

The image is a close-up of a butterfly wing, likely a Pieris species, showing intricate embroidery. The wing features a complex pattern of pink, orange, and black markings. The background is a dense, textured fabric, possibly silk or cotton, with a fine grid-like pattern. The embroidery is done in a traditional style, with visible stitches and a rich, slightly raised texture. The colors are vibrant and detailed, capturing the natural beauty of the butterfly's wing. The word "sofoco" is written in a white, lowercase, sans-serif font across the lower right portion of the wing.

sofoco

sofoco edición 01



Edición 01 — Abril 2026

Hecho con amor desde Argentina para América Latina y el Caribe.

Latina, la América que nos viste.

sofoco.online

En esta edición

3

Carta de la editora

10

¿Para quién se viste la música urbana?

Hayami 2k

26

No hay belleza sin sensibilidad

Nina Brasca

55

El Desborde de Luz Ballester

por Camila A. Arturi

68

Maquillaje: Identidad y Comunicación

por Sofiu Black

78

El auge del Méximalismo

89

El presente y el futuro de la moda uruguaya

Carmela González Landoni

112

La urdimbre de Inés Bonadeo y Atelier Molina

128

**Buscapleitos, el faro de la moda y el arte:
funcionalidad y diseño para la existencia**

Daniela Gallara

154

Vestir la lucha

por Nazarena Zoé

164

Mott.Project, el lenguaje de la memoria

Andrea Rebolledo

188

Piel, origen y forma: la arquitectura del estilismo

Lisseli Santos

213

Un tejido de memoria viva

por Magalí Martínez

224

**El valor cultural de la moda reside en
preservar la memoria social**

Yanis Olivares

240

**Un tesoro a blanco y negro: el otro guion
del cine mexicano**

por Juan Ramón Hernández

255

Latinoamérica: ropa con historia

por Camila A. Arturi



Carta de la editora

Haremos funcionar lo viejo, Juan

Al parecer la *generación Z* no lee revistas y Guillermo Fonseca –periodista de moda mexicano- contó en sus redes que sus alumnos y alumnas no sabían que Vogue era una, y solo la conocían por los videos de TikTok. Pero a pesar de muchos *de*, Sofoco esta acá, con la primera edición de su revista.

Las revistas se parecen mucho a un refugio o un hogar. Son el material de los momentos en lo que nada en el mundo importa más que lo que más nos gusta. Estamos allí, eligiendo dentro de la vorágine, dedicarle unos minutos a la lectura y al simple acto de sumergirnos en los temas que nos fascinan, solo por placer.

Es cierto que la manera de consumir la información esta cambiando, todos los días un poco más. Hay demasiado sobre *todo* y mucha repetición. Es lógico y hasta sano que las nuevas generaciones decidan cómo y qué quieren consumir. Pero dedicarle momentos de placer, aunque escasos, a los temas que nos atrapan, nos generan curiosidad, nos gustan, nos divierten, nos enseñan o solo nos distraen, no cambiará. Sin esos refugios, la realidad golpea mucho más fuerte.

Y acá es donde levantan las manos las revistas y vuelven, le dan un respiro al tiempo y no exigen primicias, ni opiniones binarias, ni se vuelven juezas del consumo. Alzan las manos y dicen *acá estamos, vení*, puedes refugiarte un ratito y hacer algo bueno (y lindo) por vos: disfrutar de leer sobre las cosas que te gustan.

Jessica Signoretta



Kimono de Olga Piedrahita por Oscar Garces, 2024.



un llamado al pueblo peruano

Participa de la 1era Encuesta de Consumo de Moda Local de *Craps*

Si resides en *Lima Metropolitana* y compras marcas peruanas de moda completa la encuesta en el perfil de Instagram de *Craps @craps.pe* o desde el perfil de *Sofoco*.

Tu participación es fundamental para conocer la industria local peruana tanto para las y los consumidores como para las marcas, diseñadores y diseñadoras que la conforman.



un llamado al pueblo peruano









Hayami2K

“Busco que mis prendas y mi
música *me representen*”



Fotografías Sofía Chavarría

¿PARA QUIÉN SE VISTE LA MÚSICA URBANA ?

La música urbana es una fuente directa de *streetwear*. No es únicamente la representación estética del género musical, sino que está ligada a la elección de la simpleza como herramienta de construcción. La música urbana ostenta, sí, pero desde lo simple. Discute qué es la ostentación, la desarma y muestra que con tan solo algunas piezas, se arman muchas cosas: mensajes, outfits, otras formas de vivir los lujos, otras formas de pertenecer a cúmulos aspiracionales.

Pero cuando el mensaje se solidifica, todo lo demás parece una repetición. Las mismas remeras amplias, los mismos *jeans*, el mismo grosor de cadenas, las mismas gorras, las mismas siluetas *oversizes* una y otra vez. ¿Cuándo empieza, entonces, el acto diferencial de la personalidad y cuándo la personalidad es solamente el acto de pertenecer?

No nos olvidamos de la industria, claro. El pertenecer, en una industria, se moldea y se ejecuta. Principalmente si las artistas son mujeres: la exigencia sobre su vestuario es el triple. No basta un *oversize* que represente el género musical, hay que combinarlo con escotes, faldas *midis* y elementos que permitan también sexualizarlas. En las artistas, el vestir se vuelve más ecléctico, sí, los y las estilistas tienen más espacio para crear, pero los espacios nunca son tan amplios, en realidad, *a menos que seas una artista independiente*.



No hay solo *oversize* en *Hayami*. Hay outfits formados por capas y curvas bien marcadas. Hay blazers y camisas, hay pantalones deportivos, camperas de cuero, gorros de lana y de gamuza. Botas, gafas *dosmileras*, rosarios y cruces plateadas que no sobresalen más allá del cuello y cinturones que remarcan la cintura. Hay un cuerpo que sigue su forma, que respeta su propia estructura y una piel que expande el valor de su significado.

Hayami2K es **Sofía Chavarría**, una artista urbana de Tierra del Fuego, Argentina. La morocha *nasty*, la promesa del rap fueguino. En su primer disco, *Para cuando llegue al edén*, Hayami miró mucho su barrio, miró mucho de donde viene y relató. Pero también se miró mucho a sí misma y construyó así su vestir. Cuando *Hayami* se viste, relata su propio espacio en el *freestyle*.





“Tengo una conexión muy linda con la moda. *Me gusta que mi ropa represente cómo me siento y que lo que llevo sea un concepto de mi personalidad.* La primera impresión es como la portada de un libro, donde al verlo te das una idea de lo que contiene”.





“Para mis shows busco outfits que me empoderen, me den comodidad y autenticidad. Y que también sigan *una sola regla: no limitar mi proceso creativo.* Para mí, vestirme es arte visual y me encanta expresarme también a través de ello”.





“Al momento de vestirme me gusta jugar con el maximalismo. Uso tapados furry, con accesorios como gafas grandes y oscuras, gorros estilo ushanka y polainas de piel sintética. También incluyo elementos clásicos como pantalón sastrero y camisa, adaptándome al clima de la Patagonia. *Combino siempre el maximalismo y lo clásico en un mismo outfit.* Es mi manera de tener en cuenta el pasado y el presente. Mi música representa lo mismo, utilizo ritmos actuales creados con samples de canciones de otras épocas. Me gusta la sensación de nostalgia en mi arte. En mis letras siempre soy sincera ante mis sentimientos y procesos. En mi ropa también”.

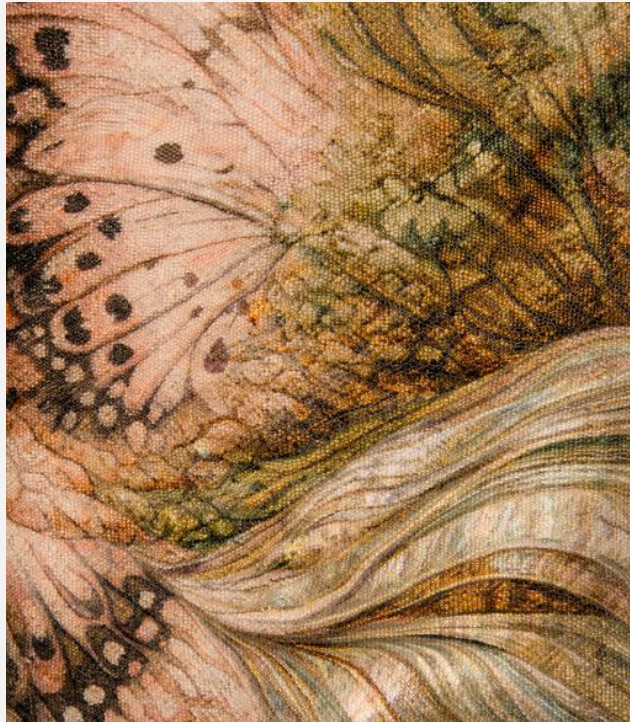
“Tengo el mismo proceso creativo cuando hago una canción y cuando elijo un outfit. Me gusta estar en cada detalle y busco que mis prendas representen lo que quiero transmitir. A través de los colores, las texturas y los accesorios busco dar un mensaje más directo, además de mi música y mis letras. Trasladarlo a lo visual para poder generar un impacto más completo”.







Hay una fuerza en el vestuario de *Hayami* que desarma, primero, y luego arma una pertenencia. Puede ser simple, sí, el hecho de que la mirada propia haya creado un estilo que logró sostenerse en otro que ya tiene algunas reglas estéticas. Es la profundidad del foco de *Hayami* lo que lo permite: el relato será siempre el que define. Las formas, es cierto que hay que buscarlas. Pero una vez que se encuentran, la coherencia del mensaje se sostiene y ofrece otra mirada. Una que pregona la excepción de las individualidades como partes fundamentales de un todo. Y así, la pertenencia y la continuidad de la música urbana y de su impacto estético en quienes la escuchan pueden volver a incluir y resaltar personalidades construidas únicamente a su manera. ◉



Playlist — Edición 01

Disponible en Spotify

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



Polvo de baúl de Steph Orozco. El gráfico de *La Capa* es una intervención pintada a mano en colaboración con el artista Federico Jordán Gómez, por Laura Bruzual, 2025.









Nina Brasca

NO HAY BELLEZA
SIN *sensibilidad*

Fotografías Nina Brasca



Los conceptos repetidos tienen siempre un techo de hartazgo. Cuando se vuelven predecibles, la duda y la búsqueda aparecen en ambas partes: en quienes los producen y quienes los interpretan. La situación presente de la fotografía de moda, hace ya algunos años, llegó a su techo. La finalidad única del concepto consumible se resquebrajó cuando, primero, consumidoras y consumidores no se veían reflejados en las fotografías y cuando la industria entendió que tiene que contar otras historias. La era de la imposición todavía oscila, sí. Hay una visión más amplia pero vuelven más fuertes las tendencias aspiracionales, principalmente las más crueles, como la delgadez extrema. No podemos pretender que el poder ceda, es imposible. Siempre buscará la manera de aferrarse y manejar. Pero la fotografía de moda no terminó de comprar. Observa y mantiene otras historias. El cúmulo de creativos y creativas que sostienen otras visiones es un porcentaje mayor.

Durante las previas de los desfiles de BAFWEEK OI 2026, Nina caminó todas las puntas de la locación: la entrada al desfile, el sector auspiciante, las islas que los invitados e invitadas formaban cuando se reencontraban. Fue la primera vez que Sofoco pudo verla trabajar en vivo. Su mirada del evento se notaba selectiva. Nina observaba, con las manos colocadas en su cámara, listas para capturar los instantes pero sin verborragia. Buscaba historias. Las veces que fotografió fue porque encontró expresiones personales: outfits creados por capas, una combinación específica de colores, maquillajes artísticos. Nada plano, nada más de lo mismo. Nina Brasca, una de las fotógrafas argentinas contemporáneas, cubrió el BAFWEEK a través de las historias de quienes participaron y asistieron. Nina narró las expresiones, los porqué, las relaciones con el vestir que propusieron quienes diseñaron y quienes asistieron: exactamente la intersección que la moda construye y que no debería ser moldeada.



“La forma de vestir es uno de los temas que más me obsesiona al momento de retratar a una persona. Me especializo en street style, un campo que hoy muchas veces se percibe como algo banal o superficial, pero que para mí tiene un enorme valor documental. *Con el tiempo, estas imágenes van a funcionar como un registro para analizar cómo éramos como sociedad y como individuos. No solo qué tendencias nos atravesaban sino también qué imaginarios construíamos y cómo decidíamos representarnos públicamente*”.



“Que la moda puede parecer algo superficial es un concepto erróneo. *En realidad, dice mucho sobre quiénes somos o quienes queremos llegar a ser. La forma en que nos vestimos es una forma de expresión y de identidad. Y ese es el interés que está ligado a mi fotografía.* Es fundamental para mí registrar esos momentos. El material que hoy produzco en las FWs, especialmente en el street style, puede convertirse, en el futuro, en un archivo valioso para entender una época”.



Las fotografías de Nina son frescas, etéreas y sinceras. Los tres ejes claves de la identidad. Cuando Nina retrata, es como si abriera las pupilas e intentara mirar hacia adentro. Tiene un lenguaje poético para fotografiar. Insinúa y abre en medio de la belleza, aún en una campaña de moda que parece decirlo todo. No se trata de capturar solo expresiones, claro. El foco de Nina se mueve entre los colores y las texturas de las prendas, cómo juegan con el cuerpo, cómo se viven en movimiento y cómo dialogan con el contexto. Es una simplicidad sensible: contar a través de la moda, la propia vida.

En *On Photography*, Susan Sontag plantea que fotografiar es una forma de apropiación. La cámara es el instrumento de control y una extensión de la consciencia de quien fotografía, para acumular experiencias. También refiere a que hay una apropiación sobre lo fotografiado, convirtiéndolo en propiedad personal. Prácticamente la base de la fotografía de moda. La apropiación de las formas del vestir como dogmas de inclusión o exclusión social.

“Hoy la fotografía de moda está cada vez más orientada a humanizar la industria y acercarla al público. En parte, esto puede leerse como una estrategia que surgió con el auge de los influencers y del contenido orgánico, donde la moda intenta generar una sensación de cercanía y accesibilidad”.

“Vemos que muchas producciones adoptan recursos visuales que simulan cierta espontaneidad o artesanía. Por ejemplo, el uso de la luz natural incluso dentro del estudio, para generar una estética más orgánica, o el regreso a lo analógico, que muchas veces funciona como una romantización de los dispositivos retro y de los procesos más humanos. También aparece mucho la estética de la cámara digital con flash directo, que es un lenguaje que a mí particularmente me identifica y que remite a la nostalgia de las cámaras descartables y de principio de los 00s. Todos estos movimientos funcionan un poco como una contracara de la imagen distante y aspiracional que históricamente tuvo la industria de la moda y que busca construir un vínculo más cercano con el público. Y en paralelo, aparece otro fenómeno fuerte que también está transformando la forma de narrar la moda hoy: el uso de la inteligencia artificial. Aunque ese ya es otro debate”.

La memoria que la mirada de Nina quiere construir, aunque se base en lo documental, es la experiencia individual del/x fotografiadx. En sus fotografías se ve claro el presente y se interpreta el contexto. Pero su foco extiende ese presente. Muestra cúmulos de realidades y todas las formas de vivir la cultura propia. Principalmente de las mujeres, protagonistas de los ojos de Nina.















La fotografía utilizada en la moda fue el arte más directo hacia la apropiación de objetos (indumentos y accesorios) que permitió controlar, por décadas, la narrativa estándar sobre qué era y qué no era estar bien vestidx. Ni hablar en América Latina, donde la fotografía de moda se basaba en la exclusión cultural: lo editorial validado era aquello que remitía a elementos culturales europeos. No solo fue una creencia aspiracional, sino una especie de resignación colectiva hacia la falta de representación de lo autóctono en la moda. Toda la estética cultural propia que no encajaba en los cánones, no pertenecía. La fotografía de moda, en América Latina, estuvo décadas copiando lo que creía que la moda tenía que ser y que no era para nada lo que la región en sí misma era.

Pero no hay dogma cultural cuando Nina fotografía. La consciencia a través de su cámara es la representación pura, lo que pide lo fotografiado, lo que quiere mostrar. La experiencia de sus fotografías es el trabajo de campo en sí mismo atravesado por la sensibilidad: lo que existe, solo por existir, ya está validado. El vestir, en las fotografías de Nina, es un acto que muestra profundidad, porque esa es la base desde la que Nina fotografía: lo profundo es inherente a lo humano.

“Desde el primer momento quise construir una mirada 100% latinoamericana y en particular argentina. Y eso se refleja en la forma en la que posiciono la cámara y retrato mi entorno. Siempre sentí que partir de ese lugar es lo más honesto para mí, lo que me corresponde como artista argentina. *Mi trabajo busca compartir la cultura latinoamericana desde una mirada femenina y feminista. Las mujeres en el centro de la imagen y yo retratándolas de la manera más honesta posible.* Esto también se refleja en las paletas de colores que utilizo. Muchas veces varían según las emociones que estoy atravesando, tanto personales como socioculturales. En algunos momentos aparecen tonos más fríos, pero generalmente trabajo con colores intensos y vibrantes y siempre una estética maximalista y cargada de información, que es lo que nos representa”.





“La fotografía siempre funciona como un pilar para representar una realidad, aunque nunca es completamente subjetiva, claro. Siempre está atravesada por una mirada subjetiva. Por eso también es difícil pensar en una única identidad sólida dentro de la moda latinoamericana. La región es extremadamente diversa y esa diversidad se refleja también en la moda. No es lo mismo la moda en Argentina que en Colombia o en Brasil, y esas diferencias también están atravesadas por los factores culturales, sociales y económicos. Y la fotografía puede aportar mucho a la construcción de una identidad. Desde cada lugar, se decide celebrar la propia cultura en lugar de intentar imitar a las grandes potencias de la moda. *Cuando lo local se vuelve protagonista, empieza a aparecer una identidad más auténtica. No creo que exista una sola moda latinoamericana. Es una identidad compleja, múltiple y en constante transformación, y justamente ahí es donde reside lo más interesante de su potencial creativo*”.





La madurez emocional de las mujeres y la emocionalidad como elemento desarrollado en las mujeres ha sido siempre para el sistema machista una arista de burla y subestimación. Por supuesto también del ejercicio del control y la violencia. La raíz de su significado social es más básica: sentir es una debilidad. La capacidad de sentir, más desarrollada en las mujeres por haber sido el rol asignado en años de ‘civilización’ es insignificante o un tanto molesta. Nina trabaja sobre esta problemática con sus fotografías, primero, con algo clave: fotografiar a las mujeres sintiendo, para mostrar que no es algo débil, que es parte de ellas mismas y que con eso pueden construirse. Puede que el control se combata con el control de los propios sentimientos y para eso, hay que verlos. Nina fotografía los estilismos de las mujeres que sienten y explora cómo el vestir sostiene a las emociones y las muestra al mundo. El registro de una propia evolución.

“Mi trabajo está muy enfocado en representar a las mujeres. A sus emociones, incluso a las que muchas veces se creen banales, menores o superficiales para sentir. Actualmente estoy desarrollando un proyecto personal llamado *Las Santas*, donde exploro las emociones de la adolescencia temprana y tardía de mujeres argentinas. A través del estilismo y el maquillaje, las emociones de quienes aparecen en las imágenes construyen un mensaje profundo porque lo que se relata es justamente la profundidad que las atraviesa”.





“También estoy empezando a incorporar cada vez más texto en mis proyectos, para que no sea solo una imagen, sino que quienes están frente a la cámara puedan dejar un mensaje en palabras. Siempre busco generar algún tipo de conexión con la persona que estoy retratando. Para mí es fundamental que haya empatía. Nunca me posiciono desde un lugar de superioridad, sino más bien desde la idea de pedir permiso para entrar, aunque sea por un momento, en el mundo de otra persona, sobre todo a través de su mirada. En ese intercambio se comparte algo muy íntimo, y mi intención es que en la fotografía se pueda percibir quién es esa persona. Que se la admire y se la respete. Que pueda lucirse y que su voz tenga valor”. ◉







El Desborde de **Luz Ballester**

por **Camila A. Arturi**

Fotografías **BAFWEEK**, La Feliz Estudio, Delfina Pía Rey y Luz Ballester

La edición Otoño Invierno y 25° aniversario de BAFWEEK 2026 en Argentina, estuvo cargado de emoción, teatralidad y creatividad. Con sede en La Rural, la encargada de bajar el telón fue Luz Ballestero, diseñadora de indumentaria argentina, graduada de la UBA y conocida por su estilo urbano, cómodo y atemporal. Después de diez años de ausencia en esta pasarela, la diseñadora volvió a destacar, deslumbrar e impactar.

En sus comienzos, supo trabajar con y para grandes diseñadores, pero en el año 2011 se animó y salió sola al mercado lanzando su marca homónima, enfocada en una moldería experimental que trasciende el cuerpo y con el slow fashion como concepto. Fanática de los colores, y puntualmente del uso del flúor y del amarillo, Luz Ballestero diseña siempre una interesante y armoniosa mezcla de tonos cálidos y diferentes texturas en cada una de sus colecciones.



En sus propuestas se destacan siempre los volúmenes y las estructuras, en equilibrio entre el control y el exceso junto a lo convencional y lo clásico. Así crea formas nuevas y reafirma una identidad que encuentra su argumento en la silueta. *Luz Ballester* logra algo difícil y único: evita ese derrotero entre lo convencional y aquellas prendas que se descartan por falta de utilidad. Desde su lanzamiento, se consolidó con propuestas donde prioriza funcionalidad y durabilidad. Su trabajo proyecta una visión clara que se traduce en piezas que las mujeres integran con completa naturalidad a su rutina diaria. La metodología de la diseñadora combina la investigación textil con una moldería en constante evolución experimental. Aunque el estilo característico de toda su carrera es el *sportswear*, lo transforma en piezas de calidad producidas en series limitadas que resuelven las necesidades del día y de la noche, en prendas que mantienen la comodidad y la versatilidad.

Como ella misma dice, ***"Intento que mi propuesta tenga una consigna orientada siempre a la comodidad. Ese es mi objetivo principal a la hora de diseñar, obviamente la propuesta de diseño, la creatividad puesta en la moldería y en la combinación de materiales y texturas son claves y son lo que rigen la parte más artística a la hora de pararme frente al maniquí. Pero intento no dejar nunca de lado la idea de una colección cómoda, fácil de usar, que puedas llevar desde la mañana hasta la noche"***.



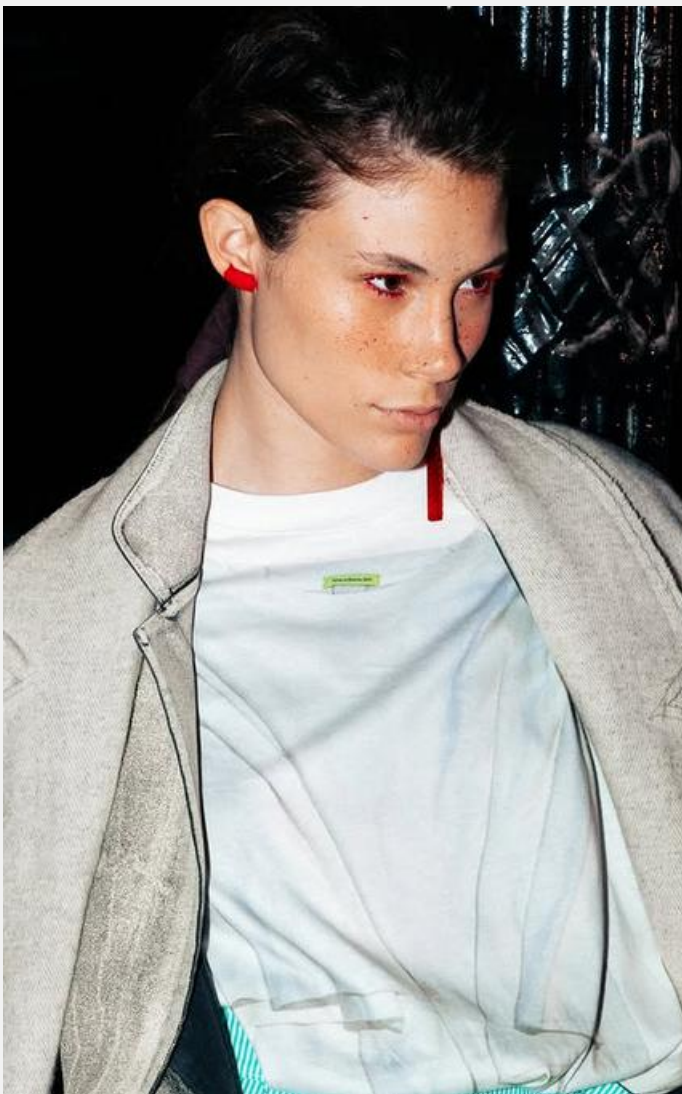
Lejos de seguir patrones, etiquetas, modas rígidas y preestablecidas, esta diseñadora se arriesga y en sus creaciones se anima a combinar prendas, texturas y colores. Esta vez ha descubierto en la teatralidad una fuente de inspiración y es así que nos sorprendió en esta última presentación con ***Desborde***, una colección inspirada en el universo visual de Pedro Almodóvar, pero particularmente en su película *La habitación de al lado*.

Referencia que supo bien interpretar en una colección intensa y expresivamente teatral como narrativas: una puesta en escena donde el propio espacio, el sonido y la iluminación fueron igual de claves que las piezas que desfilaron las modelos. La ropa, más allá de vestir los cuerpos, se convirtió en una declaración de intenciones. Las prendas crearon historias con cada pliegue, detalle y costura. Como el cine de Pedro Almodóvar, uno de los mejores ejemplos del cine posmoderno, que se asienta entre el melodrama, la comedia y que resulta un completo collage de géneros y estilos, donde conviven la cultura popular con la tradicional pero también aquello que es de última tendencia; *Desborde* se caracterizó por una explosión de color, en especial el rojo. Una saturación estética, incluso pasada de moda y un tanto sentimentales que pueden llegar a considerarse de mal gusto por formarse con materiales baratos o exagerados, imitaron así al arte de alta calidad. Se celebró lo excéntrico, lo colorido y lo retro, y se desafió a aquello que todavía es considerado de buen gusto. La escenografía, el vestuario y los interiores expresaron las emociones de cada uno de sus personajes: lo que inspiró a la diseñadora fue lo que transformó con su lenguaje y hacia donde nos transportó: a un completo y real universo Almodóvar.

Luz Ballesteró demostró una vez más cuál es su línea de trabajo: liviandad y energía a través de los colores, con diseños pensados para todos los cuerpos y edades. Creando un mundo luminoso, fresco y armonioso.

La atemporalidad de sus prendas genera un estilo propio que permite no enfocarse tanto en lo que se va marcando como tendencias. Luz misma lo dice: *“todo es cuestión de actitud, el modo de encarar la vida y cómo nos sentimos con lo que usamos”* y también con su gran frase de cabecera: *“Mirarte y ver lo que te queda bien”*.

Así es que *Desborde* propone un contraste en cada prenda, donde los colores saturados, rojo, violeta y verde interactúan, se combinan y se fusionan en manchas, en rayas con tonos neutros, y donde las texturas y materiales los complementan y crean una fuerte tensión visual.



La colección entera nos invita a combinar las prendas de una forma muy creativa y divertida, permitiéndonos armar looks frente a un espejo y asombrarse con el resultado. El espíritu es claramente urbano, deportivo, y adaptable a cualquier situación. Un diseño pensado completamente para ser llevado sin horario. ¡Nada es para un rato, sino para todos los ratos!





En BAFWEEK, la presentación de la colección se desarrolló con una fuerte narrativa escénica que estuvo dividida, cual obra teatral, en cinco actos, combinados a la perfección con la pasarela. *Desborde* generó momentos de intensa emoción, creatividad y otros de un calmo equilibrio que solo se rompió para dar paso a nuevas formas de expresión, color y texturas.

Impactó, además, desde la importancia que se le dio al espacio y a los ambientes. Como el mismo Almodóvar, que en la película vuelve central solo la espacialidad, donde el personaje se traslada a una casa con una estética construida desde la especificidad, para terminar siendo el lugar central: un espacio bello donde el resto solo sucede. Así, Luz logró que el público quedara totalmente absorto por lo estético: colores, sonidos, luz, tensión y el juego de texturas, formas y siluetas. Fue capaz de sostener la escena del mismo modo que lo hace la película: oscura e intensa que transcurre entre intervalos y explosiones de color, y donde la música aceleró y aumentó la tensión.

Un enfoque deconstructivo, disruptivo, teatral y cinematográfico al mismo tiempo, inmerso en cada prenda, que fue concebida e interpretada como una obra de arte. Luz Ballesteró logró que cuando el público viera su desfile, sintiera que entraba en otro mundo. Un mundo de película, un traslado directo hacia el espacio audiovisual, a un lugar conocido y visto. Las modelos no solo lucieron sus creaciones, sino que interpretaron personajes que fueron materializaciones de un mundo paralelo perfecto.





Aunque las piezas de Luz Ballesteró no reparan en las tendencias, *Desborde* tuvo la impronta suficiente para marcar algunas. Como el uso de colores saturados y contrastes intensos; el vestuario basado en la premisa de crear soluciones para el guardarropa del día a día; morfologías complejas pero fáciles de combinar por ser modernas y sobre todo funcionales; la comodidad y la fluidez de las siluetas junto a básicos de alta calidad, a través de las confecciones y los acabados que permiten crear un guardarropa con mayor longevidad sin dejar de construir un estilo tanto para día como para noche.

El *Desborde* de Luz Ballesteró fue completo y real. No solo por su universo de colores, texturas y creatividad sino porque lo cinematográfico, como parte artística de nuestra vida, nos permite formar una mirada y conectarnos con nuestros sentimientos y eso, plasmarlo al vestir. La ropa que nos desborda por momentos también nos contiene, nos hace cuestionarnos, nos hace conocernos. Nos desborda al más allá, sea lo que eso signifique para cada uno. ☺







Maquillaje: **identidad y comunicación**

por **Sofiu Black**

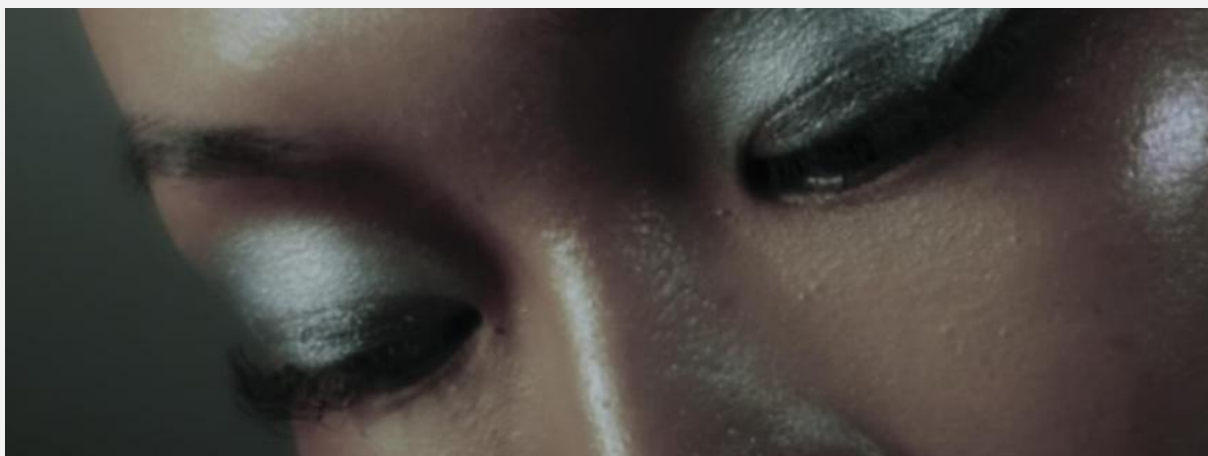
Fotografías Vero Luna



Pienso en la vanidad en relación al maquillaje y la primera palabra que cruza la senda peatonal de mi mente es *identidad*. Si tengo unos momentos adicionales antes de que cambie el semáforo, la siguiente palabra que cruza me resulta aún más interesante: *comunicación*. Y pienso en los pueblos originarios, donde la práctica del maquillaje tanto facial como corporal tenía fines culturales y religiosos, -es decir, identidad- y además, se utilizaba para distinguirse una tribu de otra –o sea, comunicación-. Siendo nuestra sociedad actual la heredera de dichas prácticas, la identidad siempre es el paso inicial, y la comunicación, entonces, el consecutivo.

El psicólogo Albert Mehrabian desarrolla en los años 70, la regla del 7-38-55. Solo el 7% de nuestra comunicación es verbal. Un 38% depende del tono de voz, y el 55% restante está ligado a nuestra imagen, expresiones corporales y faciales. Y esta mayoría de porcentaje, donde se engloba el maquillaje, es *mi área*. Hace algunos años, tuve mi primera entrevista laboral en una reconocida línea de cosméticos. Mi experiencia laboral era escasa, y no podía ser de otra forma dado que tenía solamente 21 años. Sin embargo, yo estaba muy segura de que ese puesto tenía que ser mío. Venía de un trabajo que si bien me permitía pagar mis estudios de maquilladora, me hacía muy infeliz. Esta era una oportunidad que no podía dejar pasar y siendo fiel a mis prioridades de siempre, planifiqué el *makeup* y *outfit* con el que asistí a la entrevista.





Quería dar una imagen responsable y adulta, así que me puse el único blazer que tenía, de un azul rey impactante y moldería estructurada. Sabía que me la estaba jugando con un color tan estridente: las maquilladoras tendemos a estar siempre vestidas de negro. Decidí que el makeup tenía que ser sobrio pero perfectamente ejecutado; que demuestre mi habilidad con el maquillaje. En los ojos use técnicas clásicas correctivas, con iluminaciones en bronce, que es la pareja perfecta para el azul. Piel luminosa, labial *nude* y el resto del *outfit* negro. Por supuesto quedé para el puesto –cosa que años después sigo agradeciendo al universo que haya sucedido-.

Tiempo después, ya en ese entonces mi nuevo trabajo, la supervisora que me había entrevistado y de la sede donde trabajé, me confesó algo: “Dudamos mucho de elegirte a vos. Queríamos a alguien con más experiencia para este puesto, pero desde que llegaste a la entrevista, entre tanto negro, resaltaste con tu blazer azul y tus sombras bronce. Nos interesó conocerte y ver que tenías para ofrecer, aunque fueras tan chica”.



Me gustaría decir que todo estuvo estratégicamente planeado, pero fue un acierto afortunado sobre un maquillaje y un *outfit* que simplemente me hacían sentir bien. Ese azul, que es desde siempre mi color favorito - incluso mucho antes de saber sobre psicología del color- fue el que me abrió las puertas a una nueva oportunidad. El azul, que de por sí transmite confianza, profesionalismo y autoridad: cualidades que a mis 21 años estaba ansiosa de demostrar que tenía, o al menos, que estaba dispuesta a alcanzar.



Es vital para la mujer moderna dejar de pensar en el maquillaje como una herramienta únicamente útil para alcanzar estándares de belleza. Si bien la búsqueda de la identidad es un viaje hacia adentro, cuando lo realizamos, inevitablemente se expresa hacia nuestro afuera. Y en ese afuera, que entra en contacto con un entorno, el maquillaje se vuelve una herramienta maravillosa para expresar, no desde la imposición, sino desde la autenticidad de quiénes somos. Y por su naturaleza mutable, nos permite jugar, experimentar y encarnar distintos colores, texturas y estilos, no para seleccionar una única fórmula, sino más bien, para explorar y expandir nuestra esencia personal.



Este artículo es también una carta de amor a mi profesión. La cual, espero que además de asociarse a palabras como *corrección*, *contornos* o *blush*, comience a ser reconocida como lo que realmente es: una expresión artística personal y un medio de comunicación. 🥰





Blusa de técnica Encaje Ju, elaborada con agujas y con un bordado de Mbõl Pire, que en guaraní significa *piel de serpiente*. Hecha en Carapeguá, por la artesana Mariela Figueredo. Ancestral Paraguay por Stephen Kei, 2025.







El auge del Méximalismo

NUNCA SERÁ UNA TENDENCIA
LO QUE SIEMPRE *represente identidad*

Fotografías Pau Negrete, Miguel Rivera, Kenet Velez y Urleth Sthefanía

El *Museo Franz Mayer* en la Ciudad de México realizó su primera *Noche del Franz Méximalista*: un evento coproducido por Méximalismo y Colectiva en Pro de la Moda, con pasarelas, actividades y música para celebrar la moda méximalista. Y a simple vista, puede que el méximalismo parezca una tendencia antes que un movimiento, pero en realidad su trasfondo es mucho más profundo.

El méximalismo es un activismo artístico enfocado en la moda, creado por Dixy Rodríguez en el 2023. Para el méximalismo el vestirse es una extensión de la identidad que no puede leerse sin honrar dónde se nació. Su estética es una declaración política: se parte de la propia tierra para inspirarse, para mirarse y desde ahí vestirse. El estilismo méximalista une los elementos de la cultura mexicana, tales como los bordados, los colores vibrantes, el uso de piezas tradicionales combinadas, prendas que reflejan las estéticas cotidianas, los volúmenes, lo vibrante y lo cargado. Hay mucho color, muchas capas superpuestas, muchos textiles fusionados, muchos objetos que se convierten en accesorios. Y aunque el méximalismo nunca se presentó como una tendencia, porque su postura no es efímera y no forma ni propone outfits dogmáticos, está siendo, erróneamente considerada por su auge, como tal.





Uno de los resultados que arrojó en México la influencia méximalista, a través del evento en el *Museo Franz Mayer*, fue el rango etario del público que asistió. La mayoría fueron jóvenes de 25 a 35 años, oriundos y oriundas de CDMX, interesados e interesadas en el diseño, el arte, el consumo contemporáneo y la moda. Desde ahí surgió la pregunta sobre si el méximalismo es leído realmente desde el mensaje que pregona o si es una estética más, centralizada para México y utilizada con fines comerciales que forma luego una identidad que al exportarse, es convertida en algo exótico.



Lo cierto es que el Méximalismo si algo no tiene, son reglas. Y esa también es una. Si tuviéramos que decir de manera simple qué te hace ser méximalista o vestirse méximalista, es llevar a tu tierra en el cuerpo. Es comunicar con tu vestir que las estéticas culturales de tu país son una forma de inspiración y una forma de identidad que se plasma en el vestir. Es tomar una postura desde, con y hacia lo propio.

Mostrar de donde se viene y legitimarlo con el cuerpo a través de la moda, no es algo banal para quien nació en Latinoamérica. Durante años, la estética del continente fue considerada exótica, exagerada, errónea, desprolija, no cool, no a la moda. Hoy ese mensaje, desde el afuera, se camufla poniendo a América Latina de moda pero como lo diferente, aún con la mirada que juzga, desde los estilismos, que ese diferente no es del todo validado por su existencia, sino la contraposición de lo que no “responde” a los dogmas eurocentristas de la Moda y por eso le corresponde la categoría exótico. Plantearle al méximalismo que puede generar ese resultado, es mirar con ojos ajenos un movimiento que está tratando de decir que lo propio tiene de sobra para construir un estilo válido y con impronta. Y que si los mismos y las mismas mexicanas dudan de la estética de su cultura, preguntándose si el uso de la misma para vestirse puede tornarse como algo exótico, es porque tienen la mirada extranjera internalizada sobre su propia cultura.



No es para el méximalismo una condicionante que su público directo en México provenga de CDMX porque no legitima una mirada geográficamente centralizada. No plantea, tampoco, qué elementos sí son de la cultura mexicana y cuáles no. Una persona que nació y vive en Chiapas o Nayarit puede inspirarse y vestir los colores y elementos que responden a su lugar y así armar su propio estilo méximalista. Por supuesto no será igual que Querétaro y eso es lo importante: México no es una sola estética, no es simplista. Su cultura es profunda y compleja (como somos también las personas) y ese es el vestir que pregona el méximalismo.

El único hincapié que hace, es en la identidad. Toda idiosincrasia de un país tiene elementos en común. Son formados por los imaginarios sociales y moldeados históricamente por los Estados nacionales. Puede un outfit méximalista de una persona de CDMX y Michoacán tener elementos en común, del imaginario nacional mexicano y estar al mismo tiempo combinado con los elementos culturales de su región. La coherencia comunicacional es la misma, porque ambas partes son del mismo todo y por separado revalorizan el simbolismo de sus territorios.













El enfoque binario sobre nuestras costumbres culturales hace que perdamos de vista cuando un movimiento plantea un mensaje genuino, que puede utilizarse como herramienta para reencontrarse con la identidad desde la mirada propia, sin ánimos de hacer comercio sobre ellas, ni con la intención de moldear su mensaje para el afuera. La mirada del méximalismo no está puesta ahí. Lo de afuera, no se mira al momento de crear los outfits méximalistas. Puede que el auge del méximalismo, específicamente en CDMX , sea una necesidad de un reencuentro con lo autóctono, que la ciudad diluye por estar continuamente acechada por la globalización y la gentrificación. Unx puede olvidarse de quién es, dentro de la vorágine y en el primer lugar donde lo va a encontrar será siempre en los elementos de su propia tierra. 🌀









Carmela Gonzalez Landoni

EL PRESENTE Y EL FUTURO
DE LA *moda uruguaya*

Fotografías Carmela Gonzalez Landoni

La moda uruguaya se caracterizó muchos años por ser funcional, cómoda y un tanto conservadora en sus paletas de colores. Las estéticas predominantes variaban solo en tonos neutros y eso le daba una versatilidad que no dependía del diseño. Prendas que podían vestirse en diversas ocasiones, muchas veces derivadas de los elementos de la tradición gaucha y que oscilaban en estructuras más planas y predecibles. Pero en los últimos años, se encuentra en el auge de su transformación. Está construyendo una identidad que sostiene su misma base pero se anima a explorar la creatividad de sus diseñadoras y diseñadores. Parte de este presente, está formando los cimientos de una de las industrias más estilísticas de la región y una de las diseñadoras que los está construyendo **es Carmela Gonzalez Landoni.**

Cuando Sofoco conoció las piezas de Carmela encontró una experimentación ecléctica. Se podría decir que sus prendas tienen un estilo *trendy*, solo a simple vista: Carmela reconfigura morfologías clásicas, superpone textiles y colores, usa pedrería y mira al cuerpo, a veces para crear así las siluetas de sus prendas y otras veces para que solo acompañen a sus piezas, que tienen una forma propia. Desde la fusión de las formas, Carmela retrata el movimiento. Pero no cualquier movimiento, sino el movimiento vivo en su país.



“Mi proceso creativo está profundamente atravesado por el país en que vivo. Me interesa observar lo cotidiano desde otro lugar: la arquitectura, las texturas urbanas, la flora y la fauna local como lenguajes que hablan de identidad. No lo tomo de forma literal, sino que lo traduzco en siluetas, volúmenes y detalles. *Siento que diseñar desde Uruguay también es una forma de construir una mirada propia, más íntima y sensible, donde lo pequeño y lo cercano tienen mucho valor*”.



El primer movimiento que hace la mirada de Carmela es hacia los elementos tangibles de Uruguay. Una de sus colecciones estuvo inspirada en la flora y la fauna autóctona, específicamente en la libélula *Micrathyria hypodidyma*, un insecto tornasolado típico de la zona de humedales. El contacto del cuerpo con su tierra a través del textil es narrado desde el diseño de Carmela. No solo como una vivencia experimental sino como una invitación a poner el foco en lo propio.







“Mis piezas nacen desde lo emocional. Hay algo muy intuitivo en mi proceso, donde aparecen recuerdos, sensaciones y momentos que quizás no son tan concretos, pero sí muy presentes. Me interesa que quien use mis diseños también pueda conectar con eso, que la prenda no sea solo algo estético, sino una experiencia, algo que genere cercanía, actitud o incluso cierta introspección. Creo que la moda uruguaya está en un momento muy interesante, con una identidad cada vez más definida. Hay una búsqueda fuerte por lo auténtico, por procesos más conscientes y por destacar lo local. Dentro del contexto latinoamericano, siento que Uruguay aporta una mirada más silenciosa pero muy conceptual, donde el diseño tiene mucho contenido detrás”.

Su última colección hasta el momento, estuvo inspirada en la arquitectura del Palacio Salvo de Montevideo. De allí parte el trench que Tini Stoessel vistió en su concierto en Uruguay. La mirada de Carmela, en la ciudad, se detiene en los movimientos de la arquitectura, en el detalle de las partes que forman ese todo: el trench tiene botones dorados y unas líneas verdes y beige que lo traspasan completo. Y la falda, otra pieza de la colección, contiene pliegues y frunces. Se adaptan al cuerpo como se adaptan así los elementos para convivir en una ciudad.









“Mi visión dialoga con la industria desde un lugar más autoral. *Me interesa construir piezas que tengan un discurso, que no respondan únicamente a tendencias sino a una exploración personal. Mi propuesta se construye desde la experimentación con formas, materiales y conceptos, entendiendo la moda también como un medio de expresión artística*”.



En su colección *Diversamente*, Carmela diseñó volumen, integrándole suavidad. Sus piezas yacen livianas y le permiten al cuerpo que arme su existir. El vestir se convierte en un constructor del espacio, junto a la persona: el paradigma de la nueva moda uruguaya, que hace hincapié en la producción lenta, las lanas naturales, la incorporación de colores y combinaciones, en el tiempo como recurso esencial para diseñar y vestir, la riqueza de la mirada micro y de la experiencia íntima del territorio. La nueva industria de la moda uruguaya propone una mirada introspectiva del vestirse porque diseñadoras como Carmela, plasman en sus obras el conocimiento propio (el personal y el del país) como punto de partida y de llegada.





“Como diseñadora, me interesa aportar a una moda más consciente, más conectada con lo que somos y con el contexto en el que vivimos, donde cada pieza tenga un sentido y una historia detrás. *Más que dar mensajes cerrados, me interesa abrir preguntas.* Y si bien me gusta lo trendy, me enfoco en la idea de seguir una identidad muy arraigada y que eso se refleje en cada prenda que hago”. 🍷





Alva Claire vistiendo Double Arc Top and Barley There Skirt de Karoline Vitto por Thurstan Redding 2025.



Blur Print Set de Karoline Vitto, 2025.

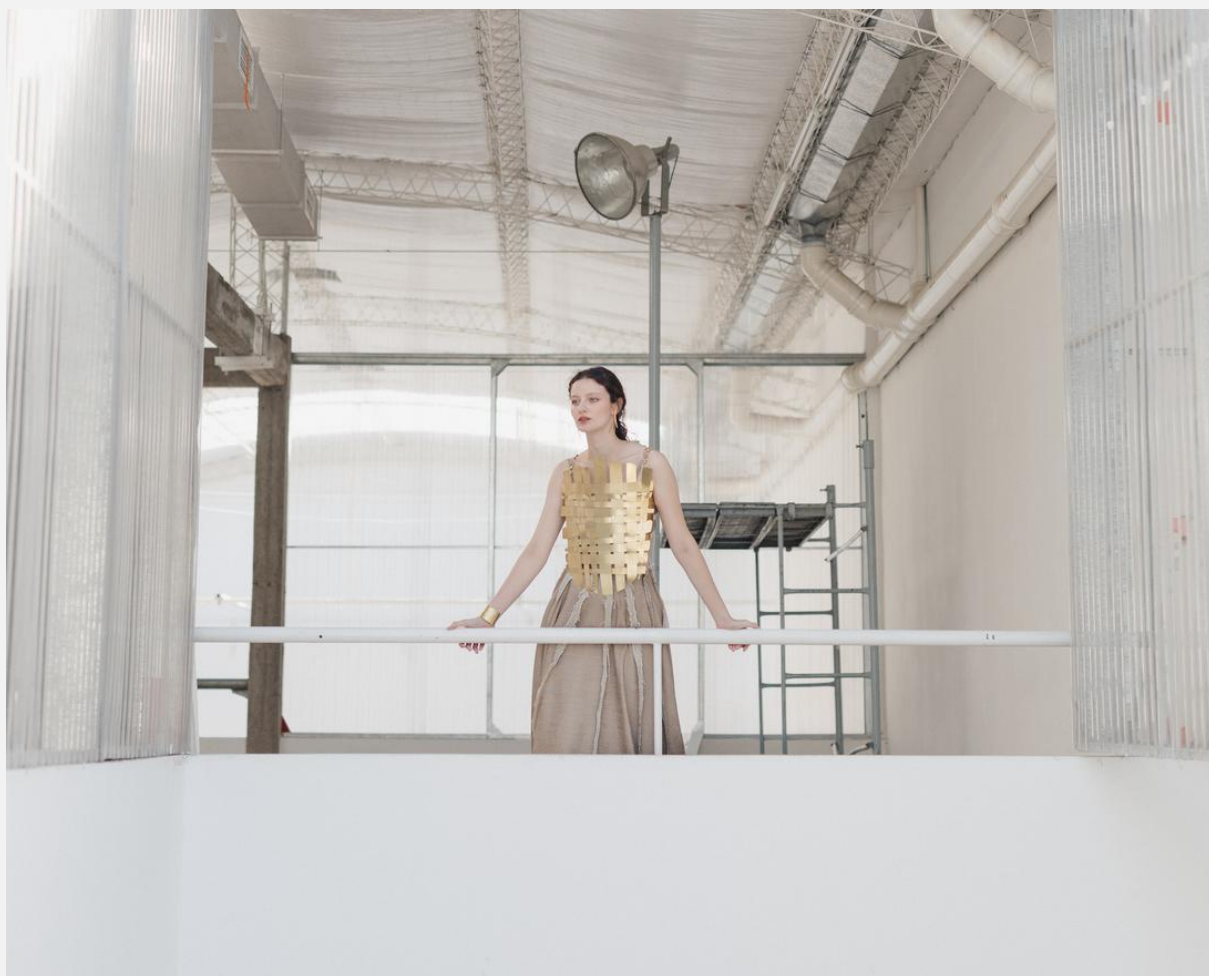




La urdimbre de **Inés Bonadeo y** **Atelier Molina**

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

Las veces que el sol se chocó con el corset *Trama* formó, como mínimo, tres tonos cálidos distintos. Antes de que comience el desfile de Inés Bonadeo junto a Atelier Molina, en el día *Revelaciones* de *Designes BA OI26*, Camila Ghione, la modelo que lo vistió, recorría el pasillo del backstage rodeado de ventanales extremos. El corset *Trama* fue una de las piezas de ***Urdimbre***, la colección que Inés junto a Carlos, presentó: una estructura creada por retazos de bronce trenzados. Con el corset, Camila vistió la falda *Radial*, confeccionada en *jacquard de algodón*, con costuras expuestas por donde el sol bajó, una vez que el corset decidió los próximos movimientos de la luz.









La transformación ocurre cuando el oficio encuentra al oficio. El metal forjado de Bonadeo —como en el bolso, que enmarca una piedra como si la hubiera atrapado el tiempo— y los géneros nobles y autóctonos de Molina —que caen con la gravedad que fue pensada para perdurar— no se limitan a coexistir sobre el cuerpo. Se sostienen mutuamente. Algo nace cuando se encuentran juntos: un cuerpo que encuentra cómo expresarse y vivir, un arte que encuentra quien porte y visibilice su existencia.







Urdimbre no representó una decisión meramente estética, claro. En un contexto donde la industria argentina está en crisis, el diseño de autor enfrenta la presión de una economía que enfatiza lo descartable, con piezas que propusieron lo contrario: la lentitud en la producción es una muestra del tiempo como elemento de valor que está pidiendo a gritos que lo miren, lo reconozcan y le den el lugar que merece. En el mismo grito se suma el vestir, que quiere conmover, que quiere dejar de ser dañino por considerarse tan frívolo. El bronce que Inés suelda durante horas, los entramados de algodón de Carlos, con costuras que no se esconden sino que se muestran como argumento, todo eso es una respuesta. No una respuesta colérica, sino serena. La de quienes saben que la solidez necesita también interpretarse.





Urdimbre fue, también, la metáfora preferida de Sofoco: mostró lo que hacemos las personas para vivir en sociedad. Nos volvemos estructura lxs unxs para lxs otrxs, a veces por elección, a veces por dolor, pero siempre con la misma función: sostener(nos). El collar de anillos plateados que cubrió el rostro de una de las modelos, como una máscara de metal, no oculta, protege. O más bien, propuso la pregunta sobre qué significa protegerse. El bolso de acero, con su aplique de piedra y sus argollas cosidas al borde, protege lo que cargamos. ¿Y qué, de todo lo que cargamos, tenemos que proteger? Pero en *Urdimbre*, el sostén y la protección no pesan. Le asignaron las manos esa función, un propósito que no solo viste, sino que es una tarea de cuidado. Estuvieron Inés y Carlos, abrazando a sus modelos, tocando sus piezas, saciadas y conformes. Han pasado, seguramente, muchas horas calculando cómo aligerarlas sin quitarle su carácter.









No ha sido una *revelación* para Sofoco ni la colección, ni Inés, ni Carlos. Hace años que esculpen con sus manos, desde el metal y el textil, la sensibilidad como faro del (y para el) indumento, no solo desde una óptica personal sino como parte de su función social. En las piezas de Inés la naturaleza habla, el territorio está firme, la identidad también; en las piezas de Carlos, la introspección es inevitable. La *revelación*, en realidad, fue una industria que se dio cuenta de que no se miraba. O que tenía que mirarse todavía más adentro para mantenerse viva y defender su lugar. El sostén del tiempo y el sostén *en* el tiempo son la esencia de *Urdimbre* y también el propósito que las manos de Inés y Carlos plasmaron sobre sus respectivos tejidos. Y una vez que sus manos crearon y se entrelazaron, ya no hubo forma de que el sol no entrara. ☺









Daniela Gallara

BUSCAPLEITOS,
el faro de la moda y el arte:
FUNCIONALIDAD Y
DISEÑO PARA LA
EXISTENCIA

Fotografías **Buscapleitos**, Juan F. Medina,
Marcos Fiorucci, Carla Castelli y Luciano Rossetti

A Sofoco le gustaría presentar a *Buscapleitos* ante el debate sobre si la moda es arte o no. Obsoleto debate, por cierto. El argumento en contra sugiere que la Moda no es arte porque solo su esencia se cumple al colocarla sobre el cuerpo y eso la vuelve práctica. La pieza por sí misma, no cumple su función. Pero ¿cómo vamos a separar el arte de la funcionalidad, si justamente existe para eso? Una expresión artística que no tenga una funcionalidad no sería, entonces, arte. La funcionalidad no tiene que ser íntegramente pragmática ni estrictamente social, claro. *Hacer sentir* es una función. Lo que sucede dentro del cuerpo ante una expresión artística, cumple una función individual: una persona llora, se ríe, piensa, se cuestiona, se siente identificada, se pone triste, recuerda, se ilusiona, fantasea. Todo el sistema psíquico y emocional moviéndose. ¿No es acaso *funcional*, que el arte exista para generar un impacto en lxs otrxs, y no solo para que lxs artistas se expresen?

El diseño en sí mismo no existe sin un propósito. Y ese propósito siempre es funcional. La existencia de la belleza nunca es neutra, *produce*. En la Moda, la belleza de los diseños nace con la estructura del funcionamiento. Aun las obras creadas para las Semanas de Alta Costura en París, arista cruda de la moda hacia el arte, funcionan en un cuerpo. Y en el vestir cotidiano, los diseños se mantienen intrínsecamente artísticos sobre el cuerpo.

En *Buscapleitos*, la marca de la diseñadora argentina Daniela Gallara, el diseño se piensa hacia la funcionalidad del cuerpo pero su propósito termina expandiéndose en la subjetividad de quien lo viste. Vestir *Buscapleitos* no es únicamente darle al cuerpo un diseño que le permita moverse y lo acompañe, sino que le permite al sujeto sumergirse en las estampas, en las figuras y en la fusión de colores para pensarse a sí mismo.



“Para mí diseñar es un momento de tensión. Hay una instancia donde la idea ya está clara, pero todavía no la ejecuté. Ahí se define todo. *No trabajo tanto desde inspiración ni desde ‘qué quiero transmitir’.* Trabajo desde decisión. *Le doy vueltas en la cabeza hasta que lo veo claro, y cuando eso aparece, ejecuto.* No es probar a ver qué pasa, es bajar algo que ya está resuelto. El proceso es repetición, ajuste y reducción de error. Y lo que queda en la prenda no es una emoción en sí. Es una sensación de foco, de control, de algo que está hecho con intención”.



Hay un puente directo hacia lo sensorial. Daniela utiliza figuras de la naturaleza como las flores, los insectos, los choques de luces como el reflejo del sol y lo que el ojo humano alcanza de la oscuridad y también texturas, que generan universos en cada una de las estampas. La reinterpretación de Daniela conecta la percepción con lo tangible, que no siempre es directa u obvia. Los diseños de *Buscapleitos* se observan, no solo se miran. Pero también se escuchan y se tocan: la estampa que llevas puesta te remite a un cúmulo de sensaciones que tu propio imaginario construye ante ese universo diseñado.

Buscapleitos retroalimenta la introspección. Surge desde Daniela, que a través de la investigación sobre el acto de diseñar, sus objetivos, su visión de la moda y su vida cotidiana solidificó la estructura de *Buscapleitos*. El camino trazado de la marca no sería tan claro en concepto y producción sin un conocimiento interno latente, convertido en búsqueda. Daniela fue el primer público al que *Buscapleitos* pensó vestir. Cuando la marca creció, expandió su capacidad de adaptabilidad y la introspección pasó del otro lado: quien viste *Buscapleitos* puede conocerse mucho y haber formado un estilo que responde o puede estar en medio de ese proceso, o puede resonar parte de su personalidad en las estampas o puede simplemente vestirlo porque le es cómodo. Pero aun así, está interpeladx por ese universo estético y por eso elige a la marca.



“No pienso el vestir o el estilo desde la idea de identidad, en un sentido ni fijo ni romántico. *Hay personas que se reconocen en lo que se ponen y otras que simplemente se visten para resolver el día. Las dos cosas existen.* En mi caso, lo que empezó a pasar, sobre todo después de ser mamá, fue que muchas veces no me reconocía en lo que usaba, pero tampoco podía usar lo que me representaba. Si me vestía más deportiva, no me sentía yo. Si me ponía algo más armado, no podía moverme y no era práctico. No era compatible con mis tareas ni con la vida real. El problema entonces no era la identidad, era la incompatibilidad entre lo que quería sentir y lo que quería usar. *Y Buscapleitos aparece ahí. No como una forma de ‘expresar quién sos’, sino como una forma de poder habitar distintos estados dentro de una prenda que funcione. Algo que pueda usar para entrenar, moverme, vivir, pero que al mismo tiempo me permita sentirme más filosa, más presente, más yo en distintas versiones. Sus prendas no son para una ocasión en particular. Son una segunda piel. Están pensadas para acompañar al cuerpo en lo que tenga que hacer. Y en ese uso es donde cada persona termina construyendo su forma de llevarlas*”.





El diseño de Daniela es *disruptivo* –palabra bastante desvirtuada por la exageración del uso actual pero en este caso llena de literalidad- no solo a nivel individual sino como sistema dentro de la situación actual de la industria de la Moda. *Buscapleitos* es una marca sostenible, no como punto de llegada sino como punto de partida. Sus últimos diseños, en co-creación con la artista Federica Escola, fueron realizados con animación 3D. Las piezas de *Buscapleitos* son realizadas a pedido, a baja escala y en ediciones limitadas, confeccionadas desde lo tecnológico. Daniela reestructura su modelo de producción para que la sostenibilidad le otorgue una base a *Buscapleitos*, pero también desarma la romantización de lo artesanal como única manera de ser sustentable. No todo tiene que volver a la tierra o venir de la tierra, o pasar por las manos para generar un impacto en ella: la estrategia y el uso de la tecnología como medio de diseño y producción muestra una alternativa de mercado que sostiene una cotidianidad, una base económica humana y una reducción del peligro ambiental.

“La sustentabilidad se volvió un discurso bastante cómodo dentro de la moda. Durante mucho tiempo fue casi una estética: lo natural, lo artesanal. Eso sirvió para instalar el tema, pero también generó mucho maquillaje. Hoy, si no podes explicar cómo producís, qué margen de error tenes y si eso se puede sostener en el tiempo, es difícil hablar de sustentabilidad en serio”.



“También veo mucha experimentación que queda en un plano muy cerrado. Materiales o procesos que funcionan en condiciones específicas, pero que no se pueden sostener en la vida real. *Si no se puede producir de forma consciente, si no se puede usar en condiciones reales, no es sustentable.* Y para mí, ahí aparece un límite de la palabra. ‘sustentable’ quedó asociada a lo ambiental, pero el problema es más amplio. Si no genera plata, si no se puede producir bien o si no tiene uso real, no se sostiene. Y si es solo accesible para unos pocos, tampoco. Por eso me interesa más hablar de sostenibilidad. No como concepto, sino como sistema: algo que integra lo económico, lo productivo y el uso real. En *Buscapleitos* no es una idea, es una necesidad. Si me equivoco en producción, pierdo recursos. Entonces trabajo con precisión para reducir ese margen de error lo más posible. *La tecnología, la repetición y el ajuste están para eso. No para explorar, sino para que el sistema funcione. Y también hay un límite concreto: diseñar dentro de lo que realmente puedo sostener.* Si hago algo que después no puedo producir bien, no sirve. Para mí la sostenibilidad está ahí. En que las cosas funcionen de verdad”.





“En *Buscapleitos*, la tecnología no apareció como una búsqueda estética ni como una tendencia, apareció porque la necesitaba para poder seguir. Había sido mamá, tenía poco tiempo y muy poco margen para equivocarme. Cada error era plata y tiempo perdido que no tenía. Necesitaba, entonces, una forma de decidir mejor antes de producir y optimizar, y *la tecnología me permitió eso: ver, ajustar y corregir antes de hacer*. No la uso para ‘crear más’, la uso para reducir error. A partir de ahí armé un sistema basado en repetición y ajuste. Y hoy ya no es una herramienta, es parte de cómo diseño, y eso también es lo que hace que el proceso sea más sostenible porque aprovecho mejor los recursos y gano tiempo”.





“No pienso la industria argentina actual en términos de moda sino en términos de contexto. Trabajar desde Argentina te obliga a ser precisa. No hay mucho margen para improvisar ni para equivocarte. Eso hace que muchos proyectos no dependan de la estructura clásica de la industria, sino que tengan que armar su propio sistema para poder funcionar. Y ahí cambia la lógica. *No alcanza con que algo sea interesante a nivel estético, tiene que poder sostenerse. Creo que en Latinoamérica empieza a aparecer eso: menos discurso y más proyectos que funcionan porque están bien armados, no solo porque se ven bien*”.

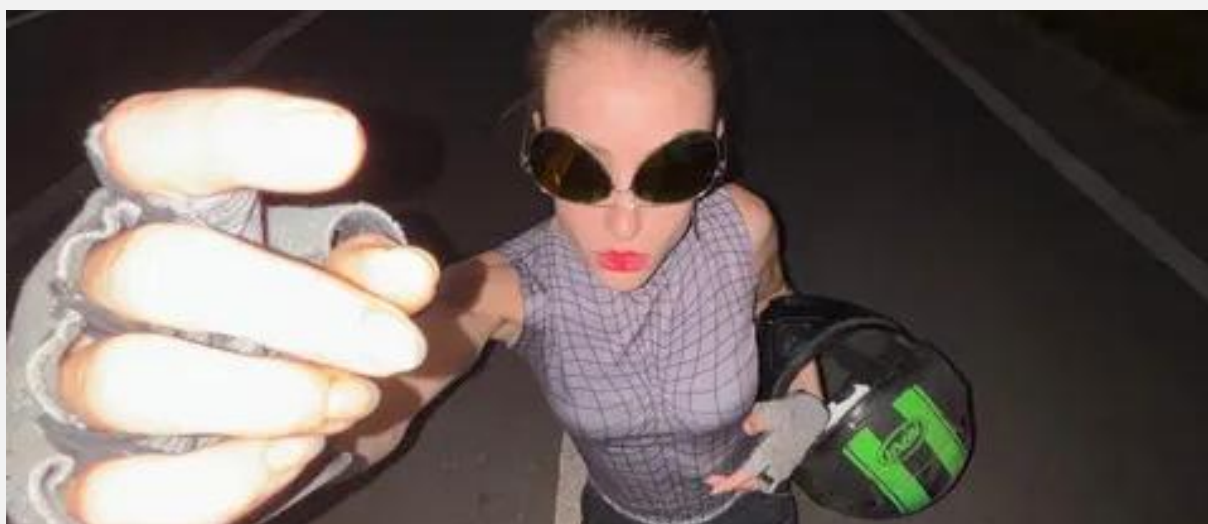




“La tecnología en moda muchas veces se plantea como algo ligado a la innovación o al futuro, pero para mí tiene que ver con resolver el presente. En Latinoamérica, donde los recursos son limitados y el margen de error es bajo, no es opcional. Si no optimizas, no sostienes el proyecto. En mi caso, no está para experimentar por experimentar, está para que el sistema funcione. Y ahí es donde tiene valor a nivel regional. No tanto en generar cosas nuevas a nivel estético, sino en permitir que los proyectos sean más precisos, más eficientes y realmente sostenibles en la práctica. Porque si el proceso no funciona, no hay diseño que se sostenga. *El diseño está en el sistema. Eso también cambia la idea del artista, la exploración sin límite solo es posible cuando hay una estructura que la sostiene. Si no construí un sistema que funcione, no podes vivir de lo que haces*”.







Buscapleitos no es solo una re significación de la Moda, sino también del arte. Y del uso múltiple de herramientas artísticas para la creación de prendas, que visten cuerpos sumidos en una cotidianidad ajetreada, que les permiten no olvidarse del movimiento. Al mismo tiempo, el movimiento como concepto es el que usa Daniela al momento de diseñar. La búsqueda de las formas, de las estrategias, de cómo el mundo está leyendo las percepciones, de cómo se construye la productividad sin desintegrarse. *Buscapleitos* abarca todas las aristas que podemos analizar de una marca de indumentaria: el impacto de sus diseños en quienes los visten, acompaña a las propias construcciones de belleza y le permite a los cuerpos seguir sosteniéndose ante la exigencia de ser continuamente pragmáticos. A nivel industria, principalmente nacional argentina y regional latinoamericana, es un faro que denota un enfoque estratégico ante las crisis económicas que no cesan. Pero es, ante todo, un faro para el simbolismo artístico, porque muestra un equilibrio: el diseño que por sí mismo interpela, existiendo en lo tangible y lo intangible. ☺











Vestir *la lucha*

por **Nazarena Zoé**

Fotografías **Nazarena Zoé**



Te diré lo que es la libertad para mí:
es la ausencia de miedo.

Nina Simone

Como fotógrafa y artista visual, siempre fui sensible a la estética: la forma en que los cuerpos se presentan, los códigos que atraviesan la moda y los gestos que construyen identidad. Sin embargo, en la marcha del 8 de marzo, esa mirada se transforma.

En mi recorrido por la *Marcha Conmemorativa del Día Internacional de la Mujer* en Rosario, Santa Fe, Argentina, no pude dejar de detenerme a observar las mujeres que me rodeaban: acompañadas de sus pancartas, sus bailes, y sus cuerpos pintados como acto de resistencia. Todas ellas expuestas a una vulnerabilidad que parece heredarse junto con el género.

En este espacio de muchedumbre y feminidad no parece haber lugar para la constante duda sobre el propio cuerpo y la forma de caminar, vestir, mirar o hablar. Cada elección — desde una prenda mínima hasta una prenda intervenida— deja de ser superficial para volverse política.





Me encontré con jóvenes vistiendo mini shorts y tops, en aparente oposición al sistema que las oprime. Se rebelan sobre las siluetas impuestas porque no responden a una lógica de exposición, sino de apropiación. Sus cuerpos no están disponibles; están presentes.

Veo mujeres con las caras ocultas detrás de pañuelos, quizás porque el anonimato es importante cuando reclamas el derecho de vivir en un mundo que te humilla. Otras eligen la comodidad de lo cotidiano y como accesorio llevan carteles que citan: *“No estamos todas faltan las asesinadas”*, *“Lucho hoy para que mañana no tenga que hacerlo mi hija”* y también están quienes llevan en sus remeras los rostros impresos de mujeres y niñas, custodiando así la memoria de las que ya no están.

En este espacio, la moda deja de ser aspiracional para volverse herramienta. Hay piezas que están hechas para poner a la mujer en el centro de la narrativa y vestimentas que no piden ser vistas, sino vividas. Entiendo entonces que no hay un estilo en común pero sí una impronta en común: habitar el cuerpo con decisión y solidaridad. No basta con nacer mujer; hay que interpretarlo, vestirlo y, sobre todo, contarlo.

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





En mi infancia, creía que el mundo era cosa de hombres. Hoy, gracias a las mujeres que me rodean, sé que el mundo también se sostiene sobre nosotras. Ese descubrimiento — íntimo y político— es el legado que este día nos entrega. ◉











Andrea Rebolledo

MOTT.PROJECT,
el upcycling *es el*
lenguaje de la memoria

Fotografías Raphael Salazar, Gustavo Fuenmayor y Mosses Herrera

En 1962, el economista Kenneth Boulding desarrolló una distinción que en la actualidad resulta más pertinente que nunca: la diferencia entre una economía de vaquero, basada en la extracción y el descarte infinito, y una economía de astronauta, donde los recursos son finitos y cada material debe ser tratado con la conciencia de que no hay un afuera al que tirar lo que ya no sirve. La industria de la moda, responsable de aproximadamente el diez por ciento de las emisiones globales de carbono y de generar más de noventa millones de toneladas de residuos textiles al año, ha operado, durante décadas, claramente bajo la lógica del vaquero. Pero desde que el *upcycling* se instaló como forma y narrativa, esta lógica se está desarmando. En América Latina, una de las diseñadoras faro es Andrea Rebolledo, además fundadora y directora creativa de la marca panameña Mott.Project. Pero la lógica de Andrea y de Mott no es para nada plana: es sostenible, sí, y también más honesta con la historia de los materiales y con la memoria que cargan.



Cuando el upcycling toma lo que ya existe, lo eleva, lo interviene y lo recontextualiza sin necesidad de destruirlo primero, se vuelve una práctica que trabaja con la memoria del objeto. Desde esta óptica parte la visión del diseño de Andrea: una convicción sobre el valor intrínseco de lo que ya existe. Los materiales con los que trabaja (prendas usadas, excedentes textiles, descartes industriales) no son puntos de partida neutros. Son objetos con historia, con marcas de uso, con capas de tiempo acumuladas. Trabajar con ellos implica dialogar con esa historia y no silenciarla, aún al transformarla. Una postura un tanto epistemológica, una forma de afirmar que el valor no nace solo de lo nuevo, sino de lo que se reconoce, se cuida y se transforma con intención.

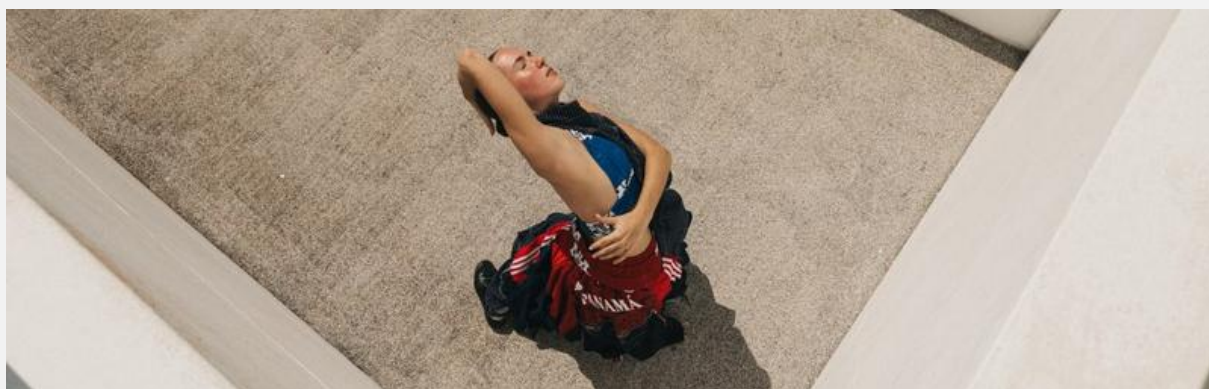
“El upcycling, para mí, es una forma de preservar y transformar memoria al mismo tiempo. *Cada prenda ya tiene una historia, quién la usó, de dónde viene, qué material es. Cuando trabajamos con eso, no estamos empezando desde cero, estamos dialogando con algo que ya existe.* A nivel más amplio, creo que en Latinoamérica tiene muchísimo sentido porque nuestras culturas están construidas desde la mezcla, la adaptación, la transformación. Y a nivel personal, también es muy potente, porque cuando alguien usa una pieza upcycled, no solo está vistiendo algo nuevo, está vistiendo algo que tiene capas, historia e intención”.



“En *Mott.Project* diseñamos desde la memoria. Siempre hay algo de nostalgia, pero no como algo literal, sino como una sensación. Trabajamos mucho desde lo que una prenda fue antes y lo que puede llegar a ser. *Nos interesa que en la pieza final todavía se perciba su historia, sus capas, su pasado. Esa transición es parte del diseño. Desde Mott.Project hay tres formas de crear y cada una conecta con emociones distintas. Mott. en general tiene una exploración más conceptual, porque nos interesa esa dualidad entre pasado y presente, entre lo encontrado y lo transformado. En mott.people es mucho más íntimo. Cuando trabajamos piezas personalizadas, el proceso se vuelve casi emocional, ya que tomamos prendas que ya tienen valor para alguien y las transformamos para que conecten con quién es esa persona hoy. Y en mott.inc, cuando trabajamos con empresas, entramos en su identidad pero la llevamos a un lugar más inesperado. Nos gusta romper un poco lo corporativo y darle una lectura más humana, más creativa. Más que crear ropa, creamos piezas que tienen memoria y lo que queremos es que quien las use también construya la suya dentro de ellas”.*



El lugar desde donde se diseña Andrea determina las preguntas que unx se hace, los materiales a los que tiene acceso y las comunidades con las que se relaciona. Panamá ocupa un lugar singular en el imaginario latinoamericano. Su historia está marcada por la condición de tránsito, por ser un punto de cruce entre océanos, culturas y economías. Condición que le generó una identidad compleja, construida desde la mezcla y la superposición y que no ha encontrado mucha representación en los circuitos internacionales de la moda. Mott.Project trabaja precisamente en esa zona: la de una identidad que no se deja reducir a una imagen simple, que es híbrida por definición y que encuentra en esa hibridez su mayor potencia creativa.



La colaboración con Adidas fue un momento de gran visibilización de Mott. como un proyecto identitario a escala global. Pero lo más significativo, fue el método con el que Andrea abordó ese espacio: llevar los mercados, las texturas urbanas y los códigos visuales de Panamá a una plataforma global como un ejercicio de afirmación, una manera de decir que lo local no necesita traducirse al idioma de los monopolios para tener valor.

“Mott.Project es una marca panameña, basada hoy también en Panamá. Y yo, Andrea, también nacida aquí, la fundé desde este mismo concepto. Nuestra inspiración viene de lo cotidiano, de los mercados, los materiales, las texturas de la ciudad. Lo que vemos todos los días, sin necesidad de romantizarlo. En la colaboración con Adidas, eso fue clave. Queríamos mantener la esencia del deporte, pero llevarla hacia un lugar más lifestyle, más cercano, más nuestro. Entonces empezamos a mezclar: las canastas del mercado, las bolsas, los pisos, los códigos visuales que existen en panamá, con el lenguaje deportivo. Fue una forma de decir: esto también es deporte, esto también es cultura. Y para Panamá fue importante porque no era solo una colaboración, era una representación: una manera de llevar una identidad local a una plataforma global”.



Mott. cuestiona desde la práctica, el vínculo (no tan recíproco) de la Moda con el cuerpo. El proceso de diseño de Andrea no parte de un patrón predeterminado al que el cuerpo debe ajustarse, sino de una exploración directa sobre el cuerpo en sí, con sus particularidades, sus movimientos y su singularidad. Las piezas no buscan ni entallar ni corregir, sino acompañar y generar formas que conversen con la persona que las viste. Y hay en ese gesto, una dimensión política que conecta con los debates sobre representación y autonomía corporal: si la ropa es un sistema de signos, como señalaba Barthes, entonces una prenda que no impone, sino que habilita, está produciendo un tipo diferente de discurso. Uno que deja espacio para que quien la viste construya su propio significado. Cuando Andrea diseña, entonces, no propone una identidad cerrada, sino una plataforma abierta.





“Me interesa mucho ver el cuerpo como algo libre, no como algo que tiene que adaptarse a la ropa. Durante mucho tiempo la moda ha impuesto estructuras muy rígidas: cómo deberíamos vernos, cómo debería caer una prenda, qué es “correcto”. Y en mi caso, también hay algo muy intuitivo en cómo me acerco al diseño. *Mi proceso ha sido en gran parte empírico, y eso hace que muchas veces no esté pensando desde lo ‘correcto’ o ‘incorrecto’, sino desde la exploración. Hay una especie de inocencia creativa, casi como algo infantil donde el diseño se vuelve un juego. Confiamos mucho en el ojo, en la intuición, en las reacciones del equipo y, al final, en cómo conecta la pieza con quien la usa. En Mott. muchas veces deconstruimos esas estructuras. Trabajamos con cortes inesperados, con piezas que no son tan obvias, con formas que se adaptan más al movimiento y a la individualidad. Deconstruimos la idea de “prenda perfecta”, nos gusta que se vea el proceso, que haya imperfección, que haya historia”.*



“Casi no trabajamos con patrones tradicionales. Muchas veces diseñamos directamente sobre el cuerpo, no necesariamente para entallar o resaltar una silueta específica, sino más como un acto de exploración. *Es jugar con el cuerpo: crear formas, volúmenes y estructuras a partir de las texturas, de las mezclas, de lo que va apareciendo en el proceso. Eso hace que cada pieza sea única y difícil de replicar, porque no hay un patrón exacto que seguir. Trabajamos con lo que tenemos cerca, con los cortes disponibles, con lo que va quedando de la producción. Trabajamos con lo que tenemos cerca, con los cortes disponibles, con lo que va quedando de la producción. Ninguna idea inicial termina viéndose exactamente como la imaginamos: el proceso siempre transforma el resultado y al final, lo que buscamos es que quien use Mott.Project no sienta que tiene que encajar en algo, sino que pueda construir su propia forma de vestirse*”.

El *upcycling*, en Andrea, trasciende el objeto y el sistema de la Moda, y se inscribe en un territorio más amplio: el de la transformación social a través del diseño. Andrea da talleres de *upcycling* en comunidades vulnerables y con su involucramiento afirma que las herramientas creativas, cuando se ponen al servicio de quienes históricamente han sido excluidxs de los circuitos formales de producción cultural, generan efectos que van mucho más allá de lo estético. La implicancia cultural y social es aún mayor y va más allá de lo individual. En Latinoamérica, donde la reutilización textil ha sido práctica cotidiana durante generaciones, especialmente en los sectores más vulnerables, el *upcycling* como práctica formalizada es un reconocimiento de lo que siempre estuvo ahí. Y esto conecta mucho con lo que planteó el sociólogo Boaventura de Sousa Santos, cuando dijo que el sur global tiene un enorme acervo de conocimientos y prácticas que la modernidad occidental sistemáticamente invisibilizó. El *upcycling*, entonces, en su dimensión comunitaria, es también una forma de epistemología del sur: un saber que viene de la necesidad y que la moda contemporánea está aprendiendo (tarde, pero no importa) a valorar.





“He visto muy de cerca trabajando con mujeres en comunidades vulnerables, dando talleres de upcycling, que muchas veces llegaban con piezas que ya habían transformado por necesidad, sin llamarlo así, sin verlo como “diseño”. Y ahí es donde todo hace sentido, porque no es que yo les esté enseñando algo completamente nuevo, es algo que ya existe en ellas. Lo que hago es ponerle un marco, un concepto, abrir posibilidades. Llevar eso que ya hacían a un lugar más visible, más intencional, más creativo. Y desde ahí, el upcycling también se convierte en una herramienta de independencia. *Es una forma de generar ingresos, pero también de cambiar la manera en la que se ven a sí mismas y lo que son capaces de crear. Por eso creo que el upcycling no es solo una práctica sostenible, es una práctica cultural. Una forma de reconocer el valor de lo que ya tenemos, tanto en los objetos como en las personas*”.





“La sustentabilidad en Latinoamérica es interesante porque, en muchos casos, no viene desde una tendencia sino desde la necesidad. Históricamente, hemos reutilizado, reparado y transformado. Solo que ahora tiene un nombre. En Panamá todavía está creciendo como conversación, pero hay muchísimo potencial. Desde Mott. no buscamos ser ‘la marca sostenible’, sino más bien ser honestos con nuestro proceso. Trabajamos con lo que ya existe porque tiene sentido para nosotros, no solo como discurso, sino como forma de diseñar, de observar y de encontrar valor en lo que ya está ahí. También hay una conexión muy directa con la palabra mottainai, de donde nace el nombre del proyecto. Es una idea japonesa que habla de no desperdiciar. Pero más allá de eso, de sentir respeto por los objetos, por los materiales, por lo que ya existe. Y creo que eso define mucho lo que hacemos: no se trata solo de reutilizar, sino de reconocer el valor de las cosas antes de descartarlas. Creo que el rol de Mott.Project y de muchas marcas emergentes en la región es abrir nuevas formas de entender la moda, más conectadas con nuestra realidad y menos con modelos importados”.



“Más que una misión rígida, *Mott.* es una intención constante. Queremos ser parte de una nueva narrativa dentro de la moda latinoamericana. No se trata solo de diseñar ropa, sino de cambiar la forma en la que vemos el valor de las cosas. Si *Mott.Project* puede inspirar a más personas y empresas a consumir diferente, a crear desde lo que ya existe o incluso a cuestionar su relación con la moda, ya estamos construyendo algo. Y a nivel local, es también una invitación a creer en lo nuestro. En el diseño panameño, en las historias que tenemos, en nuestra identidad. Porque el futuro de la moda en la región no va a venir de copiar, sino de profundizar en lo que ya somos”.







Trabajar con lo que ya existe es una forma de preservar memoria. De mantenerla viva, en circulación, transformándose pero sin borrarse. Es exactamente lo que las comunidades indígenas han hecho durante siglos con sus técnicas textiles: no producir objetos idénticos, sino variaciones que mantienen vivos los códigos originales mientras se adaptan al presente. Andrea construye una nueva memoria sobre la memoria que la prenda carga en sí, y ahora existe entre dos planos temporales pero no separadas, sino retroalimentadas por el vestir y el acompañar las vidas humanas: un lugar estratégico que Mott.Project ocupa en el mapa de la moda latinoamericana contemporánea y un camino hacia el futuro que demuestra que es posible hacer Moda desde América Latina con un criterio propio, desde la especificidad de un territorio y una historia, sin que eso implique cerrarse al diálogo con lo global. El futuro de la moda latinoamericana, para Sofoco, viene de ese tipo de práctica, como la de Andrea a través de Mott., situada, honesta, con memoria y con la convicción de que lo que ya existe vale la pena cuidarlo. ☺









Lisseli Santos

Piel, origen y forma: la
arquitectura del estilismo

Fotografías **Alexander Pérez Flores, Claudia Rivera y Diego Bendezu**

Cuando en la década del 60, Roland Barthes planteó como marco para entender la indumentaria, que el vestido es un sistema de signos, desarrolló que la ropa no era simplemente tela cortada y cosida, sino un lenguaje estructurado con sus propias gramáticas, conversaciones y formas de producir sentido. Lo que una persona viste comunica, quiera o no, algo sobre quién es, de dónde viene y qué lugar ocupa en el mundo. Pero ¿cómo documentan y representan los estilismos, en América Latina, al vestir regional para que los estudios de Moda reflejen la idiosincrasia local?



En la cadena de producción de la Moda, el estilismo ha ocupado históricamente un lugar de mirada. Se lo entiende como una técnica de composición y como oficio auxiliar al servicio del diseño o de la fotografía. En Latinoamérica, la mirada del estilismo no siempre estuvo situada y consciente y ante eso, el arte de *Lisseli Santos* es lo que está desarticulando cada vez más esa narrativa disfuncional: en su práctica, el *styling* no acompaña a la moda sino que la produce. Las prendas son materia prima y cuando se superponen, se pliegan, se distorsionan, se sacan de su función original y se convierten en estructuras, cargan significado propio y al mismo tiempo funcionan como una fiel traducción cultural de la región.





“El estilismo tiene un rol fundamental en la identidad de la moda latinoamericana porque es el lugar donde la ropa deja de ser solo prenda y se convierte en lenguaje. *En una región tan diversa y compleja como la nuestra, el estilismo permite mostrar narrativas e identidades que no siempre han sido visibles o no han tenido un espacio en el sistema de la moda.* Es una herramienta para resignificar lo cotidiano, lo popular, lo artesanal y sacarlo de contextos estereotipados. Más que seguir una estética global, el estilismo puede construir una mirada propia desde las costumbres, la memoria y nuestro territorio”.

Esta ejecución artística tiene un nombre en el vocabulario del arte contemporáneo y es *intervención*. El trabajo de Lisseli es intrínsecamente escultórico: sus composiciones no buscan mostrar la ropa sino construir con ella, de la misma manera en que unx escultorx no muestra el mármol, sino lo que el mármol puede llegar a ser cuando alguien lo trabaja con una intención. Pero hay algo más que técnica en este gesto de Lisseli. Hay, también, una posición. Deconstruir la prenda es también deconstruir los códigos que la prenda trae consigo: los estándares de belleza que implica, los cuerpos para los que fue pensada, los sistemas de valor que la rodean. El *styling* experimental de Lisseli es una práctica crítica y un cuestionamiento permanente de los marcos que la moda global ha impuesto como fijos.



“Lo que me permite crear como estilista, a través de la experimentación y la visión escultórica, es la libertad. Es esa sensación de no estar limitada, de poder crear sin las restricciones de un cliente, sin un camino predeterminado. En mis proyectos personales, esa libertad me permite jugar con las formas, explorar ideas nuevas y sentirme plenamente feliz en el proceso. Desde ese enfoque, construyo un lenguaje propio. Cada prenda, cada forma y volumen, funciona con un puente hacia un recuerdo, una sensación o algo que no necesariamente es evidente. Así, mi trabajo se abre a una interpretación personal”.



Formada en comunicaciones y con casi una década viviendo en Alemania, Lisseli construyó su lenguaje en el cruce entre culturas, pero siempre manteniendo para sí, el valor de sus raíces. Ese reconocimiento es uno de los elementos más interesantes de su visión estilística y también uno de los más honestos. Durante años, cuando sus raíces aparecían como algo que había que poner entre paréntesis para poder operar dentro de los estándares de la industria, la reconciliación con su herencia fue un proceso que el cuestionamiento propio a su trabajo habilitó.



Claro que el contacto con los centros monopólicos de la industria de la moda puede ser productivo, pero también puede instalar una mirada colonizada sobre lo propio, cuando se es latinoamericanx, y una tendencia a leer la propia cultura con los parámetros del afuera. Revertir eso, le requirió un trabajo personal deliberado y en su arte, lo plasmó después. Nos vestimos como somos y también, si creamos desde el vestir, también terminamos inspirándonos en quiénes somos.



“Mis raíces influyen desde un lugar muy personal, ya que durante mucho tiempo no las entendía como algo de lo cual me podía sentir orgullosa. Pero con el tiempo, mi procedencia y mis recuerdos se volvieron el eje de mi trabajo. *Hoy mi visión nace de una reconciliación de entender que mi historia, mi contexto y mi cultura son partes esenciales de quién soy y que al transformarlas en estilismo/arte, me sanan cada vez un poco más el corazón*”.



“Las historias detrás de mi trabajo nacen de recuerdos de mi infancia y de sensaciones que al recrearlas, vuelven a sentirse cercanas. Me interesa crear desde mis propias experiencias, pero también desde las de mi familia, mis amigos y colegas con los que muchas veces co-creamos. *La identidad de estas narrativas se mueve entre lo íntimo y lo cotidiano, reinterpretando momentos personales a través de un lenguaje visual que los transforma en algo nuevo, a veces más experimental, otras más personal*”.



Pero hoy Perú no aparece solo como inspiración en los estilismos de Lisseli, sino como posicionamiento. Integra la diversidad cultural peruana, especialmente sus raíces andinas: no para reproducir una imagen folclórica, sino para reivindicar cuerpos, rostros y narrativas que la moda latinoamericana ha marginado históricamente, incluso dentro de sus propias fronteras. La moda peruana (como la de gran parte de la región) operó durante décadas con una tensión no resuelta entre lo local y lo global, entre la riqueza de su herencia cultural y la presión de adaptarse a estándares externos para su validación en el mercado.







En la actualidad, los estilismos de Lisseli proponen, justamente, una salida a esa tensión: no pasar la estética local por la síntesis complaciente ni por el rechazo a lo contemporáneo, sino interpretarlas y narrarlas en el presente para así también enfocar el valor de lo que viene desde el pasado. Toma un símbolo que existe en un contexto determinado y lo reubica en otro, lo carga de nuevos sentidos, lo traduce a un lenguaje actual, para ser vestido pero también sentido y pensado, sin vaciarlo de lo original, porque la fuerza de los nuevos relatos de la moda regional proviene de los simbolismos culturales de los pueblos que la formaron.

“Las narrativas de mi estilismo siempre cambian, dependiendo del punto de partida. A veces empiezo con una historia concreta y voy creando los looks para darle forma. Otras veces, son las prendas o cosas las que me inspiran, las que tengo en mente, y a partir de ellas surgen historias. En verdad, todo es un proceso cambiante, pero siempre parte de recuerdos y vivencias muy personales. *Me interesa trabajar desde la construcción de formas y volúmenes a través del layering, generando composiciones que muchas veces se perciben casi como imágenes estáticas. Esto también forma parte de la narrativa que es crear escenas donde el look deja de ser funcional y se convierte en un elemento visual más, casi escultórico*”.





“El rol del estilista es casi el de un traductor cultural. Tenemos la capacidad de tomar referencias muy locales y situarlas dentro de un contexto contemporáneo y global sin perder su esencia. También implica la responsabilidad de dejar de replicar códigos externos de forma automática y empezar a confiar más en nuestros propios símbolos visuales. La identidad no se construye desde la imitación, sino desde el respeto y la interpretación.

Para mí, la ropa no tiene género ni un uso específico porque las considero piezas de arte que pueden reinventarse de mil formas. En mi vida diaria, cuando me visto, soy bastante funcional y práctica, porque es un acto mucho más libre, casi instintivo. Pero sí me gusta usar prendas de diseño peruano, latinoamericano o de segunda mano en su mayoría. En cambio, cuando creo estilismos, es otro mundo. Ahí, estoy contando historias, reinterpretando símbolos y jugando con las prendas u objetos de una manera mucho más consciente. Aunque hay cierta similitud, para mí son dos momentos completamente distintos, que no siempre van de la mano”.





“Todavía hace falta confianza y orgullo o amor en lo propio. Muchas veces seguimos mirando hacia afuera para validar lo que hacemos, cuando en realidad hay una riqueza enorme en nuestras historias, en nuestras diferentes realidades y en nuestras formas de ver el mundo. *También es importante complejizar la mirada. Salir de representaciones simplificadas de lo latinoamericano y empezar a mostrar su diversidad, sus contradicciones y su contemporaneidad. La identidad no es algo fijo, es algo que se construye constantemente, y el estilismo puede tener un rol clave en ese proceso*”.



Lo que Lisseli está haciendo (junto con otrxs estilistas, directorxs de arte y fotógrafxs de la región) es (re) construir el archivo visual de la contemporaneidad latinoamericana, partiendo desde el adentro. El material que a los Estudios de Moda les permitirá analizar y documentar cómo la región existe en sí misma, lo vive a través del vestir y se entiende a sí misma. No es solo narrarla. Es ampliarla, hacerle preguntas, reinventarla, mostrarle lo que aún no observó, mostrarle de qué está hecha. Un acto de memoria y un acto de generosidad: después de tanto tiempo sin permitirse existir tal cual es, Lisseli le muestra a la moda regional con sus estilismos, que puede ser lo que quiera. ☺









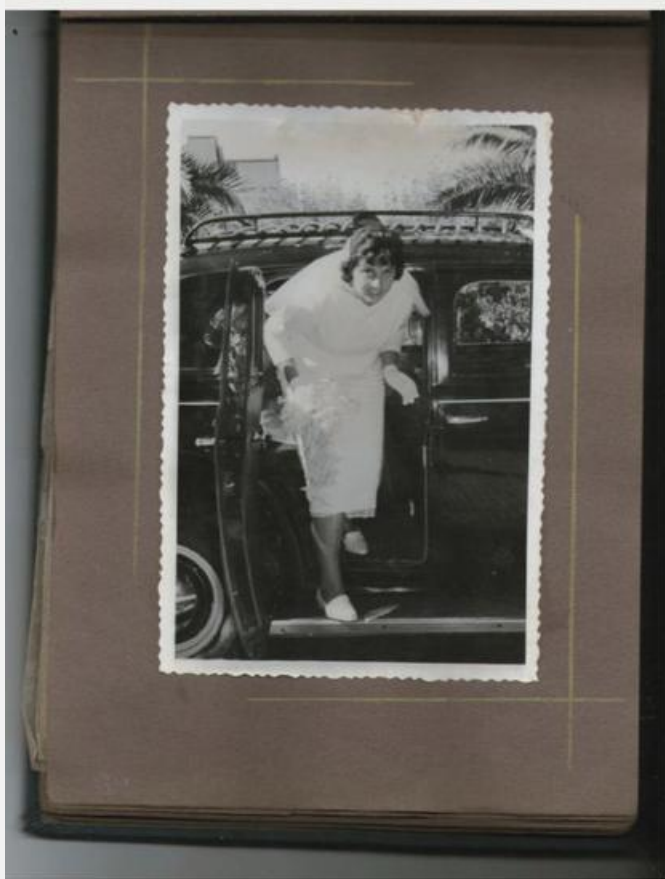
Un tejido de memoria viva

por Magalí Martínez

Fotografías **Magalí Martínez**

Portada Magalí Martínez por *kalingerv*

Para mí la ropa o mi manera de entenderla es un tejido de memoria viva. De mi abuela materna he heredado lo esencial para la vida: curar el ojeo, cuidar las plantas, unas botas acordonadas, camisas con estampas maravillosas, guantes de su casamiento, sacos tejidos a dos agujas por sus manos, botones forrados, carteras y una lista infinita de mil maneras de llevarla conmigo para siempre. Recuerdo la felicidad que sentía cada vez que abría su placard y me dejaba elegir cualquier zapato con tacos, desfilarme solo para que ella me vea. *Cada prenda guarda una historia* y quise que me cuente todas.





Uno de mis vestidos favoritos hecho por sus manos.



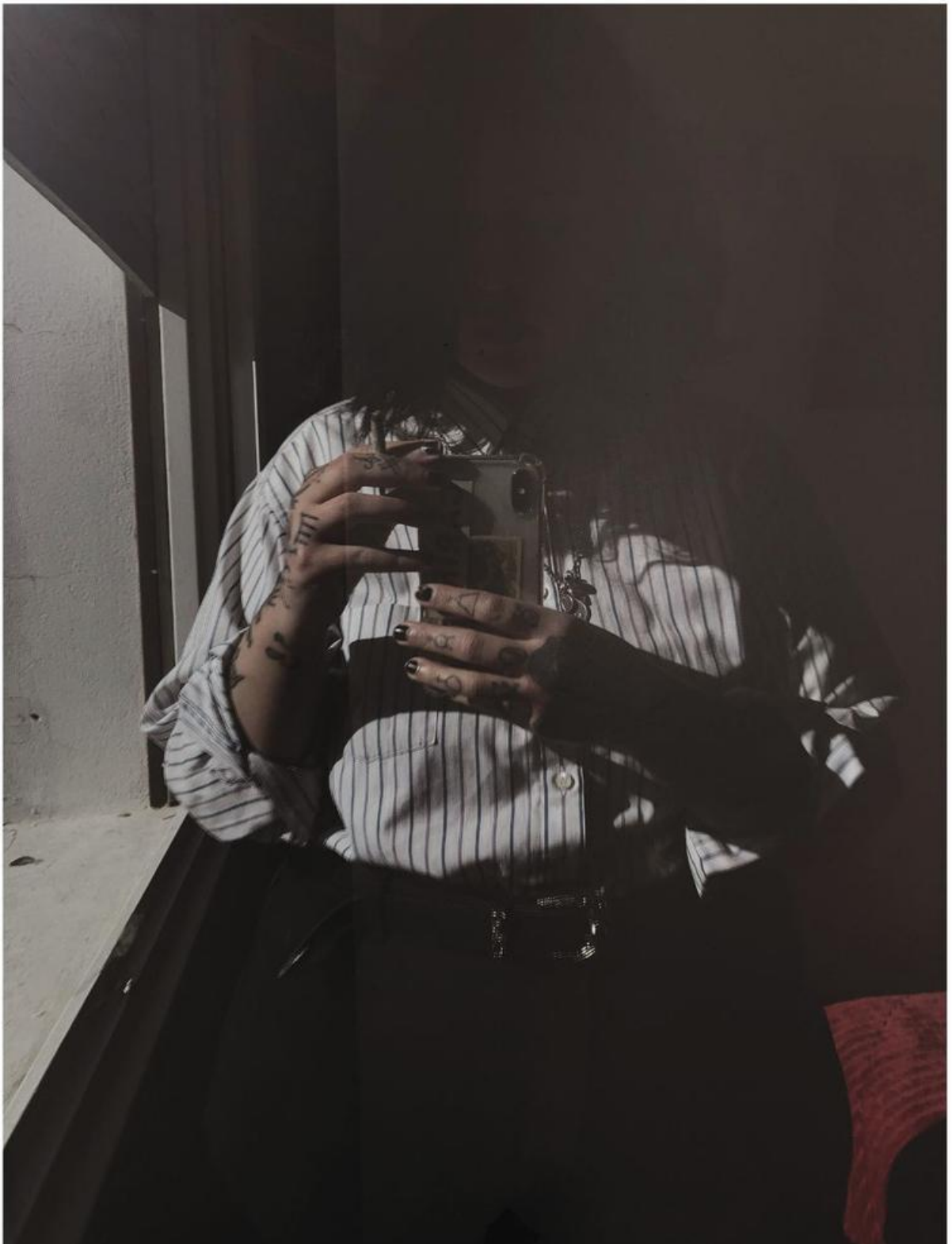
Crecí en un pueblo muy chico de apenas 9000 habitantes, por tanto, tendencias o moda solo llegaban por tapa de revistas. Me fascinaba revisar el costurero, ordenar botones, llevar un inventario de cada hilo y color que guardaba. Porque además de ser bastante vanguardista para la época y el lugar donde nació, mi abuela cosía su propia ropa y también mi mamá aprendió a hacerlo.





Por un lado la crisis argentina en un pueblo del interior y por otro inventar lo que no veía en vidrieras. Siempre admiré que ambas creaban a su manera otro mundo posible. Recuerdo pasear con ellas buscando telas, tocar cada una, encontrar texturas y combinaciones. Tuve ropa de primos más grandes que se emparchaban para extender su uso o se modificaban con detalles muy lindos, un pedazo de tela de mantel con cuadros o de una cortina floreada podían convertirse en un vestido fresco de verano. De ellas heredé la magia y la capacidad de alquimizar, que una cosa pueda transformarse en otra. La crisis siempre estuvo muy bien ensillada: lo que no se podía pagar se podía crear en una tarde de mates y alguna torta rica. El ruido de la máquina, el pedal funcionando hasta cualquier hora, el cansancio en la vista, una aguja que se quiebra en el momento menos oportuno.

Tengo prendas favoritas que ya son mi talismán y no las imagino en otro lado más que en mi vida: la camisa con rayas azules y lila de mi abuelo Mario junto a su pañuelo de caballos y el saco beige con botones de madera tejido a dos agujas suavcito de mi abuela Blanca. Cada vez que los uso siento que los tengo cerca, que de alguna manera me pueden acompañar cada día aunque no estén físicamente conmigo. De alguna forma ese saco de lana es tan suave como un abrazo suyo al volver del jardín a merendar a su casa.



En mi familia nunca se habló de grandes marcas ni de diseñadores reconocidos. La moda siempre cabía en un molde papel madera y alguna revista *Burda*. ☺



ABISAL de COLMAN (por Luciana Colman), 2026.











Yanis Olivares

**El valor cultural de la
moda *reside en preservar
la memoria social***

Fotografías **Adrián Galindo** y Cortesía Yanis Olivares Pacheco

En los siglos en los que la Antropología lleva intentando responder qué dice una sociedad a través de lo que viste, se revelan los sistemas de creencias, las estructuras de poder, las formas de resistencia y mecanismos de la identidad colectiva. La ropa no es solo abrigo o estética, ya sabemos. Es archivo: su ¿segunda? (podemos decir) función social. El registro más inmediato y cotidiano de quiénes somos y de dónde venimos. En ese cruce entre la moda y la memoria, se encuentra Yanis Olivares. Su trabajo, desarrollado durante más de una década en el ecosistema de la moda mexicana y latinoamericana, parte de una convicción histórica y política: la indumentaria es uno de los sistemas simbólicos más complejos y menos estudiados de las culturas latinoamericanas. Y preservarla, exhibirla y narrarla, desde la mirada íntegramente regional, es un acto de justicia cultural.

Cuando leemos la historia de América Latina a través de sus textiles e interpretamos la prenda como un documento histórico, como base encontramos que antes de los imperialismos españoles, las culturas mesoamericanas y andinas desarrollaron técnicas de tejido, que no eran solo artesanía sino un sistema de escritura: los quipus incas registraban información a través de nudos y colores; los huipiles mayas comunicaban la pertenencia comunitaria y el estatus social de quien los portaba; y los mantos de plumas aztecas eran objetos diplomáticos, sofisticados, como sería hoy un documento de Estado.



Cuando la colonización interrumpió esa continuidad, impuso nuevos materiales, nuevas formas y nuevas jerarquías del vestir. Pero no logró borrar completamente los códigos: las comunidades indígenas de México, Guatemala, Bolivia, Perú y Ecuador (entre muchas otras) preservaron sus técnicas y sus símbolos, al principio en la clandestinidad, hoy como resistencia abierta y sostén identitario. Esos textiles son patrimonio cultural, reivindicación política y la visión con la que Yanis trabaja, construyendo no solo su propósito, sino uno inherente a la industria de la Moda regional.



“Para mí, la fuerza reside en la intención con la que cada individuo elige sus prendas día con día. Mientras que para muchos la primera impresión es lo que cuenta, para mí es todo lo contrario: *lo que más peso tiene es comprender la historia de los individuos a través de la evolución de su vestimenta en el tiempo.* Es en ese recorrido donde se encuentra la verdadera esencia e identidad de una persona”.

Dentro de *Carla Fernández Casa de Moda* -la firma mexicana que construyó su identidad junto con la colaboración directa y ética con comunidades artesanales-, Yanis mostró que trabajar con la indumentaria latinoamericana implica una responsabilidad que va mucho más allá del diseño: es necesario nombrar, documentar, reconocer y legitimar. Y en una de sus últimas charlas, en la exposición '*¡Moda Hoy! Diseño latinoamericanx y latinx contemporáneo*', planteó cómo la curaduría de moda está siendo una arista esencial para la construcción de la mirada regional.



Yanis vistiendo el rebozo *Eréndira* de Casa Carla Fernández, hecho por Fermín Escobar en Tenancingo, Estado de México.

“La Casa lleva más de 25 años en la industria y su principal aporte reside en la transformación de los procesos de creación de colecciones. Dada la colaboración directa con pueblos originarios, hoy el término “marca mexicana o latina” puede parecer un cliché, pues muchos diseñadores limitan su relación con lo artesanal a una simple intervención. Sin embargo, *el objetivo de Carla desde el inicio ha sido el reconocimiento integral: nombrar a cada colaborador, realizar videos y revistas por colección para explicar los procesos, presentar a los artesanos con sus familias e, incluso, llevarlos a exhibiciones internacionales para mostrar el resultado de estas colaboraciones.* Este compromiso de no ser “juez y parte” llevó a la casa a certificarse como Empresa B, sometiéndose a evaluaciones anuales que reiteran su responsabilidad social. Además, Carla ha desarrollado un manifiesto, que yo llamo sus “10 mandamientos”, con el cual la Casa proyecta sus valores y objetivos al crear”.

Cuando las prendas entran al museo, entran, en realidad, a un espacio político. No son un objeto, no son una mercancía. Son un testimonio: detrás de las vitrinas, se legitiman. Se vuelven fácticas de la historia, narran a pueblos enteros, a la sangre que puede reconocerse al mirarlas. Una postura que demanda ser mirada con sus mismos ojos y recordada a través de las nacionalidades. México es la segunda ciudad del mundo en cantidad de museos y ha tardado en reconocer esa dimensión. La curaduría de moda es un campo joven en el país, con apenas unos años de desarrollo institucional formal; y cuando Yanis, en el *Museo Franz Mayer*, dio su charla, también trazó el camino: el de la moda latinoamericana que ya se piensa a sí misma como cultura. El rol de Yanis también es el de una mediadora: entre la intención del diseñadorx y la experiencia del público, entre la pieza y su contexto, entre la prenda y el relato que la significa. La forma en la que quienes diseñan, entienden la región no solo desde el diseño sino desde su capacidad y objetivo de producción.



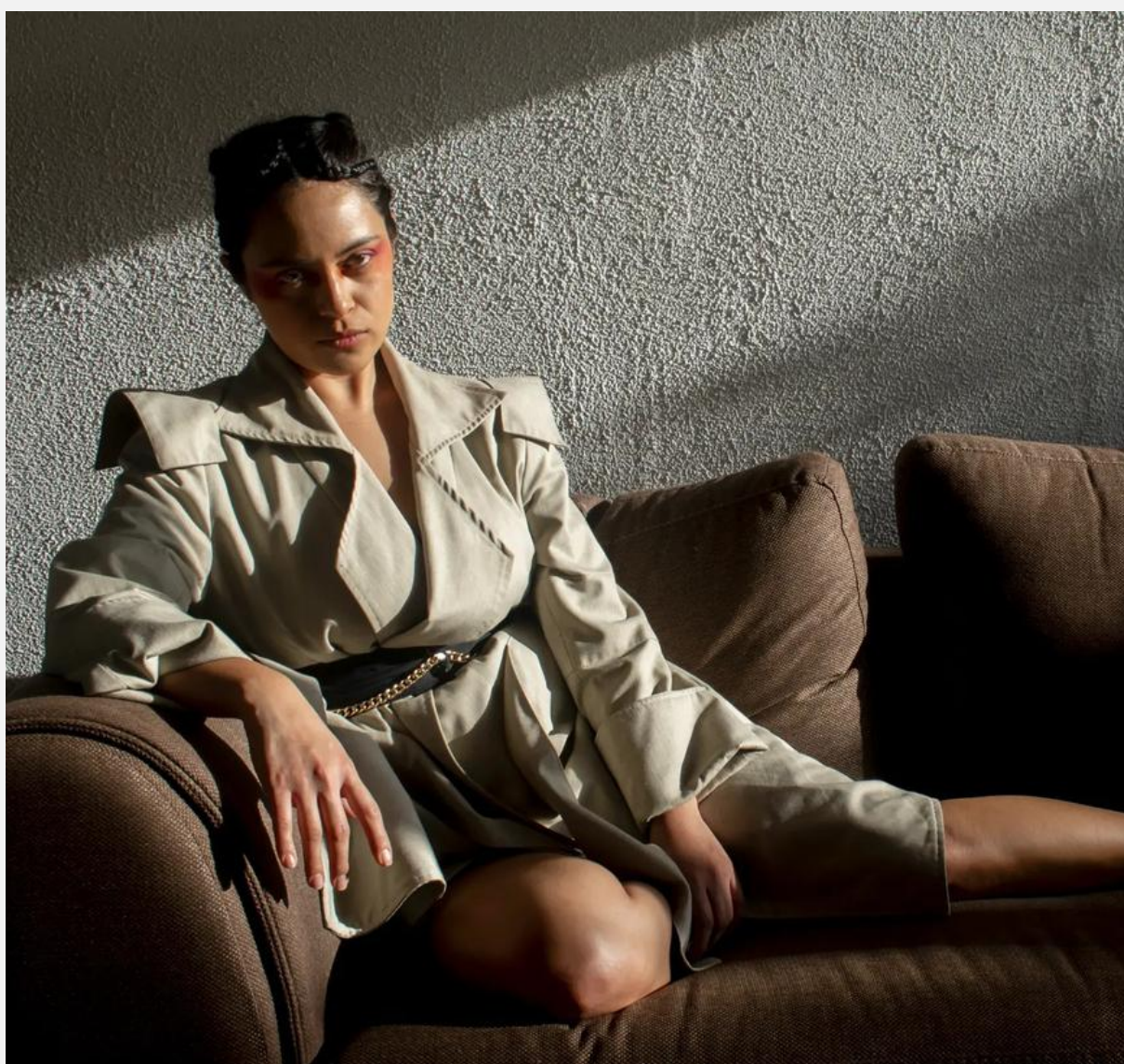
“La curaduría de moda en México comenzó a cobrar fuerza hace apenas unos ocho años. Aunque la CDMX es la segunda ciudad con más museos del mundo, ninguno se especializa en moda. Existen más de diez recintos dedicados al resguardo de indumentaria indígena, pero el museo Franz Mayer es el que más ha invertido en este tipo de selecciones. Esta labor ha tenido una respuesta muy positiva, incitando a los diseñadores locales a plantear una mirada más profunda hacia sus colecciones. Gracias a esto, la sociedad empieza a entender que la industria no es frívola, sino que se extiende a contextos políticos y sociales. Considero que cada exhibición debe ir acompañada de una guía que explique al público, el verdadero trasfondo de lo que está observando”.



Yanis está construyendo, en el presente, la narrativa del acto de restitución identitaria de la moda latinoamericana, ahora que América Latina atraviesa un momento de visibilidad global sin precedentes en términos culturales. El interés extranjero de la mirada está quedando solapado: la región quita los filtros, se reconoce, ubica sus elementos y sus estilismos. Desde la industria mexicana, Yanis (re) significa el folclore como herramienta para las narrativas éticas desde lo pragmático, no solo desde lo simbólico. Una alternativa necesaria y rigurosa: visibilizar los procesos, las comunidades, las condiciones de producción y la memoria. Que una marca con propósito pueda responder, con documentación y producción ética, por cada decisión que toma, desde el diseño hasta la distribución

“Considero que hoy en día lo latino está en su apogeo. Este momento es una oportunidad estratégica para que las marcas regionales se vuelvan visibles y dejen huella. *Hay un talento inmenso y he descubierto propuestas latinoamericanas que realmente están a la altura de cualquier firma global. Con fuerza y con mucha personalidad, Latinoamérica sabe que ahora tiene el micrófono y ha comenzado a usarlo, desde marcas emergentes hasta casas de lujo. Cada vez hay más eventos con estándares internacionales desarrollados en la región y liderados por latinos*”.

“Lo que más me entusiasma de la evolución del diseño en México, es la exploración de nuestras raíces. Más allá de la colaboración artesanal, la sociedad ha comenzado a cuestionar el sistema y a encontrar nuevas corrientes "meximalistas", lo que está despertando un interés genuino por los nuevos diseñadores”.



03

LA TRADICIÓN NO ES ESTÁTICA

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

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

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

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

04

RAÍZ CUADRADA

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

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

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

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

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

05

LA TIERRA ES EL ORIGEN DEL TEXTIL

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

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

Dos colores y texturas narran historias:

Las janas de San Juan Chamula se sumergen durante las anochas en el lago para no perder jamás el negro intenso y brillante. En las falda tejedoras de la zona de Oaxaca el azul que se obtiene de la planta añil se elige, el rojo de las franjas es el rojo de la tierra y representa la fertilidad; el morado que surge al añil al ser tratado con la raíz de la coque y la muerte.

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

06

EN EL VERDADERO LUJO NO HAY OPRESIÓN

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

El verdadero lujo es que al que se usa no se le niega el suficiente de amor. El verdadero lujo es organizar un sistema de trabajo humano y placentero. Nuestra misión de lujo es fomentar el amor: la risa y el amor hacen el bien que proviene de las semillas de las semillas.

No a la manufactura anónima.

No al lucro de la explotación para el enriquecimiento del comercio.

No a que el trabajo de los humanos sea un sacrificio.

No a la explotación humana.

Comencemos que el tiempo para producir sea un tiempo para transformar y transformar el mundo.

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!

¡Que el mundo sea un mundo de amor, comprensión y respeto!



Hay que relatarse para reconocerse y esa es la visión que imparte *Yanis Olivares*: cierra la brecha entre el estudio, la preservación y la significación de las marcas regionales y construye los espacios (físicos e institucionales) donde la moda latinoamericana pueda mirarse a sí misma. Donde una comunidad pueda ver sus técnicas en una vitrina de museo y entender el alto valor que porta, y al mismo tiempo, que unx diseñadorx encuentre su lenguaje, relatado y construido con la comunidad a la que pertenece. La memoria de los pueblos guardada y sostenida en los hilos y el criterio de Yanis mostrando y gestionando sus formas.

“Lo que hoy me mueve no se limita a cómo la gente se viste o a su identidad individual. *Mi propósito en el medio de la moda es visibilizar el engranaje profundo de la industria: todas esas áreas que la construyen y la forjan, pero que suelen quedar fuera del alcance de la vista pública. Considero que la moda, además de ser expresión, es responsabilidad estructural. Una empresa consciente hoy debe responder a su entorno, a la sociedad y a su impacto en el ecosistema. Esto implica transformar los procesos desde la raíz: desde la selección de materiales ecológicos hasta el diseño de sistemas donde la salud mental del colaborador sea la prioridad, con estructuras más humanas, pagos justos y condiciones dignas para los trabajadores de maquila. Esta creación de conciencia se puede ejecutar desde cualquier arista, ya sea en el ámbito de los museos, colaborando con empresas que compartan esta visión o brindando asesorías a marcas emergentes. Mi enfoque es actuar de manera disruptiva dentro de una industria donde impera la guerra de egos. Es ahí, en la coherencia y la ética operativa, donde realmente se marca la diferencia*”. ☺







Un tesoro a blanco y negro: *El otro guion del cine mexicano*

por Juan Ramón Hernández

Fotografías Ricardo Alberto López Martínez

A primera vista el libro me capturó por lo elegante de su diseño a blanco y negro, especialmente por la impecable portada en fondo blanco donde reposa un boceto del vestuarista mexicano Armando Valdés Peza, hecho para el personaje de Nieves (María Félix) en “Una mujer cualquiera”, de la que podemos ver una fotografía en la contraportada, procedente de una de las escenas de la cinta de 1949.

Se trata de **“Vestuario 1931-1981. 50 años de creación en el cine mexicano”**, un libro publicado en el 2024 que recorre a través de 18 ensayos escritos por expertas y expertos el otro guion del cine nacional: *el vestuario*. Cada uno de los expertos hace sus aportaciones necesarias que introducen al lector a un diferente y emocionante viaje al pasado, pues nunca se había publicado un libro de esta clase.

Supe de su existencia a principios del año pasado, cuando aún lo estaban presentando en diversos espacios culturales y académicos, pero no fue hasta mediados del 2025 cuando finalmente lo adquirí, de manos de la misma Elisa Lozano, quien es la coordinadora de esta investigación y autora de la segunda parte del libro.

Es impresionante conocer su amplia trayectoria como historiadora e investigadora del cine mexicano a quien por fortuna pude conocer, aunque sea brevemente y escribió unas bellas palabras en el interior del libro.



Entre las plumas destacadas se encuentra Renato Camarillo Duque (restaurador, curador y conservador textil), Roberto Fiesco (director, escritor y miembro de la asamblea de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas desde 2015), Ana Elena Mallet (curadora de arte, diseño y moda), Arturo Rico (periodista, investigador y conferencista), y Lucy Lara Zavala (editora de moda, conferencista y autora Best Seller), entre otros destacados profesionales.



Me interesó tener este libro por varios motivos, por su estupendo diseño editorial (a cargo de Brenda Rodríguez), pero también porque me intrigaba ver las fotos que encontraría ya que soy un fanático del star system mexicano, y mi sorpresa fue que no solo encontré impresionantes fotos, sino también ilustraciones, volantes y tipografías de los carteles publicitarios). La decisión con más peso fue porque quería tener de primera mano su contenido, pues sabía que era un libro único en su clase y nunca viene mal conocer cosas nuevas.



Empecé a leerlo en desorden, la verdad, y de los primeros textos que elegí fueron el de Roberto Fiesco titulado “El misterio Oppenheim”, y el de “Armando Valdés Peza: Vestuarista de pincel y tijera” de Renato Camarillo Duque. Me quisiera detener en el primero, porque es un texto que rescata a una mujer sumamente interesante, creativa y que no es precisamente mexicana, aunque sí su ascendencia. En general el texto más revelador que encontré.

En él, nos presenta a Lilian Oppenheim, sus hazañas desde su paso por la Texas Stage College For Women en Deaton como diseñadora de vestuario e ilustradora y sus primeros pasos como diseñadora para películas en México donde tuvo su primera oportunidad en “Eva, Adán y el diablo” a la que después le siguieron “La diosa arrodillada” con María Félix como protagonista y otras más.

Me parece sumamente enriquecedora su aportación, comparado con otros que no aportan demasiados datos interesantes más allá de su narrativa bien ejecutada, aunque solo fuera para describir escenas de películas.

De este tipo de textos, destaco por su ingenio narrativo (y por no perderse al escribir en participio pasado) el escrito por Mónica Mendoza Bravo en “Portales cósmicos, de París a las estrellas”, donde habla de la carrera de Esteban Mayo como si fuera una predicción astrológica de su vida, dando un guiño a oficio como astrólogo, una de sus facetas más reconocidas, siendo de los primeros, o quizá el primero en tener un programa en la televisión mexicana.

En las 557 páginas quedan pasmadas entrevistas de primera mano, descripciones del contexto en el que las películas se desarrollaron y datos que configuran ese momento en el que los créditos de algunas películas quedaron lejos de tomarse en serio. Es por eso que este libro se siente como una deuda saldada a esas personas y al trabajo que realizaron, mismo que fue configurando la narrativa que se requería proyectar para completar el lenguaje visual.







En el libro se enlistan afamados diseñadores que además de vestir a las damas más refinadas de México, esparcieron su talento sobre el cine mexicano diseñando para varias películas, tal es el caso de Ramón Valdiosera (*“Tizoc”*, *“Zonga”* y *“El ángel diabólico”*), Henri de Chatillon (*“Trotacalles”*, *“Mujeres que Trabajan”* y otras), Armando Valdés Peza (*“Enamorada”*, *“El monje blanco”*, *“María Candelaria”* y más), Esteban Mayo (*“Los amos de la taquilla”*, *“Claudia y el deseo”* y *“Tres noches de locura”*), Tao Izzo (*“Para siempre amor mío”*, *“Cuando tejen las arañas”* y *“La generala”*).

Toda esa ropa que mostraron en el celuloide dejó para la posteridad su impacto en la cultura visual y de la moda en México, pues en esa época, y todavía hasta la década de los 80, el cine era un medio masivo de donde salían o se reflejaban aspectos de la vida civil que las personas fueron incorporando a su vida bajo un halo de fantasía y aspiración.

Conocer su trabajo fue deslumbrante, pero alejado de lo estimulante que fue toparme con nombres que no sabía que existieron como el tapatío Vicente Álvarez Tostado, que diseñaba para el teatro, el teatro de revista y el cine entre los años treinta y cuarenta, diseñando por primera vez en la película “Mexicanos al grito de Guerra” seguido de “Los tres huastecos”, y “Los Gavilanes”.



Aún más fascinante fue descubrir el papel que tuvieron las mujeres acreditadas, como la misma Oppenheim que además tuvo una breve faceta como actriz. Lo mismo hicieron, pero al inverso, Andrea Palma (tía de la Primera Actriz Diana Bracho) y la cubana Ninon Sevilla en sus respectivos momentos, pues se animaron a participar de alguna forma en la confección del vestuario. En estos dos últimos casos, me parece genial su contribución dada su experiencia proveniente de otras latitudes y culturas impulsadas por el glamur y la grandeza de la pantalla grande.



Textos como el de Gabriela Pulido Llano en “Las rumberas en el cine y sus vestuarios que cantan, bailan y brillan” o el de Arturo Rico en “El desvestuario” me abrieron los ojos a un mundo de la comedia erótica, de las vedettes, las rumberas, los tocados, el sabor caribeño y latino, donde destacan las cubanas Ninon Sevilla, María Antonieta Pons, Amalia Aguilar y mexicanas Saha Montenegro, Lyn May y Rossy Mendoza. Cada una de ellas en sus respectivos años. Considero que Rico hace un hincapié sumamente atinado al tomar con seriedad la figura de la vedette y su vestuario.

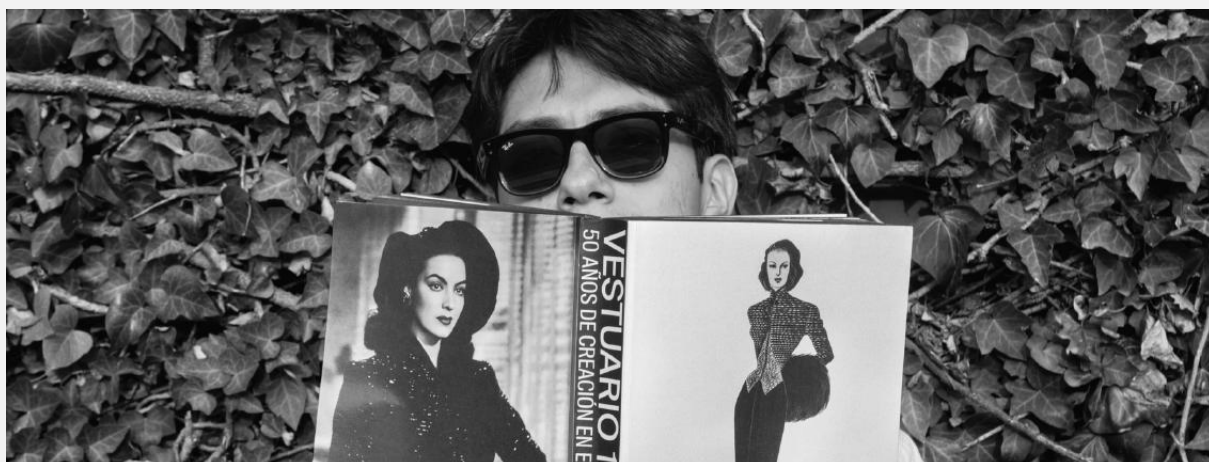
Por ejemplo, uno de los nombres que fue un descubrimiento para mi fue saber de la argentina Zulma Faiad, pues ella transformó el concepto de Vedette en México por sus atrevidos bikinis, plumas, la tanga de triángulo y toda la parafernalia como le llamamos en México que vestía y gran parte correspondía al trabajo de su compatriota Enrique Brown que se recibió como diseñador de la escuela de Bellas Artes de la Universidad de la Plata.



Y como dato extra, fue desde Buenos Aires a finales de los sesenta, que trajeron a México numerosas maletas con todo su vestuario que usaba allá para bailar y que fue un referente para todas las Vedettes en México. Sin duda un capítulo que reivindica a un género que ha sido autocensurado y despreciado por ser vulgar.

“Vestuario 1931-1981. 50 años de creación en el cine mexicano” es un tesoro por ser único en su clase, sin duda ambicioso, pero que por momentos parece que es mucha narrativa sin datos contundentes. No todos, pero hay uno que otro que es más notorio y resulta poco interesante. Sin embargo, esto no le quita el mérito de los otros que reivindican el vestuario en el cine.

Personalmente cambió y profundizó mi percepción de lo que fue crear esa fantasía o realidad en la pantalla mediante el vestuario, no fueron prendas elegidas al azar, igual y no se tenían créditos o no demasiada profesionalización como lo es ahora, pero su compromiso por el oficio se notaba.





Mientras lo leía me resultaba cada vez más ilógico como en una industria que le dio tanta identidad al país, y que lo exportaba a otros países de Latinoamérica en muchos aspectos, el vestuario haya sido olvidado durante tantas décadas. Olvidado claro por la industria, no por sus creadores, pero que con el paso del tiempo cedieron a la implacable pérdida de memoria que solo el tiempo puede lograr.

Y eso es precisamente lo que rescata la aportación de Elisa como investigadora, quizá la parte más robusta del libro, me refiero a la sección de Miscelánea y comercios, donde destaca nombres, locales, y todo el trabajo de los vestuaristas que impactaron en el cine nacional. Es una especie de glosario, que en mi punto de vista es oro molido para futuras investigaciones.

Me resultó inspirador conocer este capítulo de la historia del cine porque me hizo entender que no estamos parados en la nada, pues existen antecedentes documentados que sostienen el trabajo previo para la posteridad y nos dan la seguridad de mostrar lo que una industria como la Moda es capaz de hacer, brindándonos confianza por nuestra labor. Además, claro, que brinda una ventana para conocer el “detrás de cámaras” de las leyendas o incluso mitos del “Cine de oro en México”. 🍷

2







Latinoamérica: *ropa con historia*

por Camila A. Arturi

Fotografías Héctor Villalobos y Getty Images

Portada Flor Alvarado por Asafe, 2025. Estilismo por Cris O.B.



La moda latinoamericana no se circunscribe a una estética única y cerrada. Su verdadera forma de expresión nace de la tierra, su historia y su cultura. Lejos de seguir fórmulas, la región ha logrado imponer su identidad, su narrativa y construir así su propia industria, con carácter, valorando el detalle y el trabajo artesanal. Aquí la ropa no solo viste el cuerpo, va más allá: comunica al resto quiénes somos, de dónde venimos, a donde pertenecemos. La ropa muestra la identidad y la produce, porque vestirse es siempre tomar una postura. No solo se elige la prenda, con ella también se elige cómo posicionarse frente a nuestros valores, creencias y el lugar que habitamos.

La moda es un juego constante entre la imitación y la diferenciación. Con ella indicamos nuestra pertenencia y marcamos nuestra distinción, nuestro sello distintivo, eso único y característico. Al definir nuestro estilo también decimos *éste es el lugar que ocupo, que habito y que quiero seguir ocupando en el mundo*. Y la moda latinoamericana actual entendió que con sus creaciones, está expresando su propio lugar.

Podemos decir, sin generalizar, pero con una óptica territorial transversal, que la estética latinoamericana en la moda se caracteriza por una intensa mezcla de herencia cultural, a través de técnicas artesanales junto a colores intensos. Sus narrativas combinan tradición (con tejidos y bordados, por ejemplo), diseño contemporáneo y sostenibilidad (América Latina tiene una de las industrias con más diseñadores y diseñadoras con esta práctica). Esta estructura estilística, como medio para contar historias, pone su mirada en un suelo, una región, una cultura y apela a la memoria para construirse en el futuro, lejos de cualquier estereotipo que se le pretendió imponer. Para una región tan diversa y con tanta historia, definir una estética única es y resulta imposible.



La historia del mestizaje ha jugado un papel clave en ella. La vida después de la colonización hizo que la fusión de culturas sea inevitable y con ello, no solo las costumbres, sino también la creación de nuevos textiles, la incorporación de colores, la fusión de simbolismos que los nativos, al mismo tiempo, tuvieron que luchar por mantener.

En la época colonial, si bien se dio una fuerte imitación de la moda española entre las élites, debido a la influencia e imposición directa, los pueblos originarios continuaron conservando sus formas tradicionales de vestir a través de la enseñanza de sus técnicas de tejido y bordado a sus descendencias, como un acto más de resistencia cultural. Así, en un mismo territorio, por lo que en cuanto a moda y vestimenta se refiere, el abanico estético se formó amplio, diverso y variado. Con el tiempo, se fueron sucediendo las independencias nacionales y surgieron los movimientos sociales del siglo XX, dándole paso a los estilos propios que reivindicaron lo local frente a la influencia externa. En la modernidad y con la globalización, se han abierto las puertas a las tendencias internacionales y ante la saturación y la falta de representación, se ha avanzado en el fuerte interés por revalorizar las raíces, lo local y lo autóctono para así abrirse al mundo.

Pero esta postura no fue solo ir más allá. Implicó un volver. No solo a las raíces sino a nosotros mismos. Así, diseñadoras y diseñadores actuales exploran aquello que les da su tierra, para crear (y recrear) su identidad y luego plasmarla en sus prendas.



Un componente en común que podemos mencionar de los diseños regionales es el uso del color. Distintivo, que trasgrede combinaciones básicas, y que son, muchas veces, puntos de apoyo para expandir la creatividad. Así también el uso de estampados. Latinoamérica abre su propio camino de esa manera. Tanto el color como los estampados vienen de los elementos del territorio. Geográficamente, América Latina y el Caribe tienen en su superficie formaciones de muchísimos colores, muchísimas variedades de texturas y esa mirada primaria del propio lugar en el que se vive, es lo que le permite a sus diseñadoras y diseñadores indagar en su creatividad y alimentar su inspiración. Con la formación de las sociedades, las costumbres y los simbolismos se combinaron. Así, el uso de elementos religiosos, caras, tótems y figuras de los imaginarios culturales, se fusionan en la actualidad con la intervención del arte gráfico de las grandes ciudades y de sus grandes artistas para armar diseños y estilos nuevos.

En nuestras manos se encuentra el valor y por supuesto lo tenemos que presumir: América Latina tiene, en su historia, grandes maestros artesanos y maestras artesanas que con sus técnicas y sus miradas detallistas, trabajan las piedras y los metales, convirtiéndolos en piezas únicas y longevas. Mucho de estas técnicas derivan en marcas de joyería y diseños de joyería de lujo. El valor de la historia, del legado ancestral, el perfeccionamiento de textiles y la construcción de los detalles hacen del estilo latinoamericano un cúmulo de opciones que representan la identidad pero que también la rearman.





Silvia Tcherassi, colombiana, dice que *"los diseñadores latinos tenemos una aproximación al color y a los materiales que nos hace diferentes. Y esa aproximación es producto de nuestra historia, de nuestra tradición, de nuestra naturaleza. Y definitivamente mis raíces latinas están en el ADN de mi propuesta de moda y de mi marca"*. Una de las diseñadoras latinoamericanas reconocidas a nivel mundial. Su nombre hoy es sinónimo de elegancia y vanguardia. Integra sus influencias arquitectónicas para fusionar lo clásico y lo moderno dentro de lo autóctono y fue una de las primeras diseñadoras latinoamericanas en ser invitada a pasarelas internacionales como Milán, donde elevó el *made in Colombia* como sello de alta calidad. Junto a ella, podemos hablar también del brasileño *Alexander Hercovitch*, reconocido por sus estampas y su estilo moderno y *Oskar Metsavaht*, también brasileño, de la reconocida marca *Osklen*, reconocido por su compromiso con lo ecológico.

No, no podemos olvidarnos de él. El dominicano *Oscar de la Renta*, pionero en ubicar el talento latinoamericano a nivel internacional, marcó la historia al convertirse en el primer latino en diseñar para una casa francesa, en 1993, cuando fue contratado por *Balmain*. Un creador de tendencias líder en el *prêt-à-porter* y vestidos de novia, que supo hacer uso del *glamour* en sus creaciones, vestir a muchas celebridades y primeras damas. Sus boutiques se ubicaron en la mayoría de los países más influyentes del mundo de la moda.



Y desde Venezuela, *Carolina Herrera*, otra diseñadora hito, hoy es una de las referentes de las tendencias actuales, conquistando un exclusivo sector de la moda y la perfumería mundial.



América Latina ha invertido en la construcción de sus propios espacios para la industria. En la década del 90, las *fashion weeks* locales tuvieron sus primeros reconocimientos, tales como el caso de Brasil, en 1995, siendo el primer país con una *fashion week*, y siendo Sao Pablo la primera ciudad elegida. Luego le siguieron Buenos Aires, Lima y Bogotá. Estos eventos promovieron desde sus inicios a nuevos talentos, diseñadores locales y nuevas colecciones y desfiles tanto de Alta Moda como *ready to wear*, con el foco de atención puesto en los grandes exponentes del rubro. Aun así, la integración de la región en la industria global se da a cuenta gotas. Todavía se enfrenta a que sus estructuras estilísticas sean observadas de manera reduccionista por el continente europeo, que aun la encasilla como algo exótico. Latinoamérica debe seguir trabajando en conjunto para lograr posicionarse tanto comercial como productivamente frente al resto del mundo de la moda, desde su propia mirada y los propios estilismos de sus naciones.



Hoy en día uno de los países les más influyentes de la región es Colombia, que está siendo observado por la escena global. Se ha ido abriendo camino por su capacidad de unir su tradición con un exclusivo diseño de alto nivel. Sus diseñadores y diseñadoras se destacan por el uso de técnicas artesanales, siluetas sofisticadas y una fuerte identidad desde lo visual. Concentrada en ciudades como Bogotá y Medellín, su industria genera alianzas y eventos que impulsan la moda local hacia los mercados internacionales, convirtiendo al país en un referente de lujo. Algunos de sus exponentes son *Cubel*, con gran estilo urbano y con fuertes raíces prehispánicas, y *Andrea Landa* con un exclusivo y refinado lujo artesanal.



Otro país clave de la industria regional es México, con una fuerte riqueza simbólica, donde la influencia indígena y la herencia textil le otorgan una narrativa vasta en colores y estilos. Además, su cercanía geográfica a Estados Unidos le permite ser un agente clave de exportación y conexión internacional para marcas locales.

Históricamente, *Ramón Valdiosera* es uno de sus emblemas. Conocido como el padre de la Alta Costura, supo darles un impactante valor a las creaciones indígenas y al legado de sus textiles, incorporando prendas con simbolismos prehispánicos en sus creaciones. Se le atribuye también, el haber posicionado a la moda mexicana en el mercado internacional, logrando llevar sus creaciones a grandes desfiles mundiales. Más importante aun, se le atribuye la creación del *rosa mexicano*, un tono rosa intenso y específico que quedó asociado solo a México. Como pioneros de la moda mexicana, podemos nombrar también a *Armando Valdés Peza* y *Henri de Chatillon*.





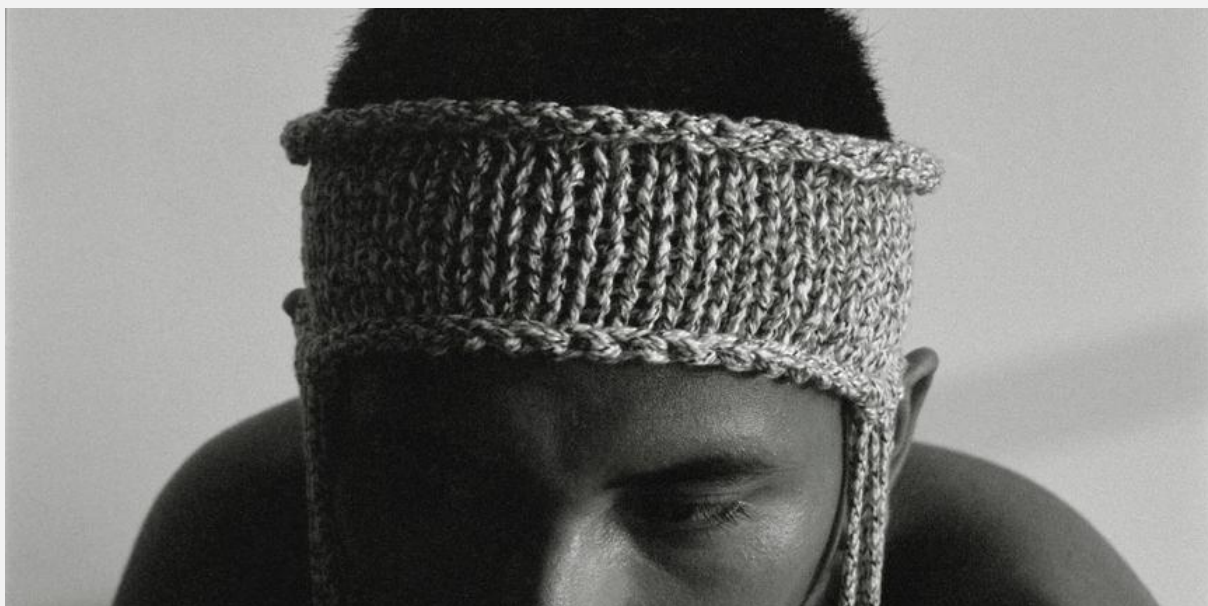
Argentina, por su parte, con Buenos Aires como ciudad epicentro de la moda, es reconocida por su moda de autor. Desarrolló un estilo donde conviven el minimalismo, la experimentación y la moda alternativa, posicionándose como una referencia regional en diseño y expresión personal. Su estética es vital y versátil, su diseño conceptual, artístico y experimental. Mezcla sofisticación urbana, bohemia, elegancia clásica y detalles artesanales. Las marcas argentinas, enfocadas actualmente en incursionar en producción más sustentable, experimentan en el uso de lana y cuero, como textiles territoriales que le ofrecen durabilidad a los diseños. Uno de los diseñadores claves en la escena contemporánea es *Pablo Ramírez*, con un gran estilo minimalista y atemporal que trabaja paletas monocromáticas y siluetas depuradas.

Brasil, en cambio, hace hincapié en la diversidad estilística de la creatividad. Es la industria regional más sólida: cuenta con materia prima y con industria para trabajarla. Además, sus diseños integran una amplia tabla de talles, siendo una de sus improntas y casi el único país que viste a todos los cuerpos de manera accesible en diseño y calidad. El movimiento y el color son sus principales motores y una de las marcas destacadas es *NALIMO*, que mezcla en sus colecciones Alta Moda y cultura amazónica.



Si bien esos países son los más significativos de la industria latinoamericana, Costa Rica ha comenzado a posicionarse como un nuevo foco dentro de la región, con producción local y consciente y diseños que conectan la naturaleza. Los procesos responsables y el enfoque artesanal le están otorgando a Costa Rica una posición clave para lo que el mercado global está considerando como nuevo lujo. También Chile, con marcas como *Loraine Holmes*, está posicionándose, trabajando el denim con diseños eclécticos y técnicas artesanales. En Perú, marcas como *Estrafalarío*, creada por *Valery Zevallos*, que utiliza en sus diseños objetos creados de forma manual, y *Sake*, fundada por *Ana Tafur*, que pregona el proceso lento y la importancia de no ajustarse al convencional calendario de la moda para que el diseño refleje autenticidad y buena calidad, proponen prendas que están en miras de exportación. Directo es el caso de *J. Salinas*, diseñador peruano que presentó sus colecciones en Milán y París Fashion Week.





El mundo de la moda encuentra así en el diseño latinoamericano frescura, vanguardia, propuestas diferenciadas y calidades altas. Las técnicas artesanales otorgan detalles específicos y hacen que las piezas tengan personalidad por sí mismas, que representen sentimientos, historias y formas de ver la vida. Lo ancestral en la moda latinoamericana no solo muestra su esencia sino que funciona como faro para el diseño y la confección de piezas que impacta en el consumo personal y también en la valoración hacia el medio ambiente. El futuro de la moda en Latinoamérica es muy prometedor. Cada vez más comprometido con la región misma como punto de partida y como decisión estética para construir. América Latina está desarmando, de a poco, la mirada extranjera que tan internalizada tiene y está mirándose a sí misma, con sus ojos, y así expandiendo sus diseños y su vestir. *Somos la fusión del ayer y el hoy, el respeto por nuestras manos, por los legados, por lo nuestro y desde ahí, caminamos nuestro propio camino en la moda.* ☺



Revista Sofoco

Edición 01 — Abril 2026

Dirección y Diseño editorial

Jessica Signoretta

Tapa

Reinterpretación de estampas de *Buscapleitos*

Playlist

Curaduría: Hayami2K

© *Revista Sofoco Edición 01* es una publicación independiente y digital de carácter cultural. Las imágenes, los textos y los testimonios de esta edición son únicamente propiedad de sus autoras y autores originales y solo se emplean con fines culturales, críticos, históricos y educativos.

© SOFOCO 2026. Todos los derechos reservados.

sofoco