

The image is a close-up of a butterfly wing, likely a Pieris species, showing intricate embroidery. The wing features a complex pattern of pink, orange, and green, with dark brown or black spots and lines. The embroidery is done on a fine, light-colored fabric, possibly silk or cotton, and the colors are vibrant and detailed. The wing is shown in a slightly curved position, with the veins and patterns clearly visible. The text 'sofoco' is overlaid on the lower right portion of the wing.

sofoco

sofoco edição 01



Edição 01 — Abril 2026

Feito com afeto desde a Argentina para a América Latina e o Caribe.

Latina, a América que nos veste.

sofoco.online

Nesta edição

3

Carta da editora

10

Para quem se veste a música urbana?

Hayami 2k

26

Não há beleza sem sensibilidade

Nina Brasca

55

El Desborde de Luz Ballester

por Camila A. Arturi

68

Maquiagem: Identidade e Comunicação

por Sofiu Black

78

A ascensão do Meximalismo

89

O presente e o futuro da moda uruguaia

Carmela González Landoni

112

O urdume de Inés Bonadeo e Atelier Molina

128

**Buscapleitos, o farol da moda e da arte:
funcionalidade e design para a existência**

Daniela Gallara

154

Vestir a luta

por Nazarena Zoé

164

Mott.Project, a linguagem da memória

Andrea Rebolledo

188

Pele, origem e forma: a arquitetura do styling

Lisseli Santos

213

Um tecido de memória viva

por Magalí Martínez

224

**O valor cultural da moda reside em preservar a
memória social**

Yanis Olivares

240

**Um tesouro em branco e preto: o outro roteiro do
cinema mexicano**

por Juan Ramón Hernández

255

América Latina: roupas com história

por Camila A. Arturi



Carta da editora

Faremos o velho funcionar, Juan

Ao que parece, a geração Z não lê revistas, e Guillermo Fonseca — jornalista de moda mexicano — contou em suas redes que seus alunos e alunas não sabiam que a Vogue era uma publicação impressa, conhecendo-a apenas pelos vídeos do TikTok. Mas, apesar dos prognósticos, a Sofoco está aqui, com a primeira edição da sua revista.

As revistas se assemelham muito a um refúgio ou a um lar. São a matéria dos momentos em que nada no mundo importa mais do que aquilo que mais nos move. Estamos ali, escolhendo, em meio ao redemoinho cotidiano, dedicar alguns minutos à leitura e ao simples ato de nos submergirmos nos temas que nos fascinam, puramente por prazer.

É certo que a maneira de consumir informação está mudando, a cada dia um pouco mais. Há um excesso de tudo e muita repetição. É lógico e até saudável que as novas gerações decidam como e o que querem consumir. No entanto, dedicar momentos de prazer, mesmo que escassos, aos temas que nos instigam, geram curiosidade, nos agradam, divertem, ensinam ou apenas nos distraem, é algo que não mudará. Sem esses refúgios, a realidade golpeia com muito mais força.

E é aqui que as revistas levantam as mãos e retornam; elas dão um respiro ao tempo e não exigem furos jornalísticos, nem opiniões binárias, nem se tornam juízas do consumo. Levantam as mãos e dizem: *aqui estamos, venha*, você pode se refugiar por um instante e fazer algo bom (e belo) por si mesma: desfrutar da leitura sobre as coisas que você ama.

Jessica Signoretta





um chamado ao povo peruano

Participe da 1ª Pesquisa de Consumo de Moda Local da *Craps*.

Se você mora na *Região Metropolitana de Lima (Perú)* e consome marcas de moda peruanas, responda ao formulário no perfil do Instagram da Craps (**@craps.pe**)

A sua participação é fundamental para mapear a indústria local, tanto para quem consome quanto para as marcas e estilistas que fazem parte dela.



um chamado ao povo peruano









Hayami2K

“Busco que as minhas peças e a
minha música *me representem*”



PARA QUEM SE VESTE A MÚSICA URBANA?

A música urbana é uma fonte direta de streetwear. Não se trata apenas da representação estética do gênero musical, mas de algo interligado à escolha da simplicidade como ferramenta de construção. A música urbana ostenta, sim, mas a partir do simples. Discute o que é a ostentação, desmancha esse conceito e mostra que, com apenas algumas peças, articulam-se muitas coisas: mensagens, outfits, outras formas de vivenciar os luxos, outras formas de pertencer a núcleos aspiracionais.

No entanto, quando a mensagem se solidifica, todo o resto parece repetição. As mesmas camisetas amplas, os mesmos jeans, a mesma espessura de correntes, os mesmos bonés, as mesmas silhuetas oversizes repetidas exaustivamente. Quando começa, então, o ato diferencial de personalidade e quando a personalidade é meramente o ato de pertencer?

Não nos esquecemos da indústria, logicamente. O pertencimento, em uma estrutura industrial, é moldado e executado. Principalmente se as artistas são mulheres: a exigência sobre o seu vestuário é o triplo. Não basta um oversize que represente o gênero musical; é preciso combiná-lo com decotes, saias mídi e elementos que permitam também sexualizá-las. Nas artistas, o ato de vestir torna-se mais eclético, sim, os e as stylists possuem mais espaço para criar, mas esses espaços nunca são tão amplos, na realidade, a menos que você seja uma artista independente.



Não há apenas oversize em *Hayami*. Há outfits formados por camadas e curvas bem marcadas. Há blazers e camisas, há calças esportivas, jaquetas de couro, gorros de lã e de camurça. Botas, óculos Y2K, rosários e cruzes prateadas que não sobressaem além do pescoço e cintos que marcam a cintura. Há um corpo que segue a sua forma, que respeita a sua própria estrutura e uma pele que expande o valor do seu significado.

Hayami2K é **Sofía Chavarría**, uma artista urbana da Terra do Fogo, Argentina. La morocha nasty, a promessa del rap fueguino. Em seu primeiro disco, *Para cuando llegue al edén*, Hayami olhou muito para o seu bairro, olhou muito para as suas origens e narrou. Mas também olhou muito para si mesma e construiu, assim, o seu vestir. Quando Hayami se veste, relata o seu próprio espaço no freestyle.





“Tenho uma conexão muito linda com a moda. Gosto que a minha roupa represente como me sinto e que o que estou vestindo seja um conceito da minha personalidade. A primeira impressão é como a capa de um livro, onde ao vê-lo você tem uma ideia do que ele contém”.





“Para os meus shows busco outfits que me empoderem, me deem conforto e autenticidade. *E que também sigam uma única regra: não limitar meu processo criativo.* Para mim, vestir-me é arte visual e eu amo me expressar também através disso”.





“Na hora de me vestir gosto de jogar com o maximalismo. *Uso casacos furry, com acessórios como óculos grandes e escuros, gorros estilo ushanka e polainas de pele sintética. Também incluo elementos clássicos como calça de alfaiataria e camisa, adaptando-me ao clima da patagônia. Combino sempre o maximalismo e o clássico em um mesmo outfit. É a minha maneira de levar em conta o passado e o presente. Minha música representa o mesmo, utilizo ritmos atuais criados com samples de canções de outras épocas. Gosto da sensação de nostalgia na minha arte. Nas minhas letras sempre sou sincera diante dos meus sentimentos e processos. Na minha roupa também”.*

“Tenho o mesmo processo criativo quando faço uma canção e quando escolho um outfit. Gosto de estar em cada detalhe e busco que as minhas peças representem o que quero transmitir. Através das cores, das texturas e dos acessórios busco passar uma mensagem mais direta, além da minha música e das minhas letras. Transladar isso para o visual para poder gerar um impacto mais completo”.

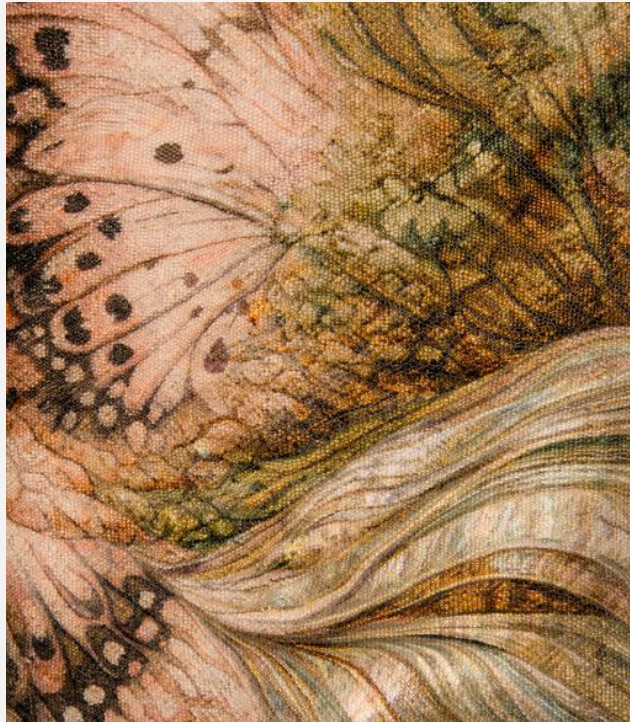






Há uma força no figurino de Hayami que desmancha, primeiro, e depois articula um pertencimento. Pode ser simples, sim, o fato de que o olhar próprio tenha criado um estilo que conseguiu se sustentar em outro que já possui algumas regras estéticas. É a profundidade do foco de Hayami o que permite isso: o relato será sempre o que define. As formas, é certo que é preciso buscá-las. Mas, uma vez encontradas, a coerência da mensagem se sustenta e oferece outro olhar. Um olhar que prega a exceção das individualidades como partes fundamentais de um todo.

E assim, o pertencimento e a continuidade da música urbana e do seu impacto estético em quem a escuta podem voltar a incluir e ressaltar personalidades construídas unicamente à sua própria maneira. ☺



Playlist — Edição 01

Disponível no Spotify

Uma playlist de **Hayami 2K** para Sofoco



Povo de baúl da Steph Orozco. A estampa de La Capa é uma intervenção pintada à mão em colaboração com o artista Federico Jordán Gómez. Por Laura Bruzual, 2025.









Nina Brasca

NÃO HÁ BELEZA
SEM *sensibilidade*

Fotografias Nina Brasca



Os conceitos repetidos sempre encontram um teto de saturação. Quando se tornam previsíveis, a dúvida e a busca surgem de ambos os lados: naqueles que os produzem e naqueles que os interpretam. A situação presente da fotografia de moda, há alguns anos, atingiu o seu limite. A finalidade única del concepto consumible estremeceu quando, primeiro, as consumidoras e os consumidores não se viram refletidos nas fotografias e quando a indústria compreendeu que precisa contar outras histórias. A era da imposição ainda oscila, sim. Há uma visão mais ampla, mas as tendências aspiracionais retornam com mais força, principalmente as mais cruéis, como a magreza extrema. Não podemos pretender que o poder ceda, é impossível. Ele sempre buscará uma maneira de se apegar e comandar. No entanto, a fotografia de moda não comprou totalmente essa ideia. Ela observa e mantém outras narrativas. O conjunto de criativos e criativas que sustentam outras visões já representa uma porcentagem maior.

Durante os bastidores dos desfiles do BAFWEEK OI 2026, Nina caminhou por todas as extremidades da locação: a entrada do desfile, o setor dos patrocinadores, as ilhas que os convidados e convidadas formavam quando se reencontravam. Foi a primeira vez que a Sofoco pôde vê-la trabalhando ao vivo. O seu olhar sobre o evento mostrava-se seletivo. Nina observava, com as mãos posicionadas em sua câmera, prontas para capturar os instantes, mas sem verborragia. Buscava histórias. As vezes em que fotografou foi porque encontrou expressões pessoais: outfits criados por camadas, uma combinação específica de cores, maquiagens artísticas. Nada plano, nada mais do mesmo. Nina Brasca, uma das fotógrafas argentinas contemporâneas, cobriu o BAFWEEK através das histórias de quem participou e compareceu. Nina narrou as expressões, os porquês, as relações com o vestir propostas por quem desenhou e por quem assistiu: exatamente a interseção que a moda constrói e que não deveria ser moldada.



“A forma de vestir é um dos temas que mais me obsecra no momento de retratar uma pessoa. Eu me especializo em street style, um campo que hoje muitas vezes é percebido como algo banal ou superficial, mas que para mim tem um enorme valor documental. *Com o tempo, estas imagens vão funcionar como um registro para analisar como éramos como sociedade e como indivíduos.* Não apenas quais tendências nos atravessavam, mas também quais imaginários construíamos e como decidíamos nos representar publicamente”.



“Que a moda pode parecer algo superficial é um conceito errôneo. *Na realidade, diz muito sobre quem somos ou quem queremos chegar a ser. A forma como nos vestimos é uma forma de expressão e de identidade. E esse é o interesse que está ligado à minha fotografia. É fundamental para mim registrar esses momentos. O material que hoje produzo nas fws, especialmente no street style, pode se tornar, no futuro, um arquivo valioso para compreender uma época*”.



As fotografias de Nina são frescas, etéreas e sinceras. Os três eixos fundamentais da identidade. Quando Nina retrata, é como se abrisse as pupilas e tentasse olhar para dentro. Possui uma linguagem poética para fotografar. Insinua e abre caminhos em meio à beleza, mesmo em uma campanha de moda que parece dizer tudo. Não se trata de capturar apenas expressões, claro. O foco de Nina se move entre as cores e as texturas das peças, como brincam com o corpo, como são vivenciadas em movimento e como dialogam com o contexto. É uma simplicidade sensível: contar, através da moda, a própria vida.

Em *On Photography*, Susan Sontag propõe que fotografar é uma forma de apropriação. A câmera é o instrumento de controle e uma extensão da consciência de quem fotografa, para acumular experiências. Também refere que há uma apropriação sobre o fotografado, convertendo-o em propriedade pessoal. Praticamente a base da fotografia de moda. A apropriação das formas do vestir como dogmas de inclusão ou exclusão social.

“Hoje a fotografia de moda está cada vez mais orientada a humanizar a indústria e aproximá-la do público. Em parte, isso pode ser lido como uma estratégia que surgiu com a ascensão dos influencers e do conteúdo orgânico, onde a moda tenta gerar uma sensação de proximidade e acessibilidade”.

“Vemos que muitas produções adotam recursos visuais que simulam certa espontaneidade ou artesanato. Por exemplo, o uso da luz natural inclusive dentro do estúdio, para gerar uma estética mais orgânica, ou o retorno ao analógico, que muitas vezes funciona como uma romantização dos dispositivos retro e dos processos mais humanos. *Também aparece muito a estética da câmera digital com flash direto, que é uma linguagem que me identifica particularmente e que remete à nostalgia das câmeras descartáveis e do início dos anos 2000.* Todos esses movimentos funcionam um pouco como um contraponto da imagem distante e aspiracional que historicamente a indústria da moda teve e que busca construir um vínculo mais próximo com o público. E em paralelo, aparece outro fenômeno forte que também está transformando a forma de narrar a moda hoje: o uso da inteligência artificial. Embora esse já seja outro debate”.

A memória que o olhar de Nina quer construir, embora se baseie no documental, é a experiência individual do/a fotografado/a. Em suas fotografias vê-se claramente o presente e interpreta-se o contexto. Mas o seu foco estende esse presente. Mostra cúmulos de realidades e todas as formas de vivenciar a própria cultura. Principalmente das mulheres, protagonistas dos olhos de Nina.















A fotografia utilizada na moda foi a arte mais direta voltada à apropriação de objetos (indumentárias e acessórios) que permitiu controlar, por décadas, a narrativa padrão sobre o que era e o que não era estar bem-vestido/a. Sem falar na América Latina, onde a fotografia de moda se baseava na exclusão cultural: o editorial validado era aquilo que remetia a elementos culturais europeus. Não foi apenas uma crença aspiracional, mas uma espécie de resignação coletiva diante da falta de representação do autóctone na moda. Toda a estética cultural própria que não se encaixava nos cânones não pertencia àquele universo. A fotografia de moda, na América Latina, passou décadas copiando o que acreditava que a moda deveria ser — e que não era, de forma alguma, o que a região em si mesma representava.

Porém, não há dogma cultural quando Nina fotografa. A consciência através de sua câmera é a representação pura, o que o fotografado pede, o que deseja mostrar. A experiência de suas fotografias é o trabalho de campo em si mesmo atravessado pela sensibilidade: o que existe, apenas por existir, já está validado. O vestir, nas fotografias de Nina, é um ato que demonstra profundidade, porque essa é a base a partir da qual ela fotografa: o profundo é inerente ao humano.

“Desde o primeiro momento quis construir um olhar 100% latino-americano e, em particular, argentino. E isso se reflete na forma como posiciono a câmera e retrato o meu entorno. Sempre senti que partir desse lugar é o mais honesto para mim, o que me corresponde como artista argentina. *Meu trabalho busca compartilhar a cultura latino-americana a partir de um olhar feminino e feminista. As mulheres no centro da imagem e eu retratando-as da maneira mais honesta possível.* Isso também se reflete nas paletas de cores que utilizo. Muitas vezes elas variam segundo as emoções que estou atravessando, tanto pessoais quanto socioculturais. Em alguns momentos aparecem tons mais frios, mas geralmente trabalho com cores intensas e vibrantes e sempre uma estética maximalista e carregada de informação, que é o que nos representa”.





“A fotografia sempre funciona como um pilar para representar uma realidade, embora nunca seja completamente objetiva, claro. Sempre está atravessada por um olhar subjetivo. Por isso também é difícil pensar em uma única identidade sólida dentro da moda latino-americana. A região é extremamente diversa e essa diversidade se reflete também na moda. Não é a mesma coisa a moda na Argentina que na Colômbia ou no Brasil, e essas diferenças também estão atravessadas por fatores culturais, sociais e econômicos. E a fotografia pode aportar muito para a construção de uma identidade. Desde cada lugar, decide-se celebrar a própria cultura em vez de tentar imitar as grandes potências da moda. Quando o local se torna protagonista, começa a aparecer uma identidade mais autêntica. Não creio que exista uma só moda latino-americana. É uma identidade complexa, múltipla e em constante transformação, e justamente aí é onde reside o mais interessante do seu potencial criativo”.





A madureza emocional das mulheres e a emocionalidade como elemento desenvolvido nas mulheres sempre foram, para o sistema machista, uma aresta de deboche e subestimação. Por consequência, também do exercício do controle e da violência. A raiz do seu significado social é mais básica: sentir é uma fraqueza. A capacidade de sentir, mais desenvolvida nas mulheres por ter sido o papel designado em anos de ‘civilização’, é insignificante ou um tanto incômoda. Nina trabalha sobre essa problemática com suas fotografias, primeiro, a partir de algo fundamental: fotografar as mulheres sentindo, para mostrar que não é algo fraco, que é parte delas mesmas e que com isso podem se construir. Pode ser que o controle se combata com o controle dos próprios sentimentos e, para isso, é preciso enxergá-los. Nina fotografa os stylings das mulheres que sentem e explora como o vestir sustenta as emoções e as mostra ao mundo. O registro de uma própria evolução.

“Meu trabalho está muito focado em representar as mulheres. As suas emoções, inclusive aquelas que muitas vezes são consideradas banais, menores ou superficiais para sentir. Atualmente estou desenvolvendo um projeto pessoal chamado Las Santas, onde exploro as emoções da adolescência precoce e tardia de mulheres argentinas. Através do styling e da maquiagem, as emoções de quem aparece nas imagens constroem uma mensagem profunda porque o que se relata é justamente a profundidade que as atravessa”.





“Também estou começando a incorporar cada vez mais texto nos meus projetos, para que não seja apenas uma imagem, mas que quem está diante da câmera possa deixar uma mensagem em palavras. *Sempre busco gerar algum tipo de conexão com a pessoa que estou retratando. Para mim é fundamental que haja empatia. Nunca me posiciono de um lugar de superioridade, mas sim a partir da ideia de pedir permissão para entrar, mesmo que por um momento, no mundo de outra pessoa, sobretudo através do seu olhar. Nesse intercâmbio compartilha-se algo muito íntimo, e minha intenção é que na fotografia se possa perceber quem é essa pessoa. Que seja admirada e respeitada. Que possa se destacar e que a sua voz tenha valor*” 🍷







El *Desborde* de Luz Ballesterro

por Camila Arturi

Fotografías BAFWEEK, La Feliz Estudio, Delfina Pía Rey e Luz Ballesterro

A edição Outono-Inverno e de 25º aniversário do BAFWEEK 2026 na Argentina esteve carregada de emoção, teatralidade e criatividade. Sediada no La Rural, a encarregada de fechar as cortinas foi Luz Ballestero, designer de indumentária argentina, graduada pela UBA e conhecida por seu estilo urbano, confortável e atemporal. Após dez anos de ausência nesta passarela, a designer voltou a se destacar, deslumbrar e impactar.

Em seus começos, trabalhou com e para grandes designers, mas no ano de 2011 arriscou-se e lançou-se sozinha no mercado com sua marca homônima, focada em uma modelagem experimental que transcende o corpo e com o slow fashion como conceito. Fanática pelas cores, e pontualmente pelo uso do flúor e do amarelo, Luz Ballestero desenha sempre uma interessante e harmoniosa mistura de tons quentes e diferentes texturas em cada uma de suas coleções.



Em suas propostas destacam-se sempre os volumes e as estruturas, em equilíbrio entre o controle e o excesso junto ao convencional e ao clássico. Assim, cria formas novas e reafirma uma identidade que encontra seu argumento na silhueta. Luz Ballesterro alcança algo difícil e único: evita esse desvio entre o convencional e aquelas peças que são descartadas por falta de utilidade. Desde o seu lançamento, consolidou-se com propostas nas quais prioriza funcionalidade e durabilidade. Seu trabalho projeta uma visão clara que se traduz em peças que as mulheres integram com completa naturalidade à sua rotina diária. A metodologia da designer combina a pesquisa têxtil com uma modelagem em constante evolução experimental. Embora o estilo característico de toda a sua carreira seja o sportswear, ela o transforma em peças de qualidade produzidas em séries limitadas que resolvem as necessidades do dia e da noite, em roupas que mantêm o conforto e a versatilidade.

Como ela mesma diz, **"Tento fazer com que a minha proposta tenha uma diretriz sempre orientada ao conforto. Esse é o meu principal objetivo na hora de desenhar; obviamente, a proposta de design, a criatividade aplicada na modelagem e na combinação de materiais e texturas são fundamentais e regem a parte mais artística no momento de me posicionar diante do manequim. Mas tento nunca deixar de lado a ideia de uma coleção confortável, fácil de usar, que você possa vestir da manhã até a noite".**



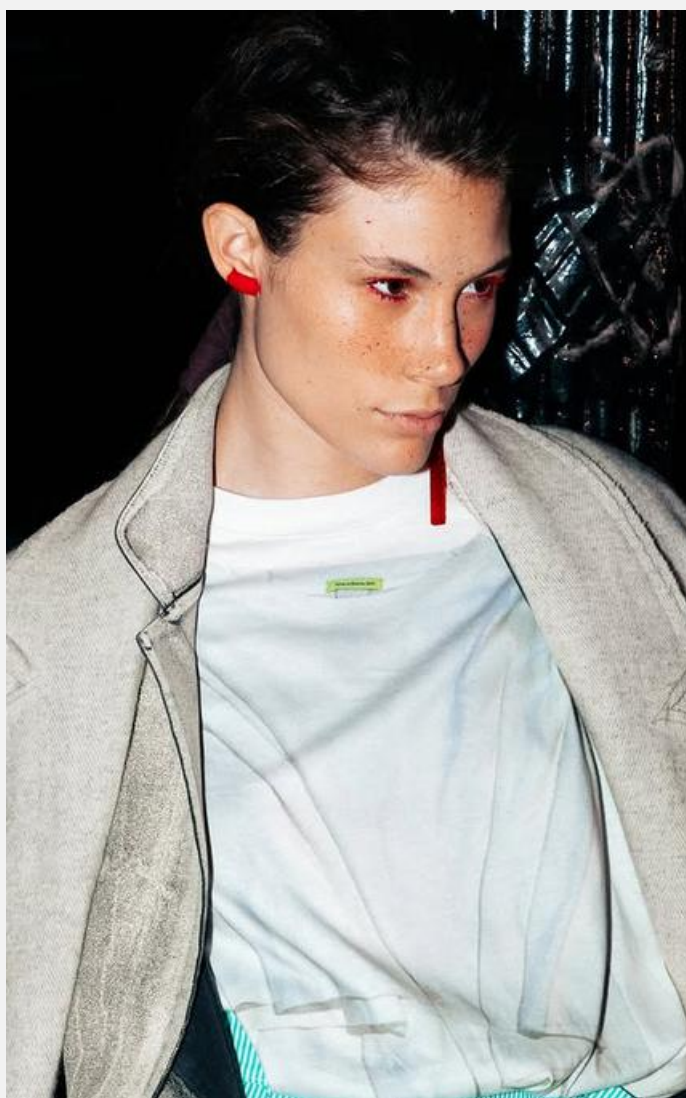
Longe de seguir padrões, etiquetas, modas rígidas e preestabelecidas, esta designer arrisca e, em suas criações, encoraja-se a combinar peças, texturas e cores. Desta vez, descobriu na teatralidade uma fonte de inspiração e foi assim que nos surpreendeu em sua última apresentação com **Desborde**, uma coleção inspirada no universo visual de Pedro Almodóvar, mas particularmente em seu filme *La habitación de al lado*.

Referência que soube bem interpretar em uma coleção intensa e expressivamente teatral como narrativa: uma mise-en-scène onde o próprio espaço, o som e a iluminação foram tão fundamentais quanto as peças desfiladas pelas modelos. A roupa, para além de vestir os corpos, converteu-se em uma declaração de intenções. As peças criaram histórias a cada prega, detalhe e costura. Como o cinema de Pedro Almodóvar, um dos maiores expoentes do cinema pós-moderno, que se assenta entre o melodrama e a comédia, resultando em uma colagem completa de gêneros e estilos — onde convivem a cultura popular com a tradicional, mas também aquilo que é a última tendência —, *Desborde* caracterizou-se por uma explosão de cor, em especial o vermelho. Uma saturação estética, inclusive datada e um tanto sentimental que poderia vir a ser considerada de mau gosto por estruturar-se com materiais baratos ou exagerados, imitando assim a arte de alta qualidade. Celebrou-se o excêntrico, o colorido e o retro, desafiando aquilo que ainda é considerado de bom gosto. A cenografia, o figurino e os interiores expressaram as emoções de cada uma de suas personagens: o que inspirou a designer foi o que ela transformou com sua linguagem e para onde nos transportou: a um completo e real universo Almodóvar.

Luz Ballesterro demonstrou mais uma vez qual é a sua linha de trabalho: leveza e energia através das cores, com designs pensados para todos os corpos e idades. Criando um mundo luminoso, fresco e harmonioso.

A atemporalidade de suas peças gera um estilo próprio que permite não focar tanto naquilo que se vai ditando como tendência. A própria Luz afirma: *“tudo é questão de atitude, o modo de encarar a vida e como nos sentimos com o que usamos”* e também com sua grande frase de cabeceira: *“Olhar-se e ver o que fica bem em você”*.

É assim que *Desborde* propõe um contraste em cada peça, onde as cores saturadas — vermelho, violeta e verde — interagem, combinam-se e fundem-se em manchas, em listras com tons neutros, e onde as texturas e materiais as complementam e criam uma forte tensão visual.



A coleção inteira nos convida a combinar as peças de uma forma muito criativa e divertida, permitindo-nos montar looks diante do espelho e nos surpreendermos com o resultado. O espírito é claramente urbano, esportivo e adaptável a qualquer situação. Um design pensado completamente para ser usado sem horários marcados. Nada é por um momento, mas sim para todos os momentos!





No BAFWEEK, a apresentação da coleção desenvolveu-se com uma forte narrativa cênica que foi dividida, qual obra teatral, em cinco atos combinados com perfeição à passarela. *Desborde* gerou momentos de intensa emoção, criatividade e outros de um calmo equilíbrio que só se rompeu para dar lugar a novas formas de expressão, cor e texturas.

Impactou, além disso, pela importância dada ao espaço e aos ambientes. Como o próprio Almodóvar, que no filme torna central unicamente a espacialidade — onde a personagem se muda para uma casa com uma estética construída a partir da especificidade, para terminar sendo o lugar central: um espaço belo onde o resto apenas acontece. Assim, Luz conseguiu que o público ficasse totalmente absorto pelo estético: cores, sons, luz, tensão e o jogo de texturas, formas e silhuetas. Foi capaz de sustentar a cena do mesmo modo que o filme faz: escura e intensa, transcorrendo entre intervalos e explosões de cor, e onde a música acelerou e aumentou a tensão.

Uma abordagem desconstrutiva, disruptiva, teatral e cinematográfica ao mesmo tempo, imersa em cada peça, que foi concebida e interpretada como uma obra de arte. Luz Ballesterro conseguiu que o público, ao ver o seu desfile, sentisse que entrava em outro mundo. Um mundo de cinema, um traslado direto para o espaço audiovisual, para um lugar conhecido e visto. As modelos não apenas exibiram suas criações, mas interpretaram personagens que foram materializações de um mundo paralelo perfeito.





Embora as peças de Luz Ballesterro não reparem nas tendências, *Desborde* teve a força necessária para ditar algumas delas. Como o uso de cores saturadas e contrastes intensos; o vestuário baseado na premissa de criar soluções para o guarda-roupa do dia a dia; morfologias complexas, mas fáceis de combinar por serem modernas e, sobretudo, funcionais; o conforto e a fluidez das silhuetas somados a básicos de alta qualidade, através das confecções e dos acabamentos que permitem criar um guarda-roupa com maior longevidade, sem deixar de construir um estilo tanto para o dia quanto para a noite.

O *Desborde* de Luz Ballesterro foi completo e real. Não apenas por seu universo de cores, texturas e criatividade, mas porque o cinematográfico, como parte artística da nossa vida, permite-nos moldar um olhar e nos conectar com nossos sentimentos para, então, plasmar isso no ato de vestir. A roupa que nos desborda por momentos também nos acolhe, faz-nos questionar, faz-nos conhecer a nós mesmos. Desborda-nos para o além, seja o que for que isso signifique para cada um. 🍷







Maquiagem: **Identidade e Comunicação**

por **Sofiu Black**

Fotografias **Vero Luna**



Penso na vaidade em relação à maquiagem e a primeira palavra que cruza a faixa de pedestres da minha mente é identidade. Se tenho alguns momentos adicionais antes que o semáforo mude, a palavra seguinte que cruza me parece ainda mais interessante: comunicação. E penso nos povos originários, nos quais a prática da maquiagem tanto facial quanto corporal tinha fins culturais e religiosos — isto é, identidade — e, além disso, era utilizada para distinguir uma tribo de outra — ou seja, comunicação. Sendo a nossa sociedade atual a herdeira de tais práticas, a identidade sempre é o passo inicial e a comunicação, então, o consecutivo.

O psicólogo Albert Mehrabian desenvolve, nos anos 70, a regra do 7-38-55. Apenas 7% da nossa comunicação é verbal. Um 38% depende do tom de voz, e os 55% restantes estão ligados à nossa imagem, expressões corporais e faciais. E esta maior porcentagem, onde se engloba a maquiagem, é a minha área. Há alguns anos, tive a minha primeira entrevista de emprego em uma renomada linha de cosméticos. Minha experiência profissional era escassa, e não poderia ser de outra forma, dado que eu tinha somente 21 anos. No entanto, eu estava muito segura de que aquela vaga tinha que ser minha. Vinha de um trabalho que, embora me permitisse pagar meus estudos de maquiadora, fazia-me muito infeliz. Esta era uma oportunidade que eu não podia deixar passar e, sendo fiel às minhas prioridades de sempre, planejei o makeup e o outfit com os quais compareci à entrevista.





Queria passar uma imagem responsável e adulta, por isso vesti o único blazer que tinha, de um azul-bic impactante e modelagem estruturada. Sabia que estava arriscando com uma cor tão estridente: as maquiadoras tendem a estar sempre vestidas de preto. Decidi que o makeup tinha que ser sóbrio, mas perfeitamente executado; que demonstrasse a minha habilidade com a maquiagem. Nos olhos, usei técnicas clássicas corretivas, com iluminações em bronze, que é o par perfeito para o azul. Pele luminosa, batom nude e o restante do outfit preto. Certamente fui selecionada para a vaga — algo que, anos depois, continuo agradecendo ao universo por ter acontecido.

Tempos depois, já no que era então meu novo trabalho, a supervisora que havia me entrevistado na sede onde trabalhei confessou-me algo: “Duvidamos muito em escolher você. Queríamos alguém com mais experiência para esta vaga, mas desde que você chegou à entrevista, em meio a tanto preto, você se destacou com seu blazer azul e suas sombras bronze. Ficamos interessadas em conhecer você e ver o que tinha a oferecer, mesmo sendo tão jovem”.



Gostaria de dizer que tudo foi estrategicamente planejado, mas foi um acerto afortunado sobre uma maquiagem e um outfit que simplesmente me faziam sentir bem. Aquele azul, que desde sempre é a minha cor favorita — inclusive muito antes de saber sobre psicologia das cores —, foi o que me abriu as portas para uma nova oportunidade. O azul, que por si só transmite confiança, profissionalismo e autoridade: qualidades que, aos meus 21 anos, eu estava ansiosa para demonstrar que possuía ou, ao menos, que estava disposta a alcançar.



É vital para a mulher moderna deixar de pensar na maquiagem como uma ferramenta unicamente útil para alcançar padrões de beleza. Embora a busca pela identidade seja uma viagem para dentro, quando a realizamos, inevitavelmente ela se expressa para o nosso fora. E nesse fora, que entra em contato com um entorno, a maquiagem torna-se uma ferramenta maravilhosa para expressar, não a partir da imposição, mas sim da autenticidade de quem somos. E, por sua natureza mutável, permite-nos jogar, experimentar e encarnar diferentes cores, texturas e estilos, não para selecionar uma única fórmula, mas sim para explorar e expandir nossa essência pessoal.



Este artigo é também uma carta de amor à minha profissão. A qual, espero que além de ser associada a palavras como correção, contornos ou blush, comece a ser reconhecida como o que realmente é: uma expressão artística pessoal e um meio de comunicação. 🍷





Blusa na técnica Encaje Ju, elaborada com agulhas e com um bordado de Mbói Pire, que em guarani significa pele de serpente. Feita em Carapeguá, pela artesã Mariela Figueredo. Ancestral Paraguay por Stephen Kei, 2025.







A ascensão do Meximalismo

NUNCA SERÁ UMA TENDÊNCIA O
QUE SEMPRE *represente identidade*

Fotografias Pau Negrete, Miguel Rivera, Kenet Velez e Urleth Sthefanía

O Museo Franz Mayer na Cidade do México realizou sua primeira Noche del Franz Méximalista: um evento coproduzido por Méximalismo e Colectiva en Pro de la Moda, com passarelas, atividades e música para celebrar a moda meximalista. E, à primeira vista, pode ser que o meximalismo pareça uma tendência antes de um movimento, mas, na realidade, o seu pano de fundo é muito mais profundo.

O meximalismo é um ativismo artístico focado na moda, criado por Dixy Rodríguez em 2023. Para o meximalismo, o ato de vestir-se é uma extensão da identidade que não pode ser lida sem honrar a terra onde se nasceu. Sua estética é uma declaração política: parte-se da própria terra para se inspirar, para se olhar e, a partir daí, vestir-se. O styling meximalista une os elementos da cultura mexicana, tais como os bordados, as cores vibrantes, o uso de peças tradicionais combinadas, roupas que refletem as estéticas cotidianas, os volumes, o vibrante e o carregado. Há muita cor, muitas camadas sobrepostas, muitos têxteis fusionados, muitos objetos que se convertem em acessórios. E embora o meximalismo nunca tenha se apresentado como uma tendência, porque sua postura não é efêmera e não formula nem propõe outfits dogmáticos, está sendo considerada como tal, erroneamente, devido à sua ascensão.





Um dos resultados gerados no México pela influência meximalista, através do evento no Museo Franz Mayer, foi a faixa etária do público presente. A maioria era composta por jovens de 25 a 35 anos, oriundos e oriundas da CDMX, interessados e interessadas em design, arte, consumo contemporâneo e moda. A partir disso, surgiu o questionamento se o meximalismo é lido realmente através da mensagem que propaga ou se constitui apenas mais uma estética, centralizada no México e utilizada para fins comerciais, que molda uma identidade que, ao ser exportada, acaba convertida em algo exótico.



O certo é que o Méximalismo se algo não tem, são regras. E essa também é uma delas. Se tivéssemos que dizer de maneira simples o que faz você ser meximalista ou vestir-se de forma meximalista, é carregar a sua terra no corpo. É comunicar com o seu vestir que as estéticas culturais do seu país são uma forma de inspiração e uma forma de identidade que se plasma no ato de vestir. É assumir uma postura desde, com e em direção ao próprio.

Mostrar de onde se vem e legitimá-lo com o corpo através da moda não é algo banal para quem nasceu na América Latina. Durante anos, a estética do continente foi considerada exótica, exagerada, errônea, desleixada, não cool, fora de moda. Hoje essa mensagem, vinda de fora, camufla-se colocando a América Latina de moda, mas como o diferente, ainda sob o olhar que julga, a partir dos stylings, que esse diferente não é totalmente validado por sua existência, mas sim como a contraposição daquilo que não “responde” aos dogmas eurocêntricos da Moda e, por isso, cabe-lhe a categoria de exótico. Projetar sobre o meximalismo que ele pode gerar esse resultado é olhar com olhos alheios um movimento que está tentando dizer que o próprio tem de sobra para construir um estilo válido e com força própria. E se os próprios e as próprias mexicanas duvidam da estética de sua cultura, perguntando-se se o uso dela para vestir-se pode se tornar algo exótico, é porque têm o olhar estrangeiro internalizado sobre a sua própria cultura.



Não é para o meximalismo uma condicionante que o seu público direto no México provenha da CDMX, porque não legitima um olhar geograficamente centralizado. Não propõe, tampouco, quais elementos sim pertencem à cultura mexicana e quais não. Uma pessoa que nasceu e vive em Chiapas ou Nayarit pode se inspirar e vestir as cores e os elementos que respondem ao seu lugar e, assim, estruturar o seu próprio estilo meximalista. Com certeza não será igual a Querétaro e isso é o importante: o México não é uma única estética, não é simplista. Sua cultura é profunda e complexa (como somos também as pessoas) e esse é o vestir que o meximalismo prega.

A única ênfase que faz é na identidade. Toda idiossincrasia de um país possui elementos em comum. São formados pelos imaginários sociais e moldados historicamente pelos Estados nacionais. Pode um outfit meximalista de uma pessoa da CDMX e de Michoacán ter elementos em comum, do imaginário nacional mexicano, e estar ao mesmo tempo combinado com os elementos culturais de sua região. A coerência comunicacional é a mesma, porque ambas as partes pertencem ao mesmo todo e, separadamente, revalorizam o simbolismo de seus territórios.













A abordagem binária sobre nossos costumes culturais faz com que percamos de vista quando um movimento propõe uma mensagem genuína, que pode ser utilizada como ferramenta para reencontrar-se com a identidade a partir do olhar próprio, sem intenção de comercializá-la, nem com o propósito de moldar sua mensagem para fora. O olhar do meximalismo não está focado nisso. O de fora não é considerado no momento de criar os outfits meximalistas. Pode ser que a ascensão do meximalismo, especificamente na CDMX, seja a necessidade de um reencontro com o autóctone, algo que a cidade dilui por estar continuamente cercada pela globalização e pela gentrificação. Uma pessoa pode se esquecer de quem é em meio ao redemoinho cotidiano, e o primeiro lugar onde se encontrará será sempre nos elementos de sua própria terra. ☺









Carmela Gonzalez Landoni

O PRESENTE E O FUTURO
DA moda uruguaia

Fotografias Carmela Gonzalez Landoni

A moda uruguaia caracterizou-se por muitos anos por ser funcional, confortável e um tanto conservadora em suas paletas de cores. As estéticas predominantes variavam apenas em tons neutros, o que lhe conferia uma versatilidade que não dependia do design. Peças que podiam ser vestidas em diversas ocasiões, muitas vezes derivadas dos elementos da tradição gaúcha e que oscilavam em estruturas mais planas e previsíveis. Mas, nos últimos anos, encontra-se no auge de sua transformação. Está construindo uma identidade que sustenta sua própria base, mas encoraja-se a explorar a criatividade de suas designers e designers. Parte deste presente está formando os alicerces de uma das indústrias mais estilísticas da região, e uma das designers que os está construindo é **Carmela Gonzalez Landoni**.

Quando a Sofoco conheceu as peças de Carmela, encontrou uma experimentação eclética. Poderia-se dizer que suas roupas possuem um estilo trendy, apenas à primeira vista: Carmela reconfigura morfologias clássicas, sobrepõe têxteis e cores, usa pedrarias e olha para o corpo — às vezes para criar, assim, as silhuetas de suas roupas e, outras vezes, para que apenas acompanhem suas peças, que possuem uma forma própria. A partir da fusão das formas, Carmela retrata o movimento. Mas não qualquer movimento, e sim o movimento vivo em seu país.



“Meu processo criativo está profundamente atravessado pelo país em que vivo. Me interessa observar o cotidiano de outro lugar: a arquitetura, as texturas urbanas, a flora e a fauna local como linguagens que falam de identidade. Não tomo isso de forma literal, mas sim o traduzo em silhuetas, volumes e detalhes. *Sinto que desenhar a partir do Uruguai também é uma forma de construir um olhar próprio, mais íntimo e sensível, onde o pequeno e o próximo têm muito valor*”.



O primeiro movimento que o olhar de Carmela faz é em direção aos elementos tangíveis do Uruguai. Uma de suas coleções foi inspirada na flora e na fauna autóctones, especificamente na libélula *Micrathyría hypodidyma*, um inseto furta-cor típico da região dos pântanos. O contato do corpo com a sua terra através do têxtil é narrado a partir do design de Carmela. Não apenas como uma vivência experimental, mas como um convite para colocar o foco no próprio.







“Minhas peças nascem do emocional. Há algo muito intuitivo no meu processo, onde aparecem lembranças, sensações e momentos que talvez não sejam tão concretos, mas sim muito presentes. Me interessa que quem use meus designs também possa se conectar com isso, que a roupa não seja apenas algo estético, mas uma experiência, algo que gere proximidade, atitude ou inclusive certa introspecção. Creio que a moda uruguaia está em um momento muito interessante, com uma identidade cada vez mais definida. Há uma busca forte pelo autêntico, por processos mais conscientes e por destacar o local. Dentro do contexto latino-americano, sinto que o uruguai aporta um olhar mais silencioso porém muito conceitual, onde o design possui muito conteúdo por trás”.

Sua última coleção até o momento foi inspirada na arquitetura do Palacio Salvo de Montevideu. Daí provém o trench coat que Tini Stoessel vestiu em seu show no Uruguai. O olhar de Carmela, na cidade, detém-se nos movimentos da arquitetura, no detalhe das partes que formam esse todo: o trench coat possui botões dourados e linhas verdes e bege que o atravessam por completo. E a saia, outra peça da coleção, contém pregas e franzidos. Adaptam-se ao corpo assim como se adaptam os elementos para conviver em uma cidade.









“Minha visão dialoga com a indústria a partir de um lugar mais autoral. Me interessa construir peças que tenham um discurso, que não respondam unicamente a tendências, mas sim a uma exploração pessoal. Minha proposta se constrói a partir da experimentação com formas, materiais e conceitos, entendendo a moda também como um meio de expressão artística”.



Em sua coleção *Diversamente*, Carmela desenhou volume, integrando-lhe suavidade. Suas peças assentam-se leves e permitem ao corpo articular o seu existir. O vestir converte-se em um construtor do espaço, junto à pessoa: o paradigma da nova moda uruguaia, que dá ênfase à produção lenta, às lãs naturais, à incorporação de cores e combinações, ao tempo como recurso essencial para desenhar e vestir, à riqueza do olhar micro e da experiência íntima do território. A nova indústria da moda uruguaia propõe um olhar introspectivo do vestir porque designers como Carmela plasmam em suas obras o conhecimento próprio (o pessoal e o do país) como ponto de partida e de chegada.





“Como designer, me interessa aportar para uma moda mais consciente, mais conectada com o que somos e com o contexto em que vivemos, onde cada peça tenha um sentido e uma história por trás. *Mais do que dar mensagens fechadas, me interessa abrir perguntas.* E embora eu goste do trendy, me enfoco na ideia de seguir uma identidade muito arraigada e que isso se refleta em cada roupa que faço”. ☺







Blur Print Set da Karoline Vitto, 2025.

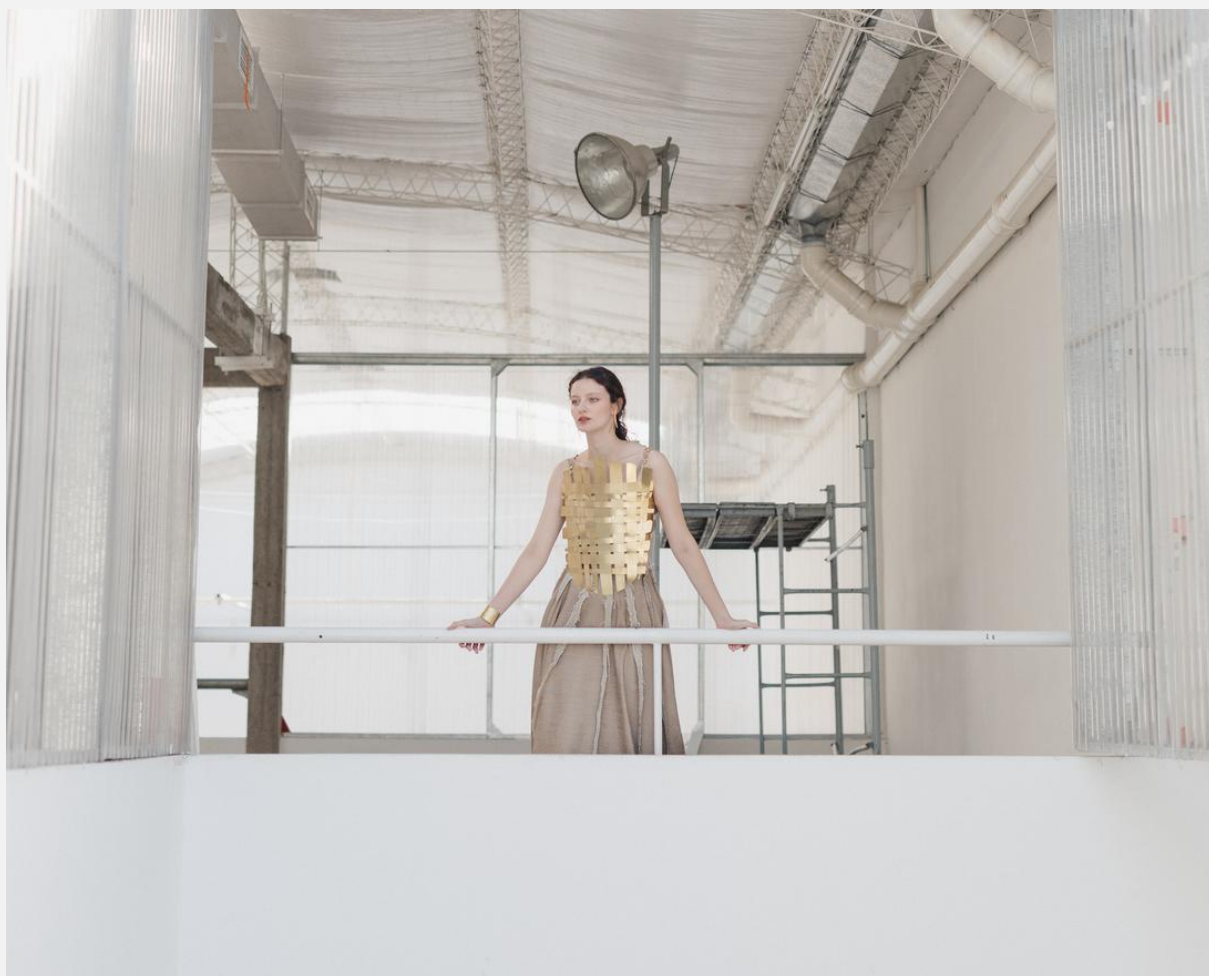




O urdume de **Inés Bonadeo e Atelier Molina**

Fotografías **Magdalena Giménez**. *Cortesía Inés Bonadeo*

As vezes em que o sol se chocou com o corpete *Trama* formou, no mínimo, três tons quentes distintos. Antes de começar o desfile de Inés Bonadeo junto ao Atelier Molina, no dia *Revelações* de Designes BA Ol26, Camila Ghione, a modelo que o vestiu, percorria o corredor do backstage cercado por imensas janelas. O corpete *Trama* foi uma das peças de **Urdimbre**, a coleção que Inés junto a Carlos apresentou: uma estrutura criada por retalhos de bronze trançados. Com o corpete, Camila vestiu a saia *Radial*, confeccionada em jacquard de algodão, com costuras expostas por onde o sol desceu, assim que o corpete decidiu os próximos movimentos da luz.









A transformação ocorre quando o ofício encontra o ofício. O metal forjado de Bonadeo — como na bolsa, que emoldura uma pedra como se o tempo a tivesse capturado — e os tecidos nobres e autóctones de Molina — que caem com a gravidade pensada para perdurar — não se limitam a coexistir sobre o corpo. Sustentam-se mutuamente. Algo nasce quando se encontram juntos: um corpo que encontra como se expressar e viver, uma arte que encontra quem porte e visibilize a sua existência.







Urdimbre não representou uma decisão meramente estética, claro. Em um contexto onde a indústria argentina está em crise, o design de autor enfrenta a pressão de uma economia que enfatiza o descartável, com peças que propuseram o contrário: a lentidão na produção é uma amostra do tempo como elemento de valor que está pedindo a gritos que o olhem, o reconheçam e lhe deem o lugar que merece. No mesmo grito soma-se o vestir, que quer comover, que quer deixar de ser danoso por ser considerado tão frívolo. O bronze que Inés solda durante horas, os entrelaçamentos de algodão de Carlos, com costuras que não se escondem, mas que se mostram como argumento, tudo isso é uma resposta. Não uma resposta colérica, mas serena. A daqueles que sabem que a solidez precisa também ser interpretada.





Urdimbre foi, também, a metáfora favorita da Sofoco: mostrou o que fazemos nós, pessoas, para viver em sociedade. Tornamo-nos estrutura uns para os outros, umas para as outras, às vezes por escolha, às vezes por dor, mas sempre com a mesma função: sustentar(-nos). O colar de anéis prateados que cobriu o rosto de uma das modelos, como uma máscara de metal, não oculta, protege. Ou melhor, propôs o questionamento sobre o que significa proteger-se. A bolsa de aço, com sua aplicação de pedra e suas argolas costuradas na borda, protege o que carregamos. E o que, de tudo o que carregamos, precisamos proteger? Mas em *Urdimbre*, o sustento e a proteção não pesam. As mãos designaram essa função, um propósito que não apenas veste, mas que constitui uma tarefa de cuidado. Estiveram ali Inés e Carlos, abraçando suas modelos, tocando suas peças, saciadas e conformadas. Passaram, com certeza, muitas horas calculando como aliviá-las sem retirar o seu caráter.









Não foi uma revelação para a Sofoco nem a coleção, nem Inés, nem Carlos. Há anos esculpem com suas mãos, a partir do metal e do têxtil, a sensibilidade como farol do (e para o) indumento, não apenas sob uma ótica pessoal, mas como parte de sua função social. Nas peças de Inés a natureza fala, o território está firme, a identidade também; nas peças de Carlos, a introspecção é inevitável. A *revelação*, na realidade, foi uma indústria que percebeu que não olhava para si mesma. Ou que precisava olhar ainda mais para dentro para se manter viva e defender o seu lugar. O sustento do tempo e o sustento no tempo são a essência de *Urdimbre* e também o propósito que as mãos de Inés e Carlos plasmaram sobre seus respectivos tecidos. E, uma vez que suas mãos criaram e se entrelaçaram, já não houve forma de o sol não entrar. ☺









Daniela Gallara

**BUSCAPLEITOS, *o*
farol da moda e da arte:
FUNCIONALIDADE E
DESIGN PARA A
EXISTÊNCIA**

Fotografias **Buscapleitos**, Juan F. Medina,
Marcos Fiorucci, Carla Castelli e Luciano Rossetti

A Sofoco gostaria de apresentar a Buscapleitos diante do debate sobre se a moda é arte ou não. Um debate obsoleto, por sinal. O argumento contrário sugere que a Moda não é arte porque sua essência só se realiza ao ser colocada sobre o corpo, o que a torna prática. A peça, por si só, não cumpre sua função. Mas como vamos separar a arte da funcionalidade, se ela existe justamente para isso? Uma expressão artística que não tenha uma funcionalidade não seria, portanto, arte. A funcionalidade não precisa ser inteiramente pragmática nem estritamente social, claro. Fazer sentir é uma função. O que acontece dentro do corpo diante de uma expressão artística cumpre uma função individual: uma pessoa chora, ri, pensa, questiona-se, sente-se identificada, fica triste, lembra, ilude-se, fantasia. Todo o sistema psíquico e emocional movimentando-se. Não é por acaso funcional que a arte exista para gerar um impacto nos outros, e não apenas para que os artistas se expressem?

O design em si mesmo não existe sem um propósito. E esse propósito sempre é funcional. A existência da beleza nunca é neutra, ela produz. Na Moda, a beleza dos designs nasce com a estrutura do funcionamento. Mesmo as obras criadas para as Semanas de Alta-Costura em Paris, aresta crua da moda em direção à arte, funcionam em um corpo. E no vestir cotidiano, os designs mantêm-se intrinsecamente artísticos sobre o corpo.

Na *Buscapleitos*, a marca da designer argentina Daniela Gallara, o design é pensado para a funcionalidade do corpo, mas o seu propósito termina expandindo-se na subjetividade de quem o veste. Vestir *Buscapleitos* não é unicamente dar ao corpo um design que lhe permita mover-se e o acompanhe, mas sim permitir ao sujeito submergir nas estampas, nas figuras e na fusão de cores para pensar a si mesmo.



“Para mim desenhar é um momento de tensão. Há uma instância onde a ideia já está clara, mas ainda não a executei. Ali se define tudo. Não trabalho tanto a partir da inspiração nem do ‘que quero transmitir’. Trabalho a partir da decisão. *Fico remoendo na cabeça até enxergar claro e, quando isso aparece, executo. Não é testar para ver o que acontece, é materializar algo que já está resolvido. O processo é repetição, ajuste e redução de erro. E o que fica na peça não é uma emoção em si. É uma sensação de foco, de controle, de algo que é feito com intenção*”.



Há uma ponte direta em direção ao sensorial. Daniela utiliza figuras da natureza como as flores, os insetos, os choques de luzes como o reflexo do sol e o que o olho humano alcança da escuridão, além de texturas que geram universos em cada uma das estampas. A reinterpretação de Daniela conecta a percepção com o tangível, o que nem sempre é direto ou óbvio. Os designs da *Buscapleitos* são observados, não apenas olhados. Mas também são escutados e tocados: a estampa que você está vestindo remete a um cúmulo de sensações que o seu próprio imaginário constrói diante desse universo projetado.

Buscapleitos retroalimenta a introspecção. Surge a partir de Daniela, que através da pesquisa sobre o ato de projetar, seus objetivos, sua visão da moda e sua vida cotidiana solidificou a estrutura da *Buscapleitos*. O caminho traçado pela marca não seria tão claro em conceito e produção sem um conhecimento interno latente, convertido em busca. Daniela foi o primeiro público que a *Buscapleitos* pensou em vestir. Quando a marca cresceu, expandiu sua capacidade de adaptabilidade e a introspecção passou para o outro lado: quem veste *Buscapleitos* pode conhecer-se profundamente e ter formado um estilo consolidado, pode estar no meio desse processo, ou pode sentir parte de sua personalidade ressoar nas estampas, ou pode simplesmente vesti-la por ser confortável. Mas, ainda assim, a pessoa é interpelada por esse universo estético e por isso escolhe a marca.



“Não penso o vestir ou o estilo a partir da ideia de identidade, em um sentido nem fixo nem romântico. Há pessoas que se reconhecem no que vestem e outras que simplesmente se vestem para resolver o dia. As duas coisas existem. No meu caso, o que começou a acontecer, sobretudo depois de ser mãe, foi que muitas vezes não me reconhecia no que usava, mas também não podia usar o que me representava. Se me vestia mais esportiva, não me sentia eu mesma. Se vestia algo mais estruturado, não podia me mover e não era prático. Não era compatível com as minhas tarefas nem com a vida real. O problema então não era a identidade, era a incompatibilidade entre o que queria sentir e o que queria usar. *E a Buscapleitos aparece aí. Não como uma forma de ‘expressar quem você é’, mas como uma forma de poder habitar diferentes estados dentro de uma roupa que funcione. Algo que possa usar para treinar, mover-se, viver, mas que ao mesmo tempo me permita sentir-me mais afiada, mais presente, mais eu mesma em diferentes versões. As suas peças não são para uma ocasião em particular. São uma segunda pele. Estão pensadas para acompanhar o corpo no que ele tiver que fazer. E é nesse uso que cada pessoa termina construindo sua forma de carregá-las”.*





O design de Daniela é disruptivo — palavra bastante desvirtuada pelo exagero do uso atual, mas neste caso cheia de literalidade —, não apenas em nível individual, mas como sistema dentro da situação atual da indústria da Moda. *Buscapleitos* é uma marca sustentável, não como ponto de chegada, mas como ponto de partida. Seus últimos designs, em cocriação com a artista Federica Escola, foram realizados com animação 3D. As peças da *Buscapleitos* são realizadas sob encomenda, em baixa escala e em edições limitadas, confeccionadas a partir do tecnológico. Daniela reestrutura seu modelo de produção para que a sustentabilidade conceda uma base à *Buscapleitos*, mas também desmancha a romantização do artesanal como única maneira de ser sustentável. Nem tudo precisa voltar para a terra ou vir da terra, ou passar pelas mãos para gerar um impacto nela: a estratégia e o uso da tecnologia como meio de design e produção revelam uma alternativa de mercado que sustenta uma cotidianidade, uma base econômica humana e uma redução do perigo ambiental.

“A sustentabilidade se tornou um discurso bastante confortável dentro da moda. Durante muito tempo foi quase uma estética: o natural, o artesanal. Isso serviu para instalar o tema, mas também gerou muito maquiagem visual. Hoje, se você não pode explicar como produz, qual é a sua margem de erro e se isso pode se sustentar no tempo, é difícil falar de sustentabilidade séria”.



“Também vejo muita experimentação que fica em um plano muito fechado. Materiais ou processos que funcionam em condições específicas, mas que não podem se sustentar na vida real. Se não pode ser produzido de forma consciente, se não pode ser usado em condições reais, não é sustentável. E para mim, ali aparece um limite da palavra. ‘sustentável’ ficou associada ao ambiental, mas o problema é mais amplo. Se não gera dinheiro, se não pode ser produzido bem ou se não tem uso real, não se sustenta. E se é apenas acessível para uns poucos, tampouco. *Por isso me interessa mais falar de sustentabilidade. Não como conceito, mas como sistema: algo que integra o econômico, o produtivo e o uso real. Na Buscapleitos não é uma ideia, é uma necessidade. Se eu erro na produção, perco recursos. Então trabalho com precisão para reduzir essa margem de erro o máximo possível. A tecnologia, a repetição e o ajuste estão aí para isso. Não para explorar, mas para que o sistema funcione. E também há um limite concreto: designar dentro do que realmente posso sustentar. Se faço algo que depois não posso produzir bem, não serve. Para mim a sustentabilidade está aí. Em fazer com que as coisas funcionem de verdade”*.





“Na *Buscapleitos*, a tecnologia não apareceu como uma busca estética nem como uma tendência, apareceu porque eu precisava dela para poder continuar. Tinha sido mãe, tinha pouco tempo e muito pouca margem para errar. Cada erro era dinheiro e tempo perdido que eu não tinha. Precisava, então, de uma forma de decidir melhor antes de produzir e otimizar, e a tecnologia me permitiu isso: ver, ajustar e corrigir antes de fazer. Não a uso para ‘criar mais’, uso-a para reduzir erros. A partir daí estruturei um sistema baseado em repetição e ajuste. E hoje já não é uma ferramenta, é parte de como projeto, e isso também é o que faz com que o processo seja mais sustentável porque aproveito melhor os recursos e ganho tempo”.





“Não penso a indústria argentina atual em termos de moda, mas sim em termos de contexto. Trabalhar a partir da argentina te obriga a ser precisa. Não há muita margem para improvisar nem para errar. Isso faz com que muitos projetos não dependam da estrutura clássica da indústria, mas tenham que estruturar seu próprio sistema para poder funcionar. E aí muda a lógica. Não basta que algo seja interessante em nível estético, precisa poder se sustentar. Creio que na américa latina começa a aparecer isso: menos discurso e mais projetos que funcionam porque estão bem estruturados, não apenas porque se veem bem”.

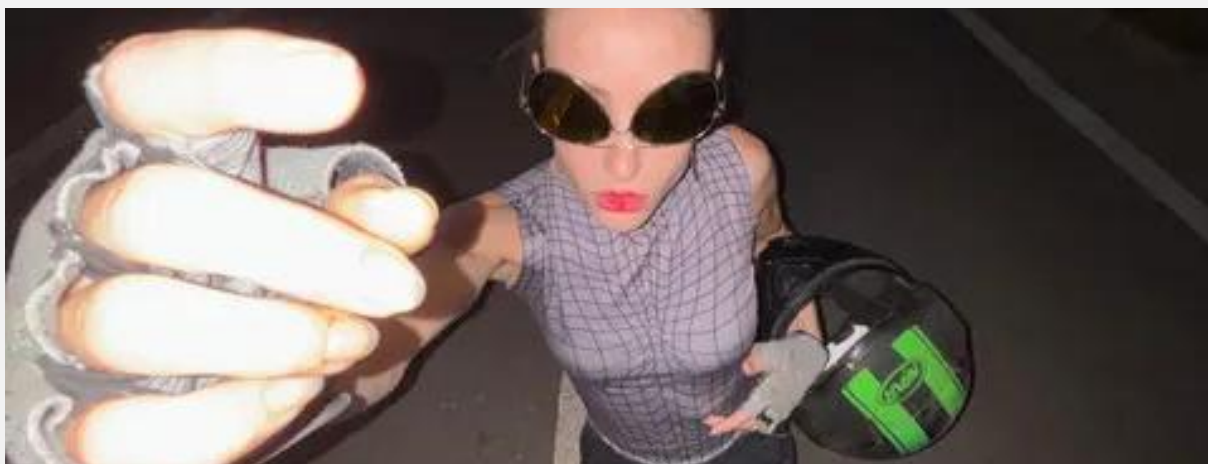




“A tecnologia na moda muitas vezes é colocada como algo ligado à inovação ou ao futuro, mas para mim tem a ver com resolver o presente. Na américa latina, onde os recursos são limitados e a margem de erro é baixa, não é opcional. Se você não otimiza, não sustenta o projeto. No meu caso, não está aí para experimentar por experimentar, está aí para que o sistema funcione. E aí é onde reside o seu valor em nível regional. Não tanto em gerar coisas novas em nível estético, mas em permitir que os projetos sejam mais precisos, mais eficientes e realmente sustentáveis na prática. Porque se o processo não funciona, não há design que se sustente. O design está no sistema. Isso também muda a ideia do artista; a exploração sem limites só é possível quando há uma estrutura que a sustenta. Se você não constrói um sistema que funcione, não pode viver do que faz”.







Buscapleitos não é apenas uma ressignificação da Moda, mas também da arte. E do uso múltiplo de ferramentas artísticas para a criação de roupas que vestem corpos imersos em uma cotidianidade atribulada, permitindo-lhes não esquecer o movimento. Ao mesmo tempo, o movimento como conceito é o que Daniela utiliza no momento de projetar. A busca pelas formas, pelas estratégias, de como o mundo lê as percepções, de como se constrói a produtividade sem se desintegrar. *Buscapleitos* abrange todas as arestas que podemos analisar em uma marca de indumentária: o impacto de seus designs em quem os veste acompanha as próprias construções de beleza e permite que os corpos continuem se sustentando diante da exigência de serem continuamente pragmáticos. Em nível industrial, principalmente nacional argentino e regional latino-americano, é um farol que denota uma abordagem estratégica diante das crises econômicas que não cessam. Mas é, acima de tudo, um farol para o simbolismo artístico, porque mostra um equilíbrio: o design que por si só interpela, existindo no tangível e no intangível. 🕯











Vestir a luta

por Nazarena Zoé

Fotografias Nazarena Zoé



Te direi o que é a liberdade para mim:
é a ausência de medo.

Nina Simone

Como fotógrafa e artista visual, sempre fui sensível à estética: a forma como os corpos se apresentam, os códigos que atravessam a moda e os gestos que constroem identidade. No entanto, na marcha de 8 de março, esse olhar se transforma.

Em meu percurso pela *Marcha Comemorativa do Dia Internacional da Mulher* em Rosario, Santa Fe, Argentina, não pude deixar de me deter a observar as mulheres que me rodeavam: acompanhadas de seus cartazes, suas danças e seus corpos pintados como ato de resistência. Todas elas expostas a uma vulnerabilidade que parece ser herdada junto com o gênero.

Neste espaço de multidão e feminilidade, não parece haver lugar para a constante dúvida sobre o próprio corpo e a forma de caminhar, vestir, olhar ou falar. Cada escolha — desde uma roupa mínima até uma peça intervencionada — deixa de ser superficial para se tornar política.





Encontrei jovens vestindo mini shorts e tops, em aparente oposição ao sistema que as oprime. Rebelam-se contra as silhuetas impostas porque não respondem a uma lógica de exposição, mas sim de apropriação. Seus corpos não estão disponíveis; estão presentes.

Vejo mulheres com os rostos ocultos atrás de lenços, talvez porque o anonimato seja importante quando se reivindica o direito de viver em um mundo que te humilha. Outras escolhem o conforto do cotidiano e, como acessório, carregam cartazes que citam: *“Não estamos todas, faltam as assassinadas”*, *“Luto hoje para que amanhã minha filha não precise fazer isso”* e também há quem use em suas camisetas os rostos impressos de mulheres e meninas, custodiando assim a memória das que já não estão.

Neste espaço, a moda deixa de ser aspiracional para se tornar ferramenta. Há peças que são feitas para colocar a mulher no centro da narrativa e vestimentas que não pedem para ser vistas, mas sim vividas. Compreendo então que não há um estilo em comum, mas sim uma força própria em comum: habitar o corpo com decisão e solidariedade. Não basta nascer mulher; é preciso interpretá-lo, vesti-lo e, acima de tudo, narrá-lo.

QUIERO QUE
MI MAMÁ
RECIBA MI ♀
TÍTULO UNIVERSITARIO
¡NO! MI ACTA
DE DEFUNCIÓN





Em minha infância, acreditava que o mundo era coisa de homens. Hoje, graças às mulheres que me cercam, sei que o mundo também se sustenta sobre nós. Essa descoberta — íntima e política — é o legado que este dia nos entrega. 🍷











Andrea Rebolledo

MOTT.PROJECT,
*o upcycling é a linguagem
da memória*

Fotografias Raphael Salazar, Gustavo Fuenmayor e Mosses Herrera

Em 1962, o economista Kenneth Boulding desenvolveu uma distinção que na atualidade se mostra mais pertinente do que nunca: a diferença entre uma economia de caubói, baseada na extração e no descarte infinito, e uma economia de astronauta, onde os recursos são finitos e cada material deve ser tratado com a consciência de que não existe um "fora" para onde atirar o que já não serve. A indústria da moda, responsável por aproximadamente dez por cento das emissões globais de carbono e por gerar mais de noventa milhões de toneladas de resíduos têxteis ao ano, operou claramente, durante décadas, sob a lógica do caubói. Mas desde que o upcycling se instalou como forma e narrativa, essa lógica está se desarmando. Na América Latina, uma das designers farol é Andrea Rebolledo, também fundadora e diretora criativa da marca panamenha *Mott.Project*. mas a lógica de Andrea e da Mott. não é de forma alguma plana: é sustentável, sim, e também mais honesta com a história dos materiais e com a memória que carregam.



Quando o upcycling toma o que já existe, eleva-o, intervém nele e o recontextualiza sem a necessidade de destruí-lo primeiro, torna-se uma prática que trabalha com a memória do objeto. Desta ótica parte a visão do design de Andrea: uma convicção sobre o valor intrínseco do que já existe. Os materiais com os quais trabalha (roupas usadas, excedentes têxteis, descartes industriais) não são pontos de partida neutros. São objetos com história, com marcas de uso, com camadas de tempo acumuladas. Trabalhar com eles implica dialogar com essa história e não silenciá-la, mesmo ao transformá-la. Uma postura um tanto epistemológica, uma forma de afirmar que o valor não nasce apenas do novo, mas daquilo que se reconhece, se cuida e se transforma com intenção.

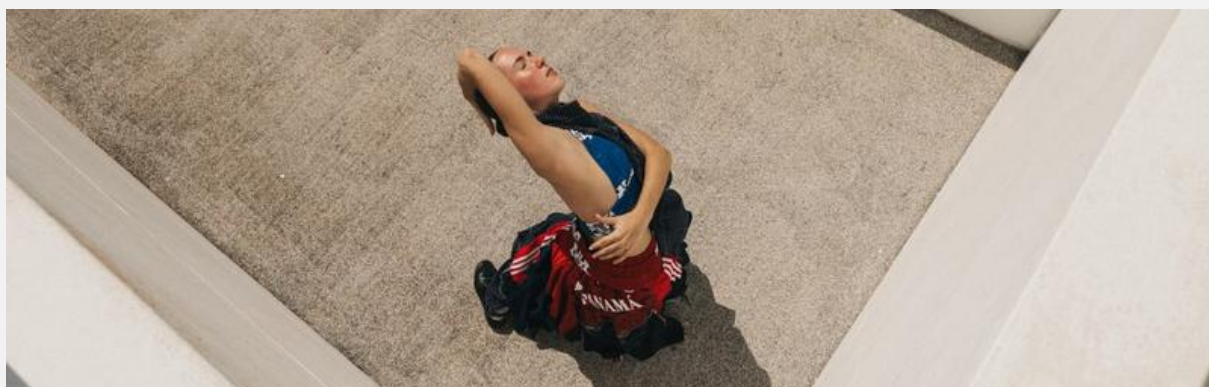
“O upcycling, para mim, é uma forma de preservar e transformar memória ao mesmo tempo. Cada roupa já tem uma história: quem a usou, de onde vem, que material é. *Quando trabalhamos com isso, não estamos começando do zero, estamos dialogando com algo que já existe.* Em um nível mais amplo, creio que na América Latina faz muitíssimo sentido porque as nossas culturas são construídas a partir da mistura, da adaptação, da transformação. *E em nível pessoal também é muito potente, porque quando alguém usa uma peça upcycled, não está apenas vestindo algo novo, está vestindo algo que tem camadas, história e intenção*”.



“Na *Mott.Project* designamos a partir da memória. Sempre há algo de nostalgia, mas não como algo literal, e sim como uma sensação. *Trabalhamos muito a partir do que uma roupa foi antes e do que ela pode vir a ser. Nos interessa que na peça final ainda se perceba a sua história, suas camadas, seu passado. Essa transição é parte do design. Na *Mott.Project* há três formas de criar e cada uma se conecta com emoções diferentes. A *Mott.*, em geral, tem uma exploração mais conceitual, porque nos interessa essa dualidade entre passado e presente, entre o encontrado e o transformado. Na *Mott.People* é muito mais íntimo. Quando trabalhamos peças personalizadas, o processo torna-se quase emocional, já que tomamos roupas que já têm valor para alguém e as transformamos para que se conectem com quem essa pessoa é hoje. E na *Mott.Inc*, quando trabalhamos com empresas, entramos em sua identidade, mas a levamos a um lugar mais inesperado. Gostamos de romper um pouco o corporativo e dar-lhe uma leitura mais humana, mais criativa. *Mais do que criar roupas, criamos peças que têm memória e o que queremos é que quem as use também construa a sua própria dentro delas*”.*



O lugar a partir do qual Andrea projeta determina os questionamentos que uma pessoa se faz, os materiais aos quais tem acesso e as comunidades com as quais se relaciona. O Panamá ocupa um lugar singular no imaginário latino-americano. Sua história é marcada pela condição de trânsito, por ser um ponto de cruzamento entre oceanos, culturas e economias. Condição que lhe gerou uma identidade complexa, construída a partir da mistura e da sobreposição, e que não tem encontrado muita representação nos circuitos internacionais da moda. *Mott.Project* trabalha precisamente nessa zona: a de uma identidade que não se deixa reduzir a uma imagem simples, que é híbrida por definição e que encontra nessa hibridez a sua maior potência criativa.



A colaboração com a Adidas foi um momento de grande visibilidade da Mott. como um projeto identitário em escala global. Mas o mais significativo foi o método com o qual Andrea abordou esse espaço: levar os mercados, as texturas urbanas e os códigos visuais do Panamá a uma plataforma global como um exercício de afirmação, uma maneira de dizer que o local não precisa se traduzir para o idioma dos monopólios para ter valor.

“A *Mott.project* é uma marca panamenha, baseada hoje também no Panamá. E eu, Andrea, também nascida aqui, a fundei a partir desse mesmo conceito. *Nossa inspiração vem do cotidiano, dos mercados, dos materiais, das texturas da cidade. O que vemos todos os dias, sem necessidade de romantizá-lo. Na colaboração com a Adidas, isso foi chave. Queríamos manter a essência do esporte, mas levá-la para um lugar mais lifestyle, mais próximo, mais nosso. Então começamos a misturar: os cestos do mercado, as bolsas, os pisos, os códigos visuais que existem no Panamá, com a linguagem esportiva. Foi uma forma de dizer: isso também é esporte, isso também é cultura. E para o Panamá foi importante porque não era apenas uma colaboração, era uma representação: uma maneira de levar uma identidade local a uma plataforma global*”.



A Mott. questiona a partir da prática o vínculo (não tão recíproco) da Moda com o corpo. O processo de design de Andrea não parte de um padrão predeterminado ao qual o corpo deve se ajustar, mas sim de uma exploração direta sobre o próprio corpo, com suas particularidades, seus movimentos e sua singularidade. As peças não buscam nem modelar nem corrigir, mas acompanhar e gerar formas que conversem com a pessoa que as veste. E há, nesse gesto, uma dimensão política que se conecta com os debates sobre representação e autonomia corporal: se a roupa é um sistema de signos, como assinalava Barthes, então uma peça que não impõe, mas sim habilita, está produzindo um tipo diferente de discurso. Um discurso que deixa espaço para que quem a veste construa o seu próprio significado. Quando Andrea projeta, portanto, não propõe uma identidade fechada, mas uma plataforma aberta.





“Me interessa muito ver o corpo como algo livre, não como algo que tem que se adaptar à roupa. Durante muito tempo a moda impôs estruturas muito rígidas: como deveríamos parecer, como deveria cair uma roupa, o que é ‘correto’. *E no meu caso, também há algo muito intuitivo em como me aproximo do design. Meu processo foi em grande parte empírico, e isso faz com que muitas vezes não esteja pensando a partir do ‘correto’ ou ‘incorreto’, mas sim a partir da exploração.* Há uma espécie de inocência criativa, quase como algo infantil onde o design se torna um jogo. Confiamos muito no olho, na intuição, nas reações da equipe e, no final, em como a peça se conecta com quem a usa. Na Mott. muitas vezes desconstruímos essas estruturas. Trabalhamos com cortes inesperados, com peças que não são tão óbvias, com formas que se adaptam mais ao movimento e à individualidade. *Desconstruímos a ideia de ‘roupa perfeita’, gostamos que se veja o processo, que haja imperfeição, que haja história*”.



“Quase não trabalhamos com moldes tradicionais. Muitas vezes desenhamos diretamente sobre o corpo, não necessariamente para ajustar ou ressaltar uma silhueta específica, mas sim como um ato de exploração. É jogar com o corpo: criar formas, volumes e estruturas a partir das texturas, das misturas, do que vai aparecendo no processo. *Isso faz com que cada peça seja única e difícil de replicar, porque não há um molde exato para seguir.* Trabalhamos com o que temos perto, com os cortes disponíveis, com o que vai sobrando da produção. Trabalhamos com o que temos perto, com os cortes disponíveis, com o que vai sobrando da produção. *Nenhuma ideia inicial termina parecendo exatamente como a imaginamos: o processo sempre transforma o resultado e, no final, o que buscamos é que quem use *Mott.project* não sinta que precisa se encaixar em algo, mas sim que possa construir sua própria maneira de se vestir*”.

O upcycling, em Andrea, transcende o objeto e o sistema da Moda, inscrevendo-se em um território mais amplo: o da transformação social através do design. Andrea ministra oficinas de upcycling em comunidades vulneráveis e, com o seu envolvimento, afirma que as ferramentas criativas, quando colocadas a serviço de quem historicamente foi excluído/a dos circuitos formais de produção cultural, geram efeitos que vão muito além do estético. A implicação cultural e social é ainda maior e vai além do individual. Na América Latina, onde a reutilização têxtil tem sido uma prática cotidiana durante gerações, especialmente nos setores mais vulneráveis, o upcycling como prática formalizada é um reconhecimento daquilo que sempre esteve ali. E isso se conecta muito com o que propôs o sociólogo Boaventura de Sousa Santos, quando disse que o sul global possui um enorme acervo de conhecimentos e práticas que a modernidade ocidental invisibilizou sistematicamente. O upcycling, portanto, em sua dimensão comunitária, é também uma forma de epistemologia do sul: um saber que nasce da necessidade e que a moda contemporânea está aprendendo (tarde, mas não importa) a valorizar.





“Vi muito de perto, trabalhando com mulheres em comunidades vulneráveis e ministrando oficinas de upcycling, que muitas vezes elas chegavam com peças que já haviam transformado por necessidade, sem chamar dessa forma, sem enxergar como ‘design’. E aí é onde tudo faz sentido, porque não é que eu esteja ensinando algo completamente novo a elas; é algo que já existe nelas. O que eu faço é dar um enquadramento, um conceito, abrir possibilidades. Levar isso que já faziam a um lugar mais visível, mais intencional, mais criativo. E, a partir daí, o upcycling também se converte em uma ferramenta de independência. É uma forma de gerar renda, mas também de mudar a maneira como elas veem a si mesmas e o que são capazes de criar. Por isso creio que o upcycling não é apenas uma prática sustentável, é uma prática cultural. Uma forma de reconhecer o valor do que já temos, tanto nos objetos quanto nas pessoas”.





“A sustentabilidade na América Latina é interessante porque, em muitos casos, não vem de uma tendência, mas sim da necessidade. Historicamente, reutilizamos, reparamos e transformamos. Só que agora isso tem um nome. No Panamá ainda está crescendo como conversa, mas há muitíssimo potencial. Na Mott. não buscamos ser ‘a marca sustentável’, mas sim ser honestos com o nosso processo. Trabalhamos com o que já existe porque faz sentido para nós, não apenas como discurso, mas como forma de projetar, de observar e de encontrar valor no que já está ali. Também há uma conexão muito direta com a palavra mottainai, de onde nasce o nome do projeto. É uma ideia japonesa que fala sobre não desperdiçar. Mas além disso, de sentir respeito pelos objetos, pelos materiais, pelo que já existe. E creio que isso define muito o que fazemos: não se trata apenas de reutilizar, mas de reconhecer o valor das coisas antes de descartá-las. Creio que o papel da Mott.project e de muitas marcas emergentes na região é abrir novas formas de entender a moda, mais conectadas com a nossa realidade e menos com modelos importados”.



“Mais que uma missão rígida, a Mott. É uma intenção constante. Queremos ser parte de uma nova narrativa dentro da moda latino-americana. Não se trata apenas de designar roupas, mas sim de mudar a forma como vemos o valor das coisas. Se a mott.project pode inspirar mais pessoas e empresas a consumir diferente, a criar a partir do que já existe ou inclusive a questionar sua relação com a moda, já estamos construindo algo. *E em nível local, é também um convite para acreditar no que é nosso. No design panamenho, nas histórias que temos, na nossa identidade. Porque o futuro da moda na região não virá de copiar, mas sim de aprofundar naquilo que já somos*”.







Trabalhar com o que já existe é uma forma de preservar a memória. De mantê-la viva, em circulação, transformando-se, mas sem se apagar. É exatamente o que as comunidades indígenas têm feito durante séculos com suas técnicas têxteis: não produzir objetos idênticos, mas sim variações que mantêm vivos os códigos originais enquanto se adaptam ao presente. Andrea constrói uma nova memória sobre a memória que a roupa carrega em si, e agora ela existe entre dois planos temporais, mas não separados, e sim retroalimentados pelo vestir e pelo acompanhar das vidas humanas: um lugar estratégico que a *Mott.Project* ocupa no mapa da moda latino-americana contemporânea e um caminho em direção ao futuro que demonstra que é possível fazer Moda a partir da América Latina com um critério próprio, desde a especificidade de um território e de uma história, sem que isso implique fechar-se ao diálogo com o global. O futuro da moda latino-americana, para a Sofoco, vem desse tipo de prática, como a de Andrea através da Mott.: situada, honesta, com memória e com a convicção de que vale a pena cuidar daquilo que já existe. 🍷









Lisseli Santos

*Pele, origem e forma: a
arquitetura do styling*

Fotografias **Alexander Pérez Flores, Claudia Rivera e Diego Bendezu**

Quando na década de 60, Roland Barthes propôs como referencial para compreender a indumentária que o vestido é um sistema de signos, desenvolveu que a roupa não era simplesmente tecido cortado e costurado, mas sim uma linguagem estruturada com suas próprias gramáticas, conversas e formas de produzir sentido. O que uma pessoa veste comunica, queira ou não, algo sobre quem ela é, de onde vem e que lugar ocupa no mundo. Mas como os stylings documentam e representam, na América Latina, o vestir regional para que os estudos de Moda reflitam a idiossincrasia local?



Na cadeia de produção da Moda, o styling ocupou historicamente um lugar de olhar. É entendido como uma técnica de composição e como um ofício auxiliar a serviço do design ou da fotografia. Na América Latina, o olhar do styling nem sempre esteve situado e consciente e, diante disso, a arte de Lisseli Santos é o que está desarticulando cada vez mais essa narrativa disfuncional: em sua prática, o styling não acompanha a moda, mas sim a produz. As roupas são matéria-prima e, quando se sobrepõem, dobram-se, distorcem-se, são retiradas de sua função original e se convertem em estruturas, carregam significado próprio e, ao mesmo tempo, funcionam como uma fiel tradução cultural da região.





“O styling tem um papel fundamental na identidade da moda latino-americana porque é o lugar onde a roupa deixa de ser apenas uma peça e se converte em linguagem. *Em uma região tão diversa e complexa como a nossa, o styling permite mostrar narrativas e identidades que nem sempre foram visíveis ou não tiveram um espaço no sistema da moda. É uma ferramenta para ressignificar o cotidiano, o popular, o artesanal e retirá-lo de contextos estereotipados. Mais do que seguir uma estética global, o styling pode construir um olhar próprio a partir dos costumes, da memória e do nosso território*”.

Esta execução artística tem um nome no vocabulário da arte contemporânea e é *intervenção*. O trabalho de Lisseli é intrinsecamente escultórico: suas composições não buscam mostrar a roupa, mas sim construir com ela, da mesma maneira que um/a escultor/a não mostra o mármore, mas sim o que o mármore pode vir a ser quando alguém o trabalha com uma intenção. Mas há algo mais que técnica neste gesto de Lisseli. Há, também, um posicionamento. Desconstruir a roupa é também desconstruir os códigos que ela traz consigo: os padrões de beleza que implica, os corpos para os quais foi pensada, os sistemas de valor que a cercam. O styling experimental de Lisseli é uma prática crítica e um questionamento permanente dos referenciais que a moda global impôs como fixos.



“O que me permite criar como stylist, através da experimentação e da visão escultórica, é a liberdade. É essa sensação de não estar limitada, de poder criar sem as restrições de um cliente, sem um caminho predeterminado. Em meus projetos pessoais, essa liberdade me permite jogar com as formas, explorar ideias novas e sentir-me plenamente feliz no processo. A partir dessa abordagem, construo uma linguagem própria. Cada roupa, cada forma e volume funciona como uma ponte em direção a uma lembrança, uma sensação ou algo que não necessariamente é evidente. Assim, meu trabalho se abre a uma interpretação pessoal”.



Formada em comunicação e com quase uma década morando na Alemanha, Lisseli construiu sua linguagem no cruzamento entre culturas, mas sempre mantendo para si o valor de suas raízes. Esse reconhecimento é um dos elementos mais interessantes de sua visão estilística e também um dos mais honestos. Durante anos, quando suas raízes apareciam como algo que precisava ser colocado entre parênteses para poder operar dentro dos padrões da indústria, a reconciliação com sua herança foi um processo que o questionamento próprio em relação ao seu trabalho habilitou.



É claro que o contato com os centros monopolistas da indústria da moda pode ser produtivo, mas também pode instalar um olhar colonizado sobre o próprio, quando se é latino-americano/a, e uma tendência a ler a própria cultura com os parâmetros de fora. Reverter isso exigiu dela um trabalho pessoal deliberado e, em sua arte, ela plasmou isso mais tarde. Vestimo-nos como somos e também, se criamos a partir do vestir, terminamos nos inspirando em quem somos.



“Minhas raízes influenciam a partir de um lugar muito pessoal, já que durante muito tempo não as entendia como algo do qual podia me sentir orgulhosa. Mas, com o tempo, minha procedência e minhas lembranças se tornaram o eixo do meu trabalho. Hoje minha visão nasce de uma reconciliação, de entender que minha história, meu contexto e minha cultura são partes essenciais de quem sou e que, ao transformá-las em styling/arte, me curam cada vez um pouco mais o coração”.



“As histórias por trás do meu trabalho nascem de lembranças da minha infância e de sensações que, ao recreá-las, voltam a parecer próximas. Me interessa criar a partir das minhas próprias experiências, mas também das da minha família, dos meus amigos e colegas com quem muitas vezes co-criamos. A identidade destas narrativas se move entre o íntimo e o cotidiano, reinterpretando momentos pessoais através de uma linguagem visual que os transforma em algo novo, às vezes mais experimental, outras mais pessoal”.



Mas hoje o Peru não aparece apenas como inspiração nos stylings de Lisseli, mas sim como posicionamento. Integra a diversidade cultural peruana, especialmente suas raízes andinas: não para reproduzir uma imagem folclórica, mas para reivindicar corpos, rostos e narrativas que a moda latino-americana marginalizou historicamente, inclusive dentro de suas próprias fronteiras. A moda peruana (como a de grande parte da região) operou durante décadas com uma tensão não resolvida entre o local e o global, entre a riqueza de sua herança cultural e a pressão de se adaptar a padrões externos para sua validação no mercado.







Na atualidade, os stylings de Lisseli propõem, justamente, uma saída para essa tensão: não submeter a estética local a uma síntese complacente nem ao repúdio ao contemporâneo, mas sim interpretá-las e narrá-las no presente para, desse modo, também focar o valor daquilo que provém do passado. Toma um símbolo que existe em um contexto determinado e o reubica em outro, carrega-o de novos sentidos, traduzindo-o para uma linguagem atual, para ser vestido, mas também sentido e pensado, sem esvaziá-lo de sua origem — porque a força das novas narrativas da moda regional provém dos simbolismos culturais dos povos que a formaram.

“As narrativas do meu styling sempre mudam, dependendo do ponto de partida. Às vezes começo com uma história concreta e vou criando os looks para dar-lhe forma. Outras vezes, são as roupas ou coisas que me inspiram, as que tenho em mente, e a partir delas surgem histórias. Na verdade, tudo é um processo em mudança, mas sempre parte de lembranças e vivências muito pessoais. *Me interessa trabalhar a partir da construção de formas e volumes através do layering, gerando composições que muitas vezes são percebidas quase como imagens estáticas. Isso também forma parte da narrativa que é criar cenas onde o look deixa de ser funcional e se converte em mais um elemento visual, quase escultórico*”.





“O papel do stylist é quase o de um tradutor cultural. Temos a capacidade de tomar referências muito locais e situá-las dentro de um contexto contemporâneo e global sem perder a sua essência. Também implica a responsabilidade de deixar de replicar códigos externos de forma automática e começar a confiar mais em nossos próprios símbolos visuais. A identidade não se constrói a partir da imitação, mas sim do respeito e da interpretação. Para mim, a roupa não tem gênero nem um uso específico porque as considero peças de arte que podem se reinventar de mil formas. Em minha vida diária, quando me visto, sou bastante funcional e prática, porque é um ato muito mais livre, quase instintivo. Mas sim, gosto de usar roupas de design peruano, latino-americano ou de segunda mão em sua maioria. Por outro lado, quando crio stylings, é outro mundo. Ali, estou contando histórias, reinterpretando símbolos e jogando com as roupas ou objetos de uma maneira muito mais consciente. Embora haja certa similitude, para mim são dois momentos completamente distintos, que nem sempre vão de mãos dadas”.





“Ainda falta confiança e orgulho ou amor no que é nosso. Muitas vezes seguimos olhando para fora para validar o que fazemos, quando na realidade há uma riqueza enorme em nossas histórias, em nossas diferentes realidades e em nossas formas de ver o mundo. Também é importante complexificar o olhar. Sair de representações simplificadas do latino-americano e começar a mostrar sua diversidade, suas contradições e sua contemporaneidade. A identidade não é algo fixo, é algo que se constrói constantemente, e o styling pode ter um papel fundamental nesse processo”.



O que Lisseli está fazendo (junto com outros/as stylists, diretores/as de arte e fotógrafos/as da região) é (re)construir o arquivo visual da contemporaneidade latino-americana, partindo de dentro. O material que permitirá aos Estudos de Moda analisar e documentar como a região existe em si mesma, como ela vivencia isso através do vestir e como se compreende. Não é apenas narrá-la. É ampliá-la, fazer-lhe perguntas, reinventá-la, mostrar-lhe o que ainda não observou, mostrar-lhe de que é feita. Um ato de memória e um ato de generosidade: depois de tanto tempo sem se permitir existir tal como é, Lisseli mostra à moda regional, com seus stylings, que ela pode ser o que quiser. ☺









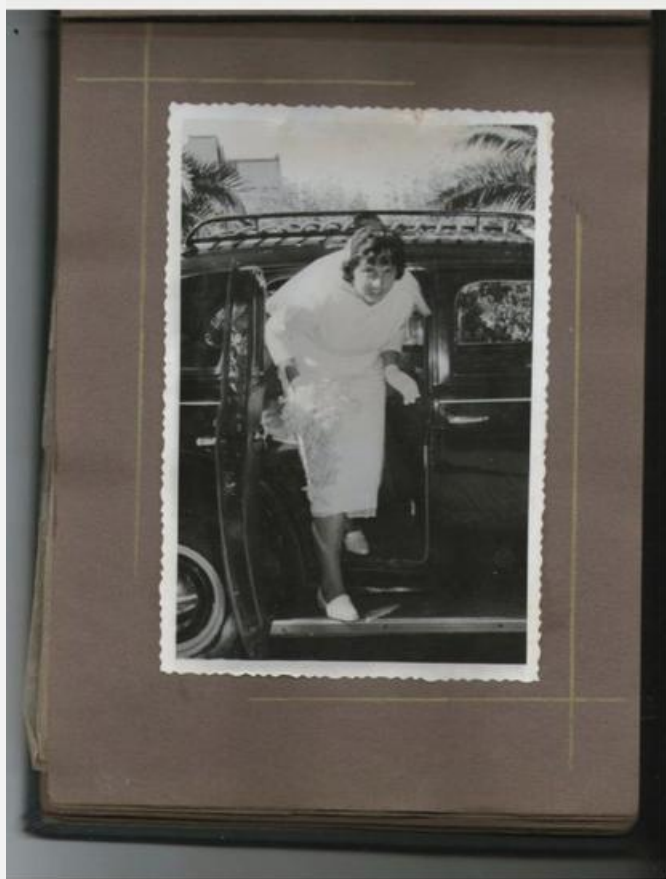
Um tecido de memória viva

por Magalí Martínez

Fotografias Magalí Martínez

Capa: Magalí Martínez por kalingerv

Para mim, a roupa ou a minha maneira de entendê-la é um tecido de memória viva. De minha avó materna herdei o essencial para a vida: benzer o quebranto, cuidar das plantas, botas de amarrar, camisas com estampas maravilhosas, as luvas do seu casamento, casacos tecidos em duas agulhas por suas mãos, botões forrados, bolsas e uma lista infinita de mil maneiras de levá-la comigo para sempre. Lembro da felicidade que sentia cada vez que abria o seu guarda-roupa e ela me deixava escolher qualquer sapato de salto, desfilando apenas para que ela me visse. Cada roupa guarda uma história e quis que ela me contasse todas.





Um dos meus vestidos favoritos feito por suas mãos.



Cresci em uma cidade muito pequena, de apenas 9000 habitantes; portanto, tendências ou moda só chegavam pelas capas de revistas. Fascinava-me revirar a caixa de costura, organizar botões, manter um inventário de cada linha e cor que ela guardava. Porque além de ser bastante vanguardista para a época e o lugar onde nasceu, minha avó costurava as suas próprias roupas, e minha mãe também aprendeu a fazê-lo.



Por um lado, a crise argentina em uma cidade do interior e, por outro, inventar o que não via nas vitrines. Sempre admirei que ambas criavam, à sua maneira, outro mundo possível. Lembro-me de passear com elas buscando tecidos, tocar cada um, encontrar texturas e combinações. Tive roupas de primos mais velhos que eram remendadas para estender seu uso ou modificadas com detalhes muito lindos; um pedaço de tecido de toalha de mesa xadrez ou de uma cortina florada podiam se transformar em um vestido fresco de verão. Delas herdei a magia e a capacidade de alquimizar: de fazer com que uma coisa possa se transformar em outra. A crise sempre esteve muito bem domada: o que não se podia pagar, podia-se criar em uma tarde de mate e algum bolo gostoso. O ruído da máquina, o pedal funcionando até qualquer hora, o cansaço na vista, uma agulha que se quebra no momento menos oportuno.

Tenho peças favoritas que já são o meu talismã e não as imagino em outro lugar a não ser na minha vida: a camisa com listras azuis e lilás do meu avô Mario junto ao seu lenço de cavalos, e o casaco bege com botões de madeira, tecido em duas agulhas bem macio, da minha avó Blanca. Cada vez que os uso, sinto que os tenho por perto, que de alguma maneira podem me acompanhar a cada dia, embora não estejam fisicamente comigo. De certa forma, esse casaco de lã é tão macio quanto um abraço dela ao voltar do jardim de infância para lanchar em sua casa.



Em minha família nunca se falou de grandes marcas nem de designers renomados. A moda sempre cabia em um molde de papel pardo e em alguma revista *Burda*. ☹













Yanis Olivares

O valor cultural da
moda reside *em preservar*
a memória social

Fotografias **Adrián Galindo** e Cortesia Yanis Olivares Pacheco

Nos séculos em que a Antropologia tenta responder o que uma sociedade diz através do que veste, revelam-se os sistemas de crenças, as estruturas de poder, as formas de resistência e os mecanismos da identidade coletiva. A roupa não é apenas abrigo ou estética, já sabemos. É arquivo: sua (podemos dizer) segunda função social. O registro mais imediato e cotidiano de quem somos e de onde vimos. Nesse cruzamento entre a moda e a memória, encontra-se Yanis Olivares. Seu trabalho, desenvolvido durante mais de uma década no ecossistema da moda mexicana e latino-americana, parte de uma convicção histórica e política: a indumentária é um dos sistemas simbólicos mais complexos e menos estudados das culturas latino-americanas. E preservá-la, exibi-la e narrá-la, a partir de um olhar inteiramente regional, é um ato de justiça cultural.

Quando lemos a história da América Latina através de seus têxteis e interpretamos a roupa como um documento histórico, encontramos como base que, antes dos imperialismos espanhóis, as culturas mesoamericanas e andinas desenvolveram técnicas de tecelagem que não eram apenas artesanato, mas sim um sistema de escrita: os quipus incas registravam informações através de nós e cores; os huipiles maias comunicavam o pertencimento comunitário e o status social de quem os portava; e os mantos de plumas astecas eram objetos diplomáticos, sofisticados como seria hoje um documento de Estado.



Quando a colonização interrompeu essa continuidade, impôs novos materiais, novas formas e novas hierarquias do vestir. Porém, não conseguiu apagar completamente os códigos: as comunidades indígenas do México, Guatemala, Bolívia, Peru e Equador (entre muitas outras) preservaram suas técnicas e seus símbolos, a princípio na clandestinidade, hoje como resistência aberta e sustento identitário. Esses têxteis são patrimônio cultural, reivindicação política e a visão com a qual Yanis trabalha, construindo não apenas o seu propósito, mas um propósito inerente à indústria da Moda regional.



“Para mim, a força reside na intenção com que cada indivíduo escolhe suas roupas dia após dia. Enquanto para muitos a primeira impressão é o que conta, para mim é o oposto: *o que tem mais peso é compreender a história dos indivíduos através da evolução de sua vestimenta no tempo. É nesse percurso que se encontra a verdadeira essência e identidade de uma pessoa*”.

Dentro da Carla Fernández Casa de Moda — a marca mexicana que construiu sua identidade em conjunto com a colaboração direta e ética com comunidades artesanais —, Yanis mostrou que trabalhar com a indumentária latino-americana implica uma responsabilidade que vai muito além do design: é necessário nomear, documentar, reconhecer e legitimar. E em uma de suas últimas palestras, na exposição ‘¡Moda Hoy! Diseño latinoamericanx y latinx contemporáneo’, ela propôs como a curadoria de moda está sendo uma vertente essencial para a construção do olhar regional.



*Yanis vestindo o rebozo
Eréndira de Casa Carla
Fernández, feito por Fermín
Escobar em Tenancingo,
Estado do México.*

“A Casa tem mais de 25 anos na indústria e sua principal contribuição reside na transformação dos processos de criação de coleções. Diante da colaboração direta com povos originários, hoje o termo “marca mexicana ou latina” pode parecer um clichê, pois muitos designers limitam sua relação com o artesanal a uma simples intervenção. No entanto, o objetivo de Carla desde o início tem sido o reconhecimento integral: nomear cada colaborador, realizar vídeos e revistas por coleção para explicar os processos, apresentar os artesãos com suas famílias e, inclusive, levá-los a exposições internacionais para mostrar o resultado dessas colaborações. Este compromisso de não ser “juiz e parte” levou a casa a se certificar como Empresa B, submetendo-se a avaliações anuais que reiteram sua responsabilidade social. Além disso, Carla desenvolveu um manifesto, que eu chamo de seus “10 mandamentos”, com o qual a Casa projeta seus valores e objetivos ao criar”.

Quando as roupas entram no museu, entram, na verdade, em um espaço político. Não são um objeto, não são uma mercadoria. São um testemunho: por trás das vitrines, legitimam-se. Tornam-se fatos da história, narram povos inteiros, o sangue que se pode reconhecer ao olhá-las. Uma postura que exige ser olhada com seus próprios olhos e lembrada através das nacionalidades. O México é a segunda cidade do mundo em quantidade de museus e demorou para reconhecer essa dimensão. A curadoria de moda é um campo jovem no país, com apenas alguns anos de desenvolvimento institucional formal; e quando Yanis, no Museo Franz Mayer, deu sua palestra, também traçou o caminho: o da moda latino-americana que já pensa a si mesma como cultura. O papel de Yanis também é o de uma mediadora: entre a intenção do/a designer e a experiência do público, entre a peça e seu contexto, entre a roupa e o relato que a significa. A forma como quem projeta entende a região não apenas a partir do design, mas sim a partir de sua capacidade e objetivo de produção.



“A curadoria de moda no México começou a ganhar força há apenas uns oito anos. Embora a CDMX seja a segunda cidade com mais museus do mundo, nenhum se especializa em moda. *Existem mais de dez espaços dedicados à salvaguarda da indumentária indígena, mas o Museo Franz Mayer é o que mais tem investido neste tipo de seleções. Este trabalho tem tido uma resposta muito positiva, incitando os designers locais a proporem um olhar mais profundo em direção às suas coleções. Graças a isso, a sociedade começa a entender que a indústria não é frívola, mas sim que se estende a contextos políticos e sociais. Considero que cada exibição deve vir acompanhada de um guia que explique ao público o verdadeiro plano de fundo do que está observando*”.



Yanis está construindo, no presente, a narrativa do ato de restituição identitária da moda latino-americana, agora que a América Latina atravessa um momento de visibilidade global sem precedentes em termos culturais. O interesse estrangeiro do olhar está sendo ofuscado: a região remove os filtros, reconhece-se, posiciona seus elementos e seus stylings. A partir da indústria mexicana, Yanis (re)significa o folclore como ferramenta para as narrativas éticas desde o pragmático, não apenas do simbólico. Uma alternativa necessária e rigorosa: visibilizar os processos, as comunidades, as condições de produção e a memória. Que uma marca com propósito possa responder, com documentação e produção ética, por cada decisão que toma, desde o design até a distribuição.

“Considero que hoje em dia o latino está no seu apogeu. Este momento é uma oportunidade estratégica para que as marcas regionais se tornem visíveis e deixem sua marca. *Há um talento imenso e tenho descoberto propostas latino-americanas que realmente estão à altura de qualquer grife global. Com força e com muita personalidade, a América Latina sabe que agora tem o microfone e começou a usá-lo, desde marcas emergentes até casas de luxo. Cada vez há mais eventos com padrões internacionais desenvolvidos na região e liderados por latinos*”.

“O que mais me entusiasma na evolução do design no México é a exploração das nossas raízes. *Para além da colaboração artesanal, a sociedade começou a questionar o sistema e a encontrar novas correntes "meximalistas", o que está despertando um interesse genuíno pelos novos designers*”.



03

LA TRADICIÓN NO ES ESTÁTICA

Desde hace más de tres mil años las tejedoras y bordadoras han transmitido su conocimiento de madre a hija.

Si sus técnicas han sobrevivido es porque son una forma de expresión. En ellas lo subjetivo y lo colectivo se manifiestan simultáneamente.

No obstante, la tradición no está suspendida en el tiempo:

En los pueblos y las comunidades los modos cambian y evolucionan, la creatividad está viva, no cancelada y da lugar a diseños nuevos e inesperados.

04

RAÍZ CUADRADA

En el sistema de sastrería de occidente -cifrado en cortes y curvas- predomina la silueta del cuerpo, más que el textil y su historia.

Las prendas indígenas mexicanas se confeccionan con la unión de lienzos cuadrados y rectangulares. Su hechura es un original textil único que utiliza esas dos figuras como base para dar origen a cualquier otra forma a partir únicamente de dobles, pliegues y costuras.

Nos interesa el sistema de patronaje indígena no sólo por su carga vernácula, sino también por su calidad constructiva y arquitectónica.

La prenda geométrica que viste a la mujer indígena se lee como un libro abierto que cuenta la vida de la tejedora que la creó. Si se cortara una página y se dividiera con costuras sería imposible leer la narración completa.

Nombreamos a este sistema de confección la "raíz cuadrada" porque trabajamos con las raíces culturales de México y con el sistema de patronaje cuadrado como herramientas de diseño.

05

LA TIERRA ES EL ORIGEN DEL TEXTIL

En ella se sientan las semillas de las plantas con las que se crean las fibras. El algodón, con su tinte blanco y café, está heredado de los sucesos de América que fluyen de las raíces a los brotes transmutando su vitalidad.

El trabajo manual convierte las fibras en tejido. Los diseños se conciben con el cuerpo y la mente en un proceder orgánico. La tierra manifiesta su generosidad en nuestras prendas.

Dos colores y texturas narran historias:

Las jaxas de San Juan Chamula se somergen durante las anochas para no perder jamás el negro intenso y brillante. En las falda tricolor de la zona de Oaxaca el azul que se obtiene de la planta añil se elige, el rojo de las franjas es el resultado de mezclar el insecto de la grana añil y representa la fertilidad; el morado que surge al añil al ser tratado por la muerte.

La unión de la materia se da con el sutil juego de los elementos naturales bajo el influjo de la mente y el corazón.

06

EN EL VERDADERO LUJO NO HAY OPRESIÓN

¿Que orgullo me puede causar si bajo el su nombre se producen ropas de la opresión de los trabajadores y de la sobreexplotación de los recursos del planeta?

El verdadero lujo es que el que se viste no se ve a través del sufrimiento de otros. El verdadero lujo es organizar un sistema de trabajo humano y placentero. Nuestra misión de lujo es fomentar el amor: la risa y el amor hacen el bien que proviene de las semillas de las sábanas.

No a la manufactura anónima.

No al lucro de la desigualdad para el bienestar del comercio.

No a que el trabajo de otros sea el lujo.

No a la explotación humana.

Comencemos que el tiempo para producir sea transformado y que el lujo sea el amor.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.

El lujo es el amor, el amor es el lujo.



É preciso narrar-se para reconhecer-se, e essa é a visão que Yanis Olivares propõe: fecha a lacuna entre o estudo, a preservação e a significação das marcas regionais, e constrói os espaços (físicos e institucionais) onde a moda latino-americana possa olhar para si mesma. Onde uma comunidade possa ver suas técnicas em uma vitrine de museu e compreender o alto valor que carrega e, ao mesmo tempo, onde um/a designer encontre a sua própria linguagem, relatada e construída junto à comunidade à qual pertence. A memória dos povos guardada e sustentada nos fios, e o critério de Yanis mostrando e gerindo as suas formas.

“O que hoje me move não se limita a como as pessoas se vestem ou à sua identidade individual. *Meu propósito no meio da moda é visibilizar a engrenagem profunda da indústria: todas essas áreas que a constroem e a forjam, mas que costumam ficar fora do alcance da visão pública. Considero que a moda, além de ser expressão, é responsabilidade estrutural.* Uma empresa consciente hoje deve responder ao seu entorno, à sociedade e ao seu impacto no ecossistema. Isso implica transformar os processos desde a raiz: desde a seleção de materiais ecológicos até o desenho de sistemas onde a saúde mental do colaborador seja a prioridade, com estruturas mais humanas, pagamentos justos e condições dignas para os trabalhadores de facção. Esta criação de consciência pode ser executada a partir de qualquer vertente, seja no âmbito dos museus, colaborando com empresas que compartilhem desta visão ou prestando assessorias a marcas emergentes. *Meu foco é atuar de maneira disruptiva dentro de uma indústria onde impera a guerra de egos. É aí, na coerência e na ética operacional, onde realmente se faz a diferença*”. ☺







Um tesouro em preto e branco: *o outro roteiro do cinema mexicano*

por Juan Ramón Hernández

Fotografias Ricardo Alberto López Martínez

À primeira vista, o livro me capturou pela elegância de seu design em preto e branco, especialmente pela impecável capa de fundo branco onde repousa um esboço do figurinista mexicano Armando Valdés Peza, feito para a personagem Nieves (María Félix) em “Uma mulher qualquer”, da qual podemos ver uma fotografia na contracapa, vinda de uma das cenas da fita de 1949.

Trata-se de “***Vestuario 1931-1981. 50 años de criação no cinema mexicano***”, um livro publicado em 2024 que percorre, através de 18 ensaios escritos por especialistas, o outro roteiro do cinema nacional: o figurino. Cada um dos especialistas traz suas contribuições necessárias que introduzem o leitor a uma diferente e emocionante viagem ao passado, pois nunca havia sido publicado um livro deste gênero.

Soube de sua existência no início do ano passado, quando ainda o estavam apresentando em diversos espaços culturais e acadêmicos, mas não foi até meados de 2025 quando finalmente o adquiri, das mãos da própria Elisa Lozano, que é a coordenadora desta pesquisa e autora da segunda parte do livro.

É impressionante conhecer sua ampla trajetória como historiadora e pesquisadora do cinema mexicano, a quem por sorte pude conhecer, mesmo que brevemente, e que escreveu belas palavras no interior do livro.



Entre as penas de destaque encontram-se Renato Camarillo Duque (restaurador, curador e conservador têxtil), Roberto Fiesco (diretor, escritor e membro da assembleia da Academia Mexicana de Artes e Ciências Cinematográficas desde 2015), Ana Elena Mallet (curadora de arte, design e moda), Arturo Rico (jornalista, pesquisador e conferencista), e Lucy Lara Zavala (editora de moda, conferencista e autora Best-Seller), entre outros destacados profissionais.



Interessei-me em ter este livro por vários motivos: por seu magnífico design editorial (a cargo de Brenda Rodríguez), mas também porque me intrigava ver as fotos que encontraria, já que sou um fanático pelo star system mexicano, e minha surpresa foi que não só encontrei fotos impressionantes, mas também ilustrações, folhetos e tipografias dos cartazes publicitários. A decisão de maior peso foi porque queria ter o seu conteúdo em primeira mão, pois sabia que era um livro único em seu gênero e nunca é demais conhecer coisas novas.



Comecei a lê-lo em desordem, na verdade, e dos primeiros textos que escolhi foram o de Roberto Fiesco, intitulado “El misterio Oppenheim”, e o de “Armando Valdés Peza: Vestuarista de pincel y tijera”, de Renato Camarillo Duque. Gostaria de me deter no primeiro, porque é um texto que resgata uma mulher extremamente interessante, criativa e que não é precisamente mexicana, embora sua ascendência o seja. Em geral, o texto mais revelador que encontrei.

Nele, apresenta-nos Lilian Oppenheim, suas façanhas desde sua passagem pela Texas Stage College For Women em Deaton como figurinista e ilustradora, e seus primeiros passos como designer para filmes no México, onde teve sua primeira oportunidade em “Eva, Adán y el diablo”, à qual depois se seguiram “La diosa arrodillada”, com María Félix como protagonista, e outras mais.

Parece-me extremamente enriquecedora a sua contribuição, comparado com outros que não trazem tantos dados interessantes além de sua narrativa bem executada, mesmo que fosse apenas para descrever cenas de filmes.

Deste tipo de textos, destaco por seu engenho narrativo (e por não se perder ao escrever no particípio passado) o escrito por Mónica Mendoza Bravo em “Portales cósmicos, de París a las estrellas”, onde fala da carreira de Esteban Mayo como se fosse uma previsão astrológica de sua vida, fazendo um aceno ao seu ofício como astrólogo, uma de suas facetas mais reconhecidas, sendo dos primeiros, ou talvez o primeiro, a ter um programa na televisão mexicana.

Nas 557 páginas ficam registradas entrevistas em primeira mão, descrições do contexto no qual os filmes se desenvolveram e dados que configuram esse momento no qual os créditos de alguns filmes ficaram longe de ser levados a sério. É por isso que este livro parece uma dívida paga a essas pessoas e ao trabalho que realizaram, o qual foi configurando a narrativa que se requeria projetar para completar a linguagem visual.







No livro são listados estilistas famosos que, além de vestirem as damas mais refinadas do México, espalharam seu talento pelo cinema mexicano criando figurinos para vários filmes, como é o caso de Ramón Valdiosera (*“Tizoc”*, *“Zonga”* e *“El ángel diabólico”*), Henri de Chatillon (*“Trotacalles”*, *“Mujeres que Trabajan”* e outros), Armando Valdés Peza (*“Enamorada”*, *“El monje blanco”*, *“María Candelaria”* e mais), Esteban Mayo (*“Los amos de la taquilla”*, *“Claudia y el deseo”* e *“Tres noches de locura”*), e Tao Izzo (*“Para siempre amor mío”*, *“Cuando tejen las arañas”* e *“La generala”*).

Toda essa roupa que mostraram no celuloide deixou para a posteridade seu impacto na cultura visual e da moda no México, pois nessa época, e ainda até a década de 80, o cinema era um meio de massa de onde saíam ou se refletiam aspectos da vida civil que as pessoas foram incorporando à sua vida sob uma aura de fantasia e aspiração.

Conhecer seu trabalho foi deslumbrante, mas longe do quão estimulante foi deparar-me com nomes que não sabia que existiam, como o tapatio Vicente Álvarez Tostado, que desenhava para o teatro, o teatro de revista e o cinema entre os anos trinta e quarenta, criando figurinos pela primeira vez no filme *“Mexicanos al grito de Guerra”*, seguido de *“Os três huastecos”* e *“Los Gavilanes”*.



Ainda mais fascinante foi descobrir o papel que tiveram as mulheres creditadas, como a própria Oppenheim, que também teve uma breve faceta como atriz. O mesmo fizeram, mas ao inverso, Andrea Palma (tia da Primeira Atriz Diana Bracho) e a cubana Ninón Sevilla em seus respectivos momentos, pois se animaram a participar de alguma forma na confecção do figurino. Nesses dois últimos casos, parece-me genial a sua contribuição, dada a sua experiência vinda de outras latitudes e culturas impulsionadas pelo glamour e pela grandeza da tela grande.



Textos como o de Gabriela Pulido Llano em *“Las rumberas en el cine y sus vestuarios que cantan, bailan y brillan”* ou o de Arturo Rico em *“El desvestuario”* me abriram os olhos para um mundo da comédia erótica, das vedetes, das rumberas, dos adereços de cabeça, do sabor caribenho e latino, onde se destacam as cubanas Ninón Sevilla, María Antonieta Pons, Amalia Aguilar e as mexicanas Sasha Montenegro, Lyn May e Rossy Mendoza. Cada uma delas em seus respectivos anos. Considero que Rico faz uma ênfase extremamente acertada ao levar a sério a figura da vedete e do seu figurino.

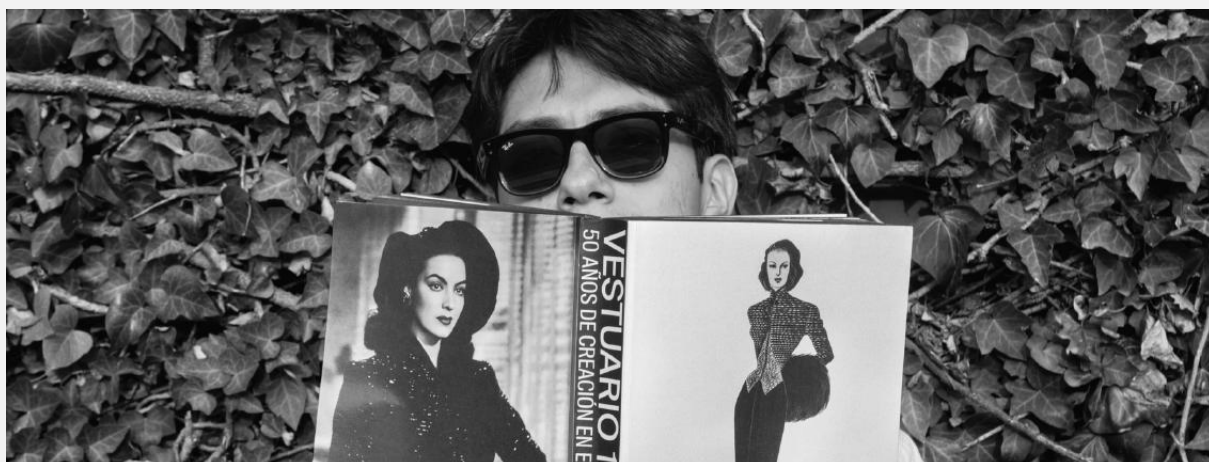
Por exemplo, um dos nomes que foi uma descoberta para mim foi saber da argentina Zulma Faiad, pois ela transformou o conceito de Vedete no México por seus biquínis ousados, plumas, a tanga de triângulo e toda a parafernália, como chamamos no México, que ela vestia, e grande parte correspondia ao trabalho de seu compatriota Enrique Brown, que se formou como designer na Escola de Belas Artes da Universidade de La Plata.



E como dado extra, foi de Buenos Aires, no final dos anos sessenta, que trouxeram para o México inúmeras malas com todo o figurino que ela usava lá para dançar e que foi um referencial para todas as Vedetes no México. Sem dúvida, um capítulo que reivindica um gênero que foi autocensurado e desprezado por ser considerado vulgar.

“Vestuario 1931-1981. 50 años de creación en el cine mexicano” é um tesouro por ser único em seu gênero, sem dúvida ambicioso, mas que por momentos parece muita narrativa sem dados contundentes. Não todos, mas há um ou outro em que isso é mais notório e resulta pouco interessante. No entanto, isso não retira o mérito dos outros que reivindicam o figurino no cinema.

Pessoalmente, mudou e aprofundou minha percepção sobre o que foi criar essa fantasia ou realidade na tela mediante o figurino; não foram roupas escolhidas ao acaso, talvez não houvesse créditos ou tanta profissionalização como agora, mas o seu compromisso com o ofício era notório.





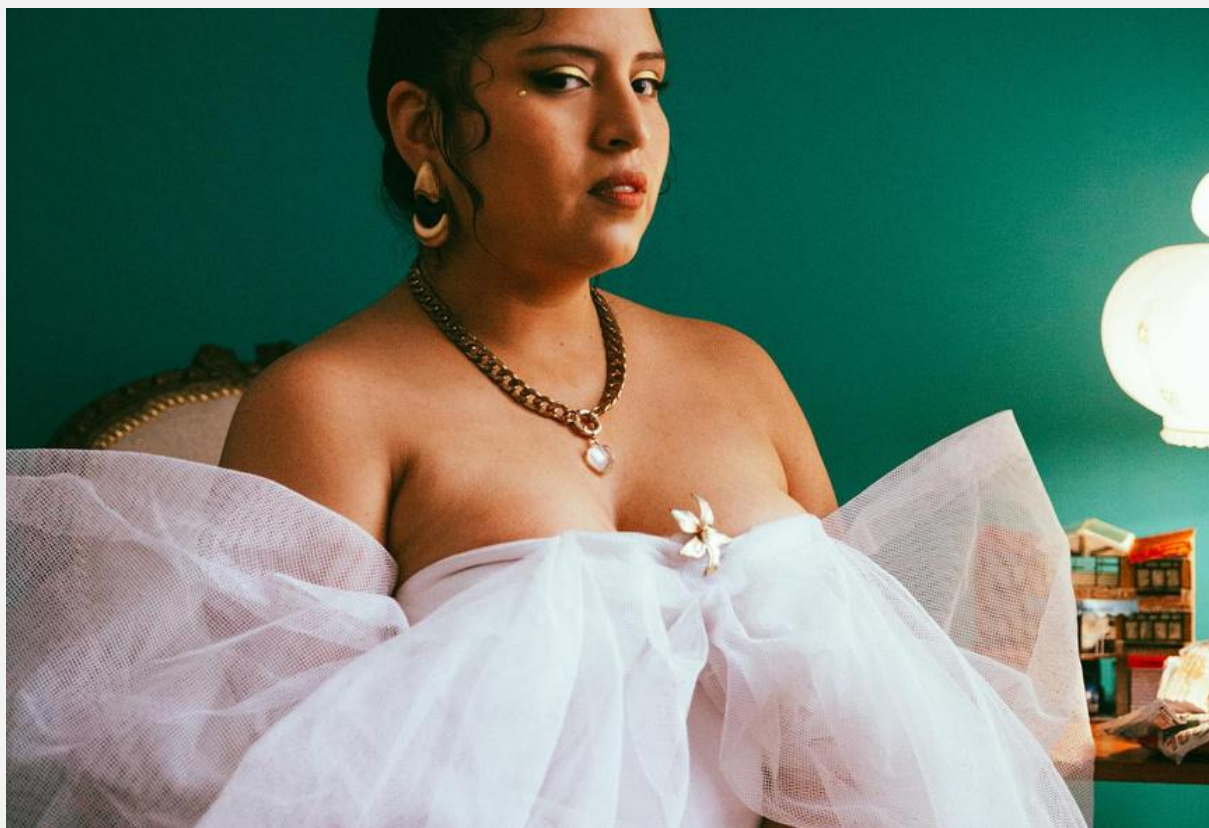
Enquanto o lia, parecia-me cada vez mais ilógico como em uma indústria que deu tanta identidade ao país, e que a exportava para outros países da América Latina em muitos aspectos, o figurino tenha sido esquecido durante tantas décadas. Esquecido, claro, pela indústria, não por seus criadores, mas que com o passar do tempo cederam à implacável perda de memória que só o tempo pode causar. E isso é precisamente o que resgata a contribuição de Elisa como pesquisadora, talvez a parte mais robusta do livro, refiro-me à seção de Miscelânea e comércios, onde destaca nomes, locais e todo o trabalho dos figurinistas que impactaram o cinema nacional. É uma espécie de glossário que, no meu ponto de vista, é ouro em pó para futuras pesquisas.

Pareceu-me inspirador conhecer este capítulo da história do cinema porque me fez entender que não estamos parados no nada, pois existem antecedentes documentados que sustentam o trabalho prévio para a posteridade e nos dão a segurança de mostrar o que uma indústria como a Moda é capaz de fazer, trazendo-nos confiança por nosso trabalho. Além disso, claro, abre uma janela para conhecer os "bastidores" das lendas ou até mitos do *"Cinema de ouro no México"*. ☺

2







América Latina: *roupas com história*

por Camila Arturi

Fotografias Héctor Villalobos e Getty Images
Caba Flor Alvarado por Asafe, 2025. Estilismo por Cris O.B.



A moda latino-americana não se circunscreve a uma estética única e fechada. Sua verdadeira forma de expressão nasce da terra, de sua história e de sua cultura. Longe de seguir fórmulas, a região conseguiu impor sua identidade, sua narrativa e construir assim sua própria indústria, com caráter, valorizando o detalhe e o trabalho artesanal. Aqui a roupa não apenas veste o corpo, vai além: comunica aos outros quem somos, de onde viemos, a onde pertencemos. A roupa mostra a identidade e a produz, porque vestir-se é sempre assumir um posicionamento. Não se escolhe apenas a roupa; com ela, escolhe-se também como se posicionar diante de nossos valores, crenças e do lugar que habitamos.

A moda é um jogo constante entre a imitação e a diferenciação. Com ela, indicamos nosso pertencimento e marcamos nossa distinção, nosso selo distintivo, aquilo que é único e característico. Ao definir nosso estilo, também dizemos: este é o lugar que ocupo, que habito e que quero continuar ocupando no mundo. E a moda latino-americana atual entendeu que, com suas criações, está expressando o seu próprio lugar.

Podemos dizer, sem generalizar, mas com uma ótica territorial transversal, que a estética latino-americana na moda se caracteriza por uma intensa mistura de herança cultural, através de técnicas artesanais junto a cores intensas. Suas narrativas combinam tradição (com tecidos e bordados, por exemplo), design contemporâneo e sustentabilidade (a América Latina tem uma das indústrias com mais designers com esta prática). Esta estrutura estilística, como meio para contar histórias, coloca o seu olhar em um solo, uma região, uma cultura e apela à memória para se construir no futuro, longe de qualquer estereótipo que se lhe pretendeu impor. Para uma região tão diversa e com tanta história, definir uma estética única é e resulta impossível.



A história da mestiçagem desempenhou um papel fundamental nela. A vida após a colonização tornou inevitável a fusão de culturas e, com isso, não apenas os costumes, mas também a criação de novos têxteis, a incorporação de cores, a fusão de simbolismos que os nativos, ao mesmo tempo, tiveram que lutar para manter.

Na época colonial, embora tenha ocorrido uma forte imitação da moda espanhola entre as elites, devido à influência e imposição direta, os povos originários continuaram conservando suas formas tradicionais de vestir através do ensino de suas técnicas de tecelagem e bordado às suas descendências, como mais um ato de resistência cultural. Assim, em um mesmo território, no que diz respeito à moda e ao vestuário, o leque estético formou-se amplo, diverso e variado. Com o tempo, sucederam-se as independências nacionais e surgiram os movimentos sociais do século XX, dando passagem aos estilos próprios que reivindicaram o local diante da influência externa. Na modernidade e com a globalização, abriram-se as portas para as tendências internacionais e, diante da saturação e da falta de representação, avançou-se no forte interesse por revalorizar as raízes, o local e o autóctone para assim se abrir ao mundo.

Mas esse posicionamento não foi apenas ir além. Implicou um voltar. Não apenas às raízes, mas a nós mesmos. Assim, designers atuais exploram aquilo que a sua terra lhes dá, para criar (e recriar) sua identidade e depois plasmá-la em suas roupas.



Um componente em comum que podemos mencionar dos designs regionais é o uso da cor. Distintivo, que transgride combinações básicas e que serve, muitas vezes, como ponto de apoio para expandir a criatividade. Assim também ocorre com o uso de estampas. A América Latina abre seu próprio caminho dessa maneira. Tanto a cor quanto as estampas vêm dos elementos do território. Geograficamente, a América Latina e o Caribe possuem em sua superfície formações de muitíssimas cores, muitíssimas variedades de texturas, e esse olhar primário do próprio lugar em que se vive é o que permite aos seus designers indagar em sua criatividade e alimentar sua inspiração. Com a formação das sociedades, os costumes e os simbolismos se combinaram. Assim, o uso de elementos religiosos, rostos, totens e figuras dos imaginários culturais fundem-se na atualidade com a intervenção da arte gráfica das grandes cidades e de seus grandes artistas para estruturar designs e estilos novos.

Em nossas mãos encontra-se o valor e, certamente, temos que nos orgulhar dele: a América Latina tem, em sua história, grandes mestres artesãos que, com suas técnicas e seus olhares detalhistas, trabalham as pedras e os metais, convertendo-os em peças únicas e longevas. Muitas dessas técnicas derivam em marcas de joalheria e designs de joalheria de luxo. O valor da história, do legado ancestral, o aperfeiçoamento de têxteis e a construção dos detalhes fazem do estilo latino-americano um cúmulo de opções que representam a identidade, mas que também a reestruturam.





Silvia Tcherassi, colombiana, diz que *"nós, designers latinos, temos uma aproximação com a cor e com os materiais que nos torna diferentes. E essa aproximação é produto da nossa história, da nossa tradição, da nossa natureza. E definitivamente minhas raízes latinas estão no DNA da minha proposta de moda e da minha marca"*. Uma das designers latino-americanas reconhecidas em nível mundial. Seu nome hoje é sinônimo de elegância e vanguarda. Integra suas influências arquitetônicas para fusionar o clássico e o moderno dentro do autóctone e foi uma das primeiras designers latino-americanas a ser convidada para passarelas internacionais como Milão, onde elevou o made in Colombia como selo de alta qualidade. Junto a ela, podemos falar também do brasileiro Alexandre Herchcovitch, reconhecido por suas estampas e seu estilo moderno, e Oskar Metsavaht, também brasileiro, da reconhecida marca *Osklen*, reconhecido por seu compromisso com o ecológico.

Não, não podemos nos esquecer dele. O dominicano Oscar de la Renta, pioneiro em posicionar o talento latino-americano em nível internacional, marcou a história ao se tornar o primeiro latino a desenhar para uma maison francesa, em 1993, quando foi contratado pela Balmain. Um criador de tendências líder no prêt-à-porter e em vestidos de noiva, que soube fazer uso do glamour em suas criações, vestindo muitas celebridades e primeiras-damas. Suas boutiques estabeleceram-se na maioria dos países mais influentes do mundo da moda.



E da Venezuela, Carolina Herrera, outra designer marco, hoje é uma das referências das tendências atuais, conquistando um exclusivo setor da moda e da perfumaria mundial.



A América Latina tem investido na construção de seus próprios espaços para a indústria. Na década de 90, as fashion weeks locais tiveram seus primeiros reconhecimentos, como no caso do Brasil, em 1995, sendo o primeiro país com uma fashion week, e sendo São Paulo a primeira cidade escolhida. Depois seguiram-se Buenos Aires, Lima e Bogotá. Esses eventos promoveram desde o início novos talentos, designers locais e novas coleções e desfiles tanto de Alta Moda quanto de ready-to-wear, com o foco de atenção voltado para os grandes expoentes do setor. Mesmo assim, a integração da região na indústria global ocorre a conta-gotas. Ainda se enfrenta o fato de suas estruturas estilísticas serem observadas de maneira reducionista pelo continente europeu, que ainda a rotula como algo exótico. A América Latina deve continuar trabalhando em conjunto para conseguir se posicionar tanto comercial quanto produtivamente diante do restante do mundo da moda, a partir de seu próprio olhar e dos próprios stylings de suas nações.



Hoje em dia, um dos países mais influentes da região é a Colômbia, que está sendo observada pela cena global. O país vem abrindo caminho por sua capacidade de unir sua tradição a um exclusivo design de alto nível. Seus designers se destacam pelo uso de técnicas artesanais, silhuetas sofisticadas e uma forte identidade visual. Concentrada em cidades como Bogotá e Medellín, sua indústria gera alianças e eventos que impulsionam a moda local em direção aos mercados internacionais, convertendo o país em um referencial de luxo. Alguns de seus expoentes são a Cubel, com um grande estilo urbano e fortes raízes pré-hispânicas, e Andrea Landa, com um exclusivo e refinado luxo artesanal.



Outro país-chave da indústria regional é o México, com uma forte riqueza simbólica, onde a influência indígena e a herança têxtil lhe concedem uma narrativa vasta em cores e estilos. Além disso, sua proximidade geográfica com os Estados Unidos permite que seja um agente fundamental de exportação e conexão internacional para marcas locais.

Historicamente, Ramón Valdiosera é um de seus emblemas. Conhecido como o pai da Alta-Costura, soube dar um valor impactante às criações indígenas e ao legado de seus têxteis, incorporando roupas com simbolismos pré-hispânicos em suas criações. Atribui-se a ele também o fato de ter posicionado a moda mexicana no mercado internacional, conseguindo levar suas criações a grandes desfiles mundiais. Mais importante ainda, atribui-se a ele a criação do rosa mexicano, um tom rosa intenso e específico que ficou associado apenas ao México. Como pioneiros da moda mexicana, podemos nomear também Armando Valdés Peza e Henri de Chatillon.





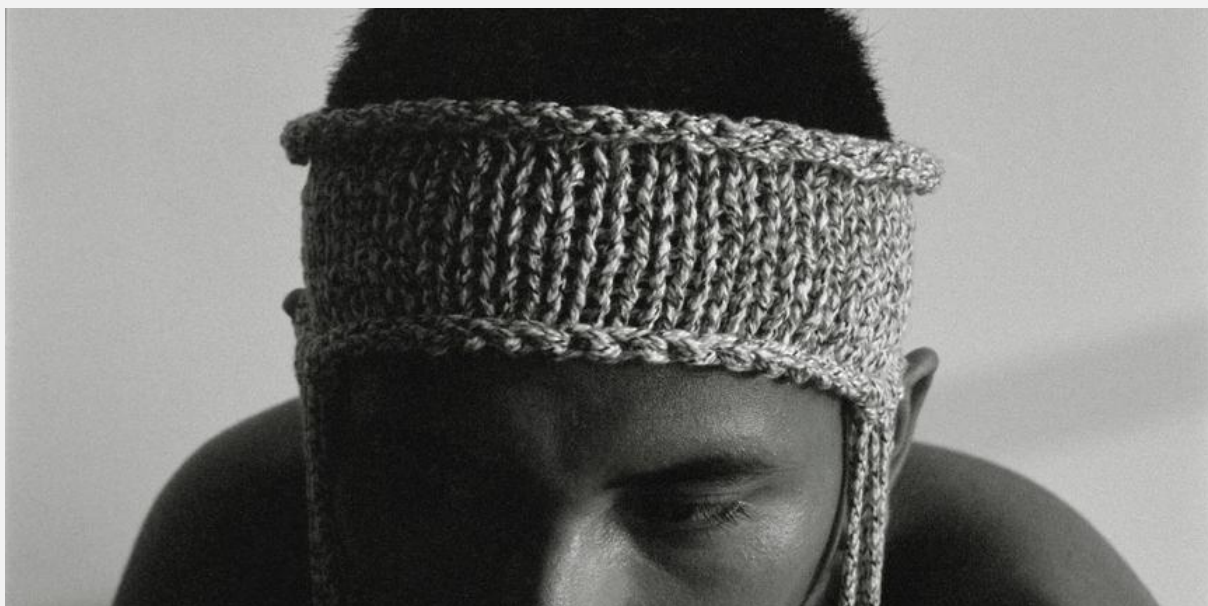
A Argentina, por sua vez, com Buenos Aires como cidade epicentro da moda, é reconhecida por sua moda de autor. Desenvolveu um estilo onde convivem o minimalismo, a experimentação e a moda alternativa, posicionando-se como uma referência regional em design e expressão pessoal. Sua estética é vital e versátil; seu design, conceitual, artístico e experimental. Mistura sofisticação urbana, boemia, elegância clássica e detalhes artesanais. As marcas argentinas, focadas atualmente em incursionar em uma produção mais sustentável, experimentam no uso de lã e couro como têxteis territoriais que oferecem durabilidade aos designs. Um dos designers-chave na cena contemporânea é Pablo Ramírez, com um grande estilo minimalista e atemporal, que trabalha paletas monocromáticas e silhuetas depuradas.

O Brasil, por outro lado, enfatiza a diversidade estilística da criatividade. É a indústria regional mais sólida: conta com matéria-prima e com indústria para trabalhá-la. Além disso, seus designs integram uma ampla tabela de tamanhos, sendo uma de suas marcas registradas e quase o único país que veste todos os corpos de maneira acessível em design e qualidade. O movimento e a cor são seus principais motores, e uma das marcas de destaque é a NALIMO, que mistura em suas coleções Alta Moda e cultura amazônica.



Embora esses países sejam os mais significativos da indústria latino-americana, a Costa Rica começou a se posicionar como um novo foco dentro da região, com produção local e consciente e designs que conectam a natureza. Os processos responsáveis e a abordagem artesanal estão concedendo à Costa Rica uma posição-chave para o que o mercado global está considerando como novo luxo. O Chile também, com marcas como Loraine Holmes, está se posicionando, trabalhando o denim com designs ecléticos e técnicas artesanais. No Peru, marcas como Estrafalario, criada por Valery Zevallos — que utiliza em seus designs objetos criados de forma manual —, e Sake, fundada por Ana Tafur — que prega o processo lento e a importância de não se ajustar ao convencional calendário da moda para que o design reflita autenticidade e boa qualidade —, propõem roupas que estão na mira da exportação. Direto é o caso de J. Salinas, designer peruano que apresentou suas coleções em Milão e na Paris Fashion Week.





O mundo da moda encontra, assim, no design latino-americano frescor, vanguarda, propostas diferenciadas e altas qualidades. As técnicas artesanais concedem detalhes específicos e fazem com que as peças tenham personalidade por si mesmas, representando sentimentos, histórias e formas de ver a vida. O ancestral na moda latino-americana não apenas mostra a sua essência, mas também funciona como um farol para o design e a confecção de peças que impactam o consumo pessoal e a valorização do meio ambiente. O futuro da moda na América Latina é muito promissor. Cada vez mais comprometido com a própria região como ponto de partida e como decisão estética para construir. A América Latina está desarmando, aos poucos, o olhar estrangeiro que tem tão internalizado e está olhando para si mesma, com seus próprios olhos, expandindo assim seus designs e o seu vestir. Somos a fusão do ontem e do hoje, o respeito pelas nossas mãos, pelos legados, pelo que é nosso e, a partir daí, caminhamos em nosso próprio caminho na moda. ☺



Sofoco

Edição 01 — Abril 2026

Direção e Design editorial

Jessica Signoretta

Capa

Reinterpretação de estampas de *Buscapleitos*

Playlist

Curadoria: Hayami 2K

© Revista Sofoco Edição 01 é uma publicação independente, argentina e digital de caráter cultural. As imagens, os textos e os depoimentos desta edição são de propriedade exclusiva de suas autoras e autores originais e são utilizados unicamente para fins culturais, críticos, históricos e educativos.

© SOFOCO 2026. Todos os direitos reservados.

sofoco