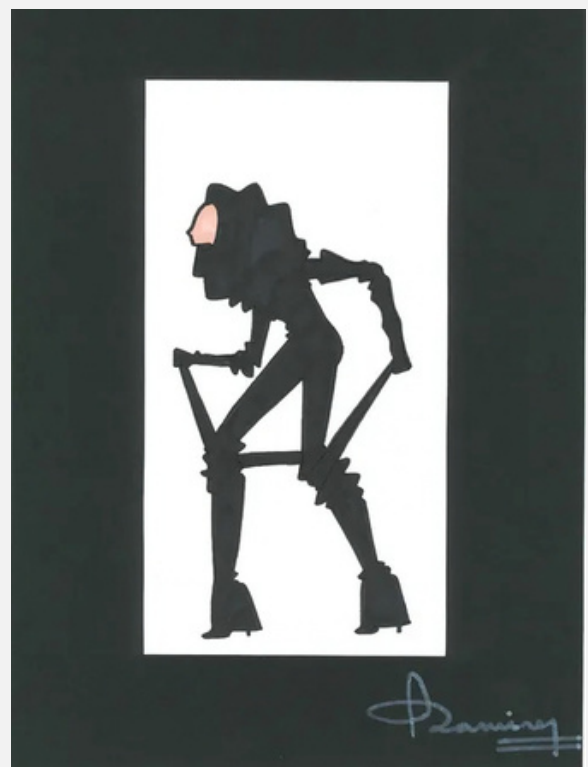
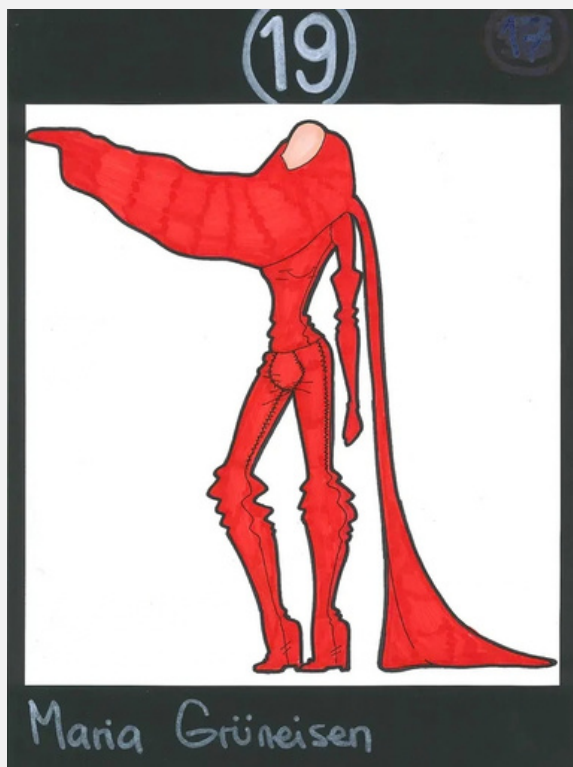
Mix de
Inmigrante
con Obrera
con Plaza de
Mayo

MAYRES



“El archivo de Pablo aporta una idea muy clara y fuerte de identidad estilística argentina, pero no desde un lugar folclórico ni estereotipado. **Hay en Pablo una construcción que es muy singular, una mirada propia que tiene que ver con sus vivencias y con los distintos momentos históricos que le tocó vivir. Ahí se ven la austeridad, el negro, ciertas siluetas.** Hay una sensibilidad vinculada a Buenos Aires pero también a su pueblo natal que es Navarro; al discurso y al lenguaje del teatro. Una sofisticación que no tiene que ver con el exceso sino con la medida, con el rigor, con las líneas depuradas. *En Pablo es interesante cómo aparecen los nombres de ciertos personajes de nuestra historia y cómo esas sensibilidades específicas se van traduciendo en los vestidos y en los trajes.* Su trabajo conocido sobre Eva Perón, cuando participó en el desfile del Bicentenario de la Nación Argentina, que le asignaron los años 50 y él decidió trabajar con la figura de Eva que es icónica, más allá de las ideologías partidarias, es una mujer reconocida en todo el mundo por su vínculo con la ropa y con la alta costura. Pablo toma figuras y las reinterpreta desde su estilo, de una manera muy bella y potente. Es interesante pensar su colección en relación con todas nuestras referencias culturales y que son parte de su obra”.

— Daniela Lucena





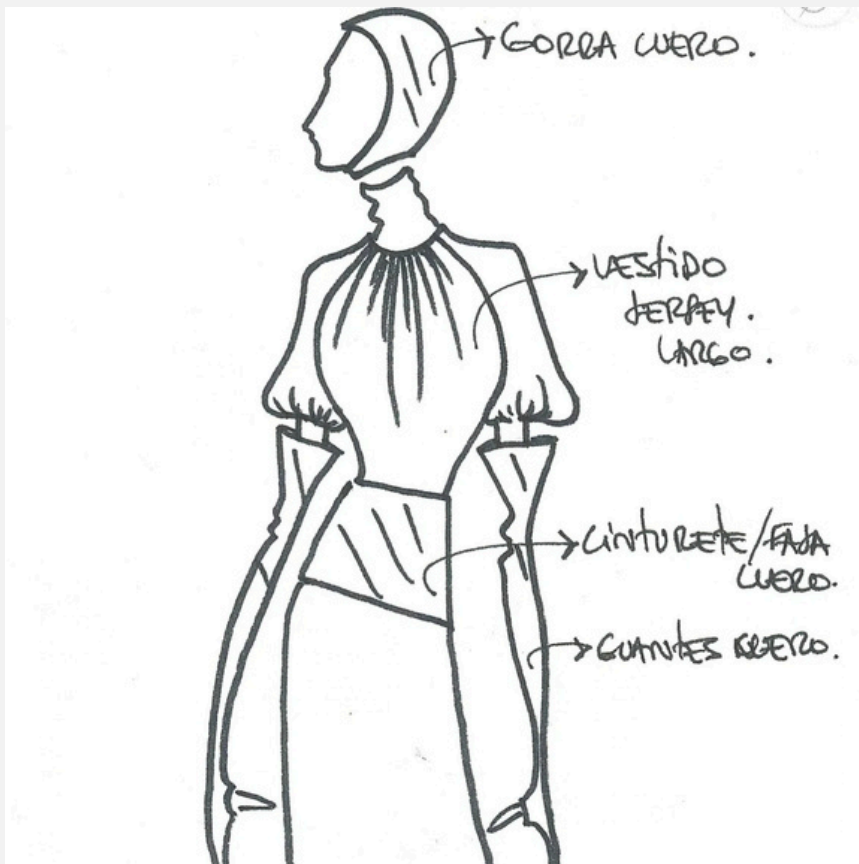
“Hay algo muy contemporáneo en la manera en la que Pablo construye las referencias y el *Archivo* muestra esos cruces permanentes entre las artes plásticas, el arte, la literatura, el cine, la música, la fotografía, la escena teatral. La moda aparece ligada a la investigación cultural, no solo a las tendencias, que están en segundo plano, porque cuando Pablo tiene que diseñar, muchas veces investiga primero sobre una época o sobre un momento. El libro tiene un imaginario muy rico, donde él toma referencias de su infancia, de lo que aprendió en el colegio. Todo eso está dando vuelta en su cabeza y se traduce después en las prendas, y en el futuro es muy importante, sobre todo hoy que estamos atravesando un momento donde existen muchas imágenes. Hay una saturación, una sobreproducción visual. Es un momento de aceleración permanente y el *Archivo*, la lectura y la investigación invitan a otro ritmo, más ligado a la observación tranquila, a la construcción de una mirada y a la permanencia de ciertos códigos estéticos en el tiempo”.

— Daniela Lucena



Una de las hazañas de su diseño de autor echa luz sobre una herida estructural histórica: la desidia y el abandono crónico con que el Estado nacional ha tratado a la industria de la indumentaria argentina. Históricamente relegada a un segundo plano por las políticas públicas y tratada como un comercio menor o un lujo frívolo, la falta de una política de preservación patrimonial y fomento textil no solo asfixia la sostenibilidad económica de las firmas de autor, sino que destruye el valor que el propio pueblo le otorga a su vestir. Vestirse, en nuestras geografías, ha sido despojado de su rango de derecho identitario y cultural, reduciendo la ropa a una mera mercancía de descarte.

Es allí donde la existencia *Archivo Ramírez* cobra una relevancia política transnacional. En una región donde los archivos de moda son fragmentarios, escasos y sistemáticamente ignorados, los Estudios de Moda latinoamericanos contemporáneos tienen la tarea de narrar a sus propios diseñadores. Custodiar estos papeles, estos figurines, estos más de 700 documentos inéditos, es fundar la soberanía del ojo. *Archivo Ramírez* opera como una trinchera material que le permite América Latina y el Caribe, y en este caso específico a la Argentina, mirarse a sí misma, reconocer los elementos estilísticos de su propia herencia y estructurar una memoria del vestir presente primero, para cimentar la futura después, que verdaderamente ejerza como representación genuina ante el mundo.



“Hay un capítulo sobre la resistencia como una forma *en el hacer* de Pablo, que tuvo que vencer muchas limitaciones y muchos obstáculos que tenían que ver con la economía, con la industria y con su propia historia también. Es importante pensarlo en contexto y pensar su práctica como una práctica situada en relación con todo lo que está ocurriendo en el país. El libro y el *Archivo* permiten entender cómo nos vestimos, qué imaginarios construimos sobre la ropa, sobre el diseño y qué relaciones se van tejiendo entre la moda, la ciudad donde estamos, la clase social por supuesto y toda la cultura visual de una época. Devuelve una mirada para pensar el vestir propio. El uso del no color, el negro, tiene que ver en Pablo con una resistencia frente a una industria que obliga a cambiar tendencias, colores y a renovarse. Ante eso, el negro es un manifiesto, es una forma de decir *yo creo esta ropa que es atemporal, que está pensada no para el cambio rápido, sino para perdurar*”.

— Daniela Lucena



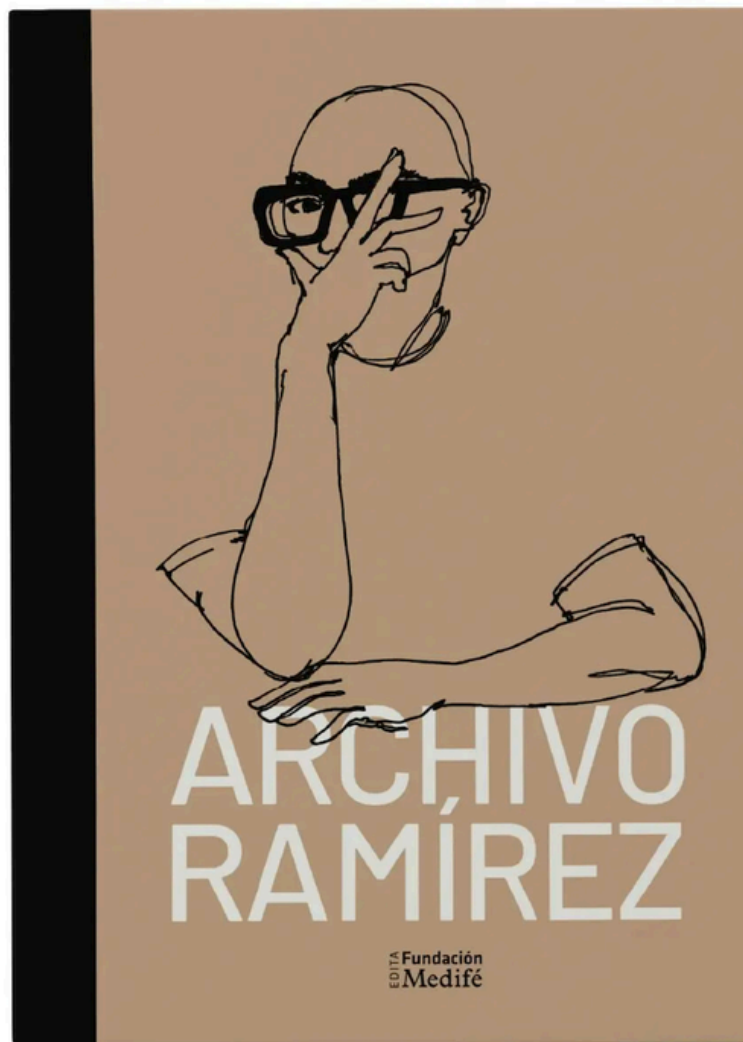
“Los archivos son fundamentales para que podamos mirarnos. Para que América Latina pueda mirarse a sí misma desde sus propias experiencias culturales, porque durante mucho tiempo, la historia de la moda se escribió casi exclusivamente desde Europa o Estados Unidos, y después hizo que mucho de lo que pasaba acá, que muchas de las trayectorias y de las experiencias de Argentina y toda de América Latina quedaran invisibilizadas. A veces se leían como algo menor, como algo periférico. Este libro, y archivos como el de Pablo permiten dar vuelta esa lectura, y construir otra narrativa. Permiten ver que acá también hubo innovación, una construcción, un pensamiento estético muy potente; la experimentación y la creación de lenguajes propios atravesando las crisis económicas y políticas”.

— Daniela Lucena



“El libro muestra cómo un diseñador puede construir una obra coherente durante décadas sin perder su contemporaneidad. Pablo sigue teniendo un discurso muy actual. Y logra hacer confluir todas esas referencias del pasado y traducirlas a un lenguaje contemporáneo. El negro, en Pablo permite que la silueta hable de otra manera y ese es un registro clave de sus valores, de su historia, de su forma propia de mirar y que el libro como archivo lo documenta”.

— Daniela Lucena



No es solo historia, no es solo inspiración. Leer sobre Pablo y leer a Pablo es también empaparse de la traducción que él hace sobre el arte, y la conexión que generan sus diseños; un puente directo de interpretación. La mirada territorial está intrínsecamente ligada a la mirada personal: en la fusión de la interpretación del artista y de quien lo viste, se forma la cultura. Y la cultura necesita, más que nunca en la actualidad, que la relaten desde su propia experiencia y existencia. ☺

Si el cuerpo fuera un edificio, rompería todo el concreto que más pueda, para llenarse de pliegues y que pasen tanto la luz como la oscuridad. *Manejarlas a su antojo*, moldearlas a su movimiento. **Ninguna línea recta puede ser motivo para quedarse estático, por más abismo que parezca.**















FW26 de Lucas Leão

Diseño Lucas Leão

Fotografías Rogger Cordeiro

Estilismo Antonio Frajado

Dirección de Arte Miguel Figueira de Mello

Escenografía João Pedro Schiavo

Producción Ejecutiva Isabella Carrielo, Rapha Tito

Peinado y pelucas Thuane Araujo

Estilo Tadeu Vital Pavão Grigorowki Costa

Modelos Eliana Weirich, Jey Manzela, Leonardo Metzler

Asistencias de Estilo y Producción Carol Mihich, Carolina Hermann,

Bruna Henriques, Vanessa Plass, Alice Themudo, João Dantas

Asistentes de Fotografía Felipe Costa, Carine Felgueiras

*

Texto en Sofoco Revista Edición 02 Jessica Signoretta



ARCHIVO DE LA MODA LATINOAMERICANA

Investigamos cómo la moda y el vestir
relataron a las mujeres de América Latina
y el Caribe

archivodemoda.lat

@archivomodalatam



Dandismo en *Argentina*

por **María Belén López Rizzo**

Fotografías Cortesía de María Belén López Rizzo y Archivo General de la Nación

El *frac* como arma: dandismo, poder y masculinidad en la Generación del '80

Hablar de dandismo en Argentina puede sonar, primeramente, como hablar de un capricho estético menor: hombres preocupados por el corte de su levita o el nudo de su corbata. Pero detrás de esa fachada de frivolidad se esconde algo mucho más denso: una forma de construir poder, masculinidad e identidad de clase en un país que, entre 1880 y 1916, estaba terminando de inventarse a sí mismo.

Mi investigación sobre el dandismo argentino, que comenzó en 2015 y que profundicé luego en *"Masculinidad y Moda: el Dandismo en Argentina"* (Cuaderno 100, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, 2021, disponible en SciELO), parte de **una idea que atraviesa todo el trabajo: que vestirse nunca es un gesto neutral, sino una práctica social a través de la cual los cuerpos se vuelven inteligibles para los demás.**

Para adentrarse en el desarrollo completo de esta investigación puede leer el artículo *"Masculinidad y Moda: el Dandismo en Argentina"*, publicado en Cuaderno 100 del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Universidad de Palermo, 2021), disponible en línea: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232021001100017

Un movimiento que *viaja*

El dandismo nació en Inglaterra a fines del siglo XVIII, con la figura legendaria de *George "Beau" Brummell*, quien convirtió la sencillez y la pulcritud en un acto de resistencia frente al exceso ornamental de la corte. Su estilo de vida funcionaba casi como una ética, en el sentido *foucaultiano* del término: un absoluto autocontrol sobre la propia indumentaria, el propio cuerpo, los propios modos. *Brummell no se limitó a vestir distinto, sino que inventó el traje masculino moderno tal como lo conocemos: la levita oscura, el pañuelo blanco anudado al cuello, el ajuste exacto del pantalón, y con él, una nueva manera de estar en el mundo.*

El dandismo se consolidó luego en Francia, donde el conde D'Orsay le dio una impronta romántica, más cómoda y menos rígida que la inglesa, abriendo el camino hacia una segunda etapa centrada en el ocio, la belleza intelectual y el refinamiento artístico. *Fue Charles Baudelaire quien terminó de teorizar el movimiento: para él, el dandi no tiene otra profesión que "cultivar la idea de lo bello en su persona", y solo puede hacerlo porque dispone, a su antojo, del tiempo y el dinero que esa fantasía exige.*



Lucio V. Mansilla, figura destacada de la *Generación del 80*, vestido medio de *gaucho*: muestra icónica de personalidad del dandismo argentino de la segunda mitad del siglo XIX.

No era simplemente un estilo de vestir, sino, como decía el propio Baudelaire, "*toda una manera de ser*": una sobriedad extrema en contraste con el barroquismo cortesano, una conducta corporal estudiada hasta el último gesto, una ironía permanente hacia el mundo que lo rodea.

El dandi se burla de las reglas y las transgrede, pero a la vez las respeta escrupulosamente; vive pendiente del efecto que produce en el espacio público, porque *su identidad solo se completa cuando es mirado y validado por los demás*. **El dandismo es, en este sentido, un artificio: la apariencia como construcción deliberada de una identidad.**

Esa expresión histórica "*desembarcó en América Latina*", como bien señala Juan Pablo Sutherland, de la mano de las clases dirigentes que viajaban a Londres y París, y volvían con un repertorio de gestos, telas y posturas que no imitaban, sino que se apropiaban y resignificaban en un contexto bien distinto. En Argentina, el dandismo se instaló particularmente a partir de la caída de Rosas, capitalizando la herencia europea para superar el choque entre la vieja matriz criolla o bárbara y la modernidad positivista que se imponía. **Por eso prefiero hablar, siguiendo a Susan Hallstead, de *gentlemen*: hombres del período 1880-1914 cuyo referente directo era el dandismo inglés.**

El *frac* como arma política

En Argentina, el dandismo tuvo protagonistas bien concretos en la escena política de la Generación del '80. Manuel Quintana, presidente de la Nación entre 1904 y 1906, fue tan caricaturizado por su elegancia que la revista Caras y Caretas le dedicó páginas enteras burlándose de su "*fineza*". Pilar de Lusarreta lo describe como un hombre puntilloso, de andar cautivador, para quien el *frac* fue siempre la prenda esencial del guardarropa: ni las miradas críticas ni las caricaturas sarcásticas lograron jamás que perdiera su estilo refinado.

Bernardo de Irigoyen, en cambio, representó lo que llamo un "*dandi a contrapelo*": discreto, de guardarropa exclusivamente nacional (se hacía confeccionar su propia levita por sastres argentinos), sin la arrogancia europeizante de otros dandis, pero igualmente consciente del peso simbólico de la apariencia en la vida pública. Dos estilos, dos maneras de habitar el mundo de la política, pero un mismo código de fondo.

Lo que estos hombres, tan distintos entre sí, comparten, es haber entendido algo que hoy podemos leer con las herramientas de Bourdieu: **la moda funciona como un campo de fuerzas, un espacio de luchas por la distinción.** El *frac*, la levita y el bastón eran dispositivos de masculinización, herramientas con las que la naciente burguesía terrateniente se diferenciaba tanto de la aristocracia de cuna como, sobre todo, de la "*turba*" inmigrante que empezaba a poblar Buenos Aires y a desestabilizar las viejas certezas sobre quién pertenecía y quién no.

*

Masculinidad, clase y miedo *al otro*

En mi trabajo más reciente avancé sobre la relación entre dandismo y construcción de la masculinidad de la Generación del '80. Siguiendo a Kimmel, *entiendo la masculinidad como un significado dinámico, que se construye en relación y en oposición a otros grupos.* Y en la Argentina del Centenario esa oposición tuvo un nombre: *el inmigrante.*

Miguel Cané lo dijo sin matices en 1884, alarmado por lo que consideraba una invasión que amenazaba *"penetrar en su clase social"*. Ese miedo al ascenso social de los extranjeros, esa necesidad de blindar los espacios de sociabilidad exclusiva de la clase dirigente (el Jockey Club, el Círculo de Armas, el Club del Progreso) frente a la masificación, es la otra cara del dandismo argentino. La *elegancia, en este sentido, no fue solo una pose estética*: fue una trinchera de clase y de género ante un mundo social que se sentía desbordado.

Esos clubes funcionaban, además, como el verdadero epicentro del culto masculino dandi: espacios no del todo privados, pero sí absolutamente exclusivos para la clase dirigente, donde estos hombres exhibían sus dotes y recibían la mirada del otro que los juzgaba y, a la vez, los completaba en su ser individual.

¿Por qué importa *hoy*?

Quizás la pregunta más interesante que deja este recorrido no es *¿cómo se vestían?* sino *¿para qué se vestían así?*. El dandi argentino, Quintana, Irigoyen y tantos otros menos documentados, nos muestra que **el vestir nunca es ingenuo: es lenguaje, es estrategia, es una forma de ocupar el espacio público y de volverse legible ante los demás.**

Y esa potencia del dandismo como herramienta de afirmación identitaria no se agotó en el siglo XIX ni quedó confinada a las élites que le dieron origen. A lo largo del siglo XX y hasta nuestros días, distintas comunidades alrededor del mundo retomaron sus códigos (la sobriedad, el cuidado extremo en el vestir, la teatralidad del cuerpo en el espacio público) para *invertir su sentido original: de marca de distinción aristocrática a bandera de visibilización y resistencia de minorías.*

El caso más conocido es el de los llamados "*dandis negros*", que en distintos contextos urbanos **transformaron la elegancia en una forma de reivindicación frente al racismo y la marginación**, y que recientemente fueron homenajeados en la *Met Gala* (2025).

Sin pretender agotar aquí esa genealogía, que merece un desarrollo propio y más documentado, vale la pena señalar que el dandismo, lejos de ser una curiosidad de época, **sigue funcionando como un lenguaje disponible para disputar sentidos sobre quién tiene derecho a ocupar, con dignidad y estilo, el espacio público.**

Estudiar el *dandismo argentino*, entonces, es una manera de leer la historia política y social del país desde un ángulo poco transitado, pero enormemente revelador: el del cuerpo vestido como campo de batalla simbólico, un campo que, como demuestran sus reapropiaciones posteriores, excede ampliamente el contexto que le dio origen. 



La Profe en Historia

Historia y Moda

Instagram: [laprofeenhistoria](https://www.instagram.com/laprofeenhistoria)



La redención no es más
que la sangre
transformada por la
propia historia. Solo
abriendo los ojos en las
penumbras y dejándola
coagular cuando lo
necesite, se ubicará
sólida, por todo el
cuerpo.















El Séptimo Cielo de San Martín

Diseño San Martín Argentina

Fotografías Paloma Aballone

Arte San Martín Argentina, MissDenui

Modelo Catalina Vallota

*

Texto en Sofoco Revista *Edición 02* Jessica Signoretta





GARCÍA BELLO

*La memoria de las telas
aviva su potencia cuando
se entrelaza con otros*

Fotografías Mariana Pacho Lopez — *Habitar la prenda PV'27* GARCÍA BELLO

Dirección creativa Juliana García Bello

Modelo Belen Rossib

Microensayo Jessica Signoretta

Inmóvil tras mi cuerpo hay un río que crece. Me llena de ojos y deja a mi ego en evidencia, que se cree sabio observador: le acaba de enseñar, realmente, a mirar. En esta ocasión, esta periodista se despoja de la objetividad, con el hartazgo de las limitaciones que solo ofrecen los tecnicismos del oficio. Se para entre medio de dos de las piezas expuestas de GARCÍA BELLO en *Vestir Mundos*, la exposición de archivo de Fundación IDA en el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, y el reflejo desaparece: no hay ápices de solamente imaginar cómo se verían vestidas.

Estoy frente a un nuevo concepto de belleza. Hay en el upcycling, como ejercicio creativo del diseño, la propuesta de despojar a las piezas de sus proporciones. El rastro de la morfología se forma desde el cuerpo, que no es leído como un canal sino como arcilla para las telas. Juliana no desarma y arma piezas, sino lecturas. Crea belleza sensible, no solo por su forma artística; la crea subjetiva, no solo porque reconoce las existencias mismas de los cuerpos, y la crea despojada de máscaras y miedos, porque sus ojos prestan atención.

Su contemplación no es una respuesta contestataria a la vorágine que todo lo quita, sino su impoluta interpretación. Juliana construye un vestir que, ante todo, cuenta historias. No porque hagan falta, sino porque ya casi no se escuchan. En la unión de los materiales que forman una misma prenda corre el río y grita cómo se relata la Patagonia, y qué vínculo tienen quienes allí viven con la indumentaria. El río quiere recuperar cauces que no lo escuchan, romper con la centralización del vestir argentino.



“Cuando trabajo con ropa en desuso es inevitable pensar a quién pertenecía y construir un relato sobre su vida. **Por lo general, concibo estas piezas como integrantes de una misma familia.** Para mi maestría vengo estudiando a Donna Haraway y su concepto de *hacer parentesco* (*make kin*), que propone tejer alianzas y cuidados más allá de la consanguinidad. En la colección las prendas funcionan como ese lazo: tejen una familia textil donde se cruzan mi madre, mi hermana o mi sobrina, pero también la historia de quien usó esa prenda antes. **La sustentabilidad para mí es justamente eso: la capacidad de construir e interdepender juntos**”.

— Juliana García Bello



“La primera pieza que hice para esta colección —y que expuse en mi muestra individual en el Centro Universitario de Arte de la UNLP— fue una campera que se une con otra a través de un lazo en las mangas. Ese lazo mantiene unidas cuatro camperas: una para mi madre, una para mi hermana, una para mi sobrina y otra para mí. Fue *un gesto de afecto hacia mi propia familia, una prenda dentro de la otra, para recordarnos que estamos juntas*. Y sigo explorando cómo esas prendas se superponen y visibilizan materialmente esos vínculos parentales”.

— Juliana García Bello





“La noción de comunidad es fundamental para pensar y accionar en pos de un futuro más reflexivo y alineado con la Tierra. En un mundo tan vertiginoso, estar juntos se vuelve vital. Ese fue el impulso que me llevó a crear GARCÍA BELLO, involucrar a las personas de mi entorno cercano para reutilizar prendas que ya no necesitaban. Me conmueve recibir ropa de gente querida: es como asumir el cuidado de algo que ya no tiene dueño y diseñar soluciones para que vuelva a ser apreciado y habitado”.

— Juliana García Bello



“Al abordar la construcción de una prenda, busco generar conocimiento aplicable al *upcycling*. Mi aproximación ha ido mutando: al principio trabajé la deconstrucción como un laboratorio; luego me he enfocado en la articulación entre prendas; y actualmente tomo el *zero waste* (*residuo cero*) como punto de partida para conservar la manufactura original de la pieza, utilizándola como un plano bidimensional. Desarmar o cortar una prenda siempre me genera cierto respeto; me da miedo arrepentirme porque, al trabajar con prendas recuperadas, cada pieza es única y no hay otra igual. Por eso me apegó a su estructura original e intento transformar esa restricción en una posibilidad: usar la prenda completa y, a partir de ella, crear algo totalmente nuevo”.

— Juliana García Bello



“Ser argentina tiene como matriz el compartir, la noción de familia, el amor los amigos y el gesto de agrandar la mesa para recibir a quienes queremos. *"Vivir juntas, ser juntas"* es un recordatorio de nuestra humanidad, del refugio y del afecto. **En un contexto global marcado por el individualismo, la aceleración del consumo y contextos complejos, la necesidad de sostenernos en el otro se vuelve indispensable.** Pensar en colectivo y construir comunidades dedicadas al cuidado del planeta y de quienes lo habitamos es una postura política y poética. **Frente a la individualización, la ropa puede proponer una memoria compartida.** Detenerse a observar y disponer del tiempo para prestar atención al detalle es un privilegio enorme. Vivir en Tierra del Fuego me enseñó sobre esa temporalidad: aprender a tomarse el tiempo para mirar más allá de lo evidente. Me interesa compartir estado de contemplación con quienes visten las prendas. **Que la reconstrucción y el *upcycling*, a través de la belleza y la delicadeza, puedan devolvemos a un momento de pausa y conexión profunda”.**

— Juliana García Bello





“La industria de la moda bajo la lógica del consumo acelerado, la obsolescencia y una noción de exclusión que sostiene la idea de novedad constante. Mi propuesta busca plantear un cambio de paradigma: descentrar la prenda como un objeto de estatus e individualismo para reubicarla como un vehículo de afecto, cuidado y memoria colectiva. En lugar de desechar lo usado para consumir lo nuevo, elijo trabajar desde la reparación y sostener el compromiso con el descarte textil, abriendo los procesos e invitando a la comunidad a ser parte activa de la cadena de valor. No ignoro las contradicciones de producir dentro de este sistema, pero elijo habitar la disciplina desde el oficio del hacer a mano. La circularidad y la manufactura no solo reducen el impacto ambiental y cuestionan el consumo desechable, sino que descentralizan la figura del diseñador como un creador aislado para convertir el acto de vestir en una trama horizontal”.

— Juliana García Bello



*“Habitar la prenda es una colección con un fuerte carácter conceptual. Créé piezas experimentales que pueden ser exhibidas en la pared de un museo o ser vestidas por un cuerpo. Busqué ante todo que las piezas materialicen la idea. Muchas prendas son articulables y permiten ser modificadas quien las usa, disolviendo los límites fijos de la autoría. La prenda no nace de una hoja en blanco ni de mi solitaria voluntad: **se hace con la ropa usada, con las manos de quien la confeccionó en el pasado y con quien la va a modificar o vestir en el presente. La prenda empieza mucho antes de que yo la intervenga y no termina en mí.** Su concepto me remite a la infancia, a ese gesto tan sencillo y lúdico de ponerse la ropa de una madre o una abuela, o transformar una sábana en un vestido. Me interesa que estas prendas nos devuelvan ese sentido de juego, manteniendo viva la transformación del textil”.*

— Juliana García Bello

Estoy frente a una camisa llena de azules, con flecos y uniones en tonalidad cruda, con costuras blancas y celestes. Pienso mucho en la palabra *vanguardia* cuando todo se tilda de moderno. Las formas en las que se manifiesta esta nueva belleza que encuentro, que creo que genera el *upcycling*, que Juliana materializa en piezas que, ante los ojos, son muchas otras cosas, más allá de una expresión para el cuerpo, nacen de una interpretación, sí, una forma intrínseca de mirar que es un ejercicio individual. Pero la mirada individual de Juliana, cuando toca las telas, se vuelve comunidad. Esta es la vida vista por la vida, que nace con el tiempo, que crece con él, y que solo en el tiempo se sostiene el espacio compartido, donde no hay muertes ni nacimientos, solo prendas que pasan de una persona a otra. No se miran como recuerdos, se miran como conectoras. Lo que nos queda será la forma del cariño que llenará los vacíos propios, ajenos, y que osará dar calor del bueno al vestirlo. Lo que nos queda se podrá tocar con las manos, sí, y no lastimar la tierra. ☺





Gaultier, Frida y el arte de *citar*

por Camila Arturi

Portada Campaña *Tribute to Frida Kahlo collection*. Women's prêt-à-porter SS98 / Ilustración de Fred Langlais con dirección artística de Jean Paul Gaultier.

Fotografías Getty Images

Inspirado por la potencia visual, política y emocional de la artista mexicana, en 1998 Jean Paul Gaultier hizo un tributo irreverente a *Frida Kahlo*: llevó a la pasarela una visión dramática de su universo, fusionando artesanía, folclore, género y provocación, en un desfile inolvidable.

En París en 1998, momento en el cual el minimalismo convivía con una etapa de teatralidad en la moda, Jean Paul Gaultier presentó una de las colecciones más memorables de su carrera. Inspirado en la artista mexicana Frida Kahlo y en la fuerza simbólica de la cultura mexicana, creó una propuesta donde la moda no fue solo vestimenta sino una reflexión sobre identidad, cuerpo y libertad.

Lejos de ser un simple homenaje, el diseñador capturó aquello que hacía de Frida una figura revolucionaria: su capacidad para transformar el cuerpo en identidad, la ropa en discurso y la propia existencia en una forma de expresión artística.



Sin dudas Frida Kahlo fue, es y será la artista femenina más emblemática de México. La autora de *“Las dos Fridas”* es la única artista femenina en el mundo cuya imagen se reconoce al instante, porque gracias a su impactante estilo personal y una expresión artística cruda que marca su trayectoria, se ha convertido en un ícono cultural mundial, una de las mujeres más icónicas del siglo XX.

Usó su vestimenta como lenguaje. Sus trajes tradicionales del Istmo de Tehuantepec, los bordados, las flores en el cabello, las joyas prehispánicas y los rebozos no fueron simples elecciones estéticas. Cada elemento fue un relato de pasión, romance, dolor y sufrimiento.

El impacto Frida no es solo por su arte surrealista, sino que representa un quiebre de lo tradicional, una actitud contra los esquemas, apartada de la representación tradicional de belleza femenina.

Después del accidente que sufrió en 1925 y que le causó importantes consecuencias físicas, Kahlo estableció una relación compleja con su cuerpo, donde la ropa se convirtió en una herramienta para reconstruir su imagen y transformar la fragilidad en fortaleza. Idea que plasmó en sus autorretratos, donde el cuerpo deja de ser solo una representación física y se convierte en un espacio donde conviven dolor, deseo, memoria e identidad.

El cruce de dos espíritus *transgresores*

A Jean Paul Gaultier, más conocido como el “*L'Enfant Terrible de la moda*”, lo unen con el universo Frida múltiples referencias: la irreverencia contra el sistema, el desafiar las normas de género y el estilo provocador, contra todo canon. Para ambas figuras, temas como la diversidad cultural, de cuerpos, raza y género carecían de razón de ser. Para ellos las fuentes de inspiración eran personas reales, utilizando cada uno su arte como herramienta de liberación y empoderamiento. El diseñador construyó su marca a partir de diseños disruptivos que rompían con las líneas tradicionales de la confección.

Dueño de un estilo rebelde, irreverente y atópico que lo llevó a ser el pionero en poner elementos masculinos en prendas femeninas, presentando hombres con falda, cuestionando los ideales convencionales de belleza y transformando el corsé, históricamente asociado con la restricción del cuerpo femenino, en un símbolo de poder y autonomía.

Hizo moda bajo sus propios términos, un creador que, más allá de confeccionar prendas, hizo de la moda una forma de crear conversaciones y controversias.



Su trabajo siempre estuvo atravesado por una interrogante: *¿quién decide cómo debe verse el cuerpo?* Y en ese sentido, Frida Kahlo le resultó la fuente más pura, auténtica y fiel. Porque ella había construido una identidad visual propia, en una época donde las mujeres tenían pocas posibilidades de controlar su presentación pública. Ambos compartían una misma mirada: la identidad no como algo impuesto, sino como algo que puede construirse.

Ya desde 1900 la artista femenina ha sido fuente de inspiración. En 1939 y con su visita a París, inspiró a Elsa Schiaparelli a diseñar el vestido *Madame Rivera* en su imagen y semejanza.

Pero la trinidad “*Frida, México y Moda*” nació en 1937 cuando la edición de octubre de la revista Vogue enalteció su estilo, talento, originalidad y belleza exótica, capturada por la lente de Toni Frissell en Nueva York, reconociéndola como la artista mexicana más intrigante y sofisticada.

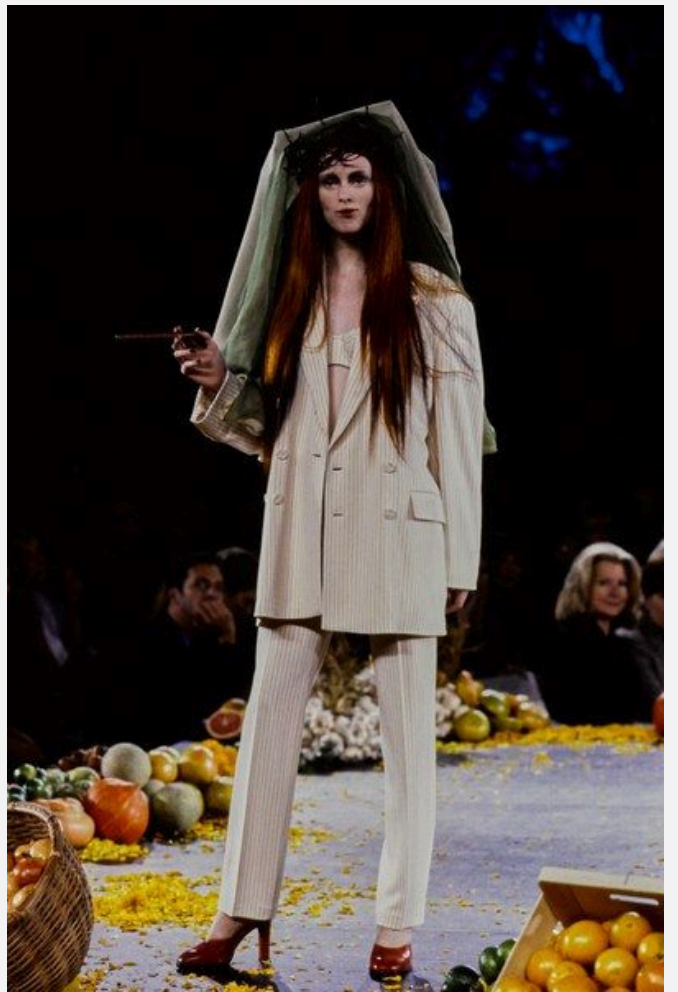


El nacimiento de la *colección SS98*

La fascinación del diseñador por Frida comenzó antes de aquella colección. Según relató el propio diseñador, conoció las obras de la artista mexicana gracias a Madonna, gran admiradora de Kahlo que le enseñó su colección de cuadros.

Una de las primeras referencias a la obra de la artista fue el vestuario diseñado por Gaultier para la película *El quinto elemento* (1997), dirigida por Luc Besson, donde en uno de los looks de Milla Jovovich, el diseñador incorporó una estructura que evocaba *La columna rota* (1944), extraído del autorretrato donde Kahlo representa el sufrimiento físico provocado por sus lesiones.

La referencia fue trascendental porque sintetizaba una de las ideas centrales del diseñador: **transformar la vulnerabilidad en una expresión de fuerza**. Concepto que luego se convertiría en el eje de la colección SS 1998.



La pasarela, un manifiesto

Compuesta por 79 siluetas dramáticas, la colección fue concebida como una narrativa visual donde convivían las obras de Frida, la cultura mexicana, la lucha libre, la religiosidad popular y el universo teatral característico de Gaultier.

Más que una sucesión de prendas, el desfile fue una autentica puesta en escena. Las modelos aparecieron con coronas de flores, cejas marcadas, maquillaje dramático, corsés estructurados, bordados, transparencias y accesorios inspirados en elementos de la cultura mexicana.

Pero el valor de la colección estuvo en que esos recursos nunca aparecieron como simples decoraciones, cada detalle tenía una intención.



El corsé y el cuerpo *como territorio*

Uno de los grandes protagonistas fue el corsé, pieza fundamental dentro del universo creativo de Jean Paul Gaultier. Pero en esta colección adquirió una nueva lectura: dejó de representar únicamente sensualidad para convertirse en una referencia al vínculo entre Frida y su propio cuerpo. Las estructuras rígidas, las líneas anatómicas y las construcciones ajustadas evocaban los dispositivos ortopédicos que la artista utilizó durante su vida. El concepto era similar al esbozado por Kahlo en sus pinturas: dolor transformado en expresión.

Artesanía, color y *memoria cultural*

La colección también destacó por su riqueza artesanal, con bordados, flores tridimensionales, tejidos ornamentales, encajes y aplicaciones textiles que demostraron el dominio técnico del diseñador y su interés por el trabajo manual. Demostrando una vez más toda su maestría en artesanía y sastrería de confección impecable. **La referencia a México no fue una postal exótica, sino un universo cultural complejo donde conviven celebración, espiritualidad, historia y tragedia.**



La paleta cromática reforzó esa intención con rojos intensos, verdes profundos, rosas, púrpuras y negros que construyeron una atmósfera cercana al dramatismo de las pinturas de Kahlo y a la intensidad visual de las fiestas mexicanas. El color no solo como recurso estético, sino emotivo.

Frida *más allá de los símbolos*

Uno de los mayores logros de Gaultier fue evitar que la colección se convirtiera en una simple reproducción de la imagen de Frida. Las flores, las trenzas, las cejas o los vestidos tradicionales podían haber sido utilizados como elementos decorativos, sin embargo, el diseñador fue más allá. Tomó la actitud de la artista, su capacidad para desafiar las normas, su decisión de construir una identidad propia y su libertad de habitar el cuerpo sin adaptarse a un ideal externo.

Por eso las modelos no fueron simples imitaciones de Frida, representaron una idea: convertir lo diferencial, en poder.



El legado de una colección *histórica*

Ochenta y nueve años después de su aparición en Vogue y setenta y dos años después de su muerte, Frida Kahlo sigue siendo una “*chica de moda*”, porque la moda glorifica a mujeres con carácter y estilo como un elemento aspiracional para sostenerse como industria.

La influencia de Frida continuó por décadas. Diseñadores como Alexander McQueen, John Galiano, Karl Lagerfeld, Moschino o Alberta Ferretti, también retomaron aspectos de su universo creativo en algunas de sus colecciones.

Sin embargo, la propuesta de Gaultier ocupa un lugar particular porque no se limitó a tomar referencias visuales. Su colección SS 1998 permanece vigente porque abrió interrogantes que siguen atravesando la moda contemporánea: la representación del cuerpo, la identidad de género, la relación entre cultura y vestimenta y la posibilidad de utilizar la moda como una herramienta de expresión y reinterpretación desde una cita artística original y no de apropiación.





Jean Paul Gaultier no vistió a sus modelos como Frida. Interpretó su espíritu y al hacerlo **creó una de las conversaciones más profundas entre arte y moda: una colección que no hablaba solamente de la pintora hablaba de la libertad de construir una imagen propia.**

Hacer una colección en su memoria no es solo recrear quien era ella como mujer, va más allá de la belleza. Es darle vida a su espíritu transgresor, a una mujer que amó ser mujer y femenina aun en las peores circunstancias y cuando su cuerpo estaba más quebrantado. Un ícono que representa impulso y fuerza hacia la autodeterminación femenina.

Para ambos, el arte, sea de pintar o de hacer moda, no se limita a *mero arte*. Es un gesto político, emocional y una forma de habitar el mundo con orgullo, belleza y sentido.

Más de veinticinco años después, aquel desfile continúa demostrando que una gran colección no es únicamente aquella que crea imágenes memorables, sino aquella capaz de transmitir ideas. ☺





**No pienses
Pisa el pedal
Siente la tela,
ábrele una forma
que aún no se conozca**

**No pienses
Cuida tus manos
Sostén la memoria
Y cose *el porvenir.***

Fotografías y lenguaje visual Sol Bertinat
Diseño y dirección creativa Cris OB
Modelos Lorena Jaita Chosco (*Kachito*) y Tyra Galeano
Poema en portada Jessica Signoretta

“Cuando comencé a estudiar Diseño de Indumentaria en mi querida institución, ABM, donde me formé, aparecieron muchos interrogantes. *Yo siempre había sido artista visual y mi mente tendía naturalmente hacia lo artístico.* Sin embargo, a lo largo de la carrera fui encontrándome también con mi identidad como diseñador y aprendí a convivir con esas dos dimensiones de mi práctica.

Durante mucho tiempo me pregunté ¿como diseñador soy un buen artista? ¿Y como artista soy un buen diseñador? Con el tiempo entendí que quizás esas preguntas no necesitaban una respuesta definitiva. Fueron importantes, justamente, para poder desarmarme, volver a construirme y aprender a navegar entre ambos territorios sin sentir que pertenecía menos a uno que al otro”.

— CRIS OB



“La dimensión conceptual apareció con mucha fuerza en mi primera colección, *Raíces*. Allí pude poner en práctica muchos de los aprendizajes que había adquirido y, sobre todo, confiar plenamente en mi intuición. Crear durante la pandemia no fue sencillo, pero decidí apostar por mis ideas incluso cuando todavía estaba descubriéndome como diseñador y no sabía con certeza si lo que estaba haciendo era “correcto”. *Fue un gran acierto personal haber elegido como primer concepto para mi colección, mis raíces indígenas*. Me permitió profundizar en un territorio que conocía y que me resultaba familiar, pero que ahora debía trasladar al lenguaje textil y convertir en una experiencia visual. El resultado me produjo una satisfacción muy profunda y probablemente ese fue uno de los momentos en los que todo comenzó a encontrar sentido”.

— CRIS OB

“Desde lo conceptual, puedo decir que mis raíces siempre van a estar presentes de alguna manera en lo que hago. *Tal vez no siempre hable de los mismos temas ni construya las mismas narrativas*, pero la reafirmación de mi identidad funciona como un faro que atraviesa mi camino como diseñador y artista”.

— CRIS OB

“Mis procesos creativos suelen ser bastante espontáneos e intuitivos. Son pocas las veces en las que, al momento de comenzar una pieza, tengo una idea completamente definida; y cuando sucede, probablemente esa idea mute varias veces durante el proceso.

La experimentación y la manipulación constante de la materialidad son fundamentales para mí. Voy probando, quitando, incorporando, superponiendo, explorando texturas, volúmenes y formas. Es casi un ejercicio lúdico, como armar un rompecabezas que no tiene una única imagen posible, sino que puede transformarse y convertirse en muchas cosas al mismo tiempo. En ese sentido, el *upcycling* no aparece solamente como una técnica, sino como una manera de pensar y de crear. El propio material me propone posibilidades y, muchas veces, es él quien termina guiando el resultado”.

— CRIS OB



*“Al final, todo vuelve a un mismo lugar: desde el momento en que comienzo a trabajar una pieza, la pienso como una obra de arte. Creo que ahí es donde *se conectan naturalmente el diseño, la técnica y la narrativa*. No siempre necesito pensar esa conexión de manera racional; muchas veces simplemente sucede mientras estoy creando”.*

— CRIS OB



“Desde que tengo uso de razón estuve rodeado de máquinas, telas e hilos. Vengo de una familia de costureros y, para mí, convivir con esos elementos siempre fue algo natural. En el taller familiar, el *denim* o el *jean*, como lo llamamos popularmente, era una de las materialidades que más se repetía: pantalones, camisas, faldas, camperas, chalecos y prácticamente cualquier prenda que pudiera realizarse con ese textil. Creo que es desde ese lugar familiar donde encuentro mi conexión con el *denim* y donde también reconozco y reafirmo el orgullo por el trabajo de mi familia.

Con el tiempo y desde el diseño, fui encontrando otras razones para sentirme identificado con este material. *Entendí que el denim es, en cierta manera, un textil universal: una prenda que atraviesa edades, géneros y clases sociales y que forma parte del imaginario cotidiano de muchísimas personas. Muchas veces mi selección del denim surge de una experimentación constante con el propio material.* Realizo pruebas de desgaste, decoloración, superposición y diferentes tratamientos, explorando también cómo dialogan entre sí distintas tonalidades y texturas; otras veces, el material surge del acopio de prendas que voy desarmando para volver a construir otras. Y *es justamente en ese gesto de desarmar para volver a crear donde aparece de manera más directa el upcycling”*.

— CRIS OB



“Creo que el *upcycling* llegó para quedarse y que la pandemia reforzó y aceleró su presencia dentro de las prácticas de diseño. *La posibilidad de tomar algo preexistente y transformarlo en una nueva pieza me parece fascinante.* No solamente porque permite reducir el descarte y el impacto de la contaminación textil, sino porque *propone, además, un ejercicio creativo al alcance de cualquier persona.* En Argentina ya existen marcas y diseñadores de autor que están desarrollando propuestas muy interesantes desde el *upcycling*, y me parece especialmente valioso porque permite pensar otras formas de producir dentro de una industria en la que muchas veces el acceso a grandes recursos económicos es una limitación.

A nivel global, tanto el *upcycling* como la experimentación con biomateriales continúan creciendo. Creo que estamos atravesando una construcción que todavía llevará tiempo, pero no descarto que en el futuro podamos utilizar prendas y materiales provenientes casi íntegramente de procesos de recuperación y reciclaje. *La realidad es que la crisis ambiental y el impacto de la industria textil nos van a obligar a repensar nuestras formas de producir y consumir”.*

— CRIS OB

“Hay algo muy democrático en el upcycling: no necesariamente requiere grandes recursos económicos para comenzar, sino una mirada capaz de encontrar nuevas posibilidades en aquello que ya existe. En ese sentido, la creatividad es una gran aliada de esta práctica. Es un recurso que todavía tiene muchísimo potencial y me gustaría que continúe creciendo, incluso llegando a ser incorporado de manera más profunda por las grandes marcas”.

— CRIS OB



*“En el último tiempo me fui acercando a algo que se conoce como **street couture**, y creo que es una definición que representa bastante bien lo que hago. Se trata de pensar una indumentaria que pueda recorrer la urbanidad y convivir con ella, pero que al mismo tiempo tenga un fuerte trabajo artesanal, cercano a la lógica de la alta costura, con impacto visual y una construcción minuciosa.*

*El **denim** vuelve a ser uno de los grandes protagonistas de mi próxima colección. Me interesa explorar sus posibilidades más allá de la prenda cotidiana y llevarlo hacia nuevas formas, volúmenes y tratamientos, sin perder su vínculo con lo urbano y lo funcional; e inevitablemente aparecerán, también, guiños a la cultura indígena **aymara**. Tengo mi identidad tan arraigada que muchas veces aparece de manera espontánea en aquello que confecciono. No necesariamente como una referencia literal, sino como una memoria que atraviesa las formas en las que pienso, diseño y construyo. Y el **upcycling** también va a estar muy presente. *El gesto de armar y desarmar me permite jugar constantemente con la materialidad: desmontar una prenda para convertirla en otra, encontrar nuevas posibilidades en aquello que ya existe y, al mismo tiempo, construir nuevas historias a partir de esos fragmentos.* Con esta colección busco reafirmar las posibilidades del **denim** como un material capaz de adaptarse a diferentes contextos y espacios, pero también de adquirir una dimensión más artística y experimental”.*

— CRIS OB



“Me entusiasma profundamente transitar el proceso de construcción de cada colección. Y seguramente su presentación sea la excusa perfecta para desarrollar una gran puesta en escena. Para mí, un desfile es mucho más que mostrar prendas: es una intervención escénica, un momento en el que la indumentaria, el cuerpo, el espacio, la imagen y la música pueden encontrarse para construir una experiencia. *Me interesa que quien observa no solamente vea una prenda, sino que pueda entrar, aunque sea por unos minutos, en el universo que estoy proponiendo*”.

— CRIS OB





Sol Bertinat

@solbertinat_

Productora de moda, fotógrafa y artista argentina





Más que negro y botas

por Nazarena Zoé

Fotografías y dirección artística Nazarena Zoé

Artistas retratadas Lara Vazquez GHYDORA, Martina Schujman Schümar,
NIX y Marea

¿Cómo las mujeres de la escena *techno* están utilizando la moda, el cuerpo y la actitud como herramientas de identidad y empoderamiento?

En esta columna me quiero adentrar en el *techno*, una rama de la música electrónica. Pero antes de ahondar en este género, quiero introducir un breve contexto histórico, adentrándonos en los años 80, cuando surge la popular escena *rave*. Un espacio que nació como declaración contra las normas restrictivas, promoviendo la libre expresión y la aceptación radical, y que hoy simboliza la diversidad y el espíritu comunitario de la música electrónica. Aunque la escena *rave* y el *techno* comparten raíces dentro de la música electrónica, no son lo mismo y cada una construyó códigos estéticos propios. En un lenguaje visual que trasciende las barreras del género, el juicio social y la cotidianidad, es este ámbito el que probablemente nos une a mí como comunicadora, a Sofoco como medio y a ustedes como lectoras con un interés en común: analizar la moda.







En plena expansión, la moda deja de ser una cuestión meramente estética para convertirse en una herramienta de identidad, libertad, rebeldía y apropiación del espacio por parte de las mujeres. Con la colaboración de cuatro mujeres y artistas emergentes de la escena en la ciudad de Rosario, en Argentina, me voy a permitir explorar este universo asociado a la noche desde adentro. Y las invito a que lo recorran conmigo.

Botas negras, accesorios metálicos y mucho negro son las prendas elegidas por excelencia. Este género influyó en nuestras artistas y en su forma de vestir, sacándoles prejuicios sobre cómo deben verse y alentándolas a encontrar, a través de las prendas, su versión más auténtica y creativa. Afirman que en este ambiente se celebra la comodidad y la libertad y desde que empezaron a transitar este camino, se atrevieron a combinar estilos nuevos y a reflejar su arte a través de la ropa como sello personal.





Me cuentan que, a diferencia de algunas escenas europeas, donde la estética está más consolidada y ligada a la historia particular de cada territorio, en Argentina existe una mayor mezcla de influencias. Esta mirada más ecléctica permite construir una imagen propia, donde conviven referencias del *techno* clásico con elementos de otras corrientes estéticas y culturales. En estos espacios abundan elementos característicos como lentes de sol, peinados exóticos, influencias estéticas del sadomasoquismo como red y arneses, ropa oscura, corsets, toques *cyberpunk* y góticos reflejando la modernidad y la tecnología que identifican y singularizan al género. Se sigue priorizando la comodidad como el mejor accesorio para soportar las horas de baile y disfrute. Me mencionan como inspiración musical y visual a artistas populares en la escena como las reconocidas *djs* nacionales Milena Adamis y Sol Ortega. En Rosario conviven muchos estilos en que las mujeres habitan este ambiente. No hay *‘una sola manera de verse’*. Hay mujeres con una estética muy *‘marcada’* fácilmente identificables con el género y otras más sencillas, lo que conforma una diversidad fluida de pertenecer.





Sostienen que la imagen es una extensión de quienes son y que tanto la música, la estética y la personalidad conforman una misma expresión artística.

Hoy en día las mujeres empiezan a tener cada vez más reconocimiento en este género, dejando de lado las presiones sobre su imagen, pero entendiendo que esta exigencia sigue estando allí para muchas otras. Nuestras artistas aconsejan que sin importar a qué te dediques, reflejes tu autenticidad al vestirse y te encuentres en el reflejo del espejo a vos misma, porque ese es tu mejor diferencial. No hace falta parecerse a nadie para ocupar un lugar, ni mucho menos responder a mandatos que se nos imponen sobre cómo las mujeres debemos encajar en un molde para pertenecer. La fidelidad a nosotras mismas es nuestro mejor accesorio.

En un mundo de uniformes, apariencias y minimalismo, el *techno* rechaza todo juicio, etiqueta y estereotipo. En este ambiente vestirse no se trata de la ropa que te pones, sino de quién sos, de inspirar a otros a comunicar su identidad y de valorar un espacio donde se celebra la creatividad. Quizás por eso, dentro del *techno*, la moda trasciende la estética y se convierte en una forma de narrarnos a nosotras mismas. 

Naza | studio ✨

**Capturo la belleza de los
momentos espontáneos y
detalles auténticos**

**worldbynaza.tumblr.com
[@naza.studio.ph](https://www.instagram.com/naza.studio.ph)**

UMBRA

ciclo de hard techno
en la ciudad de
Rosario, Argentina

@umbra.techno



SHŪGEN

守言プロトコル

PROTOCOL ツ

UPLOAD YOURSELF TO THE PROTOCOL.

ROSARIO, ARGENTINA

@shugenprotocol



Geografía del deseo *limitado*







Los Padrinos del 2018

- Familia Quispe Grados e Hijos
- Familia El Escano Ayala
- Familia Calvet Salas e Hijos
- Familia Mendoza Donayre
- Josthyn y Luana Piñas Caldaron



Virgen de la Inmaculada Concepción





No solo son vulnerados los territorios, sino quienes viven en ellos. En Lima, fuera de lo categorizado como zona turística, los y las jóvenes de Barrios Altos sobreviven al descuido estatal, el prejuicio social y la falta de oportunidades, a través del arte y de una batalla fundamental: la de no ser silenciados/as ni encasillados/as.

La meritocracia es tan solo un concepto que le permite al poder político no cumplir con sus ciudadanos y ciudadanas. El despojo de los privilegios, las necesidades básicas no cubiertas y la exclusión no son, para quienes lo viven, una forma de crear una estética que luego la industria vuelve folclórica y explota: son una manera de materializar ante los ojos la falta de derechos que no deja de gritar.











Tina en Barrios Altos de Yulissa Aranibar — ARRANCA Prod

Producción, Dirección Artística, Stylist y Casting Yulissa Aranibar ([@arranca_prod](#)) ([@yulissa_aranibar](#))

Fotografías Henry Rumi ([@henryrumi](#))

Barrios Altos Boys Giuliano Mora alias MAXIMALISMOPERUANO ([@noalmuerzo](#)), Kevin Piñas Calderón alias TAHIEL, Carlo Branco Arena alias DESAKATO, Jhosthyn Briceno alias LUAN y Flavio Vera alias DOLA.

Marca Pulga La Tienda ([@pulgatienda](#))

Locación Barrios Altos, Lima, Perú

ARRANCA PROD

**Producción audiovisual / Styling / Casting /
Dirección de arte / Diseño & Dirección creativa**

**Historias latinoamericanas
contadas a través
de la moda.**

LIMA — MILANO — PARIS

**arrancaprod.com
@arranca_prod**



La ficción *tropical* que nos *viste*

por Camila Andrea Rua Tovio

Ilustración digital por Sofoco
Fotografías Cortesía de Camila Rua y Colombiamoda

Cada cierto tiempo, aunque cada vez menos, aparece en internet una persona extranjera narrando que trajo la ropa equivocada para su viaje por Latinoamérica.

Así, una maleta llena de bermudas, camisetas y vestidos se enfrenta a “*la nevera*”, la capital de Colombia, Bogotá, que registra una temperatura promedio de 13.5°C a lo largo del año. Una equivocación aparentemente simple que demuestra cómo conciben al país y al trópico.

En ese sentido, las maletas empacadas por personas del norte global no solo contienen la ropa equivocada o adecuada, sino que también cargan imaginarios, entre ellos la idea del trópico como territorio binario: un paraíso o una región peligrosa, salvaje y llena de enfermedades.

El viaje en sí mismo es muestra de esa primera cara de la moneda y las medidas internacionales, como las alertas de viaje, evidencian la segunda. Por ejemplo, a pesar de que el *Global Peace Index* de 2026 categoriza el estado de paz de Colombia y Estados Unidos en el mismo nivel, bajo; en abril de 2026, Estados Unidos emitió una nueva advertencia para Colombia y en ella indicó: “*Reconsidere su viaje a Colombia debido a la delincuencia, el terrorismo, los disturbios civiles, los secuestros y los desastres naturales*”.

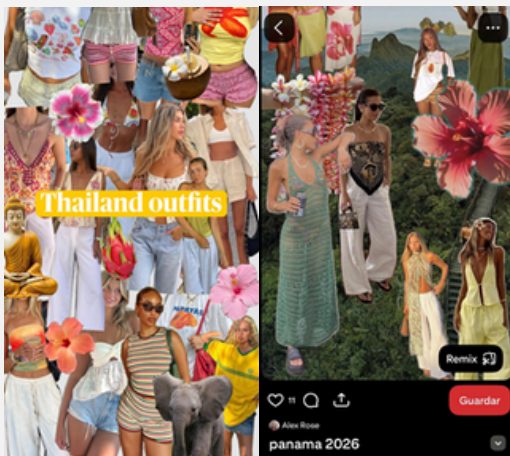


Las fantasías y los temores sobre los países tropicales de los viajeros actuales son la continuación de las ideas coloniales que contribuyeron a la construcción tanto de América Latina (aunque no de Abya Yala^[1]) como del resto de territorios ubicados entre el Trópico de Cáncer y el Trópico de Capricornio, por ejemplo, India, Hawai, Filipinas, Cuba y Tailandia.

^[1] Abya Yala es el término utilizado por los pueblos indígenas para referirse al continente americano como resistencia a la colonización.

Al conjunto de ideas y actitudes, como la ambivalencia de paraíso y peligro, David Arnold la nombró como “*Tropicalidad*”, que distingue “*lo otro*” de occidente, particularmente las tierras tropicales o “*zonas tórridas*” de las tierras templadas europeas. Edward Said explica que la “otredad” o “lo otro” es una construcción mental y política de occidente que presenta a las culturas no occidentales como inferiores, exóticas o atrasadas; en el caso de análisis de Said se refiere a Oriente y Arnold lo retoma para observar el trópico.

La construcción mental de “*lo otro*” es una sobresimplificación de una realidad compleja y viva, así que no es una realidad objetiva. Entonces, los destinos tropicales son casi que intercambiables y la estética aspiracional para ellos es una, no importa que sea Tailandia, Panamá, Bali o Colombia, la inspiración vestimentaria se codifica en redes sociales bajo las etiquetas de “*tropical vacation outfit*”, “*island girl*” y el símbolo de la flor hibiscus o “*bonche*” como se le conoce en la costa Caribe colombiana. Una estética que se diferencia de la de un “*verano mediterraneo*” y que no tiene en cuenta el clima de ciudades como Bogotá.



La existencia de una vestimenta general para todo el trópico tiene antecedentes, así se puede observar en el *European cloth and 'tropical' skin: clothing material and British ideas of health and hygiene in tropical climates*, ya que Johnson menciona que, los viajeros británicos de finales del siglo XIX en vez de comprar ropa específica para lugares como el Congo o Calcuta, a menudo compraban ropa para usarla en todos los climas tropicales. De esta manera se puede comprender que la “tropicalidad” es un discurso homogeneizante, al mismo tiempo que diferenciador.



Como se mencionó anteriormente, esta diferenciación plantea al trópico como inferior, exótico y/o atrasado, tanto así que justifica la dominación de los pueblos supuestamente salvajes y la explotación de los recursos naturales desde la colonización hasta la actualidad. En paralelo, este discurso colonial se capitaliza y convierte al territorio y las características útiles para la “*tropicalidad*” en mercancía cultural exportable, como el personaje de Carmen Miranda o el disco *Tropicoqueta* de Karol G.

Por consiguiente, no es de extrañar que el boom internacional de la moda Colombiana se haya dado con la estética “*Tropical chic*” y/o “*Caribbean chic*”, específicamente con la colección *Nativa* de Johana Ortiz en 2014 que exploraba lo caribeño y tropical a través de elementos como flores, colores y boleros.

La importancia de esta estética se alcanza a dimensionar cuando Vogue afirma que: “Se podría decir, entonces, que fue esta estética la que abrió la puerta al diseño de autor en Colombia” en el artículo “*25 años de moda en Colombia: Del Tropical Chic al diseño de autor*”.

Hoy diseñadores de todas las regiones de Colombia hacen uso de los elementos del trópico tórrido, su fauna, su flora, sus paisajes y su pasado colonial; tanto así que viajan a ciudades como Cartagena, se inspiran, hacen sus colecciones y las venden en el centro histórico y/o la exportan a todo el mundo con Estados Unidos como principal destino en 2025, de acuerdo con El Colombiano en el artículo *‘Estas son las empresas y los departamentos que más exportan moda colombiana’* en 2025.

La dinámica de apropiarse de los elementos exóticos que no se dan en las tierras frías del trópico andino lleva siglos de historia, desde el siglo XIX cuando el mercado europeo le exigió a la elites criollas exportar materias primas como la quina, el tabaco, el caucho, el banano o el café. Así lo explica Felipe Martínez Pinzón en el libro *Una cultura de invernadero: trópico y civilización en Colombia (1808-1928)* donde afirma que: *“La apropiación del trópico en Colombia surge como un mandato de la economía mundial que se corresponde con un relato representacional”*. Martínez habla de una apropiación *de trópico* en Colombia porque los criollos de países ubicados en el trópico andino y sus climas fríos crearon una ficción ideológica en la que Bogotá y los Andes no hacían parte del trópico, refiriéndose al trópico tórrido de las tierras bajas.

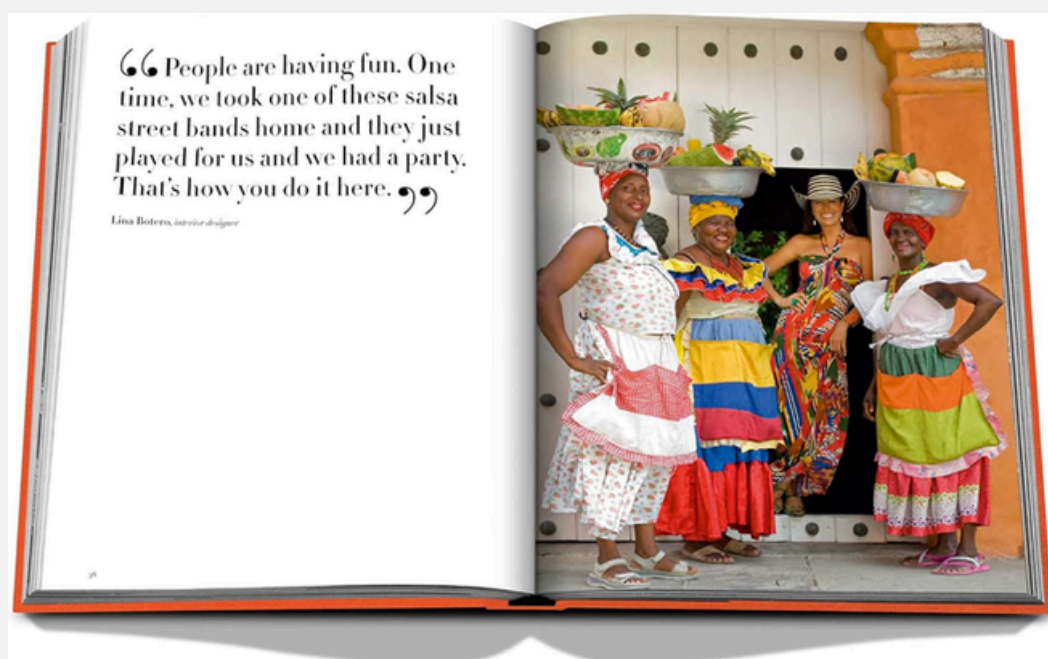


Al igual que Europa entendía al trópico como inferior para diferenciarse de él, los criollos también hicieron lo mismo. De acuerdo con su ficción en el trópico de tierras bajas, las enfermedades abundaban, la temperatura degeneraba las razas, los “*salvajes*” vivían estancados en el tiempo y la fertilidad de las tierras fomentaba la holgazanería y la lujuria. Algunos de estos discursos continúan vigentes y permean los imaginarios sobre las zonas tórridas del país, como las ciudades coloniales estancadas en el tiempo.

Esa comprensión y representación superficial sobre ciudades como Cartagena también se puede observar en la moda y sus diferentes actores. Por ejemplo, en el libro *Cartagena Grace*, escrito por la diseñadora Johanna Ortiz y Lauren Santo Domingo, y descrito como: “*Esplendor colonial. Alma caribeña y orgullo inquebrantable*”, una frase que parece transmitir el sentimiento de alguien que añora la época de la colonización y solo entiende a Cartagena desde esa mirada, estancada en el tiempo.



El caso anterior ocurrió en 2023, y solo algunas semanas después, la marca Baobab causó otra polémica por sus prácticas racistas durante la apertura de su boutique en Cartagena, ya que la marca contrató un performance de “palenqueras” en el exterior de la tienda mientras que en el interior mujeres blancas hacían parte del evento, reproduciendo así dinámicas y discursos de la esclavitud.



Tanto *Baobab* como *Johanna Ortíz* son marcas de talla internacional que han utilizado el discurso de lo trópico y las estéticas del *resort wear* para sumar exportaciones, aunque ambas lo hicieron con su propio estilo y en momentos distintos. Sin lugar a dudas, esa fórmula que reproduce discursos coloniales y discriminatorios sobre lo que se supone que es el trópico y sus tierras calientes ha llevado al éxito a la moda colombiana.

Esa ceguera ya era notable en 1996 con los incipientes avances de la moda en Colombia. Alfred Wild en el libro *La moda en Colombia* afirmó: “Al fin, pues, la moda colombiana o, para no ser tan enfáticos, la moda producida en Colombia. Una moda hecha con todo lo que conforma nuestra nacionalidad, nuestra variada y mixta geografía. Pues ya no es Bogotá la ciudad que irradia sus pesados trajes de paño oscuro hacia la tórrida costa. Hay una respuesta adecuada a las necesidades del clima, al temperamento e incluso a la temperatura de la seducción, distintas en cada punto del país. La moda de Colombia surge en el centro y en la provincia”. La cuestión está en que el éxito de la moda colombiana y la producción desde la “provincia”, la “periferia” o lo “otro” no implica necesariamente una representación del territorio por fuera de la “tropicalidad”.

Aun así, es cierto que en los últimos años hemos visto pasarelas inspiradas en otros elementos de trópico. Como la colección *Matilde* del diseñador Juan Pablo Socarrás, presentada en Colombiamoda 2026, que se inspira en la cantante de cumbia colombiana Matilde Díaz.

La pasarela *Homenaje al Valle* inspirada en canciones clásicas del vallenato y que reunió a 8 diseñadores colombianos durante la edición 2026 de Ixel Moda Itinerante en Valledupar; o la colección *Soy Río* de Faride Ramos presentada en Panamá Fashion Week 2025, con una sastrería que muestra a un caribe más anguloso y sin tanto color.





Sin embargo, cuando miramos de cerca podemos encontrar elementos estéticos de este caribe ficcional y la continuación de la narrativa tropical, como en la descripción de la colección de Ramos: *“Soy Río es una colección inspirada en Mompox y el río Magdalena que celebra a las mujeres del trópico, reinterpretada por Faride Ramos con sastrería refinada y de identidad”*.

Ahí, como ser caribeño que soy, en búsqueda de la complejidad es cuando vuelve una duda que me atormenta desde que empecé a interesarme por la moda: ¿acaso las estéticas y narrativas en la moda creada en el Caribe y el trópico siempre tienen que estar atravesadas por sus condiciones climáticas y ambientales? 🤔



CAMILA RUA

Periodista y socióloga

Investigo las modas y el vestir como espacios donde se cruzan género, identidad, cultura y sociedad. Desde el periodismo y la sociología, convierto esas preguntas en investigación, artículos, columnas y divulgación.

@camiruatv

La teatralidad no es
más que llevar la
libertad al límite.
¿Quién osa
conocer hasta su
última máscara, sin
antes pasar por las
de los demás?











Residual de Camila Gallardo y Andrea Maldonado junto a Colectivo Lía Padilla

Creadoras textiles Camila Gallardo y Andrea Maldonado

Modelos Jules Wong, Acquabels

Equipo de producción audiovisual ZE ACHE MODA, Emily, María
Eduarda Mendoza, Nicholas Gonzalez, Andrea Almeida, Cami Medina

*

Texto en Sofoco Revista *Edición 02* Jessica Signoretta





Delfina Tulli

*El faro que guía el semillero
artístico de la moda regional*

Fotografías Cortesía de Delfina Tulli

Durante décadas, la academia argentina leyó a la moda *únicamente* desde la severidad del plano y la costura. Estudiar moda era, de forma casi taxativa, aprender a trazar moldería, computar costos de mermas textiles y domesticar la máquina de coser.

El cuerpo era el soporte pasivo de un despiece de tela y el diseño de indumentaria, el único idioma con rango. Sin embargo, la complejidad de nuestra cultura material exigía una estructura de pensamiento que trascendiera el taller: hacía falta una tecnología intelectual capaz de descifrar qué coordenadas históricas, políticas y artísticas operan cuando esa prenda habita el espacio público.

Y es bajo esa grieta teórica donde la *Licenciatura en Diseño y Gestión de Estéticas para la Moda* de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) se planta como una reforma de las soberanías visuales del Cono Sur.

Al academizar los universos transversales del sistema —el estilismo como un ejercicio crítico, el pronóstico de tendencias como una lectura sociológica profunda, la dirección de arte y la narrativa audiovisual— la carrera rompe el monopolio del *hacer* para consolidar la era del *comprender*. La preparación universitaria, en este escalón, dota a las y los estudiantes de una metodología de autoría. Desplaza el rol técnico de *coolhunter* para construir la figura del/la intelectual textil: profesionales capaces de fundar narrativas estéticas donde la región se mira a sí misma.

Esta transformación metodológica encuentra su brújula en la dirección de *Delfina Tulli*.

Licenciada, con una trayectoria consolidada en el circuito editorial de alta escuela —habiendo coordinado la moda de la revista *L'Officiel Argentina* y curado puestas en escena visuales para marcas globales como Hermès— Delfina traslada al aula el rigor quirúrgico del set y la sensibilidad intimista del archivo. Su gestión se distancia de la inercia corporativa ordinaria que suele entrenar autómatas para el mercado internacional globalizado; y su dirección pregonar un equilibrio sutil y filoso: la intersección exacta entre la agudeza técnica, el diseño de emociones estéticas y la adaptación de una mirada consciente.



“Partimos de una premisa fundamental para despejar ideas preconcebidas sobre la palabra moda: *nosotros formamos diseñadores que no hacen ropa, formamos diseñadores que configuran 'estilos', es decir, sintaxis visuales intencionales.* Es aquí donde la palabra moda entra en una nueva y más amplia categoría: moda como todo aquello que atraviesa el consumo, los hábitos y comportamientos de la sociedad (arquitectura, diseño industrial, gastronomía e indumentaria, por supuesto). Para lograr esto, instalamos desde el inicio una metodología de pensamiento propia del ejercicio del diseño: la metodología proyectual. El objetivo es superar rápidamente la barrera de lo subjetivo, el 'lindo', 'feo', 'me gusta' o 'no me gusta', para adoptar una postura crítica, reflexiva y analítica. **Les enseñamos a pensar el diseño como un sistema”.**

— Delfina Tulli

“El verdadero desafío de nuestros profesionales radica en la capacidad de traducir el universo verbal y conceptual a soportes físicos o visuales tangibles, alejándose de representaciones puramente literales o ya dichas, para crear propuestas verdaderamente innovadoras. Por ejemplo un fashion film, una editorial o un producto de cosmética para un posible futuro. Una vez que el estudiante adquiere esta matriz de pensamiento, se activan las herramientas de investigación y se convierten en una especie de antropólogos o detectives socioculturales. Aprenden a rastrear fenómenos sociodemográficos emergentes, comprendiendo la naturaleza proyectiva propia del sistema de la moda.

Se preguntan constantemente *¿Qué evidencias de cambio hay en nuestra cotidianidad? ¿Qué nos dicen estos nuevos hábitos de consumo? ¿Y cómo anclamos esta visión analítica en nuestra región?* Esta dimensión proyectual les aporta un proceso metodológico que mira estratégicamente tanto el contexto local como global. No copiamos tendencias, las traducimos”.

— Delfina Tulli





“Para que puedan leer la moda regional con elementos propios, la carrera cuenta con un fuerte bloque en el Área de Comunicación y Cultura. A través de materias como Historia Argentina, Arte Latinoamericano, Historia del Arte e Historia del Traje con perspectiva rioplatense, *los invitamos a observar nuestros propios estereotipos nacionales, desarmarlos y repensarlos.* En varias asignaturas, las Prácticas Profesionales o el Trabajo Integrador Final de la carrera tienen como objetivo ejercitar una mirada nacional para pensar la Identidad. Si la metodología está aprehendida, el ejercicio se activa tanto para observar lo nacional como lo internacional. *Pensar desde el diseño siempre implica pensar desde lo local, porque nuestras mentes y nuestras metodologías se configuran en este territorio*”.

— Delfina Tulli

“Tengo la inmensa ventaja de *jugar de local*. Al ser licenciada de la carrera en esta misma casa de estudios, comprendo íntimamente y desde la perspectiva del alumno el desafío que implica aprender a pensar el diseño y el proceso complejo de aprender a curvar las ideas. Esta empatía se nutre todos los días de mi experiencia en la clase. Ejercicio la docencia desde hace 8 años en diversas instituciones, y *sigo creyendo en la cercanía del aula como una fuente inagotable de activación y motivación*. Siempre digo que, ante todo, soy docente. Este ejercicio exige una construcción permanente de la mirada y una búsqueda activa de lo nuevo”.

— Delfina Tulli



“Haber sido Coordinadora de Moda en un medio y trabajar actualmente en proyectos del ámbito cultural me da una perspectiva real de la industria. Me permite entender qué está sucediendo hoy en la moda argentina y trasladarlo a la carrera, incluso a toda la Facultad de Diseño, ya que trabajamos permanentemente como unidad. *Ese networking activo, que junto a mis alumnos solemos definir como el ejercicio permanente de la autogestión, es vital para que la carrera no se quede encerrada en sí misma.* Todo este recorrido se equilibra al trabajar junto a la decana de la Facultad de Diseño, *Turquesa Topper*, quien es la líder, eje y guía. Ella fue mi docente y la creadora fundacional de esta carrera: trabajar a su lado tiene mucho de un valioso discipulado que me permite volver constantemente a las raíces de este proyecto. *Sostener esta visión sería imposible si no se construyera en equipo.* Esa sinergia la plasmamos en el trabajo diario junto a la Directora del Departamento de Moda, la diseñadora y antropóloga *Lucila Lara*; la referente de la carrera y egresada de la Licenciatura, *Clara Sbarbati*, y todo el equipo de la Facultad, aportando un código de conversación interdisciplinario que integra a todas las áreas del Diseño. En este ecosistema colaborativo, y en un ida y vuelta permanente con los docentes y los alumnos, es donde decodificamos las demandas reales del rubro, detectando qué espacios debemos fortalecer y qué dinámicas debemos mantener activas”.

— Delfina Tulli



“Les otorgamos a nuestros profesionales una metodología de revisión y resignificación de lo local. El entrenamiento busca ejercitar la idea de tendencia mirando desde distintos planos: de adentro hacia afuera y viceversa. En un mercado históricamente eurocéntrico, este es uno de los ejercicios más complejos y disruptivos porque, culturalmente, *no estamos acostumbrados a buscar la novedad en nuestro propio entorno*”.

— Delfina Tulli

“Me gusta citar un trabajo práctico que estamos dictando actualmente en una de las materias de 4to año de la carrera. Les propusimos a las alumnas realizar un relevamiento estético y etnográfico profundo de un barrio de la Ciudad de Buenos Aires. Tras un exhaustivo trabajo de campo, que incluyó visitas y el análisis de más de 80 fotografías tomadas por ellas mismas, se las desafió a decodificar la sintaxis visual de ese barrio para transformarla en una producción editorial y en un *fashion film* que plasme la identidad de esos lugares desde una perspectiva innovadora. Para mí es indispensable recordarles a los alumnos que nunca dejamos de trabajar en moda: todo lo que hacemos tiene el objetivo final de generar deseo o reflexión estética, y ser factible de venderse en el mercado, ¿no? Sin embargo, **la búsqueda comercial no tiene por qué licuar el significado de lo que nos rodea. Todo lo contrario; le da potencia.** En el aula nos preguntamos constantemente *¿Qué códigos de novedad adquiere hoy la identidad nacional? ¿Cómo dialoga con su historia? ¿Qué próceres o ídolos populares nos configuran hoy, y cómo se transforma todo eso en estilos propios y actualizados?*”.

— Delfina Tulli



“Si el mercado internacional ya entendió el valor de nuestra identidad (*ejemplos contundentes como la icónica Gaucho Bag de Dior*), es nuestra responsabilidad entenderlo nosotros también. Nuestros profesionales deben reivindicar lo propio, hacerse cargo, añadirle valor estratégico y estético”.

— Delfina Tulli



La carrera está pariendo a la generación que reescribirá la memoria del vestir en América Latina y el Caribe. ¿Una hipótesis afirmada? Sí. El entrenamiento hacia una nueva *forma* de mirar se encuentra en las y los estudiantes de la carrera desde el primer año: desde allí, la practicidad de sus talleres se vuelve canal para que las y los profesionales construyan –y principalmente conozcan de sí mismas/os- *cuál es su forma*. No se trata de aislarse del sistema suntuario mundial que sigue operando con sus lógicas eurocéntricas de dominación estética, sino de pararse frente a él con el equilibrio de una lectura justa. Las aulas de la UADE se transforman así en laboratorios de resistencia cultural, donde las futuras y los futuros profesionales aprenden a desarmar el figurín ajeno para interpretar la cultura material de la región y de su propio suelo (*la mirada madre primordial*), fundamentalmente el archivo indumentario argentino.



“El objetivo central de la Licenciatura ante la moda local y latinoamericana es ejercitar la conexión entre las tendencias globales y nuestra propia realidad. No entendemos el diseño de otra manera que no sea a través de una multiperspectiva integrada. **Frente a la necesidad de que la región se narre y se construya a sí misma a través de la imagen y el estilismo, formamos un perfil profesional muy específico: portavoces capaces de descifrar el presente para proyectar los futuros nacionales, internacionales, todos ellos.** Formamos profesionales capaces de ponerle nombre a lo que todavía no existe, traduciendo evidencias estéticas, hábitos y tensiones sociales en conceptos y productos tangibles. Como la Facultad de Diseño de UADE, asumimos la responsabilidad de guiar a estos creativos para que pongan en práctica su identidad como diseñadores de estética”.

— Delfina Tulli



“Recientemente les propusimos a los estudiantes redactar un artículo crítico cruzando analíticamente los fenómenos de la Met Gala y la Bienal de Arte. Mirar desde una perspectiva superficial y adoptar el rol más lúdico de decir si un vestido es *lindo* o si una obra es *llamativa*, es algo que cualquiera puede hacer, y está bien que suceda, es parte del show. Pero **el verdadero desafío, y donde reside el valor de nuestra Licenciatura, consiste en activar una mirada estética, teórica y reflexiva. Cruzar la filosofía con la moda es el valor en sí mismo.** Lograr que un estudiante observe el traje de Bad Bunny en la alfombra roja de la Met Gala y pueda decodificarlo bajo la lente conceptual de un pensador contemporáneo como el filósofo surcoreano Byung-Chul Han es, justamente, el verdadero aporte de estos diseñadores”.

— Delfina Tulli



“El primer gran aporte cultural de nuestros profesionales radica en transformar la moda en una conversación crítica, despojándose definitivamente de ese estigma histórico de frivolidad que la reduce a la mera combinación de colores o tendencias pasajeras. Nosotros formamos diseñadores con agencia: profesionales con voz propia, que piensan, que cuestionan y que entienden que la moda es un espejo social y un territorio de permanente reflexión. Al dotar a nuestros estudiantes de herramientas metodológicas que les permiten discutir e interpelar al sistema de la moda, estamos construyendo las bases de un futuro regional maduro. Formar profesionales capaces de pensar la moda nos garantiza un futuro regional con narrativas críticas, sólidas, vanguardistas y, sobre todo, profundamente propias”.

— Delfina Tulli



Serán ellas y ellos, formados bajo esta poética de la rigurosidad, las encargadas y los encargados de guiar los relatos artísticos del porvenir con la perspicacia de quien sabe qué está narrando y, sobre todo, a quién está representando. La autenticidad de los estilismos regionales del mañana ya no dependerá de la validación o el camuflaje en las pasarelas del norte global; nacerá de una mirada descolonial que se piensa, se gestiona y se enuncia desde la densidad material de su propia tierra. La importancia de que los roles transversales de la industria de la Moda estén academizados y al mismo tiempo dirigidos desde la visión sensible y consciente de Delfina, abre una discusión y al mismo tiempo un extenso camino: la formación y la enseñanza nacional y regional puede cimentar profesionales con el mismo nivel académico de escuelas internacionales, primero, para mostrarles, después, que la indumentaria y el vestir propio siempre tuvieron un valor igual de alto. ☺



La moda cultural es *el nuevo lujo*

por Camila Arturi

Fotografías *Puertas Adentro* de La Petite Mort por Marc Molnar

En un mundo que está en constante cambio y evolución se nos exige una resignificación total y profunda del lujo y de la moda. Ambos se van transformando y así alejándose de la pura y tradicional idea de ostentación que ha dominado el mercado por siglos. En concreto, hoy el lujo está cambiando: los consumidores y las consumidoras ya no buscan en las prendas lo caro, lo extravagante, sino que buscan un valor agregado: una historia que parte de un propósito cultural. Y es en este contexto donde Latinoamérica tiene una ventaja competitiva: es la región más permeable para emerger y liderar como el epicentro de un "lujo consciente" contando con todas las herramientas necesarias para ello. Autenticidad, sostenibilidad y respeto por lo artesanal combinado con una fuerte herencia cultural y una excelente manufactura local.

La industria, que necesita encaminarse a la inclusión, encuentra en Latinoamérica una forma que ofrece a la perfección. Todo su crisol de culturas, diversidad de etnias, variedad de regiones, suelos y climas conllevan a una combinación estilística de tradición, tecnología y diseño para crear soluciones sostenibles, con un enfoque orgánico que parte de la producción local, el uso de materiales naturales y el sostén de los propios elementos estilísticos a la hora de diseñar.





Por tanto, nuestro lujo es, ante toda contemplación exterior y posterior, *un lujo cultural*. La primera manera de mirar lo propio: está acá en nuestra tierra, en nuestro suelo, en lo ancestral, en nuestra herencia, traducido en piezas cargadas de emoción, historia y significados. Este lujo surge de esa mezcla de herencia cultural con diseño vanguardista, que resultan en piezas que expresan el cúmulo de identidades que atraviesan a la región.

Pero para permitirnos elevar lo artesanal a la verdadera categoría de lujo debemos ser conscientes y comprender que no solo se trata de prendas hechas a mano, sino que son auténticos patrimonios intelectuales y creativos, que guardan memoria, y donde se coloca el foco en el valor del proceso: desde la obtención de las fibras y materiales hasta una producción que se basa en procesos lentos y artesanales.

El lujo latinoamericano ha trascendido fronteras y posición internacional primero con Oscar de la Renta y Carolina Herrera. En los últimos años, y con propuestas más fieles a la cultura propia que a la mirada de la industria internacional, a través São Paulo Fashion Week y Colombiamoda. En estos escenarios, los diseñadores con sus marcas redefinen el lujo desde la artesanía, la identidad cultural y la experiencia de uso.





En México, marcas como *Carla Fernández* trabajan en colaboración con comunidades artesanas a la vanguardia de la moda ética, preservando técnicas textiles ancestrales e integrándolas a la moda contemporánea, resaltando así la artesanía como un valor diferencial y signo de alta calidad. Una de las premisas de su *“Manifiesto de la Moda en Resistencia”* contiene el eje principal del lujo latinoamericano: *“En el verdadero lujo no existe la opresión: el lujo se basa en admirar la fina y delicada riqueza artística que nace de las manos de los artesanos. No a la fabricación anónima, no al cautiverio de la imaginación en beneficio exclusivo del comercio”*.

En Brasil, Oskar Metsavaht a través de Osklen, su firma y pionera en sustentabilidad, articula un nuevo lujo desde la ética sostenible, integrando prácticas ambientales y materiales conscientes con diseño sofisticado. De hecho, su marca ha sido señalada como la primera marca de lujo internacional de origen brasileño, incluso con presencia en algunas de las ciudades importantes como Nueva York, Roma, Tokyo, Milán y Buenos Aires. Ejemplo de su estatus es que muchos artistas de Hollywood eligen Osklen, así como personalidades influyentes de la moda como Anna Wintour.





El segmento *premium* en la región evoluciona hacia un modelo donde el valor no se define por el producto sino por la alta calidad que ofrece la confección, la costura, el tejido, las técnicas ancestrales y lo hecho a mano, que están directamente ligadas a las historias y los relatos culturales. El uso de estos productos construye una conexión emocional con sus consumidores: el llevar una pieza que tiene una historia cultural previa, les otorga el mismo sentimiento de exclusividad que una pieza de una marca de lujo que vale millones. El acceso es limitado porque al realizarse a mano, las piezas suelen ser únicas e irrepetibles, como un tesoro. El posicionamiento ante un producto realizado bajo producción sostenible o lenta disminuye el grado de culpa de un consumo cruel con el medio ambiente. Y aunque las intenciones conceptuales de base del nuevo lujo parezcan salidas de la valoración, su premisa no es tan solo otra forma más de *status*. Ante la masividad de las réplicas de los productos de lujo en clases sociales medias y bajas, la exclusividad se desdibuja: a simple vista no suele ser fácil reconocer un producto original de una réplica y así la sensación de pertenencia de clase privilegiada se difumina y, a través de la moda, también se cuestiona.



Los nuevos ricos que construyen legitimación cultural, por ejemplo, como sucedió a través del *reggeaton* y hacen uso de marcas y objetos de lujo parte de su vestimenta, corren el límite del objeto como *status*. ¿Qué tan exclusivo y cerrado es el acceso que provee el vestir un objeto de lujo, si ajenos, hasta el momento, también pueden acceder a él? ¿Cómo sostienen la imposición y la autoridad cultural las clases altas y continúan siendo funcionales a la industria de la moda, que necesita generar deseo y a la vez una aspiración imposible, si no es a través de objetos de lujo? Cuando un accesorio comienza a mover el *status quo* del capital simbólico, las élites buscan otras maneras para continuar diferenciándose y seguir siendo exclusivas y lejanas al resto del mundo.

Si América Latina es la cuna de lo que la sociedad categorizó como nuevo lujo, las industrias regionales tendrán como urgente desafío construir puentes directos con artesanos y artesanas, para no derivarle la potestad a las marcas y que la brecha de exclusión de derechos y de capital económico sea cada vez más extrema. ☹





Revista Sofoco

Edición 02 — Octubre 2026

Dirección y Diseño editorial

Jessica Signoretta

Tapa

Reinterpretación de estampas de *Sofoco Objetos y Cris OB*

Fotografía pre Carta de editora

Still life / Naturaleza muerta, Marisol Méndez (2021)

Playlist

Curaduría: Ignacio Blanco Delía

© *Revista Sofoco Edición 02* es una publicación independiente y digital de carácter cultural. Las imágenes, los textos y los testimonios de esta edición son únicamente propiedad de sus autoras y autores originales y solo se emplean con fines culturales, críticos, históricos y educativos.

© SOFOCO 2026. Todos los derechos reservados.

sofoco