

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

sofoco

sofoco edição 02



Edição 02 — Outubro 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

4

Ladina, a América que nos veste

Innatos Club

20

Peruvian Harajuku

por Yulissa Aranibar

33

A guerra dos trapos: Eva Perón e seu vestir como significante histórico

por Gisela Machado

52

Vestir-se a partir da modernidade fusionada

John Bejarano

68

Sou em minha morte: Capítulo 1

por Magalí Martínez

74

O vintage vai sair campeão

por Mariana Päraway

83

Meu modo de expressão

por Marian Caribe

94

República Dominicana, o Caribe que dita moda

por Franchesca Espinosa Disla

102

Ramírez sob os olhos de Lucena

Daniela Lucena

124

FW26

de Lucas Leão

133

O fraque como arma: dandismo, poder e masculinidade na Geração de 80

por María Belén López Rizzo

144

O Sétimo Céu

de *San Martín*

152

A memória dos tecidos aviva sua potência quando se entrelaça com outros
GARCÍA BELLO

173

Gaultier, Frida e a arte de citar

por Camila Arturi

192

Pisa no pedal e costura o porvir

CRIS OB

212

Mais que preto e botas

por Nazarena Zoé

228

Geografia de um desejo limitado

por Yulissa Aranibar

241

A ficção tropical que nos veste

por Camila Andrea Rua Tovio

256

Residual

de *Colectivo Lía Padilla*

262

O farol que guia o celeiro artístico da moda regional

Delfina Tulli

288

A moda cultural é o novo luxo

por Camila Arturi



Carta da editora

Um projeto cultural é um desconhecido com quem decidimos forjar um vínculo. Um laço que, além disso, se torna filosófico: seu oferecimento é apenas um cúmulo de perguntas. Recíprocas, claro, porque seus interrogatórios também se referem a si mesma.

Quando fundei a Sofoco, achei que a conhecia de cor. Pensava, com total certeza, que se alguém me perguntasse por ela, eu poderia dizer sem hesitar: “conheço-a, sei como pensa”. Uma espécie de delírio meu, acreditar conhecer algo que ainda não conhece a si mesmo, não? Para tentar situá-la, comecei a usar etiquetas absolutas: um veículo de moda, um veículo sobre indumentária latino-americana e caribenha, um meio de comunicação, uma plataforma cultural, um projeto editorial.

E a Sofoco não me respondia.

Em seu silêncio, obrigou-me a refinar a observação. Seu olhar estava ali, sempre estive ali: como podia ser que eu não o estivesse entendendo? Eis aqui o primeiro conflito vincular: a editora escreve sobre como a região precisa olhar para si mesma, mas não estava olhando para o seu próprio veículo.

Minha tentativa pragmática de solucionar isso foi inútil e complexificou a relação. Dediquei-me a preencher os vazios com abordagens acadêmicas: Antropologia, Arte, Sociologia, Pesquisa, História. Mas a Sofoco me impôs limites: *não acho que possamos construir algo juntos se você nem sequer sabe o que eu olho e o que quero dizer*. Com o ego bastante derrotado, decidi me unir ao seu silêncio. Escutei muito e perguntei apenas quando foi estritamente necessário.

Foi então que a Sofoco — impoluta, vulnerável mas segura — mostrou-me sua maior obsessão: o que o vestir revela sobre uma pessoa, um povo, uma cultura?

Gostei muito do que descobri e decidi ficar. Agora caminhamos de mãos dadas. Também percebemos que olhamos exatamente para a mesma coisa, mas como sou um pouco mais introvertida, combinamos que será ela quem dará a cara tapa. Passamos nossos dias pesquisando e comunicando o que o vestir conta, a identidade que constrói, as memórias que guarda e a cultura que faz os povos permanecerem.

A Sofoco aceitou, finalmente, nomear-se como um veículo cultural. Só impôs uma condição para selar o pacto: que o seu *su/* esteja sempre claro. Ela lê a cultura da América Latina e do Caribe, e sua lente é o vestir.

Jessica Signoretta



AMÉRICADINA

AMÉRICADINA



Ladina, a América que nos veste

INNATOS CLUB e uma
coleção *necessária*

Fotografias Henry Rumi y Rafo Iparraguirre
Modelos Lucía Morales, Jordan Bousardo, Lola Apolaya y Oriana Marrioz
Direção criativa Daniel Pérez y Christian Duarte

Um *drop* de **Innatos Club** é formado por moletom, camiseta e regata de algodão nas cores preto e branco de base. Estampada, junto a algumas estrelas rosas e celestes esverdeadas, a frase *Améfrica Ladina*.

É uma decisão estilística sustentada no tempo o uso da palavra como estampa nas peças da Innatos Club, como se lutar fosse *uma das principais funções* do vestir. E para lutar é preciso dar o corpo a manifesto.

Em 2023, a Innatos Club realizou uma peça audiovisual, *Nosotros Los*, que a posicionou como um movimento artístico que prega a *recuperação dos espaços do relato latino-americano*. O canal é criativo, o objetivo é social. A Innatos vem gritando há tempos: “*Nossa América Latina é provocadora*”. No *drop Améfrica Ladina*, a formulação deixa de estar somente no discurso da marca e se concentra em uma palavra que tem sua própria história, e que carrega uma discussão sobre a maneira como a América foi nomeada, interpretada e representada.

Lélia Gonzalez escreveu '*A categoria político-cultural de amefricanidade*' em 1988, no contexto de suas investigações sobre raça, gênero, colonialismo e cultura. Ali desenvolveu a categoria de **amefricanidade** para discutir as limitações das leituras que explicavam as sociedades americanas, principalmente a partir de uma herança europeia. Em sua formulação, a África não aparece como uma exterioridade em relação à América nem como uma contribuição secundária para a identidade regional: a experiência africana, a diáspora e as populações negras são constitutivas das sociedades americanas.

Todo deslocamento, claro, é também linguístico e toda discussão nunca é unicamente terminológica. No contexto de seu pensamento, Lélia leva essa discussão até a expressão *América Ladina*, uma torção deliberada de América Latina. Seu gesto consiste em questionar uma palavra aparentemente estabilizada e perguntar-se o que fica fora dela quando a latinidade se converte no principal princípio de identificação da região. Para Lélia, o problema da nominação está relacionado com a produção de conhecimento, com as formas em que se construíram as identidades nacionais e regionais e com a persistência de estruturas coloniais. Por isso, a amefricanidade não funciona como uma simples alternativa estilística a latino-americano: é um posicionamento a partir do qual se pode reler as experiências históricas, culturais e políticas dos povos negros da América e as relações que essas experiências estabeleceram com outras populações do continente.



Com o *drop* de Innatos Club a expressão, de tanta densidade teórica, aparece impressa sobre uma camiseta como o maior gesto social: a democratização do conhecimento.

O que acontece quando uma categoria política passa do texto para o corpo? Desde que se consolidou como roupa cotidiana no século XX, a camiseta *gráfica* foi se tornando um suporte particularmente adequado para a circulação de mensagens. A historiadora Heather Marie Akou aponta que, com a expansão das camisetas estampadas e das tecnologias de reprodução gráfica, a peça se tornou um meio acessível para a expressão individual e coletiva, especialmente dentro de contextos sociais, políticos e de protesto.

Sua eficácia tem uma razão material porque a camiseta não precisa de uma cerimônia, de um palanque nem de uma instituição para adquirir visibilidade: mistura-se com as roupas de todos os dias e, ao mesmo tempo, leva uma frase para o espaço público. O slogan abandona o suporte do cartaz, do pôster ou da parede e entra em uma relação íntima com o corpo. Move-se com ele, muda de contexto, aparece em fotografias e se encontra com outros corpos.

“Tudo surgiu ao compreender o profundo significado do conceito de *Améfrica Ladina* desenvolvido por Lélia Gonzalez. O que mais me interessou foi como essa ideia questiona as formas tradicionais de entender a América Latina e nos convida a reconhecer a enorme influência africana e indígena que moldou nossas culturas, linguagens, formas de resistência e identidades.

E ao centralizar o design na palavra *Améfrica Ladina*, **o processo criativo consistiu em transformar um conceito acadêmico em um objeto cultural acessível e cotidiano.** A intenção era tirar essa reflexão dos livros e levá-la para a rua, utilizando a indumentária como uma ferramenta de comunicação e memória”.

— Daniel Pérez

Aqui reside a primeira importância do *drop América Ladina* como peça de moda: ao ser estampada com uma frase que remete a uma disputa concreta sobre a representação da América, e sobre as formas pelas quais a região constrói seu próprio relato, coloca o foco direto na narrativa, de forma alguma alheia à pessoal: a maneira como nomeamos nosso território é a maneira como nomeamos a nós mesmos/as.

Em colaboração com a *Afrolatines*, a plataforma criada por Lucía Morales Barrientos, o *drop* se situa explicitamente dentro do que há de vigente e urgente na preocupação com a representação e a visibilidade das identidades afrodescendentes na América Latina, vinculada diretamente com a experiência migrante, reconstrutora contemporânea necessária, transversal e importante do relato intrínseco latino-americano e caribenho.

Uma camiseta que carrega *América Ladina* não documenta por si mesma a história das comunidades afrodescendentes da região (seria incorreto exigir-lhe semelhante função), mas documenta sim o momento histórico em que uma palavra que foi pensada para discutir o olhar colonial sobre a América retomou sua circulação social, através de uma prática de design contemporâneo propriamente latino-americano.



“Meu papel com esta peça não é falar pela comunidade, mas sim *usar o design como um amplificador*. Como migrante, você se dá conta de que essa matriz afro e indígena conecta todo o continente, desde o Caribe venezuelano até as ruas de Lima.

O *drop* funciona como uma ação artística que intervém no espaço público. Tira ‘*América Ladina*’ da teoria e a coloca no peito da pessoa, fazendo com que o simples ato de vestir-se gere perguntas e desafie a narrativa tradicional. A moda em nossa região tem que deixar de usar a cultura latina, afrolatina e caribenha como um simples moodboard de referências estéticas. A intervenção real é estrutural: a indústria deve ceder espaços de poder e decisão aos criadores dessas comunidades para que sejam sujeitos ativos e donos de suas narrativas. **O respeito não se alcança com a apropriação, mas sim compartilhando o espaço e a visibilidade com quem historicamente foi excluído”.**

— Daniel Pérez

La camiseta, o moletom, nunca deixam de ser peças funcionais, claro, mas o seu registro se torna mais amplo, principalmente porque a história do vestir latino-americano foi narrada, em sua maioria, através de referenciais eurocêntricos que catalogaram a maneira como os próprios povos devem olhar para o que é seu, com o indígena e o afro invisibilizados e reduzidos unicamente à categoria de exótico. A camiseta *América Ladina* veste e coloca, ao mesmo tempo, em primeiro plano, a pergunta sobre quem continua produzindo as categorias a partir das quais olhamos.

Isso modifica inclusive a experiência de quem veste a roupa, porque as peças participam da construção pública de identidades e podem ativar processos de reconhecimento, identificação ou interrogação. A potência das peças do *drop* se expande a partir de sua própria forma. Quem a veste pode ter lido Lélia previamente ou pode chegar até ela através da própria roupa. Em ambos os casos, a peça já está fazendo algo que faz parte da lógica histórica da roupa gráfica: colocando uma ideia em circulação.



“Proponho imaginar uma maior conexão entre a América do Sul e a África. Para além de compartilhar uma história marcada pelo colonialismo, ambos os continentes possuem uma enorme riqueza cultural, humana e criativa. Reconhecer esses vínculos e fortalecê-los poderia se transformar em uma força transformadora capaz de gerar novas formas de conhecimento, cooperação e produção cultural a partir do Sul Global. Nesse sentido, Améfrica Ladina não apenas nomeia uma herança comum, mas também uma possibilidade de futuro: a construção de um horizonte compartilhado entre povos que, historicamente, contribuíram para o mundo muito mais do que costuma ser reconhecido”.

— Daniel Pérez

A palavra estampada não muda o território que invoca, mas sim a maneira de pensá-lo e abordá-lo. Dizer *América Ladina* lembra que a experiência afrodescendente não é um capítulo secundário da história latino-americana. Questiona uma ideia homogênea sobre a região e reconhece que a América se construiu a partir de histórias múltiplas, conflituosas e sobrepostas: povos originários, diásporas africanas, processos de mestiçagem, migrações, línguas, deslocamentos, resistências, violências, escravidão e formas de produção cultural que nunca estiveram verdadeiramente separadas, embora os relatos regionais (e nacionais) tenham tentado ordená-las e silenciá-las. O uso contemporâneo do conceito continua gerando pesquisa precisamente por essa capacidade de intervir sobre os referenciais a partir dos quais se estuda e se imagina a região.

O *drop* da Innatos Club pode ser lido também como um arquivo duplo. É arquivo da marca, que perpetua seu posicionamento coerente sobre a identidade latino-americana; e é arquivo regional porque deixa inscrita, em uma peça de uso cotidiano, uma discussão mais ampla sobre como nomear e representar o território. Ali se encontra uma das possibilidades mais férteis para pensar a moda latino-americana a partir do presente: entender o vestir como o lugar onde se reescreve sua memória e se constroem seus alicerces, enquanto acontece.

“Quero que o *drop* comunique reconhecimento puro. Eu não sou afrolatino, mas entendo que não é preciso ser para honrar as raízes que construíram a nossa cultura. Para quem usar a roupa, a sensação deve ser de orgulho consciente e aliança: levar no corpo uma mensagem que celebra abertamente a herança afro e indígena da *América Ladina*, demonstrando que todos podemos ser partícipes de sua reivindicação”.

— Daniel Pérez



A *América Ladina* chegou ao corpo depois de ter passado por um ensaio, por uma discussão sobre a história, por uma teoria sobre a identidade e por uma prática de design. Já não pertence unicamente à linguagem acadêmica, nem à do ativismo, nem à da marca: converteu-se em uma superfície comunitária. A roupa não está ilustrando a história, mas sim participando dela, democratizando uma oportunidade de pensamento, um lugar seguro e pessoal para expandir a consciência e uma forma de decidir a partir de onde queremos continuar nos nomeando. 🗨️

Peruvian Harajuku



Peruvian Haraiuku







“Conheci *Sivi* graças a uma convocatória que fiz quando estava em Lima, para o meu projeto de agência *ARRANCA Prod*, em busca de talentos peruanos e artistas com o fim de dar-lhes um espaço ou uma vitrine para se tornarem conhecidos através do meu site. *Sivi* se veste exatamente como se vê, inspirada no *harajuku*, um dos estilos da moda japonesa. Cada dia ela exhibe um look novo e combina seus trajes. Veste-se com naturalidade, é muito simples e tranquila de espírito. Algo que, normalmente, dá um pouco de vergonha aos jovens que seguem esse tipo de estilo diante da sociedade limenha, que sempre busca julgar o que foge do ‘normal’. E, através do seu estilo, *Sivi* transmite muita paz, certamente, com a sua criatividade”.

— Yulissa Aranibar







“As novas gerações se inspiram rapidamente nas redes sociais. É uma necessidade quase imprescindível para alguns países que não têm acesso, como é o caso do Peru, ao arte ou a um livro gratuito que possam folhear. É preciso fazer um bom uso delas, e o Peru está um pouco limitado. Às vezes, alguns jovens não compreendem e levam ao extremo certos conceitos de estilo. Sempre depende da realidade em que vivam e do entorno que os cerca. Não é fácil estar na moda no Peru, segundo a minha visão, mas aos poucos isso vai sendo cada vez mais aceito. É um país que desperta curiosidade na Europa por sua história cultural e suas infinitas e belas paisagens. Minha pátria, meu país, está presente em meu lar através da decoração, das fotos, dos objetos e das roupas que vêm de lá. Meu país está longe, e não posso viajar com frequência, mas ele está sempre presente em cada canto da minha casa”.

— Yulissa Aranibar







Peruvian Harajuku de Yulissa Aranibar — ARRANCA Prod

Produção e Direção Artística
ARRANCA Prod, Yulissa Aranibar
(@arranca_prod) (@yulissa_aranibar)

Fotografias
Yulissa Aranibar

Artista
SIVI
(@_elmo.coso_)

Locação
Pueblo Libre, Lima, Perú



YULISSA ARANIBAR

diretora de arte e fotógrafa analógica peruana

París

@yulissa_aranibar



A guerra dos *trapos*

por Gisela Machado

Fotografias Arquivo digital *Bendita Evita*

Eva Perón entendeu que a roupa *nunca é apenas roupa*. Entre os designs de Christian Dior, a cumplicidade de Paco Jamandreu e o desprezo da elite, construiu uma estética capaz de converter a elegância em uma disputa política.

Há algo de incômodo na imagem de Eva Perón. Não importa quantas vezes apareça reproduzida em livros, paredes, filmes ou camisetas: continua gerando reação. Sua figura conserva a capacidade intacta de irritar, fascinar e dividir, inclusive décadas após a sua morte. Talvez isso aconteça porque Eva nunca foi somente uma mulher elegante.

A história argentina está repleta de homens poderosos vestidos de terno, mas **poucas vezes a vestimenta de um líder político produziu tanta discussão quanto os vestidos de Evita**. Essa disputa diz muito mais sobre a sociedade da época do que sobre ela mesma. O que incomodava não era unicamente o luxo; o insuportável era ver uma mulher de origem popular ocupando visualmente um espaço que, segundo as estritas regras de seu tempo, não lhe correspondia. Uma atriz de radioteatro usando Dior. Uma filha ilegítima percorrendo a Europa entre peles, joias e clarões de fotógrafos. Uma mulher pobre apropriando-se dos símbolos historicamente reservados para as classes dominantes. Nesse ponto, a moda deixou de ser moda para se converter em uma provocação de classe.



Paco Jamandreu entendeu esse fenômeno de imediato. Mais do que vestir Eva, ajudou a modelar uma identidade visual que hoje continua sendo universalmente reconhecível: o coque perfeito, os vestidos ajustados e os *tailleurs* impecáveis. Cada peça parecia desenhada minuciosamente para montar uma cena dramática e de poder.

No entanto, entre eles existia algo mais profundo. Jamandreu e Eva compartilhavam uma experiência infrequente na Argentina de meados do século XX: ambos sabiam perfeitamente o que significava sentir-se fora de lugar. Ela, por sua origem humilde e seu passado artístico; ele, por ser um homem homossexual em uma época brutalmente hostil. Por isso, sua relação transcendeu o vínculo tradicional entre uma cliente e seu estilista. Havia intimidade, cumplicidade e uma identificação mútua entre duas figuras observadas constantemente por uma sociedade que jamais terminava de perdoar-lhes quem eram nem de onde vinham.

Em seus livros de memórias, como *La cabeza contra el suelo* ou *Evita fuera del balcón*, Jamandreu descreveu uma Eva muito mais humana e vulnerável do que a rigidez da estampa política. Compartilhavam mates, conversas alheias ao protocolo e uma confiança que escapava por completo da lógica oficial. Décadas mais tarde, o roteirista José Pablo Feinmann capturaria a essência dessa cumplicidade marginal em uma frase já mítica do filme *Eva Perón* (1996): “*Ser puto, ser pobre e ser Eva Perón, neste país impiedoso, é a mesma coisa*”.



A definição, brutal e empática ao mesmo tempo, condensa o peso social de habitar as margens de uma comunidade obcecada em marcar as linhas de pertencimento. O laço entre ambos não se sustentou apenas no glamour, mas na experiência compartilhada do repúdio, do olhar alheio e da necessidade imperiosa de inventar para si uma armadura estética capaz de sobreviver ao desprezo.

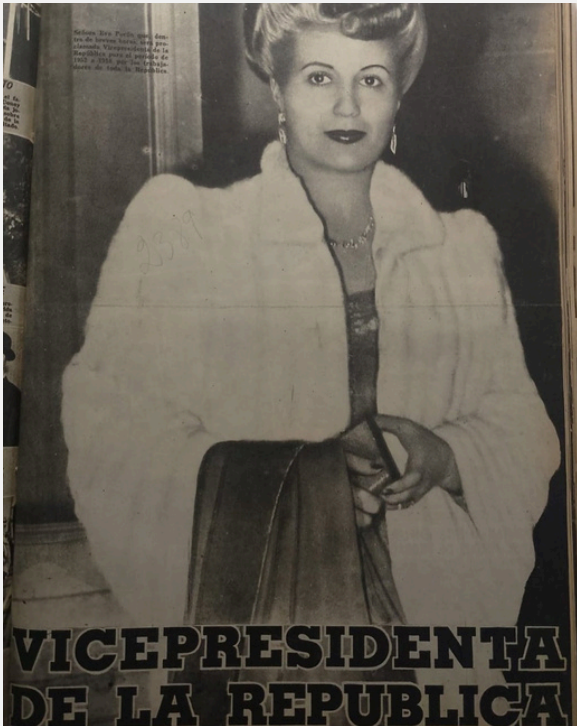
Durante a turnê europeia de 1947, enquanto o continente tentava emergir dos escombros do pós-guerra, Eva se apresentava envolta em alta-costura francesa e casacos de pele. Para o mundo exterior, era o ápice do glamour; para a oligarquia local, uma ameaça direta. Sua relação com a indumentária sempre esteve atravessada por essa tensão





Foi a própria Eva quem batizou essa batalha com um nome preciso: *“La guerra de los trapos”*. Por trás dessa expressão não havia uma simples ironia, mas sim a declaração de uma contraofensiva cultural friamente calculada. Como relata Jamandreu em seus escritos, Evita havia jurado um lema claro diante de seu estilista: *“Vou derrotá-las em seu próprio campo”*. Essa guerra consistia em arrebatá-la da aristocracia patricia o monopólio da distinção. Tradicionalmente, as mulheres da alta sociedade argentina utilizavam a moda como uma barreira de exclusão e superioridade moral. Ao se apropriar da alta-costura, Eva hackeou o código de vestimenta do poder. Usou as mesmas marcas, os mesmos tecidos e o mesmo luxo exclusivo não para se mimetizar com a elite, mas para demonstrar que uma mulher do povo podia ostentar aquelas vestes com uma espetacularidade inalcançável para os sobrenomes tradicionais.

No entanto, essa opulência que irritava os nervos das classes dominantes tinha um destinatário completamente diferente nas sacadas locais: seus descamisados. Em uma reviravolta de genialidade política, Eva não se despojava das joias para falar com sua base trabalhadora; pelo contrário, cobria-se de joias para eles. O luxo de Evita não funcionava como um distanciamento, mas como uma revanche coletiva. Seus vestidos de Christian Dior eram, para o olhar dos despossuídos, a prova material de uma conquista social, uma bandeira plebeia hasteada nos salões da alta-costura.



O arquivo fotográfico de Eva expõe sua natureza multifacetada: em algumas capturas parece uma estrela do cinema clássico; em outras, adquire uma qualidade mística, quase religiosa. Finalmente, resta o registro da mulher exausta que saúda da sacada, sustentada por Perón, visivelmente doente, mas convertida em um símbolo indestrutível.



Décadas mais tarde, Madonna insistiria durante anos para interpretá-la em Hollywood. Mas esse marco pop parece secundário diante de uma realidade mais intrigante: Evita já era um ícone pop muito antes de o conceito existir. Sua permanência radica nessa liga perfeita entre glamour, tragédia política e uma construção visual extrema. Uma figura fantasmal e magnética que parece nunca ter abandonado o cenário.



Eva nunca termina de ser uma só coisa. Talvez por isso continue interpelando a moda e a cultura contemporânea. Funciona como um significante aberto sobre o qual a sociedade ainda projeta discussões inconclusas sobre a feminilidade, o poder, a ascensão social e o ressentimento de classe. ◉

iMPONE tu Estilo

MODA E MAIS DA PATAGÔNIA
www.aunquevistasdeseda.com





JUAN CRUZ LICITRA
Joalheria Experimental

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

Pastiche
homoerotico









Pastiche homoerótico: Uma linha de referências cruzadas de Carpetas de Moda

Direção criativa e styling Juan Ramón Hernández ([@juanr.hm](#))

Fotografias Jürgen Alexander ([@jorgen_alexander_](#))

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

Modelos Jesús Villalva ([@villalva_mj](#)) Saúl Rivera ([@saulriv_](#))

Ulises García ([@ulises_gb_](#)) y Arturo Salguero ([@arturosalgueroo](#))

Estúdio THE BLACK ART STUDIO

Camisa azul e paletó verde Caballero azul ([@caballero_azul_oficial](#))



Carpetas de Moda

por Juan Ramón Hernández

Um newsletter que arquiva
os rostos e os alcances
da moda mexicana.

Entrevistas, semblanças,
artigos e editoriais.



@carpetas_de_moda
@juanr.hm





John Bejarano

*Vestir-se a partir da
modernidade
fusionada*

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

Quando o deslocamento geográfico cruza um designer com formação de arquivo, a viagem se transforma em uma metodologia de tradução cultural e a obra de John Bejarano, originário de Palmira (Colômbia) e radicado de forma definitiva na Cidade do Panamá, exige ser lida a partir dessa complexidade: *Bejarano é principalmente um intelectual do têxtil* que opera como uma ponte transversal entre duas realidades materiais da América Latina e do Caribe.

Para compreender a rigorosidade de sua costura, é preciso olhar para a origem de suas mãos. Formado na Academia de Desenho Profissional de Cali e lapidado na oficina de confecção familiar no Valle del Cauca, John chegou ao Panamá há mais de duas décadas para colaborar inicialmente junto à mestra designer Gaby Valenzuela. Esse trânsito de um território a outro dissolveu em sua mente a fronteira rígida das identidades nacionais: o designer migrante possui um privilégio curatorial que o criador local costuma perder por inércia, e que é a capacidade de olhar para a cultura alheia com a precisão milimétrica do estranhamento e a justiça de quem precisa decifrar um novo solo para habitá-lo. Sua leitura da indumentária caribenha e centro-americana prescinde da caricatura folclórica e a assimila a partir de uma perspectiva estrutural.

“Não se tomam os elementos culturais a um nível literal, eles são reinterpretados contemporaneamente, depurando-os e transformando-os sob uma perspectiva arquitetônica. **É uma união entre a qualidade mais moderna com a tradição têxtil da Colômbia e a tropicalidade urbana panamenha.** Poderia se dizer que a intenção é construir uma identidade híbrida, que transforme os elementos representados que identificam ambos os países, mas de uma maneira que ainda pareça reconhecível. Nossa cultura também é arquitetônica, artística e escultórica, e é isso o que se busca representar na modelagem e materialidade dos designs”.

— John Bejarano





“Com a marca busca-se mostrar outra faceta da América Latina, uma que se baseie em seu modernismo. Como região não só temos uma fascinante cultura ancestral e autóctone, mas também há muitos visionários cuja busca constante de criar uma versão de modernidade latino-americana é altamente inspiradora. Desde artistas como *Omar Rayo a arquitetos como Barragán (cujo trabalho inspirou duas coleções prévias)* e inclusive as construções modernistas panamenhas entre os anos 30 e 70, há histórias ali sobre a projeção latina em direção ao futuro. Creio que são relatos muito interessantes que vale a pena continuar explorando”.

— John Bejarano



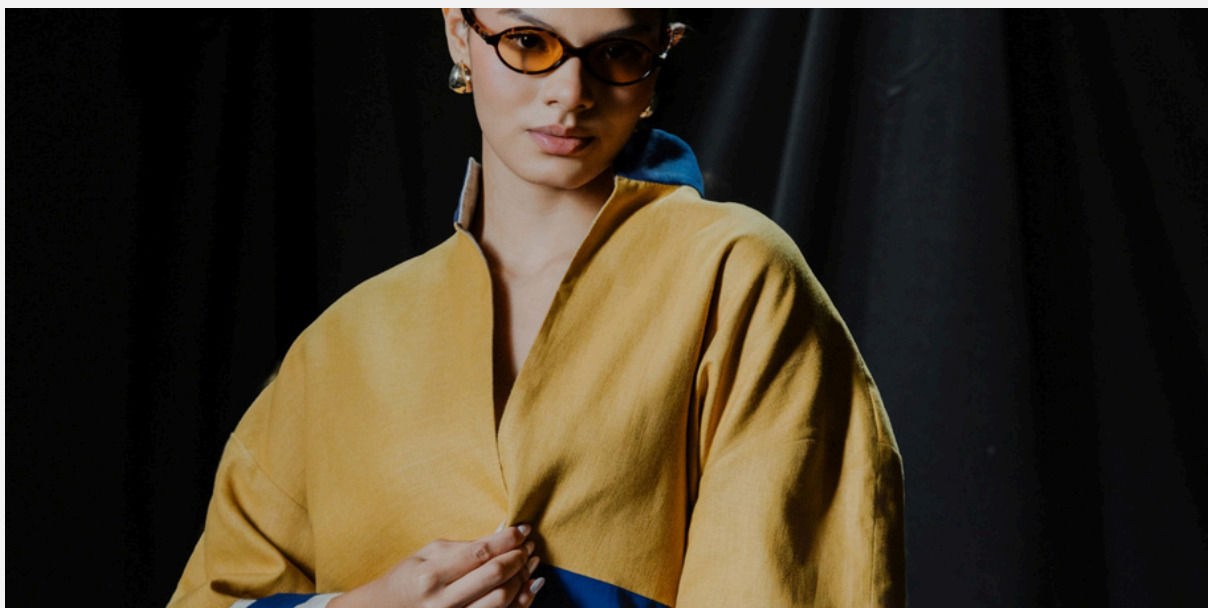
“Na minha juventude, meu interesse inicial foi a arquitetura e, eventualmente, meu caminho me levou à moda, mas a ideia de construir sobre o corpo sempre chamou a minha atenção. O corpo é tridimensional, igual a uma edificação; sua particularidade é que ele se move, por isso, ao criar, gosto de jogar com proporções que criem silhuetas, mas não impeçam o movimento natural. O uso de estampas faz parte das minhas ferramentas, no entanto, também desfruto muito ao projetar a abstração geométrica através de detalhes. Utilizar debruns pode criar estrutura visual, cortes e montagens geram geometria natural, enquanto um plissado ou drapeado conceitual interpreta esse sentido de abstração. Tudo serve ao ato de mobilidade, por isso sou muito específico em não criar estrutura onde ela se apresente como uma restrição. Se te limita, não funciona”.

— John Bejarano



“Creio que tudo tem que ter um equilíbrio, que as peças devem fluir entre si; mesmo na diferença de sua construção, tem que existir uma visão coesa em sua intenção. Isso para mim é um dos aspectos mais importantes do meu trabalho: a busca constante por esse ponto onde tudo se encaixa como um quebra-cabeça. Tem que parecer natural como resultado final, tem que se mover com graça como uma unidade e, acima de tudo, as linhas têm que se complementar a nível de volume e forma”.

— John Bejarano



É sob esse enfoque que suas coleções — como as célebres encenações de Retro/Nouveau ou sua retrospectiva Cosmópolis no Panamá Fashion Week — operam como traduções diretas do plano da arte para o volume tridimensional da roupa. John intercepta as linhas, a cor e a proporção do modernismo arquitetônico para transformá-los em uma engenharia de modelagem sob medida. Sua especialidade não reside no ornamento superficial, mas sim no cruzamento e na prolongação das texturas: misturas complexas de fios e blocos cromáticos deliberados que dialogam com o espaço com a mesma severidade com que um pintor abstrato ou um arquiteto traça suas coordenadas no esboço. O vestido se converte, então, em um dispositivo onde a arte deixa de ser uma contemplação de museu para se transformar em uma experiência carnal do movimento. Ao fundar seu ateliê no istmo, John Bejarano se consolidou como uma marca de costura de nicho e um agente pedagógico silencioso do vestir regional.

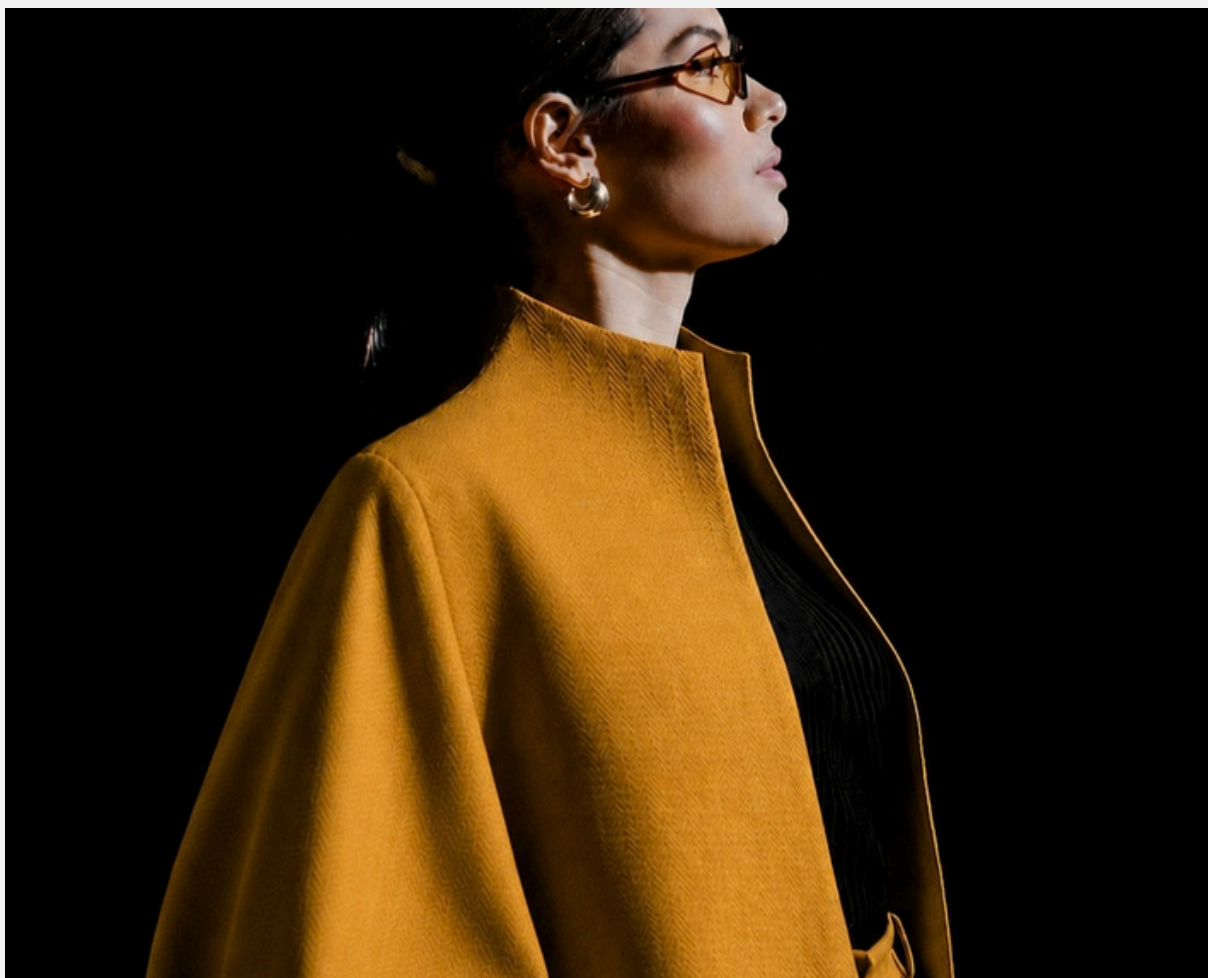




“A proposta do meu vestir significa encontrar um novo ângulo para representar a latinidade. Com um olhar que não nega o que foi, mas que busca transformar esses códigos em algo contemporâneo. Certamente, de valorizar a moda de autor e o nível artesanal que nela existe. Hoje em dia, quando pensamos no *artesanal*, são certas coisas que vêm à mente. Mas as técnicas de costura, construção, modelagem, etc., são também heranças artesanais, e a modernidade nesses elementos apenas os apresenta sob um contexto diferente; sua identidade não vem de um código cultural, molda-se das muitas idiossincrasias que fazem parte da cultura, história e entorno social de um país. Interpela a noção de que a moda contemporânea não pode ser parte da identidade de uma nação; de que as histórias visionárias também fazem parte do nosso legado e ADN, de que nelas não existe um nós, que é impossível ou incômodo vestir-se dessa maneira, ou que estamos obrigados a ver uma única forma de existir esteticamente”.

— John Bejarano





Em um mercado saturado pelas importações velozes e pelo descarte industrializado das corporações globais, sua dedicação obsessiva ao corte, aos acabamentos invisíveis e à manipulação consciente dos materiais constitui um ato de preservação patrimonial vivo. Ele ensina a olhar. Seu olhar migratório — esse cabo de tensão coerente entre a Colômbia e o Panamá — permite-lhe funcionar como um tradutor cultural de alto nível: um criador que utiliza o ofício sastreiro para perpetuar a autenticidade da indumentária contemporânea, demonstrando que a moda latino-americana pode narrar a si mesma com suas próprias ferramentas de design soberano. 





Sou em minha morte

Capítulo 1

por **Magalí Martínez**

Fotografias Cortesia de Magalí Martínez

A morte se *veste* de preto?

Abro os olhos pela manhã com a sensação de ter estado muito preocupada e angustiada revirando meu guarda-roupa, jogando coisas de maneira desesperada, mas sobretudo com urgência e dor. Eu tinha que me vestir de morte, tinha que encontrar o código adequado: a morte se veste de preto e, no meu guarda-roupa onírico, nada se parecia com a "sobriedade" que eu pretendia. Retalhos do sonho aparecem ao longo do dia, como pequenos pedaços de um filme de terror.

Na noite de lua cheia, sonhei que a morte me interceptava de forma direta e pouco sutil, como cada vez que, na vida real, tive que arrumar uma mala chorando porque era hora de se despedir de alguém.



Imagem um

Uma mensagem de texto me avisa de um acidente.

Imagem dois

Reviro meu guarda-roupa de forma frenética
buscando algo *preto*.

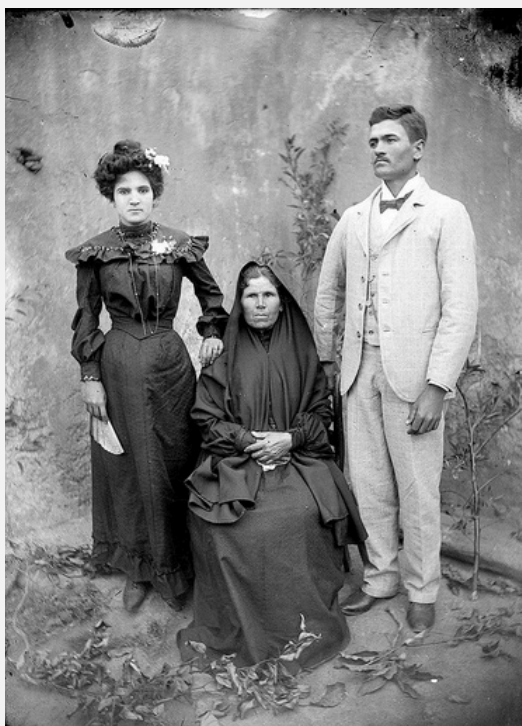
Imagem três

Chorando, encho minha mala com tudo o que era
cor de luto e me avisam que ninguém morreu, que
foi uma mensagem equivocada.

Isto último é o alívio de uma médium com sonhos
premonitórios: que seja mentira, e que um fator, por
mínimo que seja, torne isso irreal.

Atravessei o dia pensando: o que é o luto? O que implica a ausência de cor diante da morte? Por que devemos vestir a dor para os outros, sendo um processo tão íntimo?

Reviso a caixa de fotos do arquivo familiar e todas são celebrações e nascimentos. Nenhum vestido preto, nenhum retrato com ausências. Talvez seja um traço da minha própria história ou um simples fato casual: a dor não ficou imortalizada.



Começo a ler e compreendo que a morte antes era mais próxima e cotidiana. Velava-se em casa, lavava-se a roupa do falecido para que sua alma não ficasse no plano terrenal e continuasse sua viagem, vestia-se de preto e, à medida que a dor ia cicatrizando, apareciam os matizes nos corpos. Os homens não vestiam o luto com tanta rigorosidade, mas as mulheres sim. Carregar a dor por mais tempo continua sendo tarefa de nós. ☹



Magalí Martínez

*Acompanhante de
fim de vida e processos
de transição*

*Habito espaços
liminares e transmito
o que vejo.*

@roscalunatica



O vintage vai *sair campeão*

por Mariana Päraway

Fotografias Cortesia de Mariana Päraway

Lembro-me da primeira peça vintage que tive. Uma camisa laranja com decote em V e colarinho emulando os anos 40 e 60, mas talvez fosse dos anos 80. Tinha pedido à minha mãe que me levasse à rua Estrada de Santa Rosa, La Pampa. Não me esqueço mais do cheiro da loja: não se sabe se era de roupa suja, naftalina, umidade, cheiro de guardado ou tudo junto, que é o mais provável. A emoção de revirar as pilhas de roupas e a cara de *você tem certeza?* da minha mãe, que me olhava do carro, eram, no mínimo, antagônicas.

Era 1996 e eu tinha 16 anos. Entre os cliques do rock sônico e minhas duas amigas, pioneiras na região em se vestir com calças oxford e camisas com colarinhos longos, minha visão da moda e, sobretudo, da expressão pessoal comunicada a partir de um look, mudava para sempre. Hoje, o dado inconcluso da época da camisa laranja não me parece menor. Talvez essa ideia de que tudo volta, se transforma, se recria e se reimagina tenha me marcado profundamente. Nunca mais parei de comprar roupa usada vintage (o second hand não me emociona nem um pouquinho). Eu era outra. Era Mariana 2.0.



Durante os anos seguintes vesti roupas que eram do meu pai Raúl, que morreu quando eu era um bebê. Essa roupa teve um impacto forte em mim: sentia uma conexão. Inventada e desejada, claro. Em 1999, quando me mudei para Buenos Aires, perto da *Bond Street* (o sonho de qualquer garota!) a poucas quadras estava a Galeria 5ta avenida. Sentia-me no paraíso do *style*. Punks, emos, sônicos, metaleiros, roqueiros: um desfile de pura atitude. Bebi toda essa informação como uma coca-cola de garrafa de vidro. Em 2000, já mudada para Mendoza, estava diante de novas portinhas de roupa usada para revirar.

Nas minhas primeiras bandas de rock, onde eu era guitarrista e fazia backing vocals, nós nos perguntávamos na Prisma: *você já sabe o que vai vestir?* religiosamente uma semana antes de cada show. Com a Glamour éramos mais independentes, cada uma vestia o que queria. Depois, as mudanças de emprego, maridos e mudanças de casa fizeram com que meu estilo se adaptasse, mas que nunca perdesse a empolgação ao encontrar um papelzinho perdido no tempo, em algum bolso que contava uma história. Em 2018 abri minha conta de Instagram, *Blancanieves del Päraway*. Depois de admirar a BJones Style, eu olhava para ela e dizia: isso sou eu, essa mistura... *e eu quero mostrar!*



Meu estilo pessoal mistura roupas de muitas épocas e nunca me senti fantasiada ou senti que parecesse anacrônica. Tênis Nike super tendência, saia de couro midi dos anos 80 da Espanha, blusa tradicional alemã de vá saber quando, comprada em Berlim, brincos de strass argentinos e pulseira escrava dos anos 70 italiana. Cada peça separadamente tem e conta uma história diferente, mas no todo e no meu corpo, dizem algo em conjunto.

Quando viajo para a Argentina ou meus pais vêm me visitar, peço a eles —com fotos de looks pelo meio— que me tragam peças amadas. Há muito pouco tempo percebi que algo mudou em mim e nas roupas que tenho vontade de vestir: a roupa de antes já não tem tanta relação com a minha versão de hoje, que mora em Barcelona e trabalha com muitas coisas. Aqui terminei de entender que o estilo de vida que levamos, onde habitamos ou que trabalho temos influencia o que vestimos e que história queremos contar.



Embora o *vintage* seja associado ao sustentável, também existimos nós, as maximalistas, que precisamos de todas as cores de blazers que existam. Nem sempre há uma única forma de ver as coisas: haverá pessoas que usam roupa usada porque polui menos, outras porque os preços são mais acessíveis. E outras, como eu, que se emocionam com um tecido maluco ou um colarinho exagerado. A mim, isso me dá felicidade. Eu uso *vintage* porque me dá vida. Para mim (e mesmo que às vezes me custe pagar) é inestimável. Os tecidos, os cortes, as cores, as tramas... a unicidade. Nenhuma cartão de crédito existe para pagar isso. E agora que moro em um país estranho onde o espaço vale ouro, ter blazers de todas as cores não é realista, nem prático, nem barato. Agora consumo diferente. Menos. Mais selecionado, mais pensado.

Se analiso minha vida através do *vintage*, posso dizer que vai e vem. Que cada época teve seu brilho. Que sempre me faz feliz, conecta-me com o passado e com pessoas de todo o mundo. Sinto fé neste movimento, nesta comunidade, neste estilo de vida. E por isso, sempre vou dizer que o *vintage* vai sair campeão. ☺



Playlist — Edição 02

Disponível no Spotify

Uma playlist de **Ignacio Blanco** para Sofoco

Sou Marian, criativa
da Soy Caribbean e este
é meu modo de
expressão





“Comecei a *Soy Caribbean* há mais de 15 anos, quando ainda cursava a faculdade de Arquitetura na FADU UBA, e ela surgiu como um espaço pessoal de desconexão criativa. Nesses anos, foi mutando, acompanhada do meu próprio crescimento e das minhas experiências, mas sempre com o mesmo fio condutor: EXPRESSAR (-me). Exerci a profissão por um tempo logo após me formar e, embora tenha começado a me perceber mais como designer de indumentária do que como arquiteta, não tinha coragem de deixar meu lugar seguro e me lançar naquilo que de verdade me motivava. Um dia, há 3 anos, ajudaram-me a dar esse salto: fui demitida do meu trabalho de 8 anos em um escritório e, em meio a um processo de mudanças na minha vida, propus-me encarar a situação como um desafio e seguir com o que me apaixonava. Assim, a *Soy Caribbean* materializou-se e tornou-se meu projeto em tempo integral”.

— Marian Caribe



**“A *Soy Caribbean* conta o que
outres também querem contar. A
história da marca tem um peso
importante para quem a veste,
porque já não é apenas o meu
espaço para expressar, mas
também o canal onde seu público
se manifesta. Acompanha a
minha evolução e a de quem a
Caribbean veste.”.**

— Marian Caribe





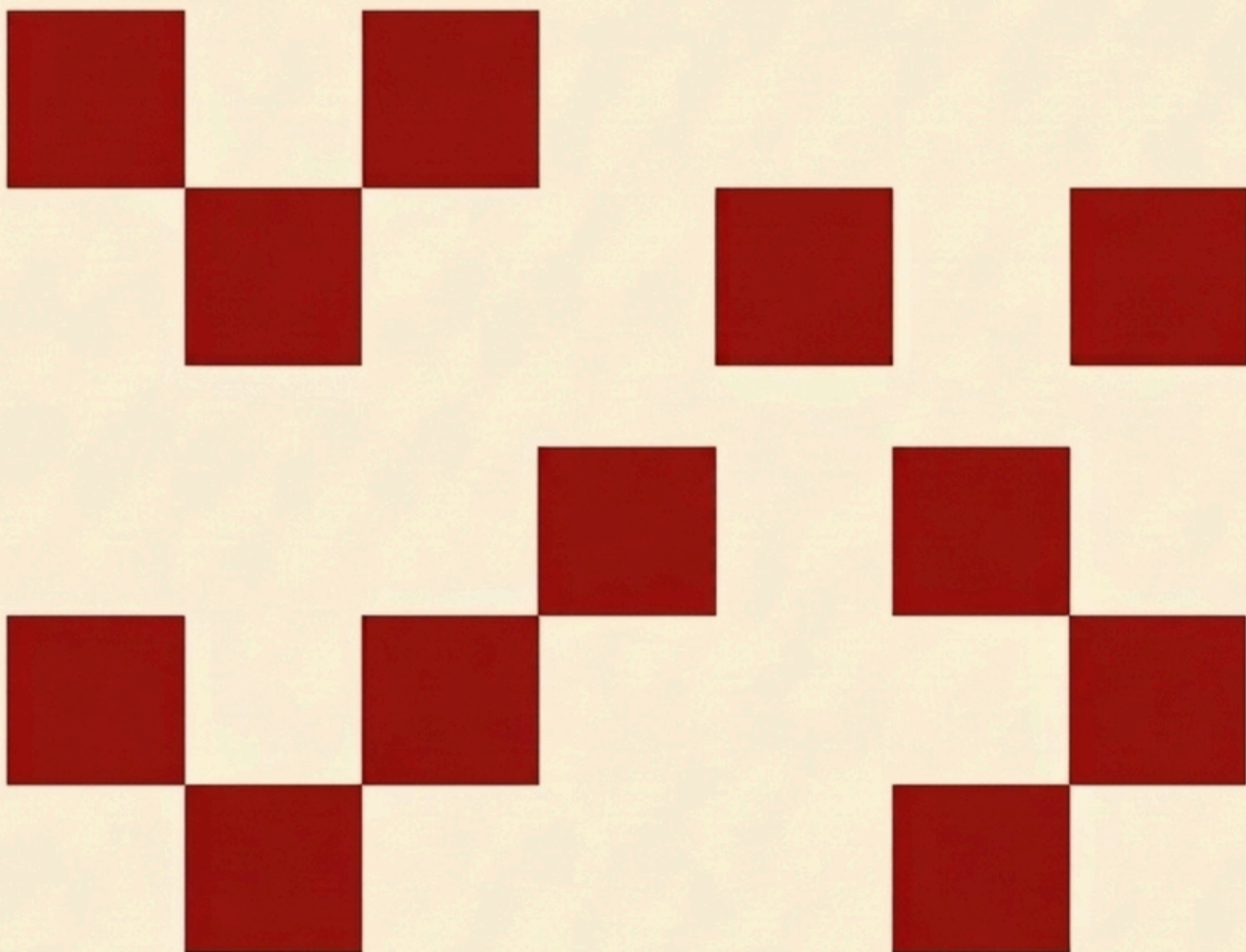
“A *Soy Caribbean* é uma proposta artesanal do princípio ao fim. Desde o momento em que imagino e desenho as estampas. Meus designs estão focados em elementos que representem a argentinidade através de nossos personagens icônicos, nossa geografia, nossos artistas plásticos, nossos costumes. Certamente, não deixa de ser um espaço livre, onde me permito certas licenças, expandir-me para outros terrenos e brincar com estampas que abrangem um pouco mais do que o nosso país. Trabalho com técnicas digitais que depois transfiro para os tecidos. Confecciono minhas roupas cem por cento à mão e com uma máquina de costura doméstica. Meu compromisso é oferecer produtos belos e de grande qualidade, a preços acessíveis. *Creio firmemente que as limitações econômicas não deveriam ser um obstáculo para expor nossas ideias e vestir-se bem*”.

— **Marian Caribe**





UM LABORATÓRIO DE ENCONTROS



↓ La isla, Paternal
Cidade Autônoma de Buenos Aires
@__casacomun

**CASA
COMUN**
CLUB SOCIAL



República Dominicana, o Caribe que dita moda

por **Francesca Espinosa Disla**

Capa Fátima Bosch vestida por Jusef Sánchez
Fotografias Getty Images / RD FW

Para saber como a Moda evoluiu na República Dominicana, devemos saber primeiro como, quando, com quem ou quem foram os que iniciaram. Oscar de la Renta é um dos precursores, claro, junto à destacada estilista Farah Cabrera no final dos anos 60, início dos 70.



Ao ouvir falar da moda dominicana, sempre vem à tona Oscar de la Renta, o qual deu grande visibilidade ao país em nível mundial. Tanto é assim que a marca, para o aniversário de seus 60 anos, apresentou sua coleção Pré-Outono 2026 na Fortaleza Ozama, localizada na Zona Colonial, um dos lugares mais icônicos e cheios de história da cidade de Santo Domingo.

VICTOR
LORD







Mas nos últimos 20 anos, a moda dominicana teve uma grande evolução. O país não é reconhecido apenas por sua música, beisebol, cultura e belas praias: tem grandes designers importantes, tanto da velha escola quanto da nova geração. Renomes como Giannina Azar, Leonel Lirio, Sully Bonnelly, Jenny Polanco, Arcadio Díaz, Isabel Reynoso e Elisa Morato, José Jhan, Michelle Reynoso, Jacqueline Then, Miguel Genao, Belkola, Carlos de Moa, Luis Domínguez, Jusef Sánchez, Carolina Sanz, Gabriella Álvarez Azar, Mannelik Ortega, Starlin de Holma, Sinead Fachelli, Mildred Veras, Karla Dipuglia são os representantes da indústria e do estilo local.

Além de ser o único país de onde se extrai a pedra semipreciosa larimar, uma das peças fundamentais da joalheria de luxo, em 2023 a República Dominicana se consolidou como cenário-chave da moda latino-americana ao sediar o prestigioso Latin American Fashion Summit (LAFS). Nesse mesmo ano e também em 2025 foi sede dos Latin American Fashion Awards (LAFA), reafirmando assim seu papel como ponto de encontro de designers e criativos da região.



A semana de moda nacional mais esperada e a internacional também: RD Fashion Week junto com a inaugurada recentemente Casa de Campo Fashion Week contam com Alta-Costura de grande qualidade em nível de design, que posicionam a moda dominicana no radar mundial com desfiles de alto nível. Sua indústria de moda nacional deu um passo pioneiro ao criar o primeiro Coletivo de Upcycling, integrado por designers que impulsionam a moda sustentável e a transformação consciente de peças existentes.



A Moda na República Dominicana já não é um eco distante de Oscar de la Renta; é um rugido caribenho que mistura tradição, sustentabilidade e visão global. Entre larimar, praias e ritmos, o país teceu um relato que não se curva diante de tendências passageiras. Hoje, cada desfile é um manifesto e cada designer uma voz que grita para o mundo: a moda dominicana não se imita. Se vive, se sente e se carrega com orgulho. ☺



MODA COM ALMA CARIBENHA

*DA ILHA: ENTRE LOOKS,
LETRAS E CULTURA*

@aciertosdefranch





Ramírez sob os olhos de Lucena

*Archivo Ramírez: abordar a
história do estilista é também
abordar a história do país*

Fotografias Agustina Fernández e Interiores de *Archivo Ramírez*

Archivo Ramírez, publicado pela Fundación Medifé, não é o marco solitário de uma marca, mas sim uma vitória coletiva da arqueologia cultural argentina. **A pesquisa que sustenta este volume visual e teórico foi coordenada pela socióloga Daniela Lucena**, mas o material dialoga com os ensaios críticos de Ernesto Meccia, Facundo Abal, Marcelo Marino e Agustina Fernández, sob a gestão visual de Sebastián Rodríguez junto a Lorena Tenuta, o design editorial do *Estudio ZkySky* (Julieta Ulanovsky e Valeria Dulitzky) e as revisões jornalísticas históricas de Ana Torrejón, Victoria Lescano e Felisa Pinto.

O livro demonstra que, para desarmar o arquivo de um criador, faz-se necessária uma comunidade intelectual inteira pensando em sintonia, porque entender a obra de *Pablo Ramírez* exige um olhar que se afaste do protagonismo das passarelas. *Ramírez* interpreta e documenta a matéria e a dor histórica da cultura argentina. Sua agulha é como um sismógrafo constante: suas coleções viajam em direção ao passado da nação — o mito de Eva Perón, o tango, o luto patricio, a austeridade operária —, não como um exercício de nostalgia folclórica, mas para tensionar o arquivo diante das complexidades do presente. Ao silenciar a cor e consagrar o preto absoluto como manifesto, Ramírez desnudou a modelagem de um país, obrigando a Argentina a se olhar no espelho de suas próprias tensões suntuárias.



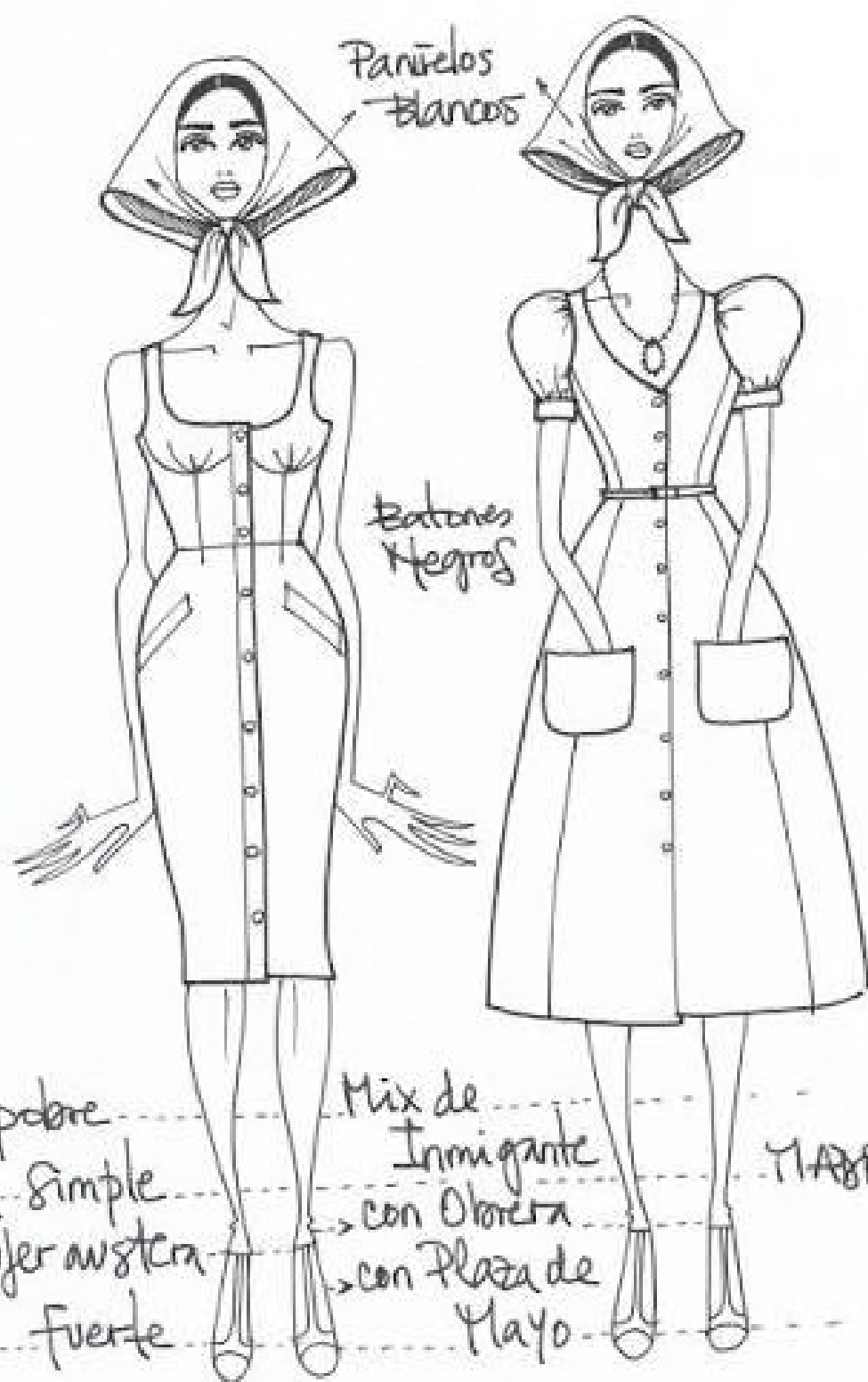
“O processo de seleção foi muito intenso porque o arquivo do Pablo é enorme e muito heterogêneo. Ele guardou tudo desde a sua infância, desde os croquis de suas coleções até as fotos de quando era criança, recortes e notas de imprensa, agendas de sua adolescência, vídeos em formato vhs, dvd, digitais, seus papéis, suas anotações, lembranças de suas viagens. Decidimos desde o primeiro momento deixar de fora as roupas, não trabalhamos com suas vestes, porque a roupa está no Ateliê, no material e em seu arquivo. Também decidimos que não queríamos fazer uma cronologia ordenada de sua carreira, mas sim tentar entender como funcionava esse universo criativo do Pablo, *mostrar o lado b*, como em sua vida se misturam o design, o cotidiano, a arte, muitas referências culturais, sua própria memória. **Quisemos tratar o arquivo como um espaço aberto, no sentido do material como patrimônio, como uma ferramenta para pensar a moda e o design na Argentina, não apenas contar uma história, mas pensar o presente. O que o livro mostra, além de todos os materiais, é a maneira como o Pablo construiu um olhar muito seu, tão próprio. Já são mais de 25 anos da marca Ramírez. Ele começou a trabalhar desde os anos 90, inclusive antes, é uma trajetória enorme de décadas”.**

— Daniela Lucena



“Este arquivo é central e tem muitíssima importância para os Estudos de Moda na Argentina, na América Latina e em todo o mundo. Ainda aqui existem muito poucos arquivos de estilistas trabalhados assim de maneira sistemática. Muitas vezes a moda fica ligada somente ao efêmero, ao consumo ou à novidade e deixa-se de lado toda a dimensão cultural e histórica tão rica que ela possui, junto ao vestir. *O arquivo do Pablo permite estudar os processos criativos, as formas de trabalho, suas relações com a arte, com o cinema, com o teatro.* Ele, além de desenhar roupas, faz (e fez) muito figurino teatral em Buenos Aires, em distintas cidades da América Latina e do mundo. Ali se podem ver suas ideias sobre a elegância, sobre como traduz distintos ícones da história para o presente, de uma maneira contemporânea que ajuda a construir memória. É importantíssimo ter nossa própria história, nossa própria memória sobre nossa moda, sobre nosso design. É algo que nos faz muita falta, que ainda está em desenvolvimento e que é preciso continuar fazendo. Sou muito insistente com a importância de ter os arquivos e colocá-los à disposição para que possam ser pesquisados, construindo relatos e narrativas sobre o que é nosso, porque nos faz falta”.

— Daniela Lucena



- pobre
- simple
- mujer austera
- fuerte

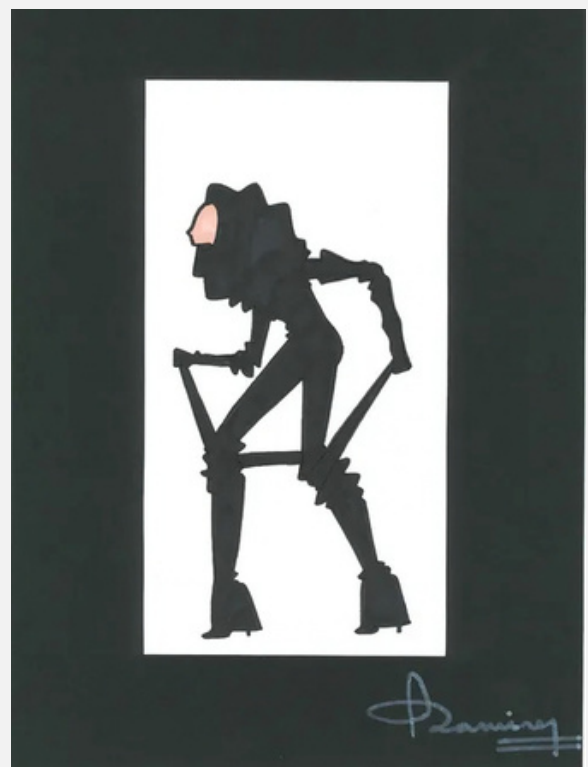
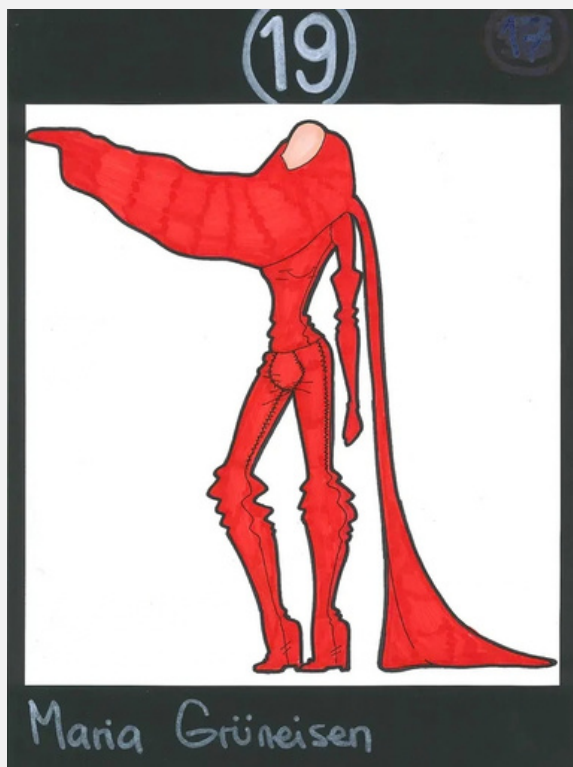
Mix de
Inmigrante
con Obrera
con Plaza de
Mayo

MAYRES



“O arquivo do Pablo traz uma ideia muito clara e forte de identidade estilística argentina, mas não de um lugar folclórico nem estereotipado. **Há no Pablo uma construção que é muito singular, um olhar próprio que tem a ver com suas vivências e com os diferentes momentos históricos que lhe coube viver. Ali se veem a austeridade, o preto, certas silhuetas.** Há uma sensibilidade vinculada a Buenos Aires, mas também à sua cidade natal, que é Navarro; ao discurso e à linguagem do teatro. Uma sofisticação que não tem a ver com o excesso, mas com a moderação, com o rigor, com as linhas depuradas. *No Pablo é interessante como aparecem os nomes de certos personagens da nossa história e como essas sensibilidades específicas vão se traduzindo nos vestidos e nos ternos.* Seu trabalho conhecido sobre Eva Perón, quando participou do desfile do Bicentenário da Nação Argentina — em que lhe atribuíram os anos 50 e ele decidiu trabalhar com a figura da Eva, que é icônica, para além das ideologias partidárias —, é de uma mulher reconhecida em todo o mundo por seu vínculo com a roupa e com a alta-costura. Pablo toma figuras e as reinterpreta a partir de seu estilo, de uma maneira muito bela e potente. É interessante pensar sua coleção em relação a todas as nossas referências culturais e que são parte de sua obra”.

— Daniela Lucena



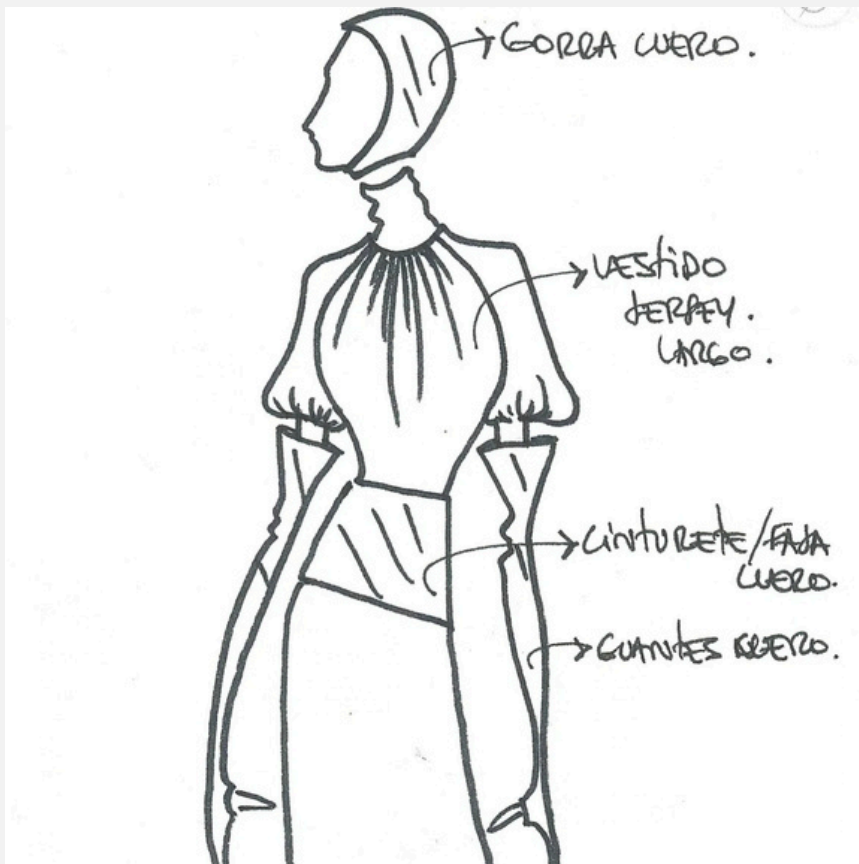
“Há algo de muito contemporâneo na maneira como o Pablo constrói as referências, e o *Archivo* mostra esses cruzamentos permanentes entre as artes plásticas, a arte, a literatura, o cinema, a música, a fotografia, a cena teatral. A moda aparece ligada à pesquisa cultural, não apenas às tendências, que ficam em segundo plano, porque quando o Pablo tem que desenhar, muitas vezes pesquisa primeiro sobre uma época ou sobre um momento. O livro tem um imaginário muito rico, onde ele toma referências de sua infância, do que aprendeu no colégio. Tudo isso está girando em sua cabeça e se traduz depois nas roupas, e no futuro isso é muito importante, sobretudo hoje que estamos atravessando um momento onde existem muitas imagens. Há uma saturação, uma superprodução visual. É um momento de aceleração permanente e o *Archivo* a leitura e a pesquisa convidam a outro ritmo, mais ligado à observação tranquila, à construção de um olhar e à permanência de certos códigos estéticos no tempo”.

— Daniela Lucena



Uma das façanhas de seu design de autor lança luz sobre uma ferida estrutural histórica: o descaso e o abandono crônico com que o Estado nacional tem tratado a indústria do vestuário argentina. Historicamente relegada a um segundo plano pelas políticas públicas e tratada como um comércio menor ou um luxo frívolo, a falta de uma política de preservação patrimonial e fomento têxtil não apenas asfixia a sustentabilidade econômica das marcas de autor, mas também destrói o valor que o próprio povo concede ao seu vestir. Vestir-se, em nossas geografias, foi despojado de seu status de direito identitário e cultural, reduzindo a roupa a uma mera mercadoria de descarte.

É ali onde a existência do *Archivo Ramírez* ganha uma relevância política transnacional. Em uma região onde os arquivos de moda são fragmentários, escassos e sistematicamente ignorados, os Estudos de Moda latino-americanos contemporâneos têm a tarefa de narrar seus próprios estilistas. Custodiar esses papéis, esses croquis, esses mais de 700 documentos inéditos é fundar a soberania do olhar. *Archivo Ramírez* opera como uma trincheira material que permite à América Latina e ao Caribe, e neste caso específico à Argentina, olhar para si mesma, reconhecer os elementos estilísticos de sua própria herança e estruturar uma memória do vestir presente primeiro, para cimentar a futura depois, que verdadeiramente exerça como representação genuína diante do mundo.



“Há um capítulo sobre a resistência como uma forma *no fazer* do Pablo, que teve que vencer muitas limitações e muitos obstáculos que tinham a ver com a economia, com a indústria e com a sua própria história também. É importante pensá-lo em contexto e pensar sua prática como uma prática situada em relação a tudo o que está acontecendo no país. O livro e o *Archivo* permitem entender como nos vestimos, que imaginários construímos sobre a roupa, sobre o design e que relações vão se tecendo entre a moda, a cidade onde estamos, a classe social, é claro, e toda a cultura visual de uma época. Devolve um olhar para pensar o vestir próprio. O uso da não-cor, o preto, tem a ver no Pablo com uma resistência diante de uma indústria que obriga a mudar tendências, cores e a renovar-se. Frente a isso, o preto é um manifesto, é uma forma de dizer *eu crio esta roupa que é atemporal, que está pensada não para a mudança rápida, mas para perdurar*”.

— Daniela Lucena



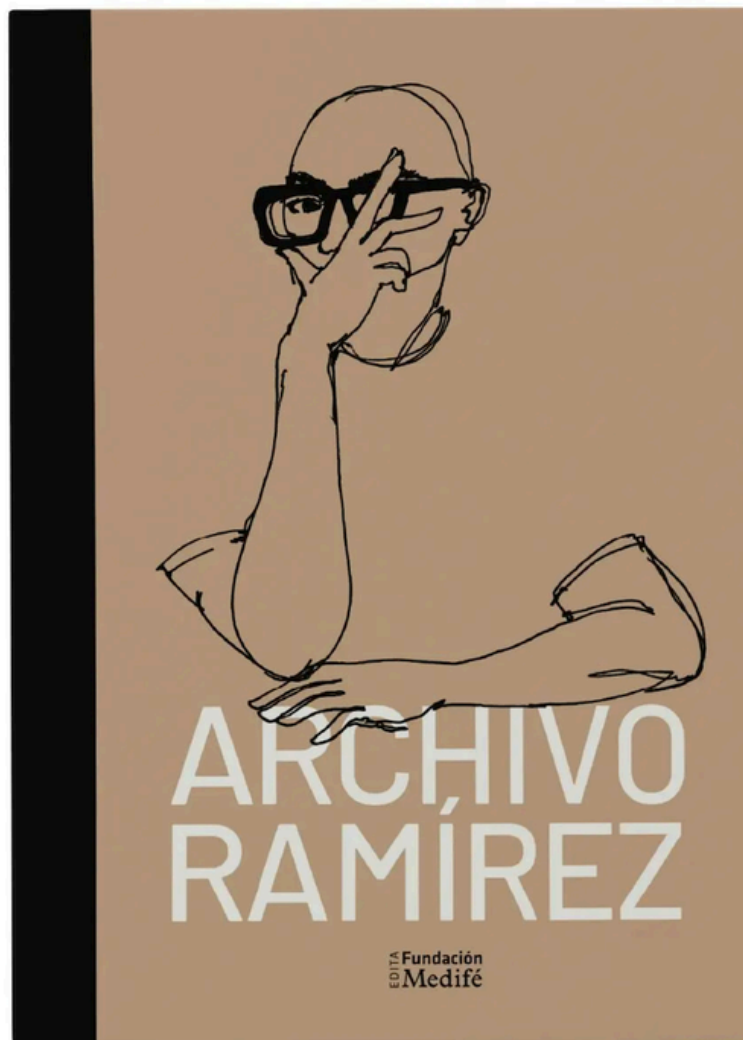
“Os arquivos são fundamentais para que possamos nos olhar. Para que a América Latina possa olhar para si mesma a partir de suas próprias experiências culturais, porque durante muito tempo a história da moda foi escrita quase exclusivamente a partir da Europa ou dos Estados Unidos, o que fez com que muito do que acontecia aqui, que muitas das trajetórias e das experiências da Argentina e de toda a América Latina ficassem invisibilizadas. Às vezes, eram lidas como algo menor, como algo periférico. Este livro, e arquivos como o de Pablo, permitem virar essa leitura e construir outra narrativa. Permitem ver que aqui também houve inovação, uma construção, um pensamento estético muito potente; a experimentação e a criação de linguagens próprias atravessando as crises econômicas e políticas”.

— Daniela Lucena



“O livro mostra como um estilista pode construir uma obra coerente durante décadas sem perder sua contemporaneidade. Pablo continua tendo um discurso muito atual. E consegue fazer confluir todas essas referências do passado e traduzi-las para uma linguagem contemporânea. O preto, no Pablo, permite que a silhueta fale de outra maneira, e esse é um registro-chave de seus valores, de sua história, de sua forma própria de olhar, o qual o livro como arquivo documenta”.

— Daniela Lucena



Não é apenas história, não é apenas inspiração. Ler sobre Pablo e ler Pablo é também mergulhar na tradução que ele faz sobre a arte, e na conexão que seus designs geram; uma ponte direta de interpretação. O olhar territorial está intrinsecamente ligado ao olhar pessoal: na fusão da interpretação do artista e de quem o veste, forma-se a cultura. E a cultura necessita, mais do que nunca na atualidade, que a relatem a partir de sua própria experiência e existência. ☺

Se o corpo fosse um edifício, romperia todo o concreto que pudesse, para encher-se de pregas e deixar passar tanto a luz quanto a escuridão. *Manuseá-las ao seu bel-prazer*, moldá-las ao seu movimento. **Nenhuma linha reta pode ser motivo para ficar estático, por mais abismo que pareça.**















FW26 de Lucas Leão

Design Lucas Leão

Fotografias Rogger Cordeiro

Styling Antonio Frajado

Direção de Arte Miguel Figueira de Mello

Cenografia João Pedro Schiavo

Produção Executiva Isabella Carrielo, Rapha Títo

Cabelo e perucas Thuane Araujo

Estilo Tadeu Vital Pavão Grigorowki Costa

Modelos Eliana Weirich, Jey Manzela, Leonardo Metzler

Assistência de Estilo e Produção Carol Mihich, Carolina Hermann,
Bruna Henriques, Vanessa Plass, Alice Themudo, João Dantas

Assistentes de Fotografia Felipe Costa, Carine Felgueiras

*

Texto em Sofoco Revista Edição 02 Jessica Signoretta



ARQUIVO DA MODA LATINO-AMERICANA

Investigamos como a moda e o vestuário
narraram as mulheres da América Latina
e Caribe



Dandismo na *Argentina*

por **María Belén López Rizzo**

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

O *fraque* como arma: dandismo, poder e masculinidade na Geração de '80.

Falar de dandismo na Argentina pode soar, primeiramente, como falar de um capricho estético menor: homens preocupados com o corte de sua casaca ou o nó de sua gravata. Mas por trás dessa fachada de frivolidade se esconde algo muito mais denso: uma forma de construir poder, masculinidade e identidade de classe em um país que, entre 1880 e 1916, estava terminando de inventar a si mesmo.

Minha pesquisa sobre o dandismo argentino, que começou em 2015 e que aprofundei depois em "Masculinidad y Moda: el Dandismo en Argentina" (Cuaderno 100, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, 2021, disponível em SciELO), parte de **uma ideia que atravessa todo o trabalho: a de que vestir-se nunca é um gesto neutro, mas sim uma prática social através da qual os corpos se tornam inteligíveis para os outros.**

Para se aprofundar no desenvolvimento completo desta pesquisa, você pode ler o artigo "Masculinidad y Moda: el Dandismo en Argentina", publicado no Cuaderno 100 do Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Universidad de Palermo, 2021), disponível on-line e apenas em espanhol: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232021001100017

Um movimento que *viaja*

O dandismo nasceu na Inglaterra no final do século XVIII, com a figura lendária de George "Beau" Brummell, que converteu a simplicidade e a esmero em um ato de resistência diante do excesso ornamental da corte. Seu estilo de vida funcionava quase como uma ética, no sentido foucaultiano do termo: um absoluto autocontrole sobre a própria indumentária, o próprio corpo, os próprios modos. Brummell não se limitou a vestir-se diferente, mas inventou o terno masculino moderno tal como o conhecemos: a casaca escura, o lenço branco amarrado ao pescoço, o ajuste exato da calça e, com ele, uma nova maneira de estar no mundo.

O dandismo se consolidou logo na França, onde o conde D'Orsay lhe deu uma marca romântica, mais confortável e menos rígida que a inglesa, abrindo o caminho para uma segunda etapa centrada no ócio, na beleza intelectual e no refinamento artístico. Foi Charles Baudelaire quem terminou de teorizar o movimento: para ele, o dândi não tem outra profissão a não ser "cultivar a ideia do belo em sua pessoa", e só pode fazê-lo porque dispõe, ao seu bel-prazer, do tempo e do dinheiro que essa fantasia exige.



Lucio V. Mansilla, figura destacada da Geração de 80, vestido meio de gaúcho: mostra icônica de personalidade do dandismo argentino da segunda metade do século XIX.

Não era simplesmente um estilo de vestir, mas sim, como dizia o próprio Baudelaire, "toda uma maneira de ser": uma sobriedade extrema em contraste com o barroquismo cortesão, uma conduta corporal estudada até o último gesto, uma ironia permanente em relação ao mundo que o cerca.

O dândi debocha das regras e as transgride, mas ao mesmo tempo as respeita escrupulosamente; vive dependente do efeito que produz no espaço público, porque *sua identidade só se completa quando é olhado e validado pelos outros*. **O dandismo é, neste sentido, um artifício: a aparência como construção deliberada de uma identidade.**

Essa expressão histórica "desembarcou na América Latina", como bem aponta Juan Pablo Sutherland, pelas mãos das classes dirigentes que viajavam para Londres e Paris e voltavam com um repertório de gestos, tecidos e posturas que não imitavam, mas das quais se apropriavam e ressignificavam em um contexto bem diferente. Na Argentina, o dandismo se instalou particularmente a partir da queda de Rosas, capitalizando a herança europeia para superar o choque entre a velha matriz crioula ou bárbara e a modernidade positivista que se impunha. **Por isso prefiro falar, seguindo Susan Hallstead, de gentlemen: homens do período 1880-1914 cujo referencial direto era o dandismo inglês.**

O *fraque* como arma política

Na Argentina, o dandismo teve protagonistas bem concretos na cena política da Geração de '80. Manuel Quintana, presidente da Nação entre 1904 e 1906, foi tão caricaturado por sua elegância que a revista *Caras y Caretas* lhe dedicou páginas inteiras ironizando sua "fineza". Pilar de Lusarreta o descreve como um homem minucioso, de andar cativante, para quem o *fraque* foi sempre a peça essencial do guarda-roupa: nem os olhares críticos nem as caricaturas sarcásticas conseguiram jamais que perdesse seu estilo refinado.

Bernardo de Irigoyen, por outro lado, representou o que chamo de um "dândi a contrapelo": discreto, de guarda-roupa exclusivamente nacional (mandava confeccionar sua própria casaca por alfaiates argentinos), sem a arrogância europeizante de outros dândis, mas igualmente consciente do peso simbólico da aparência na vida pública. Dois estilos, duas maneiras de habitar o mundo da política, mas um mesmo código de fundo.

O que esses homens, tão diferentes entre si, compartilham é terem entendido algo que hoje podemos ler com as ferramentas de Bourdieu: **a moda funciona como um campo de forças, um espaço de lutas pela distinção**. O *fraque*, a casaca e a bengala eram dispositivos de masculinização, ferramentas com as quais a nascente burguesia latifundiária se diferenciava tanto da aristocracia de berço quanto, sobretudo, da "turba" imigrante que começava a povoar Buenos Aires e a desestabilizar as velhas certezas sobre quem pertencia e quem não.

*

Masculinidade, classe e medo *ao outro*

Em meu trabalho mais recente avancei sobre a relação entre dandismo e construção da masculinidade da Geração de '80. Seguindo Kimmel, entendo *a masculinidade como um significado dinâmico*, que se constrói em relação e em oposição a outros grupos. E na Argentina do Centenário essa oposição teve um nome: o imigrante.

Miguel Cané disse-o sem nuances em 1884, alarmado pelo que considerava uma invasão que ameaçava "penetrar em sua classe social". Esse medo da ascensão social dos estrangeiros, essa necessidade de blindar os espaços de sociabilidade exclusiva da classe dirigente (o Jockey Club, o Círculo de Armas, o Club del Progreso) diante da massificação, é a outra face do dandismo argentino. A elegância, nesse sentido, não foi apenas uma pose estética: foi uma trincheira de classe e de gênero perante um mundo social que se sentia transbordado.

Esses clubes funcionavam, além disso, como o verdadeiro epicentro do culto masculino dândi: espaços não totalmente privados, mas sim absolutamente exclusivos para a classe dirigente, onde esses homens exibiam seus dotes e recebiam o olhar do outro que os julgava e, ao mesmo tempo, os completava em seu ser individual.

Por que importa *hoje*?

Talvez a pergunta mais interessante que deixa este percurso não seja como se vestiam? mas sim para que se vestiam assim?. O dândi argentino, Quintana, Irigoyen e tantos outros menos documentados, mostra-nos que **o vestir nunca é ingênuo: é linguagem, é estratégia, é uma forma de ocupar o espaço público e de se tornar legível diante dos outros.**

E essa potência do dandismo como ferramenta de afirmação identitária não se esgotou no século XIX nem ficou confinada às elites que lhe deram origem. Ao longo do século XX e até os nossos dias, diferentes comunidades ao redor do mundo retomaram seus códigos (a sobriedade, o cuidado extremo no vestir, a teatralidade do corpo no espaço público) para inverter seu sentido original: de marca de distinção aristocrática a bandeira de visibilização e resistência de minorias.

O caso mais conhecido é o dos chamados "*dândis negros*", que em diferentes contextos urbanos **transformaram a elegância em uma forma de reivindicação diante do racismo e da marginalização**, e que recentemente foram homenageados na Met Gala (2025)..

Sem pretender esgotar aqui essa genealogia, que merece um desenvolvimento próprio e mais documentado, vale a pena notar que o dandismo, longe de ser uma curiosidade de época, **continua funcionando como uma linguagem disponível para disputar sentidos sobre quem tem o direito de ocupar, com dignidade e estilo, o espaço público.**

Estudar o dandismo argentino, então, é uma maneira de ler a história política e social do país a partir de um ângulo pouco transitado, mas enormemente revelador: o do corpo vestido como campo de batalha simbólico, um campo que, como demonstram suas reapropriações posteriores, excede amplamente o contexto que lhe deu origem. 



A Prof de História

História e Moda

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



A *redenção* não é nada
mais que o sangue
transformado pela
própria história. Apenas
abrindo os olhos nas
penumbras e deixando-o
coagular quando
necessite, ele se
posicionará sólido, por
todo o corpo.















O Sétimo Céu de San Martín

Design San Martín Argentina

Fotografias Paloma Aballone

Arte San Martín Argentina, MissDenui

Modelo Catalina Vallota

*

Texto em Sofoco Revista **Edição 02** Jessica Signoretta





GARCÍA BELLO

*A memória dos tecidos
aviva sua potência quando
se entrelaça com outros*

Fotografias Mariana Pachó Lopez — *Habitar a peça SS'27* GARCÍA BELLO

Direção criativa Juliana García Bello

Modelo Belen Rossib

Microensaio Jessica Signoretta

Imóvel atrás do meu corpo há um rio que cresce. Enche-me de olhos e deixa o meu ego em evidência, que se crê sábio observador: acaba de lhe ensinar, realmente, a olhar. Nesta ocasião, esta jornalista despoja-se da objetividade, com o cansaço das limitações que apenas os tecnicismos do ofício oferecem. Põe-se entre duas das peças expostas de GARCÍA BELLO em *Vestir Mundos*, a exposição de arquivo da Fundación IDA no Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, e o reflexo desaparece: não há resquícios de somente imaginar como pareceriam vestidas.

Estou diante de un novo conceito de beleza. Há no upcycling, como exercício criativo do design, a proposta de despojar as peças de suas proporções. O rastro da morfologia se forma a partir do corpo, que não é lido como um canal, mas sim como argila para os tecidos. Juliana não desmonta e monta peças, mas sim leituras. Cria beleza sensível, não apenas por sua forma artística; cria-a subjetiva, não apenas porque reconhece as próprias existências dos corpos, e cria-a despojada de máscaras e medos, porque seus olhos prestam atenção.

Sua contemplação não é uma resposta contestatória à voragem que tudo tira, mas sim sua impoluta interpretação. Juliana constrói um vestir que, acima de tudo, conta histórias. Não porque façam falta, mas porque já quase não são ouvidas. Na união dos materiais que formam uma mesma peça corre o rio e grita como se relata a Patagônia, e que vínculo têm aqueles que ali vivem com a indumentária. O rio quer recuperar leitões que não o escutam, romper com a centralização do vestir argentino.



“Quando trabalho com roupas em desuso é inevitável pensar a quem pertenciam e construir um relato sobre sua vida. **Pelo geral, concebo estas peças como integrantes de uma mesma família.** Para o meu mestrado venho estudando Donna Haraway e seu conceito de *fazer parentesco* (*make kin*), que propõe tecer alianças e cuidados além da consanguinidade. Na coleção, as roupas funcionam como esse laço: tecem uma família têxtil onde se cruzam minha mãe, minha irmã ou minha sobrinha, mas também a história de quem usou essa roupa antes. **A sustentabilidade para mim é justamente isso: a capacidade de construir e interdepende-los juntos”.**

— Juliana García Bello



“A primeira peça que fiz para esta coleção — e que expus na minha mostra individual no Centro Universitario de Arte da UNLP — foi uma jaqueta que se une a outra através de um laço nas mangas. Esse laço mantém unidas quatro jaquetas: uma para minha mãe, uma para minha irmã, uma para minha sobrinha e outra para mim. Foi *um gesto de afeto em relação à minha própria família, uma peça dentro da outra, para nos lembrar que estamos juntas*. E sigo explorando como essas roupas se sobrepõem e visibilizam materialmente esses vínculos parentais”.

— Juliana García Bello





“A noção de comunidade é fundamental para pensar e agir em prol de um futuro mais reflexivo e alinhado com a Terra. Em um mundo tão vertiginoso, estar juntos torna-se vital. Esse foi o impulso que me levou a criar a GARCÍA BELLO: envolver as pessoas do meu entorno próximo para reutilizar roupas de que já não precisavam. Comove-me receber roupas de pessoas queridas: é como assumir o cuidado de algo que já não tem dono e desenhar soluções para que volte a ser apreciado e habitado”.

— Juliana García Bello



“Ao abordar uma peça, busco gerar conhecimento aplicável ao *upcycling*. Minha aproximação foi mudando: no início trabalhei a desconstrução como um laboratório; depois me foquei na articulação entre peças; e atualmente tomo o *zero waste* (*resíduo zero*) como ponto de partida para conservar a manufatura original da peça, utilizando-a como um plano bidimensional. Desmanchar ou cortar uma peça sempre me gera certo respeito; tenho medo de me arrepender porque, ao trabalhar com peças recuperadas, cada peça é única e não há outra igual. Por isso me apego à sua estrutura original e tento transformar essa restrição em uma possibilidade: usar a peça completa e, a partir dela, criar algo totalmente novo”.

— Juliana García Bello



“Ser argentina tem como matriz o compartilhar, a noção de família, o amor, os amigos e o gesto de aumentar a mesa para receber quem queremos. *"Viver juntas, ser juntas"* é um lembrete da nossa humanidade, do refúgio e do afeto. **Em um contexto global marcado pelo individualismo, pela aceleração do consumo e por contextos complexos, a necessidade de nos sustentarmos no outro torna-se indispensável.** Pensar em coletivo e construir comunidades dedicadas ao cuidado do planeta e daqueles que o habitamos é uma postura política e poética. **Frente à individualização, a roupa pode propor uma memória compartilhada.** Deter-se para observar e dispor de tempo para prestar atenção ao detalhe é um privilégio enorme. Viver na Terra do Fogo me ensinou sobre essa temporalidade: aprender a tirar um tempo para olhar além do evidente. Interessa-me compartilhar esse estado de contemplação com quem veste as roupas. **Que a reconstrução e o *upcycling*, através da beleza e da delicadeza, possam nos devolver a um momento de pausa e conexão profunda”.**

— Juliana García Bello





“A indústria da moda sob a lógica do consumo acelerado, da obsolescência e de uma noção de exclusão que sustenta a ideia de novidade constante. **Minha proposta busca propor uma mudança de paradigma: descentralizar a peça como um objeto de status e individualismo para relocá-la como um veículo de afeto, cuidado e memória coletiva. Em vez de descartar o usado para consumir o novo, escolho trabalhar a partir da reparação e sustentar o compromisso com o descarte têxtil, abrindo os processos e convidando a comunidade a ser parte ativa da cadeia de valor. Não ignoro as contradições de produzir dentro deste sistema, mas escolho habitar a disciplina a partir do ofício do fazer à mão. A circularidade e a manufatura não apenas reduzem o impacto ambiental e questionam o consumo descartável, mas também descentralizam a figura do estilista como um criador isolado para converter o ato de vestir em uma trama horizontal”.**

— Juliana García Bello



*“Habitar a peça é uma coleção com um forte caráter conceitual. Criei peças experimentais que podem ser exibidas na parede de um museu ou ser vestidas por um corpo. Busquei acima de tudo que as peças materializassem a ideia. Muitas roupas são articuláveis e permitem ser modificadas por quem as usa, dissolvendo os limites fixos da autoria. A peça não nasce de uma folha em branco nem da minha solitária vontade: **faz-se com a roupa usada, com as mãos de quem a confeccionou no passado e com quem vai modificá-la ou vesti-la no presente. A peça começa muito antes de eu intervir nela e não termina em mim.** Seu conceito me remete à infância, a esse gesto tão simples e lúdico de vestir a roupa de uma mãe ou de uma avó, ou de transformar um lençol em um vestido. Interessa-me que essas roupas nos devolvam esse sentido de jogo, mantendo viva a transformação do têxtil”.*

— Juliana García Bello

Estou diante de uma camisa cheia de azuis, com franjas e uniões em tonalidade crua, com costuras brancas e celestes. Penso muito na palavra vanguarda quando tudo se intitula moderno. As formas nas quais se manifesta essa nova beleza que encontro, que creio que o upcycling gera, que Juliana materializa em peças que, perante os olhos, são muitas outras coisas, para além de uma expressão para o corpo, nascem de uma interpretação, sim, uma forma intrínseca de olhar que é um exercício individual. Mas o olhar individual de Juliana, quando toca os tecidos, torna-se comunidade. Esta é a vida vista pela vida, que nasce com o tempo, que cresce com ele, e que só no tempo se sustenta o espaço compartilhado, onde não há mortes nem nascimentos, apenas peças que passam de uma pessoa para outra. Não são olhadas como lembranças, são olhadas como conectoras. O que nos resta será a forma do carinho que preencherá os vazios próprios, alheios, e que ousará dar um calor do bom ao vesti-lo. O que nos resta poderá ser tocado com as mãos, sim, e não machucar a terra. ☺





Gaultier, Frida e a arte de *citar*

por Camila Arturi

Capa Campanha *Tribute to Frida Kahlo* collection. Women's prêt-à-porter SS98
ilustração de Fred Langlais com direção artística de Jean Paul Gaultier

Fotografias Getty Images

Inspirado pela potência visual, política e emocional da artista mexicana, em 1998 *Jean Paul Gaultier* fez um tributo irreverente a *Frida Kahlo*: levou à passarela uma visão dramática de seu universo, fusionando artesanato, folclore, gênero e provocação, em um desfile inesquecível.

Em Paris, em 1998, momento no qual o minimalismo convivia com uma etapa de teatralidade na moda, Jean Paul Gaultier apresentou uma das coleções mais memoráveis de sua carreira. Inspirado na artista mexicana Frida Kahlo e na força simbólica da cultura mexicana, criou uma proposta onde a moda não foi apenas vestuário, mas sim uma reflexão sobre identidade, corpo e liberdade.

Longe de ser uma simples homenagem, o estilista capturou aquilo que fazia de Frida uma figura revolucionária: sua capacidade de transformar o corpo em identidade, a roupa em discurso e a própria existência em uma forma de expressão artística.



Sem dúvidas, Frida Kahlo foi, é e será a artista feminina mais emblemática do México. A autora de “As duas Fridas” é a única artista feminina no mundo cuja imagem se reconhece instantaneamente, porque, graças ao seu marcante estilo pessoal e a uma expressão artística crua que marca a sua trajetória, tornou-se um ícone cultural mundial, uma das mulheres mais icônicas do século XX.

Usou sua vestimenta como linguagem. Seus trajes tradicionais do Istmo de Tehuantepec, os bordados, as flores no cabelo, as joias pré-hispânicas e os rebozos não foram simples escolhas estéticas. Cada elemento foi um relato de paixão, romance, dor e sofrimento.

O impacto Frida não é apenas por sua arte surrealista, mas representa uma quebra do tradicional, uma atitude contra os esquemas, afastada da representação tradicional de beleza feminina.

Depois do acidente que sofreu em 1925 e que lhe causou importantes consequências físicas, Kahlo estabeleceu uma relação complexa com seu corpo, onde a roupa se converteu em uma ferramenta para reconstruir sua imagem e transformar a fragilidade em fortaleza. Ideia que plasmou em seus autorretratos, onde o corpo deixa de ser apenas uma representação física e se transforma em um espaço onde convivem dor, desejo, memória e identidade.

O cruzamento de dois espíritos *transgressores*

A Jean Paul Gaultier, mais conhecido como o “L'Enfant Terrible da moda”, unem-no ao universo Frida múltiplas referências: a irreverência contra o sistema, o desafio às normas de gênero e o estilo provocador, contra todo cânone. Para ambas as figuras, temas como a diversidade cultural, de corpos, raça e gênero careciam de razão de ser. Para eles, as fontes de inspiração eram pessoas reais, utilizando cada um a sua arte como ferramenta de libertação e empoderamento. O estilista construiu sua marca a partir de designs disruptivos que rompiam com as linhas tradicionais da confecção.

Dono de um estilo rebelde, irreverente e atópico que o levou a ser o pioneiro em colocar elementos masculinos em roupas femininas, apresentando homens de saia, questionando os ideais convencionais de beleza e transformando o espartilho, historicamente associado à restrição do corpo feminino, em um símbolo de poder e autonomia.

Fez moda sob seus próprios termos, um criador que, para além de confeccionar roupas, fez da moda uma forma de criar conversas e controvérsias.



Seu trabalho sempre esteve atravessado por uma interrogação: quem decide como deve parecer o corpo? E nesse sentido, Frida Kahlo resultou-lhe a fonte mais pura, autêntica e fiel. Porque ela havia construído uma identidade visual própria, em uma época onde as mulheres tinham poucas possibilidades de controlar sua apresentação pública. Ambos compartilhavam um mesmo olhar: a identidade não como algo imposto, mas sim como algo que pode ser construído.

Já desde 1900 a artista feminina tem sido fonte de inspiração. Em 1939 e com sua visita a Paris, inspirou Elsa Schiaparelli a desenhar o vestido Madame Rivera à sua imagem e semelhança.

Mas a trindade “*Frida, México e Moda*” nasceu em 1937 quando a edição de outubro da revista Vogue enalteceu seu estilo, talento, originalidade e beleza exótica, capturada pela lente de Toni Frissell em Nova York, reconhecendo-a como a artista mexicana mais intrigante e sofisticada.

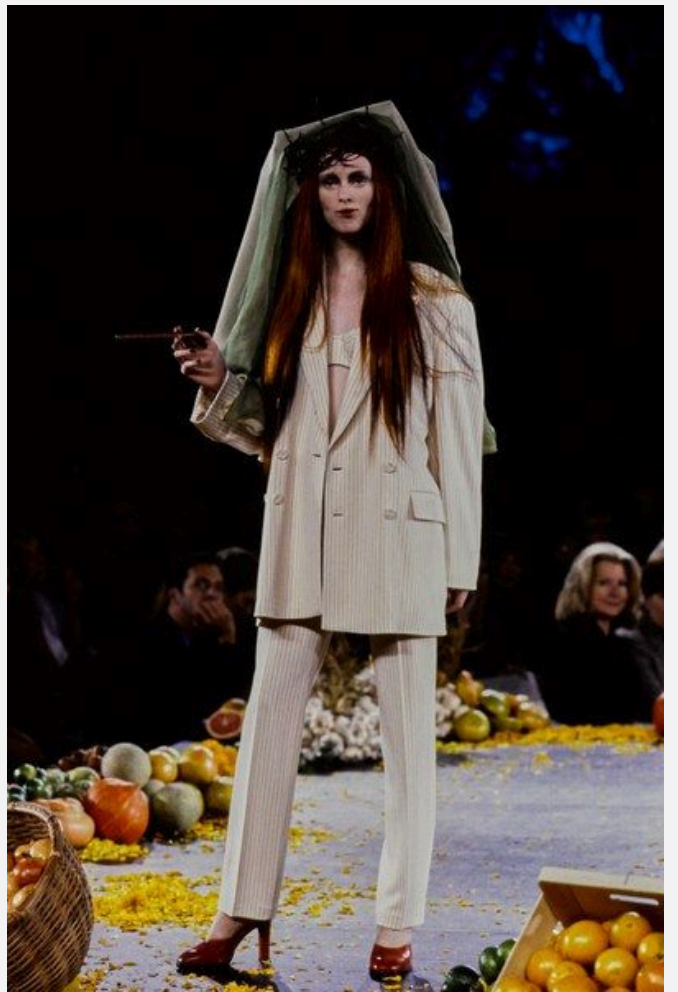


O nascimento da *coleção SS98*

A fascinação do estilista por Frida começou antes daquela coleção. Segundo relatou o próprio estilista, conheceu as obras da artista mexicana graças a Madonna, grande admiradora de Kahlo que lhe mostrou sua coleção de quadros.

Uma das primeiras referências à obra da artista foi o figurino desenhado por Gaultier para o filme *O Quinto Elemento* (1997), dirigido por Luc Besson, onde em um dos looks de Milla Jovovich, o estilista incorporou uma estrutura que evocava *A Coluna Partida* (1944), extraído do autorretrato onde Kahlo representa o sofrimento físico provocado por suas lesões.

A referência foi transcendental porque sintetizava uma das ideias centrais do estilista: transformar a vulnerabilidade em uma expressão de força. Conceito que depois se converteria no eixo da coleção SS 1998.



A passarela, um manifesto

Composta por 79 silhuetas dramáticas, a coleção foi concebida como uma narrativa visual onde conviviam as obras de Frida, a cultura mexicana, a luta livre, a religiosidade popular e o universo teatral característico de Gaultier.

Mais que uma sucessão de roupas, o desfile foi uma autêntica encenação. As modelos apareceram com coroas de flores, sobrancelhas marcadas, maquiagem dramática, espartilhos estruturados, bordados, transparências e acessórios inspirados em elementos da cultura mexicana.

Mas o valor da coleção esteve em que esses recursos nunca apareceram como simples decorações; cada detalhe tinha uma intenção.



O espartilho e o corpo *como território*

Um dos grandes protagonistas foi o espartilho, peça fundamental dentro do universo criativo de Jean Paul Gaultier. Mas nesta coleção adquiriu uma nova leitura: deixou de representar unicamente sensualidade para se converter em uma referência ao vínculo entre Frida e seu próprio corpo. As estruturas rígidas, as linhas anatômicas e as construções ajustadas evocavam os dispositivos ortopédicos que a artista utilizou durante sua vida. O conceito era semelhante ao esboçado por Kahlo em suas pinturas: dor transformada em expressão.

Artesanato, cor e memória cultural

A coleção também se destacou por sua riqueza artesanal, com bordados, flores tridimensionais, tecidos ornamentais, rendas e aplicações têxteis que demonstraram o domínio técnico do estilista e seu interesse pelo trabalho manual. Demonstrando mais uma vez toda a sua maestria em artesanato e alfaiataria de confecção impecável. A referência ao México não foi um cartão-postal exótico, mas sim um universo cultural complexo onde convivem celebração, espiritualidade, história e tragédia.



A paleta cromática reforçou essa intenção com vermelhos intensos, verdes profundos, rosas, púrpuras e pretos que construíram uma atmosfera próxima ao dramatismo das pinturas de Kahlo e à intensidade visual das festas mexicanas. A cor não apenas como recurso estético, mas emotivo.

Frida *além dos símbolos*

Um dos maiores feitos de Gaultier foi evitar que a coleção se transformasse em uma simples reprodução da imagem de Frida. As flores, as tranças, as sobancelhas ou os vestidos tradicionais poderiam ter sido utilizados como elementos decorativos; no entanto, o estilista foi além. Tomou a atitude da artista, sua capacidade de desafiar as normas, sua decisão de construir uma identidade própria e sua liberdade de habitar o corpo sem se adaptar a um ideal externo.

Por isso as modelos não foram simples imitações de Frida, representaram uma ideia: transformar o diferencial em poder.



O legado de uma coleção *histórica*

Oitenta e nove anos após sua aparição na Vogue e setenta e dois anos depois de sua morte, Frida Kahlo continua sendo uma “garota da moda”, porque a moda glorifica mulheres com caráter e estilo como um elemento aspiracional para se sustentar como indústria.

A influência de Frida continuou por décadas. Estilistas como Alexander McQueen, John Galiano, Karl Lagerfeld, Moschino ou Alberta Ferretti também retomaram aspectos de seu universo criativo em algumas de suas coleções.

No entanto, a proposta de Gaultier ocupa um lugar particular porque não se limitou a tomar referências visuais. Sua coleção SS 1998 permanece vigente porque abriu interrogações que continuam atravessando a moda contemporânea: a representação do corpo, a identidade de gênero, a relação entre cultura e vestuário e a possibilidade de utilizar a moda como uma ferramenta de expressão e reinterpretação a partir de uma citação artística original e não de apropriação.





Jean Paul Gaultier não vestiu suas modelos como Frida. Interpretou seu espírito e, ao fazê-lo, criou uma das conversas mais profundas entre arte e moda: uma coleção que não falava apenas da pintora, falava da liberdade de construir uma imagem própria.

Fazer uma coleção em sua memória não é apenas recriar quem ela era como mulher, vai além da beleza. É dar vida ao seu espírito transgressor, a uma mulher que amou ser mulher e feminina mesmo nas piores circunstâncias e quando seu corpo estava mais debilitado. Um ícone que representa impulso e força em direção à autodeterminação feminina.

Para ambos, a arte, seja de pintar ou de fazer moda, não se limita a mera arte. É um gesto político, emocional e uma forma de habitar o mundo com orgulho, beleza e sentido.

Mais de vinte e cinco anos depois, aquele desfile continua demonstrando que uma grande coleção não é unicamente aquela que cria imagens memoráveis, mas sim aquela capaz de transmitir ideias. 😊





**Não pense
Pise no pedal
Sinta o tecido,
abra-lhe uma forma
que ainda não se conheça**

**Não pense
Cuide das suas mãos
Sustente a memória
E costure *o porvir.***

Fotografias e linguagem visual Sol Bertinat
Design e direção criativa Cris OB
Modelos Lorena Jaita Chosco (*Kachito*) e Tyra Galeano
Poema na capa Jessica Signoretta

“Quando comecei a estudar Design de Moda na minha querida instituição, ABM, onde me formei, surgiram muitas interrogações. *Eu sempre tinha sido artista visual e minha mente tendia naturalmente para o artístico.* No entanto, ao longo do curso, fui me encontrando também com a minha identidade como estilista e aprendi a conviver com essas duas dimensões da minha prática.

Durante muito tempo me perguntei: como estilista, sou um bom artista? E como artista, sou um bom estilista? Com o tempo, entendi que talvez essas perguntas não precisassem de uma resposta definitiva. Foram importantes, justamente, para poder me desarmar, voltar a me construir e aprender a navegar entre ambos os territórios sem sentir que pertencia menos a um do que ao outro”.

— CRIS OB



“A dimensão conceitual apareceu com muita força na minha primeira coleção, Raíces. Ali pude colocar em prática muitos dos aprendizados que tinha adquirido e, acima de tudo, confiar plenamente na minha intuição. Criar durante a pandemia não foi fácil, mas decidi apostar nas minhas ideias mesmo quando ainda estava me descobrindo como estilista e não sabia com certeza se o que estava fazendo era “correto”. *Foi um grande acerto pessoal ter escolhido como primeiro conceito para a minha coleção as minhas raízes indígenas.* Permitiu-me aprofundar em um território que conhecia e que me era familiar, mas que agora devia transferir para a linguagem têxtil e transformar em uma experiência visual. O resultado me trouxe uma satisfação muito profunda e provavelmente esse foi um dos momentos em que tudo começou a fazer sentido”.

— CRIS OB

“Desde o conceitual, posso dizer que minhas raízes sempre vão estar presentes de alguma maneira no que faço. *Talvez nem sempre fale dos mesmos temas nem construa as mesmas narrativas*, mas a reafirmação da minha identidade funciona como um faro que atravessa meu caminho como estilista e artista”.

— CRIS OB

“Meus processos criativos costumam ser bastante espontâneos e intuitivos. São poucas as vezes em que, no momento de começar uma peça, tenho uma ideia completamente definida; e quando acontece, provavelmente essa ideia muda várias vezes durante o processo.

A experimentação e a manipulação constante da materialidade são fundamentais para mim. Vou testando, tirando, incorporando, sobrepondo, explorando texturas, volumes e formas. É quase um exercício lúdico, como montar um quebra-cabeça que não tem uma única imagem possível, mas que pode se transformar e se converter em muitas coisas ao mesmo tempo. Nesse sentido, o *upcycling* não aparece apenas como uma técnica, mas sim como uma maneira de pensar e de criar. O próprio material me propõe possibilidades e, muitas vezes, é ele quem termina guiando o resultado”.

— CRIS OB



“No final, tudo volta para um mesmo lugar: desde o momento em que começo a trabalhar uma peça, eu a penso como uma obra de arte. Creio que aí é onde *se conectam naturalmente o design, a técnica e a narrativa*. Nem sempre preciso pensar essa conexão de maneira racional; muitas vezes simplesmente acontece enquanto estou criando.”.

— CRIS OB



“Desde que me conheço por gente estive rodeado de máquinas, tecidos e linhas. Venho de uma família de costureiros e, para mim, conviver com esses elementos sempre foi algo natural. No ateliê familiar, o *denim* ou o *jeans*, como o chamamos popularmente, era uma das materialidades que mais se repetia: calças, camisas, saias, jaquetas, coletes e praticamente qualquer peça que pudesse ser feita com esse têxtil. Creio que é desse lugar familiar que encontro minha conexão com o *denim* e onde também reconheço e reafirmo o orgulho pelo trabalho da minha família.

Com o tempo e a partir do design, fui encontrando outras razões para me sentir identificado com este material. *Entendi que o denim é, de certa maneira, um têxtil universal: uma peça que atravessa idades, gêneros e classes sociais e que faz parte do imaginário cotidiano de muitíssimas pessoas.* Muitas vezes minha seleção do denim surge de uma experimentação constante com o próprio material. Realizo testes de desgaste, descoloração, sobreposição e diferentes tratamentos, explorando também como dialogam entre si distintas tonalidades e texturas; outras vezes, o material surge do acúmulo de roupas que vou desmanchando para voltar a construir outras. *E é justamente nesse gesto de desmanchar para voltar a criar onde aparece de maneira mais direta o upcycling”.*

— CRIS OB



“Creio que o upcycling veio para ficar e que a pandemia reforçou e acelerou sua presença dentro das práticas de design. *A possibilidade de pegar algo preexistente e transformá-lo em uma nova peça me parece fascinante.* Não somente porque permite reduzir o descarte e o impacto da poluição têxtil, mas porque *propõe, além disso, um exercício criativo ao alcance de qualquer pessoa.* Na Argentina já existem marcas e estilistas de autor que estão desenvolvendo propostas muito interessantes a partir do upcycling, e me parece especialmente valioso porque permite pensar outras formas de produzir dentro de uma indústria na qual muitas vezes o acesso a grandes recursos econômicos é uma limitação.

Em nível global, tanto o upcycling quanto a experimentação com biomateriais continuam crescendo. Creio que estamos atravessando uma construção que ainda levará tempo, mas não descarto que no futuro possamos utilizar roupas e materiais provenientes quase integralmente de processos de recuperação e reciclagem. *A realidade é que a crise ambiental e o impacto da indústria têxtil vão nos obrigar a repensar nossas formas de produzir e consumir”.*

— CRIS OB

“Há algo de muito democrático no upcycling: não requer necessariamente grandes recursos econômicos para começar, mas sim um olhar capaz de encontrar novas possibilidades naquilo que já existe. Nesse sentido, a criatividade é uma grande aliada desta prática. É um recurso que ainda tem muitíssimo potencial e eu gostaria que continuasse crescendo, inclusive chegando a ser incorporado de maneira mais profunda pelas grandes marcas”.

— CRIS OB



*“Nos últimos tempos fui me aproximando de algo que se conhece como **street couture**, e creio que é uma definição que representa bastante bem o que faço. Trata-se de pensar em um vestuário que possa percorrer a urbanidade e conviver com ela, mas que ao mesmo tempo tenha um forte trabalho artesanal, próximo à lógica da alta-costura, com impacto visual e uma construção minuciosa.*

O *denim* volta a ser um dos grandes protagonistas da minha próxima coleção. Interessa-me explorar suas possibilidades para além da roupa cotidiana e levá-lo em direção a novas formas, volumes e tratamentos, sem perder seu vínculo com o urbano e o funcional; e inevitavelmente aparecerão, também, acenos à cultura indígena aymara. Tenho minha identidade tão enraizada que muitas vezes ela aparece de maneira espontânea naquilo que confecciono. Não necessariamente como uma referência literal, mas como uma memória que atravessa as formas pelas quais penso, desenho e construo. E o *upcycling* também vai estar muito presente. *O gesto de montar e desmanchar me permite brincar constantemente com a materialidade: desmontar uma peça para convertê-la em outra, encontrar novas possibilidades naquilo que já existe e, ao mesmo tempo, construir novas histórias a partir desses fragmentos. Com esta coleção busco reafirmar as possibilidades do denim como um material capaz de se adaptar a diferentes contextos e espaços, mas também de adquirir uma dimensão mais artística e experimental”.*

— CRIS OB



“Fico profundamente entusiasmado em passar pelo processo de construção de cada coleção. E certamente sua apresentação será a desculpa perfeita para desenvolver uma grande encenação. Para mim, um desfile é muito mais do que mostrar roupas: é uma intervenção cênica, um momento no qual o vestuário, o corpo, o espaço, a imagem e a música podem se encontrar para construir uma experiência. *Interessa-me que quem observa não somente veja uma peça, mas que possa entrar, ainda que seja por alguns minutos, no universo que estou propondo*”.

— CRIS OB





Sol Bertinat

@solbertinat_

Produtora de moda, fotógrafa e artista argentina





Mais que preto e botas

por Nazarena Zoé

Fotografias e direção artística Nazarena Zoé

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

Como as mulheres da cena *techno* estão utilizando a moda, o corpo e a atitude como ferramentas de identidade e empoderamento?

Nesta coluna quero me aprofundar no *techno*, uma vertente da música eletrônica. Mas antes de me aprofundar neste gênero, quero introduzir um breve contexto histórico, adentrando os anos 80, quando surge a popular cena rave. Um espaço que nasceu como uma declaração contra as normas restritivas, promovendo a livre expressão e a aceitação radical, e que hoje simboliza a diversidade e o espírito comunitário da música eletrônica. Embora a cena *rave* e o *techno* compartilhem raízes dentro de música eletrônica, não são a mesma coisa e cada uma construiu códigos estéticos próprios. Em uma linguagem visual que transcende as barreiras de gênero, o julgamento social e a cotidianidade, é este âmbito o que provavelmente une a mim como comunicadora, a Sofoco como veículo e a vocês como leitoras com um interesse em comum: analisar a moda.







Em plena expansão, a moda deixa de ser uma questão meramente estética para se transformar em uma ferramenta de identidade, liberdade, rebeldia e apropriação do espaço por parte das mulheres. Com a colaboração de quatro mulheres e artistas emergentes da cena na cidade de Rosário, na Argentina, vou me permitir explorar este universo associado à noite por dentro. E convido vocês a percorrê-lo comigo.

Botas pretas, acessórios metálicos e muito preto são as peças escolhidas por excelência. Este gênero influenciou nossas artistas e sua forma de vestir, tirando-lhes preconceitos sobre como devem parecer e incentivando-as a encontrar, através das roupas, sua versão mais autêntica e criativa. Afirmam que neste ambiente se celebra o conforto e a liberdade e, desde que começaram a trilhar este caminho, atreveram-se a combinar estilos novos e a refletir sua arte através da roupa como selo pessoal.





Me contam que, ao contrário de algumas cenas europeias, onde a estética está mais consolidada e ligada à história particular de cada território, na Argentina existe uma maior mistura de influências. Este olhar mais eclético permite construir uma imagem própria, onde convivem referências do techno clássico com elementos de outras correntes estéticas e culturais. Nesses espaços abundam elementos característicos como óculos de sol, penteados exóticos, influências estéticas do sadomasoquismo como arrastão e arneses, roupas escuras, espartilhos, toques cyberpunk e góticos, refletindo a modernidade e a tecnologia que identificam e singularizam o gênero. Continua-se priorizando o conforto como o melhor acessório para aguentar as horas de dança e curtição. Mencionam-me como inspiração musical e visual artistas populares na cena como as reconhecidas djs nacionais Milena Adamis e Sol Ortega. Em Rosário convivem muitos estilos em que as mulheres habitam este ambiente. Não há ‘uma única maneira de se parecer’. Há mulheres com uma estética muito ‘marcada’ facilmente identificáveis com o gênero e outras mais simples, o que conforma uma diversidade fluida de pertencer.





Sustentam que a imagem é uma extensão de quem são e que tanto a música, a estética quanto a personalidade conformam uma mesma expressão artística.

Hoje em dia, as mulheres começam a ter cada vez mais reconhecimento neste gênero, deixando de lado as pressões sobre sua imagem, mas entendendo que essa exigência continua presente para muitas outras. Nossas artistas aconselham que, não importa a que você se dedique, reflita sua autenticidade ao se vestir e encontre a si mesma no reflexo do espelho, porque esse é o seu melhor diferencial. Não é preciso se parecer com ninguém para ocupar um lugar, muito menos responder a mandatos que nos são impostos sobre como as mulheres devem se encaixar em um molde para pertencer. A fidelidade a nós mesmas é o nosso melhor acessório.

Em um mundo de uniformes, aparências e minimalismo, o techno rejeita todo julgamento, etiqueta e estereótipo. Neste ambiente, vestir-se não se trata da roupa que você veste, mas sim de quem você é, de inspirar outros a comunicar sua identidade e de valorizar um espaço onde se celebra a criatividade. Talvez por isso, dentro do techno, a moda transcende a estética e se transforma em uma forma de narrarmos a nós mesmas. 

Naza | studio ✨

**Capturo a beleza dos
momentos espontâneos e
detalhes autênticos**

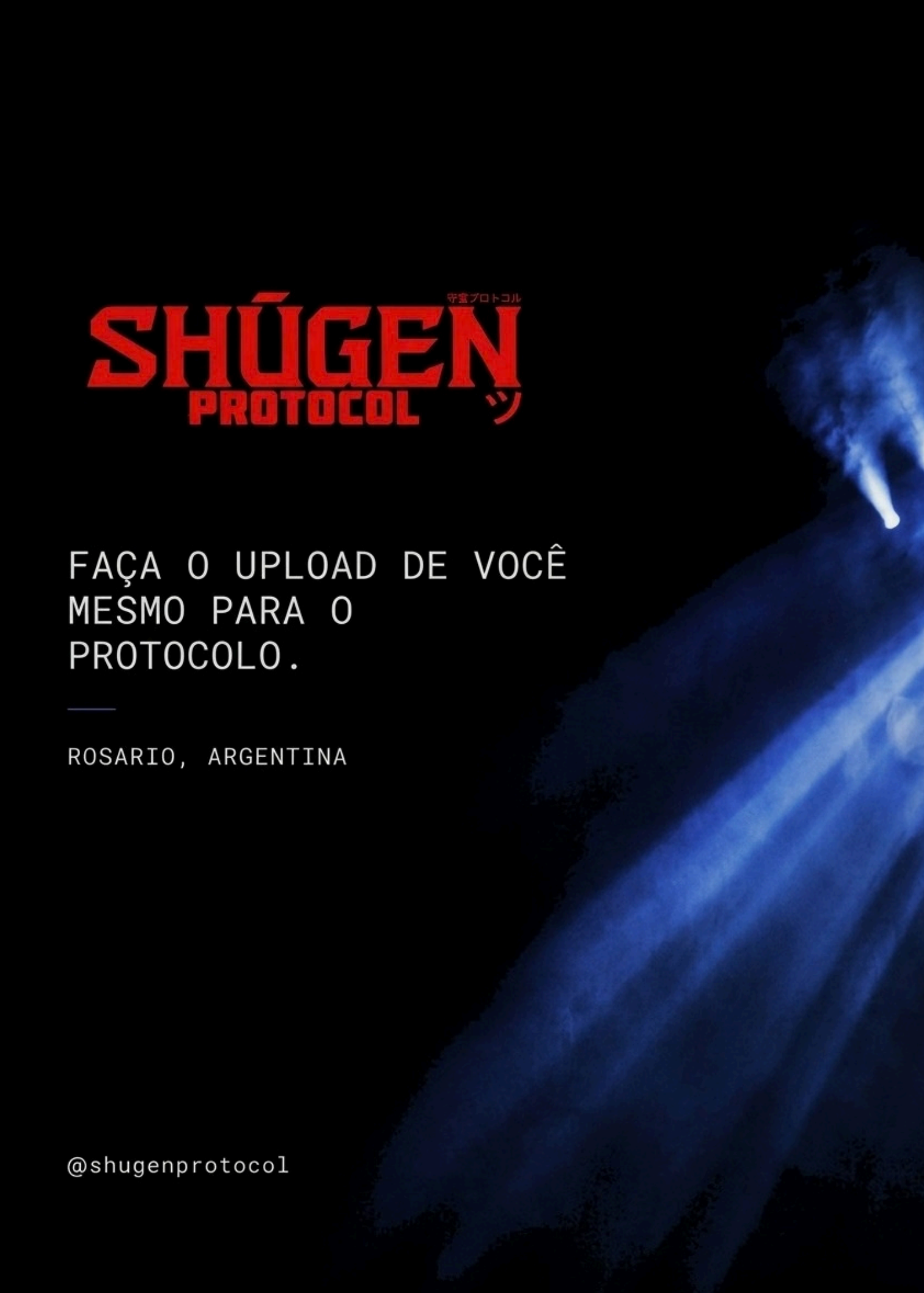
**worldbynaza.tumblr.com
[@naza.studio.ph](https://www.instagram.com/naza.studio.ph)**

UMBRA

ciclo de hard techno
na cidade de
Rosario, Argentina

@umbra.techno





SHŪGEN

守衛プロトコル

PROTOCOL ツ

FAÇA O UPLOAD DE VOCÊ
MESMO PARA O
PROTOCOLO.

ROSARIO, ARGENTINA

@shugenprotocol



Geografia do desejo *limitado*







Los Padrinos del 2018

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



Virgen de la Inmaculada Concepción





Não apenas são vulnerados os territórios, mas sim quem vive neles. Em Lima, fora do categorizado como zona turística, os e as jovens de Barrios Altos sobrevivem ao descaso estatal, ao preconceito social e à falta de oportunidades, através da arte e de uma batalha fundamental: a de não ser silenciados/as nem rotulados/as.

A meritocracia é apenas um conceito que permite ao poder político não cumprir com seus cidadãos e cidadãs. O despojo dos privilégios, as necessidades básicas não cobertas e a exclusão não são, para quem os vive, uma forma de criar uma estética que depois a indústria torna folclórica e explora: são uma maneira de materializar diante dos olhos a falta de direitos que não deixa de gritar.











Tina em Barrios Altos de Yulissa Aranibar — ARRANCA Prod

Produção, Direção Artística, Stylist e Casting Yulissa Aranibar ([@arranca_prod](#)) ([@yulissa_aranibar](#))

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

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

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

Locação Barrios Altos, Lima, Perú

ARRANCAPROD

**Produção audiovisual / Styling / Casting /
Direção de arte / Design & Direção criativa**



**Histórias latino-americanas
contadas através
da moda.**

LIMA — MILANO — PARIS

**arrancaprod.com
@arranca_prod**



A ficção *tropical* que nos veste

por Camila Andrea Rua Tovio

Ilustração digital de Sofoco
Fotografias Cortesia de Camila Rua e Colombiamoda

De tempos em tempos, embora cada vez menos, aparece na internet uma pessoa estrangeira narrando que trouxe a roupa errada para sua viagem pela América Latina.

Assim, uma mala cheia de bermudas, camisetas e vestidos se enfrenta a “la nevera”, a capital da Colômbia, Bogotá, que registra uma temperatura média de 13.5°C ao longo do ano. Um equívoco aparentemente simples que demonstra como concebem o país e o trópico.

Nesse sentido, as malas arrumadas por pessoas do norte global não contêm apenas a roupa errada ou adequada, mas também carregam imaginários, entre eles a ideia do trópico como território binário: um paraíso ou uma região perigosa, selvagem e cheia de doenças.

O próprio de viagem é mostra dessa primeira face da moeda e as medidas internacionais, como os alertas de viagem, evidenciam a segunda. Por exemplo, apesar de o Global Peace Index de 2026 categorizar o estado de paz da Colômbia e dos Estados Unidos no mesmo nível, baixo; em abril de 2026, os Estados Unidos emitiram uma nova advertência para a Colômbia e nela indicaram: “Reconsidere sua viagem à Colômbia devido à delinquência, ao terrorismo, aos distúrbios civis, aos sequestros e aos desastres naturais”.

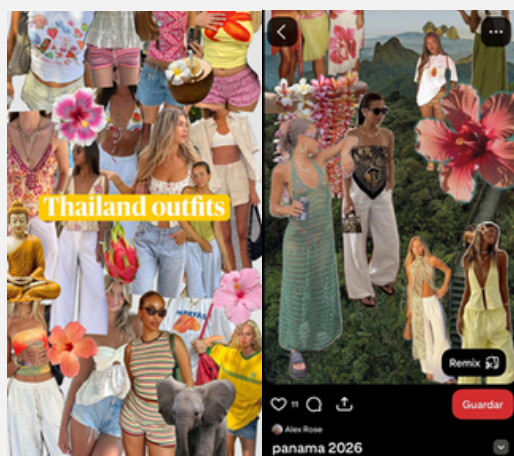


As fantasias e os temores sobre os países tropicais dos viajantes atuais são a continuação das ideias coloniais que contribuíram para a construção tanto da América Latina (embora não de Abya Yala*) quanto dos demais territórios localizados entre o Trópico de Câncer e o Trópico de Capricórnio, por exemplo, Índia, Havaí, Filipinas, Cuba e Tailândia.

* Abya Yala é o termo utilizado pelos povos indígenas para se referirem ao continente americano como resistência à colonização.

Ao conjunto de ideias e atitudes, como a ambivalência de paraíso e perigo, David Arnold nomeou como “Tropicalidade”, que distingue “o outro” do ocidente, particularmente as terras tropicais ou “zonas tórridas” das terras temperadas europeias. Edward Said explica que a “outridade” ou “o outro” é uma construção mental e política do ocidente que apresenta as culturas não ocidentais como inferiores, exóticas ou atrasadas; no caso da análise de Said, refere-se ao Oriente, e Arnold o retoma para observar o trópico.

A construção mental do “outro” é uma supersimplificação de uma realidade complexa e viva, de modo que não é uma realidade objetiva. Então, os destinos tropicais são quase intercambiáveis e a estética aspiracional para eles é uma só, não importa se é Tailândia, Panamá, Bali ou Colômbia; a inspiração de vestuário é codificada nas redes sociais sob as etiquetas de “tropical vacation outfit”, “island girl” e o símbolo da flor de hibisco ou “bonche”, como é conhecida na costa do Caribe colombiano. Uma estética que se diferencia da de um “verão mediterrâneo” e que não leva em conta o clima de cidades como Bogotá.



A existência de uma vestimenta geral para todo o trópico tem antecedentes, assim se pode observar em European cloth and ‘tropical’ skin: clothing material and British ideas of health and hygiene in tropical climates, já que Johnson menciona que os viajantes britânicos do final do século XIX, em vez de comprarem roupas específicas para lugares como o Congo ou Calcutá, frequentemente compravam roupas para usá-las em todos os climas tropicais. Dessa maneira, pode-se compreender que a “tropicalidade” é um discurso homogeneizador, ao mesmo tempo que diferenciador.



Como mencionado anteriormente, essa diferenciação projeta o trópico como inferior, exótico e/ou atrasado, tanto que justifica a dominação dos povos supostamente selvagens e a exploração dos recursos naturais desde a colonização até a atualidade. Em paralelo, esse discurso colonial se capitaliza e converte o território e as características úteis para a “tropicalidade” em mercadoria cultural exportável, como a personagem de Carmen Miranda ou o álbum *Tropicoqueta* de Karol G.

Por conseguinte, não é de se estranhar que o boom internacional da moda colombiana tenha ocorrido com a estética “Tropical chic” e/ou “Caribbean chic”, especificamente com a coleção Nativa de Johana Ortiz em 2014, que explorava o caribenho e o tropical através de elementos como flores, cores e babados.

A importância dessa estética chega a ser dimensionada quando a Vogue afirma que: “Poder-se-ia dizer, então, que foi essa estética que abriu a porta para o design de autor na Colômbia” no artigo “25 anos de moda na Colômbia: Do Tropical Chic ao design de autor”.

Hoje, estilistas de todas as regiões da Colômbia fazem uso dos elementos do trópico tórrido, sua fauna, sua flora, suas paisagens e seu passado colonial; tanto que viajam para cidades como Cartagena, inspiram-se, criam suas coleções e as vendem no centro histórico e/ou as exportam para o mundo todo, tendo os Estados Unidos como principal destino em 2025, de acordo com o El Colombiano no artigo *‘Estas son las empresas y los departamentos que más exportan moda colombiana’* em 2025.

A dinâmica de apropriar-se dos elementos exóticos que não ocorrem nas terras frias do trópico andino carrega séculos de história, desde o século XIX, quando o mercado europeu exigiu das elites crioulas a exportação de matérias-primas como a quina, o tabaco, a borracha, a banana ou o café. Assim explica Felipe Martínez Pinzón no livro *Una cultura de invernadero: trópico y civilización en Colombia (1808-1928)*, onde afirma que: “A *apropriação do trópico na Colômbia surge como um mandato da economia mundial que se corresponde com um relato representacional*”. Martínez fala de uma apropriação do trópico na Colômbia porque os crioulos de países localizados no trópico andino e seus climas frios criaram uma ficção ideológica na qual Bogotá e os Andes não faziam parte do trópico, referindo-se ao trópico tórrido das terras baixas.

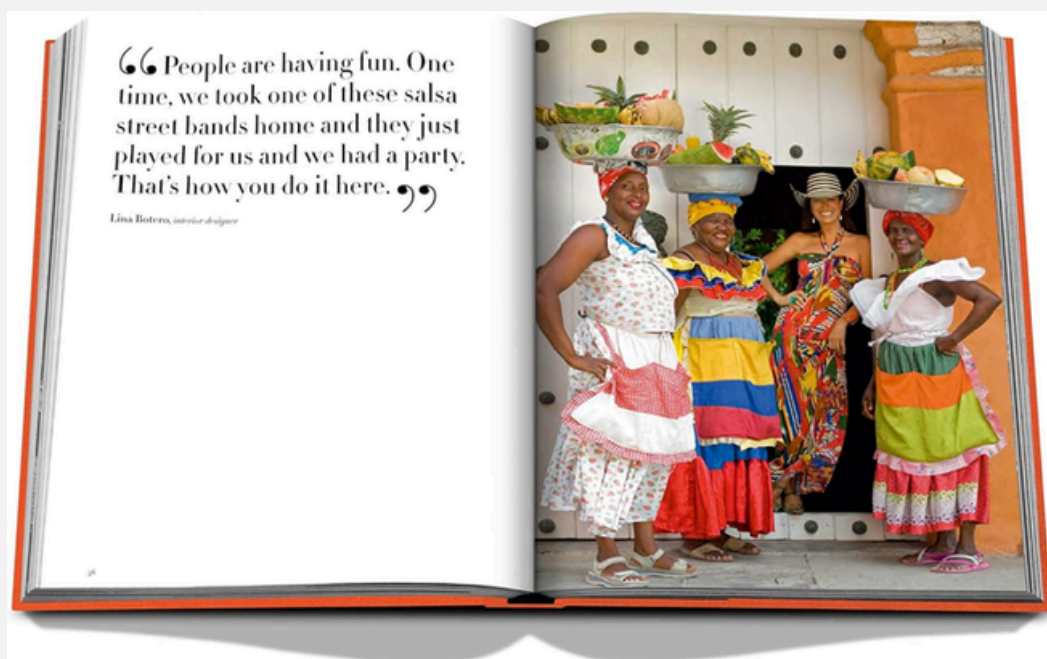


Assim como a Europa entendia o trópico como inferior para se diferenciar dele, os crioulos também fizeram o mesmo. De acordo com sua ficção no trópico de terras baixas, as doenças abundavam, a temperatura degenerava as raças, os “selvagens” viviam estagnados no tempo e a fertilidade das terras fomentava a ociosidade e a luxúria. Alguns desses discursos continuam vigentes e permeiam os imaginários sobre as zonas tórridas do país, como as cidades coloniais estagnadas no tempo.

Essa compreensão e representação superficial sobre cidades como Cartagena também podem ser observadas na moda e em seus diferentes atores. Por exemplo, no livro *Cartagena Grace*, escrito pela estilista Johanna Ortiz e Lauren Santo Domingo, e descrito como: “Esplendor colonial. Alma caribenha e orgulho inabalável”, uma frase que parece transmitir o sentimento de alguém que anseia pela época da colonização e só entende Cartagena a partir desse olhar, estagnada no tempo.



O caso anterior ocorreu em 2023 e, apenas algumas semanas depois, a marca Baobab causou outra polêmica por suas práticas racistas durante a abertura de sua boutique em Cartagena, já que a marca contratou uma performance de “palenqueras” no exterior da loja enquanto no interior mulheres brancas faziam parte do evento, reproduzindo assim dinâmicas e discursos da escravidão.



Tanto Baobab quanto Johanna Ortiz são marcas de escala internacional que utilizaram o discurso do tropical e as estéticas do resort wear para somar exportações, embora ambas o tenham feito com seu próprio estilo e em momentos diferentes. Sem sombra de dúvidas, essa fórmula que reproduz discursos coloniais e discriminatórios sobre o que se supõe ser o trópico e suas terras quentes levou a moda colombiana ao sucesso.

Essa cegueira já era notável em 1996 com os incipientes avanços da moda na Colômbia. Alfred Wild, no livro *La moda en Colombia*, afirmou: “Afinal, pois, a moda colombiana ou, para não ser tão enfáticos, a moda produzida na Colômbia. Uma moda feita com tudo o que conforma nossa nacionalidade, nossa variada e mista geografia. Pois já não é Bogotá a cidade que irradia seus pesados trajes de lã escura em direção à tórrida costa. Há uma resposta adequada às necessidades do clima, ao temperamento e inclusive à temperatura da sedução, distintas em cada ponto do país. A moda da Colômbia surge no centro e na província”. A questão está em que o sucesso da moda colombiana e a produção a partir da “província”, da “periferia” ou do “outro” não implicam necessariamente uma representação do território fora da “tropicalidade”.

Ainda assim, é certo que nos últimos anos temos visto passarelas inspiradas em outros elementos do trópico. Como a coleção Matilde do estilista Juan Pablo Socarrás, apresentada na Colombiamoda 2026, que se inspira na cantora de cumbia colombiana Matilde Díaz.

A passarela *Homenagem ao Vale*, inspirada em canções clássicas do vallenato e que reuniu 8 estilistas colombianos durante a edição 2026 do Ixel Moda Itinerante em Valledupar; ou a coleção *Soy Río* de Faride Ramos, apresentada na Panamá Fashion Week 2025, com uma alfaiataria que mostra um Caribe mais anguloso e sem tanta cor.





No entanto, quando olhamos de perto podemos encontrar elementos estéticos deste Caribe ficcional e a continuação da narrativa tropical, como na descrição da coleção de Ramos: “Soy Río é uma coleção inspirada em Mompox e no rio Magdalena que celebra as mulheres do trópico, reinterpretada por Faride Ramos com uma alfaiataria refinada e de identidade”.

Ali, como ser caribenho que sou, em busca da complexidade é quando volta uma dúvida que me atormenta desde que comecei a me interessar por moda: por acaso as estéticas e narrativas na moda criada no Caribe e no trópico sempre têm que estar atravessadas por suas condições climáticas e ambientais? 🌀



CAMILA RUA

Jornalista e socióloga

Investigo as modas e o vestir como espaços onde se cruzam gênero, identidade, cultura e sociedade. Desde o jornalismo e a sociologia, converto essas perguntas em pesquisa, artigos, colunas e divulgação.

@camiruatv

A teatralidade nada
mais é do que **levar a
liberdade ao limite.**
Quem ousa conhecer
até a sua última
máscara, sem antes
passar pelas dos
outros?











Residual de Camila Gallardo e Andrea Maldonado junto ao Colectivo Lía Padilla

Criadoras têxteis Camila Gallardo y Andrea Maldonado

Modelos Jules Wong, Acquabels

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

*

Texto em Sofoco Revista Edição 02 Jessica Signoretta





Delfina Tulli

O *farol* que guia o celeiro
artístico da moda *regional*

Fotografias Cortesia de Delfina Tulli

Durante décadas, a academia argentina leu a moda *unicamente* a partir da severidade do plano e da costura. Estudar moda era, de forma quase taxativa, aprender a traçar modelagem, computar custos de perdas têxteis e domesticar a máquina de costura.

O corpo era o suporte passivo de um corte de tecido e o design de moda, o único idioma com prestígio. No entanto, a complexidade da nossa cultura material exigia uma estrutura de pensamento que transcendesse o ateliê: fazia-se necessária uma tecnologia intelectual capaz de decifrar quais coordenadas históricas, políticas e artísticas operam quando essa roupa habita o espaço público.

E é sob essa fresta teórica que a graduação em Diseño y Gestión de Estéticas para la Moda da Universidad Argentina de la Empresa (UADE) se posiciona como uma reforma das soberanias visuais do Cone Sul.

Ao academizar os universos transversais do sistema — o estilismo como um exercício crítico, a previsão de tendências como uma leitura sociológica profunda, a direção de arte e a narrativa audiovisual—, o curso rompe o monopólio do *fazer* para consolidar a era do *compreender*. A preparação universitária, neste degrau, dota os e as estudantes de uma metodologia de autoria. Desloca o papel técnico de *coolhunter* para construir a figura do/da intelectual têxtil: profissionais capazes de fundar narrativas estéticas onde a região olha para si mesma.

Esta transformação metodológica encontra sua bússola na direção de Delfina Tulli. Licenciada, com uma trajetória consolidada no circuito editorial de alta escola — tendo coordenado a moda da revista L'Officiel Argentina e curado encenações visuais para marcas globais como Hermès —, Delfina transfere para a sala de aula o rigor cirúrgico do set e a sensibilidade intimista do arquivo. Sua gestão se distancia da inércia corporativa comum que costuma treinar autômatos para o mercado internacional globalizado; e sua direção prega um equilíbrio sutil e afiado: a intersecção exata entre a agudeza técnica, o design de emoções estéticas e a adaptação de um olhar consciente.



“Partimos de uma premissa fundamental para afastar ideias preconcebidas sobre a palavra moda: *nós formamos designers que não fazem roupas, formamos designers que configuram 'estilos', ou seja, sintaxes visuais intencionais*. É aqui que a palavra moda entra em uma nova e mais ampla categoria: moda como tudo aquilo que atravessa o consumo, os hábitos e comportamentos da sociedade (arquitetura, desenho industrial, gastronomia e vestuário, naturalmente). Para alcançar isso, instalamos desde o início uma metodologia de pensamento própria do exercício do design: a metodologia projetual. O objetivo é superar rapidamente a barreira do subjetivo, o 'bonito', 'feio', 'gosto' ou 'não gosto', para adotar uma postura crítica, reflexiva e analítica. **Ensinamos-lhes a pensar o design como um sistema**”.

— Delfina Tulli

*“O verdadeiro desafio dos nossos profissionais reside na capacidade de traduzir o universo verbal e conceitual para suportes físicos ou visuais tangíveis, afastando-se de representações puramente literais ou já ditas, para criar propostas verdadeiramente inovadoras. Por exemplo, um *fashion film*, um editorial ou um produto de cosmética para um possível futuro. Uma vez que o estudante adquire essa matriz de pensamento, ativam-se as ferramentas de pesquisa e eles se tornam uma espécie de antropólogos ou detetives socioculturais. Aprendem a rastrear fenômenos sociodemográficos emergentes, compreendendo a natureza projetiva própria do sistema da moda.*

Perguntam-se constantemente: *Que evidências de mudança há no nosso cotidiano? O que nos dizem esses novos hábitos de consumo? E como ancoramos essa visão analítica na nossa região? Esta dimensão projetual lhes traz um processo metodológico que olha estrategicamente tanto para o contexto local quanto global. Não copiamos tendências, nós as traduzimos”.*

— Delfina Tulli





“Para que possam ler a moda regional com elementos próprios, o curso conta com um forte bloco na Área de Comunicação e Cultura. Através de disciplinas como História Argentina, Arte Latino-Americana, História da Arte e História do Traje com perspectiva rioplatense, convidamos os alunos a observar nossos próprios estereótipos nacionais, desarmá-los e repensá-los. Em várias matérias, as Práticas Profissionais ou o Trabalho Integrador Final do curso têm como objetivo exercitar um olhar nacional para pensar a Identidade. Se a metodologia for apreendida, o exercício se ativa tanto para observar o nacional quanto o internacional. Pensar a partir do design sempre implica pensar a partir do local, porque nossas mentes e nossas metodologias se configuram neste território”.

— Delfina Tulli

“Tenho a imensa vantagem de *jogar em casa*. Por ser graduada no curso nesta mesma instituição de ensino, compreendo intimamente e a partir da perspectiva do aluno o desafio que implica aprender a pensar o design e o processo complexo de aprender a curvar as ideias. Esta empatia se nutre todos os dias da minha experiência em sala de aula. Exerço a docência há 8 anos em diversas instituições e *continuo acreditando na proximidade da sala de aula como uma fonte inesgotável de ativação e motivação*. Sempre digo que, acima de tudo, sou docente. Este exercício exige uma construção permanente do olhar e uma busca ativa pelo novo”.

— Delfina Tulli



“Ter sido Coordenadora de Moda em um veículo de comunicação e trabalhar atualmente em projetos do âmbito cultural me dá uma perspectiva real da indústria. Permite-me entender o que está acontecendo hoje na moda argentina e transferir isso para o curso, inclusive para toda a Faculdade de Design, já que trabalhamos permanentemente como uma unidade. *Esse networking ativo, que junto aos meus alunos costumamos definir como o exercício permanente da autogestão, é vital para que o curso não fique fechado em si mesmo.* Todo esse percurso se equilibra ao trabalhar junto à decana da Faculdade de Design, *Turquesa Topper*, que é a líder, eixo e guia. Ela foi minha professora e a criadora fundacional deste curso: trabalhar ao seu lado tem muito de um valioso discipulado que me permite voltar constantemente às raízes deste projeto. Sustentar esta visão seria impossível se não fosse construída em equipe. Plasmamos essa sinergia no trabalho diário junto à Diretora do Departamento de Moda, a estilista e antropóloga *Lucila Lara*; à referência do curso e graduada na Licenciatura, *Clara Sbarbati*, e a toda a equipe da Faculdade, trazendo um código de conversa interdisciplinar que integra todas as áreas do Design. É neste ecossistema colaborativo, e em uma troca permanente com os professores e os alunos, que decodificamos as demandas reais do setor, detectando quais espaços devemos fortalecer e quais dinâmicas devemos manter ativas”.

— Delfina Tulli



“Concedemos aos nossos profissionais uma metodologia de revisão e ressignificação do local. O treinamento busca exercitar a ideia de tendência olhando a partir de diferentes planos: de dentro para fora e vice-versa. Em um mercado historicamente eurocêntrico, este é um dos exercícios mais complexos e disruptivos porque, culturalmente, *não estamos acostumados a buscar a novidade em nosso próprio entorno*”.

— Delfina Tulli

“Gosto de citar um trabalho prático que estamos aplicando atualmente em uma das disciplinas do 4º ano do curso. Propusemos às alunas a realização de um levantamento estético e etnográfico profundo de um bairro da Cidade de Buenos Aires. Após um exaustivo trabalho de campo, que incluiu visitas e a análise de mais de 80 fotografias tiradas por elas mesmas, elas foram desafiadas a decodificar a sintaxe visual desse bairro para transformá-la em uma produção editorial e em um fashion film que plasme a identidade desses lugares a partir de uma perspectiva inovadora. Para mim, é indispensável lembrar aos alunos que nunca deixamos de trabalhar com moda: tudo o que fazemos tem o objetivo final de gerar desejo ou reflexão estética, e ser passível de venda no mercado, não? No entanto, **a busca comercial não precisa diluir o significado do que nos cerca. Muito pelo contrário; dá-lhe potência.** Na sala de aula, nos perguntamos constantemente: Que códigos de novidade a identidade nacional adquire hoje? Como ela dialoga com a sua história? Que heróis ou ídolos populares nos configuram hoje, e como tudo isso se transforma em estilos próprios e atualizados?”.

— Delfina Tulli



“Se o mercado internacional já entendeu o valor da nossa identidade (exemplos contundentes como a icônica Gaúcho Bag da Dior), é nossa responsabilidade entendê-lo nós também. Nossos profissionais devem reivindicar o que é próprio, assumir a responsabilidade, agregar-lhe valor estratégico e estético”.

— Delfina Tulli



O curso está parindo a geração que reescreverá a memória do vestir na América Latina e no Caribe. Uma hipótese confirmada? Sim. O treinamento em direção a uma nova forma de olhar encontra-se nos e as estudantes do curso desde o primeiro ano: a partir dali, a praticidade de suas oficinas se torna um canal para que os e as profissionais construam –e principalmente conheçam de si mesmos/as– *qual é a sua forma*. Não se trata de isolar-se do sistema suntuário mundial que segue operando com suas lógicas eurocêntricas de dominação estética, mas sim de posicionar-se diante dele com o equilíbrio de uma leitura justa. As salas de aula da UADE se transformam assim em laboratórios de resistência cultural, onde as futuras e os futuros profissionais aprendem a desarmar o figurino alheio para interpretar a cultura material da região e de seu próprio solo (o *olhar mãe primordial*), fundamentalmente o arquivo de vestuário argentino.



“O objetivo central da graduação diante da moda local e latino-americana é exercitar a conexão entre as tendências globais e a nossa própria realidade. Não entendemos o design de outra maneira que não seja através de uma multiperspectiva integrada. **Diante da necessidade de que a região se narre e se construa a si mesma através da imagem e do estilismo, formamos um perfil profissional muito específico: porta-vozes capazes de decifrar o presente para projetar os futuros nacionais, internacionais, todos eles.** Formamos profissionais capazes de dar nome ao que ainda não existe, traduzindo evidências estéticas, hábitos e tensões sociais em conceitos e produtos tangíveis. Como Faculdade de Design da UADE, assumimos a responsabilidade de guiar esses criativos para que coloquem em prática sua identidade como designers de estética”.

— Delfina Tulli



“Recentemente, propusemos aos estudantes redigir um artigo crítico cruzando analiticamente os fenômenos da Met Gala e da Bienal de Arte. Olhar a partir de uma perspectiva superficial e adotar o papel mais lúdico de dizer se um vestido é *bonito* ou se uma obra é *chamativa* é algo que qualquer um pode fazer, e está tudo bem que aconteça, faz parte do show. Mas **o verdadeiro desafio, e onde reside o valor da nossa Licenciatura, consiste em ativar um olhar estético, teórico e reflexivo. Cruzar a filosofia com a moda é o valor em si mesmo.** Conseguir que um estudante observe o traje de Bad Bunny no tapete vermelho da Met Gala e possa decodificá-lo sob a lente conceitual de um pensador contemporâneo como o filósofo sul-coreano Byung-Chul Han é, justamente, a verdadeira contribuição desses designers”.

— Delfina Tulli



“A primeira grande contribuição cultural dos nossos profissionais reside em transformar a moda em uma conversa crítica, despojando-se definitivamente desse estigma histórico de frivolidade que a reduz à mera combinação de cores ou tendências passageiras. Nós formamos designers com agência: profissionais com voz própria, que pensam, que questionam e que entendem que a moda é um espelho social e um território de permanente reflexão. Ao dotar nossos estudantes de ferramentas metodológicas que lhes permitem discutir e interpelar o sistema da moda, estamos construindo as bases de um futuro regional maduro. Formar profissionais capazes de pensar a moda nos garante um futuro regional com narrativas críticas, sólidas, vanguardistas e, sobretudo, profundamente próprias”.

— Delfina Tulli



Serão elas e eles, formados sob esta poética da rigorosidade, as encarregadas e os encarregados de guiar os relatos artísticos do porvir com a perspicácia de quem sabe o que está narrando e, sobretudo, a quem está representando. A autenticidade dos estilismos regionais de amanhã já não dependerá da validação ou da camuflagem nas passarelas do norte global; nascerá de um olhar descolonial que se pensa, se gere e se enuncia a partir da densidade material de sua própria terra. A importância de que os papéis transversais da indústria da Moda sejam academizados e, ao mesmo tempo, dirigidos a partir da visão sensível e consciente de Delfina, abre uma discussão e, simultaneamente, um extenso caminho: a formação e o ensino nacional e regional podem solidificar profissionais com o mesmo nível acadêmico de escolas internacionais, primeiro, para lhes mostrar, depois, que o vestuário e o vestir próprio sempre tiveram um valor igualmente alto. ☺



A moda cultural é o *novo luxo*

por Camila Arturi

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

Em um mundo que está em constante mudança e evolução, exige-se de nós uma ressignificação total e profunda do luxo e da moda. Ambos vão se transformando e, assim, afastando-se da pura e tradicional ideia de ostentação que dominou o mercado por séculos. Concretamente, hoje o luxo está mudando: os consumidores e as consumidoras já não buscam nas roupas o caro, o extravagante, mas sim buscam um valor agregado: uma história que parte de um propósito cultural. E é neste contexto que a América Latina tem uma vantagem competitiva: é a região mais permeável para emergir e liderar como o epicentro de um "luxo consciente", contando com todas as ferramentas necessárias para isso. Autenticidade, sustentabilidade e respeito pelo artesanal, combinados com uma forte herança cultural e uma excelente manufatura local.

A indústria, que precisa se encaminhar para a inclusão, encontra na América Latina uma forma que se oferece à perfeição. Todo o seu crisol de culturas, diversidade de etnias, variedade de regiões, solos e climas resultam em uma combinação estilística de tradição, tecnologia e design para criar soluções sustentáveis, com um enfoque orgânico que parte da produção local, do uso de materiais naturais e da sustentação dos próprios elementos estilísticos na hora de desenhar.





Portanto, o nosso luxo é, diante de qualquer contemplação exterior e posterior, um luxo cultural. A primeira maneira de olhar para o que é nosso: está aqui na nossa terra, no nosso solo, no ancestral, na nossa herança, traduzido em peças carregadas de emoção, história e significados. Este luxo surge dessa mistura de herança cultural com design vanguardista, resultando em peças que expressam o acúmulo de identidades que atravessam a região.

Mas para nos permitirmos elevar o artesanal à verdadeira categoria de luxo, devemos ser conscientes e compreender que não se trata apenas de roupas feitas à mão, mas sim de autênticos patrimônios intelectuais e criativos, que guardam memória, e onde se coloca o foco no valor do processo: desde a obtenção das fibras e materiais até uma produção que se baseia em processos lentos e artesanais.

O luxo latino-americano transcendeu fronteiras e posição internacional primeiro com Oscar de la Renta e Carolina Herrera. Nos últimos anos, e com propostas mais fiéis à própria cultura do que ao olhar da indústria internacional, através da São Paulo Fashion Week e da Colombiamoda. Nesses cenários, os estilistas com suas marcas redefinem o luxo a partir do artesanato, da identidade cultural e da experiência de uso.





No México, marcas como Carla Fernández trabalham em colaboração com comunidades artesãs na vanguarda da moda ética, preservando técnicas têxteis ancestrais e integrando-as à moda contemporânea, ressaltando assim o artesanato como um valor diferencial e signo de alta qualidade. Uma das premissas de seu “Manifesto da Moda em Resistência” contém o eixo principal do luxo latino-americano: *“No verdadeiro luxo não existe opressão: o luxo se baseia em admirar a fina e delicada riqueza artística que nasce das mãos dos artesãos. Não à fabricação anônima, não ao cativo da imaginação em benefício exclusivo do comércio”*.

No Brasil, Oskar Metsavaht, através da Osklen, sua grife e pioneira em sustentabilidade, articula um novo luxo a partir da ética sustentável, integrando práticas ambientais e materiais conscientes com design sofisticado. De fato, sua marca tem sido apontada como a primeira marca de luxo internacional de origem brasileira, inclusive com presença em algumas das cidades importantes como Nova York, Roma, Tóquio, Milão e Buenos Aires. Exemplo de seu status é que muitos artistas de Hollywood escolhem a Osklen, assim como personalidades influentes da moda como Anna Wintour.





O segmento premium na região evolui para um modelo onde o valor não se define pelo produto, mas sim pela alta qualidade oferecida pela confecção, pela costura, pelo tecido, pelas técnicas ancestrais e pelo feito à mão, que estão diretamente ligados às histórias e aos relatos culturais. O uso desses produtos constrói uma conexão emocional com seus consumidores: usar uma peça que carrega uma história cultural prévia lhes confere o mesmo sentimento de exclusividade que uma peça de uma marca de luxo que vale milhões. O acesso é limitado porque, ao serem feitas à mão, as peças costumam ser únicas e irrepetíveis, como um tesouro. O posicionamento diante de um produto realizado sob produção sustentável ou lenta diminui o grau de culpa de um consumo cruel com o meio ambiente. E embora as intenções conceituais de base do novo luxo pareçam saídas da valorização, sua premissa não é apenas mais uma forma de status. Diante da massividade das réplicas dos produtos de luxo nas classes sociais médias e baixas, a exclusividade se desfaz: a olho nu não costuma ser fácil reconhecer um produto original de uma réplica e, assim, a sensação de pertencimento a uma classe privilegiada se esmaece e, através da moda, também é questionada.



Os *novos ricos* que constroem legitimação cultural, por exemplo, como aconteceu através do reggaeton, e fazem uso de marcas e objetos de luxo como parte de seu vestuário, movem o limite do objeto como status. Quão exclusivo e fechado é o acesso proporcionado ao se vestir um objeto de luxo, se pessoas alheias a esse meio, até o momento, também podem ter acesso a ele? Como as classes altas sustentam a imposição e a autoridade cultural e continuam sendo funcionais para a indústria da moda — que precisa gerar desejo e, ao mesmo tempo, uma aspiração impossível —, se não for através de objetos de luxo? Quando um acessório começa a movimentar o status quo do capital simbólico, as elites buscam outras maneiras para continuar se diferenciando e seguindo exclusivas e distantes do resto do mundo.

Se a América Latina é o berço do que a sociedade categorizou como novo luxo, as indústrias regionais terão como urgente desafio construir pontes diretas com artesãos e artesãs, para não delegar o poder às marcas e fazer com que a lacuna de exclusão de direitos e de capital econômico seja cada vez mais extrema. ☹





Revista Sofoco

Edição 02 — Outubro 2026

Direção e Design editorial

Jessica Signoretta

Capa

Reinterpretação de estampas de *Sofoco Objetos* e *Cris OB*

Fotografia pré-Carta da editora

Still life / Naturaleza muerta, Marisol Méndez (2021)

Playlist

Curadoria: Ignacio Blanco Delía

© *Revista Sofoco Edição 02* 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