





CONTENIDO

1 En-poder

2 Eco-lógica

3 Personajes

4 Comunidad

5 Descubre

Director

Luis Enrique Taboada Rojas
(Coordinador Diseño de Modas)

Editora

Stefania Ramírez López
(Docente Escuela de Comunicación y
Gestión de la Información)

Periodistas

Angie Paola Avellaneda Jiménez

Gina Katerin Bojaca Prieto

Kelly Johana Borbón Patiño

Laura Natalia Espitia García

Valentina Felacio Díaz

Camila Andrea García Bustamante

María Paula Gómez González

Dayan Geraldine Gómez Murillo

Manuela Gómez Osorio

Diana Milena Gutiérrez Quevedo

Andrea Camila Marttá Vanegas

Paula Catalina Matallana Gómez

Subdirectora

María Isabel Cortés Cortés (Directora de
Comunicación y Gestión de la Información)

Jefas de redacción

Dennise Gabriela Galeano Quintero

María Fernanda Navarrete Parra

Alejandra Selena Mercado Mendoza

Lizeth Leandra Molina Páez

Daniel Felipe Patiño Salamanca

Laura Camila Pulido Galvis

Daniela del Pilar Rojas Acosta

Fabiana Valentina Ruiz Moncada

Luisa Fernanda Saenz Garavito

Daniela Santana Salamanca

Dana Paola Vallejo Sánchez

Paula Daniela Vargas Fernández

Laura María Riaño Arévalo

Valentina Rincón Rojas

Jefes de diseño

Victoria Eugenia Peters Rada
(Docente Escuela de Diseño)

Leonardo Páez Vanegas
(Director Escuela de Diseño)

Diseñadores

Juan Buitrago Villamizar

Manuella del Pilar Gómez Roldán

Andrey Felipe Leyton Hincapié

Camila A. Romero Reyes

Jefe de fotografía

Jaime Orlando Romero Guaqueta.
(Coordinador área de Fotografía)

Fotógrafos

Miguel Angel Otavo González

Jenny Caveles Arenas

Laura Acuña López

Julián Ríos Hernández

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA
POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO

2019-II

LIKAN es una publicación académica creada
por estudiantes de los programas de Diseño de Modas,
Diseño Gráfico y Medios Audiovisuales
(Énfasis de fotografía).

Alma y Creatividad contando historias

Damos la bienvenida a Likan en este 2019, una edición renovada, creada por jóvenes diseñadores de Bogotá.

El mundo se reconstruye a cada instante dándole un nuevo sentido a las cosas que siempre han estado ahí para nosotros. La moda es un ejemplo vivo de la reinención constante, buscando conceptualizarse de manera diferente en cada oportunidad, explorando entre patrones, colores y texturas que irradian un mensaje positivo de manera radical.

Esta edición gira en torno a ideales que apoyan el cambio y la intrepidez de la sociedad actual a través de cinco secciones, universos que dan paso a un viaje en la que los factores socio-culturales y la moda se unen para generar una mentalidad de cambio, una visión que encarna en historias de vida, transmitidas para brindar experiencias por medio del conocimiento y la percepción de una realidad mucho más creativa.

En – poder revela un panorama lleno de virtudes que busca comunicar un mensaje donde los estereotipos no tienen cabida en el tiempo ni el espacio, en el cual cada persona tiene un valor referencial que se desarrolla dentro del campo de talentos propios sin tener en cuenta lo diferente que pueda ser.

Eco – lógica, es un espacio dedicado a quienes valoran el progreso que tiene el mundo de la moda entorno a la sostenibilidad, los cuales a través de sus acciones generan un pequeño cambio que poco a poco va tomando fuerza para regenerar las virtudes de la tierra. Sabemos que la producción textil es la segunda industria más contaminante en el mundo, por ello, desde Likan deseamos generar consciencia ambiental.

MERAKI



Foto tomada por: Andrey Leyton

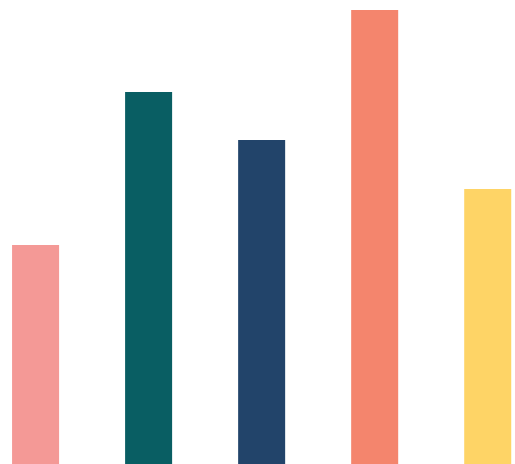
Por su parte la revelación de nuevos talentos que impactan a nivel conceptual, visual e imaginativo en la vida cotidiana de las personas, accede a la influencia que moviliza masas identificadas con cada componente creativo de su ingenio. Personajes que aportan un gran valor a la moda colombiana se destacan por la historia de sus emprendimientos, inspirando a quienes quieran sumergirse en el mercado nacional.

Los movimientos culturales que han marcado al mundo también se encuentran presentes en Likan como sección, comunidad trae de vuelta las influencias que alguna vez cambiaron el pensamiento de muchos. Estilos de vida que han transformado estas culturas llevándolas al siglo XXI, en compañía del toque personal que las caracteriza y las comparte.

Finalmente, un espacio dedicado a quienes decidieron apostar por el mercado nacional, compartir sus creaciones innovadoras e imponer su estilo para quienes buscan salir de lo habitual. Descubre prendas y accesorios fabricados con valentía y convicción, que demuestran su valor diferencial a través del diseño y la calidad de sus productos.

Likan, se define como un porta voz de historias enlazadas a la moda, una oportunidad para quienes deciden emprender el viaje de lo independiente.

Nuevamente damos la bienvenida a este proyecto, una experiencia desafiante y visionaria, creada por un equipo extraordinario donde el campo periodístico, moda, gráfico y fotográfico se unen de la mano de mentores y la Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano, para incentivar un espacio de esparcimiento y educación para todos aquellos que son o quieren ser parte de este universo. Agradecemos la oportunidad de participar en esta edición, un reto más que nos permite conocer de cerca las virtudes de este espacio dedicado a ustedes los lectores.



EN

PODER

KAFTAN
ALEXASINOMAS SE REINVENTA
FANTASÍA SALVAJE
EL DESPERTAR DE UN CONSUMO
CONSCIENTE EN LA MODA



K A F T A N

MODA

GENERALIZADA SIN FRONTERAS DE

GÉNERO

Kaftan, una apuesta de diseño versátil e independiente

Redactado por: Paula Catalina Matallana Gomez, Paula Daniela Vargas Fernandez y Diana Milena Gutierrez Quevedo

En la actualidad es posible encontrar tiendas de ropa especializadas que imponen su presencia, generando movimientos y tendencias alrededor del mundo, abriendo paso a ideales por medio de la reinvencción de la moda, aplicando una mezcla de estilos y conceptos que perduran a lo largo del tiempo, junto con nuevos y modernos, creando diseños únicos, funcionales e innovadores.

Asimismo, algunos creadores le han apostado a incorporar diseños independientes, como es el caso de Kaftan, una marca fundada en el 2001 por la diseñadora de modas Mónica Duque, y el Artista plástico John Ortiz, que desde sus inicios sentaron las bases de su trayectoria al proponer un nueva concepción experimental, donde involucran en el vestuario una serie de atributos que hacen juego con lo estético.



Foto tomada por: @diana_eme_ || Diana Gutiérrez

“DE CREADORES PARA CREADORES”

Los diseños que se encuentran en esta marca van de la mano de ideas como la diversidad, inclusión y conciencia por el medio ambiente. A través de una propuesta atemporal e innovadora, han optado por manejar un género neutro pues, para ellos, este es un concepto bastante restrictivo, posicionándose en el mercado como una opción diferente con un sello de identidad.

Según los fundadores de la marca, parten de sus propias vivencias con la industria a través de 18 años de experiencia para crear la propuesta “de creadores para creadores”, implementando un espacio único, generando así oportunidades para la exhibición de nuevos proyectos desarrollados en colaboración con otros artistas, creando nuevas colecciones conjuntas, donde se muestran piezas llenas de arte y diseño; también proponen una experiencia diferente de compra, ofreciendo una gran variedad de productos en línea.

KAFTAN



Las tiendas de Kaftan poseen un estilo minimalista muy marcado; a primera vista se observa una atmósfera donde el color negro predomina, junto con una exhibición de numerosas prendas de la colección “volver a las raíces, somos mestizos”, la cual se realizó haciendo homenaje al trabajo del artesano y al reconocimiento de las raíces propias de cada cultura, presentando prendas sin género como abrigos, chaquetas y ponchos, con variaciones en diseño y detalles de bordados; estos hechos con materiales textiles, repelentes al agua e ideales para las bajas temperaturas. En el mismo espacio también se encuentra una colaboración con la marca Dr. Martens, presentando su colección de zapatos y botas.

Los tiempos están cambiando y Kaftan no se queda atrás uniéndose al nuevo concepto de ropa sin género, reinventándose a través de la moda inclusiva que escapa de los estereotipos, llegando a quienes no quieren vestir limitados por el universo masculino o femenino, impulsada por épocas en las que la clasificación hombre-mujer es socialmente insuficiente, aspectos que caracteriza a esta marca diferenciadora.

Cuentan con dos puntos de venta físicos ubicados en la ciudad de Bogotá, uno se encuentra en la Cra 7ma # 54a – 18 del barrio Chapinero, y el otro en la Cra 14a # 82 – 26 en la Zona Rosa, con una apertura al público de lunes a sábado de 10:30 am a 7:30 pm.

ASÍ NO MÁS SE REINVENTA

Detrás de una cámara le halla lo atractivo a lo que convencionalmente vemos desagradable, buscando una reinención de lo común

Redactado por: Angie Avellaneda, Laura Riaño, Leandra Molina y Valentina Rincón

Alex Ríos Londoño, un bogotano de treinta y cinco años, conocido por reinventar la forma en la que se entiende la belleza de la fotografía de moda, no siempre estuvo detrás de una cámara. Inicialmente estudió publicidad en la Universidad Central, donde descubrió su gusto por la producción audiovisual, una de las ramas de su carrera que lo encaminarían al mundo de la fotografía.

Después de afrontar una situación complicada que le cambió tanto su forma de ver como de entender el mundo, Alex se refugió detrás de una cámara, aprendiendo a contar historias a través de la fotografía, como una bandera de lucha personal hacia el progreso en una terapia a modo de fuente de vida, creando magia con memoria documental de la historia del mundo en la escena del arte de mano de la cultura.

Alex Así No Más como se hace llamar y se le conoce artísticamente, escoge la fotografía como un estilo de vida, una restauración, un nuevo camino. Decide su nombre por el momento que estaba pasando, buscar un nombre podía ser muy complicado y eligió “así no más” como símbolo de lo que estaba viviendo, sin técnicas, ni historias que ejecutar en el momento que se encontraba, por eso decide adoptar su nombre.

La fotografía que Alex Así No Más quiere transmitir en cada uno de sus conceptos e historias, a través de un conjunto de sentimientos lleno de atributos otorgados a la propuesta visual, la cual pasa por un proceso de selección y edición, hasta llegar al producto final, donde se pueden analizar rasgos distintivos de su estilo fotográfico, trata de comunicar un concepto antiestético que se va más hacia la anti-moda, rompe esquemas sociales, causa controversia entre la belleza universal y la belleza puramente real, transformando así los ineamientos para la construcción de una fotografía de moda. Hace énfasis en el retrato y en el espectáculo con un trasfondo marcado de documental.

Conocer a personas no convencionales en el mundo de la moda lo hace meterse en este camino, donde dejó de lado el canon de belleza euro-centrista, transformando dicha visual en un momento, “cristalizar ese segundo en la historia de una persona bella porque está viva” dijo Alex.





Llegó al mundo de la moda a partir de su entrada a la Escuela Arturo Tejada Cano, como una decisión aleatoria, requería de un título como fotógrafo para poder trabajar formalmente en este medio, en ese momento la escuela inaugura su programa de Fotografía de Moda e Imagen Publicitaria el cual él decide cursar. Lugar donde conoció diferentes personajes y diseñadores que lo influenciaron al momento de encontrar un estilo propio en la fotografía, sintiéndose cómodo con los conceptos de andrógino-transgresores en espacios caóticos y postapocalípticos.

Ha trabajado como artista audiovisual de CARNExperimento dirigido por Jennyfer Caro; asistente de fotografía de múltiples celebridades nacionales e internacionales como Daniel Mordzinski, Spencer Tunick, Simon Bosch, Fabian Acosta, Santiago Tejada, Camilo Espitia, Johny Londoño, entre otros grandes artistas de la escena fotográfica y de la producción audiovisual. Logró ser representado por CafeLiterario.co su fundador & Ceo Alejandro López Conde Alonso; es miembro de la Asociación Colombiana de Fotógrafos y ha sido docente de Fotografía en distintas escuelas en Bogotá.



Además, tiene diez años de experiencia como freelance en el sector audiovisual de la fotografía y video, trabajando con personalidades y grandes marcas en el sector publicitario, marcas afines a la cultura, la música, el arte, moda emergente, la comunidad LGTBI, Farout Art Collective con exposición en Bogotá y con la curaduría de Brigitte Baptiste. a diario es muy fácil decir que todos son fotógrafos, incluso no hace falta tener una cámara profesional para tomar una buena foto, un buen momento. En el momento que Alex decidió tomar la fotografía como una carrera profesional tenía claro y actualmente es consciente de que "Fotógrafos de alta moda, buenos, hay y les he aprendido, pero ese no es mi nicho yo quiero encontrar historias que me ayuden a progresar y ayudar a crecer a otros utilizando esto, como un medio para que la magia se dé".

Sus aspiraciones a futuro son más allá de lo convencional, se ve en Siria o en África haciendo fotografía de guerra pero con otros componentes, espera seguir creciendo, evolucionando, tener una historia escrita, poder ser recordado y que cuando se muera "poder ser un pretexto para que la gente no haga lo mismo de siempre, por que lo mismo de siempre lo hace todo el mundo, cuando en realidad cada segundo podemos hacer la diferencia".





Foto tomada por: @ Il Camilo Cardozo Perdomo

FANTASÍA

SALVAJE, ARMADA Y EMPODERADA

Redactado por: Andrea Camila Marttá Vanegas y Fabiana Valentina Ruiz Moncada

Alejandro Otero, más conocido como Fantasia Salvaje, es un joven de 20 años, estudiante de Mercadeo en la Universidad EAN y maquillador de moda, que sin duda tiene una personalidad arrolladora, pues su personaje muestra algunos de sus ideales en cuanto a nuevas estéticas y formas de romper con los estereotipos impuestos por la sociedad.

Fantasia Salvaje es un personaje que habla sobre el feminismo teniendo en cuenta todas las diversidades posibles, como la defensa de la figura femenina en todos los cuerpos; esto lo expresa con la figura de una muñeca sexual, la cual tiene como objetivo demostrar que la mujer no es un objeto sexual. Bajo este concepto, Fantasia Salvaje hace una denuncia social comunicando que a lo largo de la historia, e incluso en la actualidad, a la mujer no se le permite ser sujeto, por lo que este personaje viene siendo un objeto que se convierte en sujeto, es una muñeca sexual que interactúa y demuestra una actitud fuerte y arrolladora.

**De pequeño
no lo dejaban jugar
con muñecas, así que
se convirtió en una**

Una característica peculiar que posee, y que es bastante transgresora, es el hecho de que muestra la cara de una mujer empoderada, con rasgos faciales femeninos y maquillada en exceso, pero por otra parte, exhibe sus genitales masculinos, de esta forma da a entender que la genitalidad es independiente del sexo.

Sus inicios como Drag no surgieron de referentes estadounidenses como muchos pensarían, por el contrario, su fuente de inspiración la encontró cuando visitó Argentina, la cual ya tenía una escena desarrollada en este ámbito; allí conoció varias Drags, su trabajo, su relación con el tema del género, cómo se involucran con la moda y lo más importante, el cómo se expresan de una manera artística.

Este movimiento empezó en la marcha del orgullo gay del 2018, desde allí descubrió su inspiración, su razón de ser para crecer como persona y para que su trabajo sea llevado a cualquier nivel.

Una de las razones que más lo marcó e impulsó a no dejar este sueño a un lado fue cuando un taxista intentó abusar de él cuando interpretaba a su personaje; comenta que fue una experiencia compleja de asimilar, él consideraba que era una persona que tenía con ciertos privilegios frente a la sociedad al no contar con un género definido, por esta razón no sabía lo que era ser acosado sexualmente hasta ese momento tan caótico. Desde ese momento supo que no defiende sólo a la mujer sino también a la figura femenina, pues sabe que en la sociedad esta figura es percibida como vulnerable, eso es lo que Fantasía Salvaje busca defender, ese ideal feminista.

Con respecto al Drag Queen en Colombia, dice que la escena está un poco vacía, puesto que es bastante simple en el mundo comercial, en pocas palabras, se queda en lo mismo, mas reconoce que su perspectiva es diferente por lo aprendido en Argentina. Sin embargo, es importante aclarar que algo relevante de su personaje es que tiene más influencias de culturas, que de lugares.

A pesar de considerar que su personaje artístico es totalmente diferente al mismo Alejandro, también piensa que este hace parte importante de lo que es él, pues hace poco descubrió que pertenece al género no binario, es decir, no se identifica con ninguno de los dos géneros, sino que lo ve en un rango más extenso y esto le permite desenvolverse de mejor forma siendo parte del Drag Queen.

Para sus padres ha sido un tema complicado de tratar, por el lado de su madre, aunque al comienzo le generaba incomodidad y no lo entendía muy bien, hoy en día es un tema de inclusión y respeto, lo apoya y muestra interés por lo que Alejandro realiza con su personaje; por el contrario, con su padre es un poco más complejo pues ha sido difícil de aceptar la situación, por lo que no se habla del tema. A pesar de ello, no es algo que le impida hacerlo o que lo aflija, pues ha sido una iniciativa totalmente propia.

Sin llegar a imaginar el concepto político y la intención de lo que busca transmitir, para Fantasía es claro que ha mejorado el ambiente de aceptación para los Drags, pues reconoce que, para la mayoría de personas, este movimiento ya hace parte de un trabajo que necesita cierto grado de dedicación y esfuerzo, esto lo motiva a seguir desafiando sin temor todos los estereotipos con su personaje.



Foto tomada por: @jsb.photographer // Juliana Salazar

EL DESPERTAR

DE UN CONSUMO CONSCIENTE

EN LA MODA

Redactado por: Kelly Borbón, Alejandra Mercado y Dana Vallejo

El movimiento Fast Fashion, comprar más usar menos, ha llevado a la industria textil a ser una de las más contaminantes del planeta

La diseñadora de modas y empresaria Beatriz Camacho, es conocida por ser una de las principales exponentes de la moda colombiana. Dedicada a la creación de prendas femeninas, vestidos sobre medida y accesorios por casi 30 años, ha llegado a participar en los eventos más importantes del país como Colombiamoda, Cali Exposhow y Plataforma K, además de pasarelas internacionales en México, Estados Unidos y Europa, haciendo parte en dos ocasiones en la Semana de la Moda en Milán.

Ganadora de dos Premios Cromos de la Moda como mejor diseñadora, su enfoque siempre ha estado dirigido a la sostenibilidad, prevaleciendo el objetivo de concientizar al consumidor sobre el impacto que la industria tiene sobre el medio ambiente, despertando un sentimiento de amor hacia la naturaleza; por lo cual, sus colecciones se caracterizan por tener alta influencia del mar en los diseños.

Beatriz Camacho opta por no siempre colocarle nombre a sus colecciones, pues siempre inicia con una idea y termina siendo otra totalmente diferente.

La moda ha sufrido a través del consumismo, lo que genera toneladas de basura, haciendo que la gente pierda el sentido de la calidad y la conciencia ambiental. Y es por ello que la diseñadora va en contra del tipo de prendas elaboradas en telas que no sean biodegradables como lo es el poliéster, fibra sintética a base de petróleo, un recurso no renovable que consume mucho carbono, pues se utilizan más de 70 millones de barriles de petróleo para fabricar poliéster cada año, lo cual no es biodegradable, permaneciendo en el ecosistema, incluso cuando finalmente se rompa, se cree que las prendas sintéticas son la mayor fuente de contaminación en los océanos y/o ríos.

“todo a su paso va evolucionando, pero siempre el objetivo central será despertar un consumo consciente” afirma Beatriz, “lo cual es un proceso difícil para la sociedad ya que las personas esperan cada temporada comprar cosas nuevas y cambiar constantemente”.



Foto tomada de: @beatrizcamacho3 | Beatriz Camacho



En la mayoría de sus colecciones Beatriz implementa una seda natural, que es una gran contribución con el medio ambiente pues es una fibra biodegradable; junto a ello, su fabricación reduce el uso y gasto de recursos vitales. El proceso de extracción de la seda es manual, y su transformado textil se realiza artesanalmente, pues su fabricación inicia con el cultivo del gusano de seda, extracción, secado, guisado, teñido, trenzado y finalmente tejido.

En cuanto a la creación de las prendas, Beatriz se enfoca en *diseños atemporales*, donde se permita la reutilización por varios años de las mismas y que diferentes generaciones de mujeres puedan usarlas; además de esto, la alta calidad de sus productos permite que sean duraderos, puesto que para ella es un principio primordial e importante que las costuras sean resistentes.

La diseñadora, después de tantos años de trabajo en el ámbito de la moda, nunca se ha sentido tentada a entrar en el fenómeno de la ropa desechable “*Fast Fashion*”, por el contrario, siempre se ha encontrado enfocada en conquistar al público con prendas únicas que sean atemporales, duraderas y amigables con el planeta.



Invita a los diseñadores y consumidores a que comiencen a actuar positivamente por el planeta, aplicando prácticas sostenibles, creando nuevas alternativas que ayuden a la industria de la moda, valorando el trabajo por su significado, mensaje e historia que existe en cada atuendo, dejando a un lado la moda pasajera, la cual dura una temporada y luego pasa al olvido.

Actualmente su fábrica principal queda en la Carrera 60 #66 - 77 en la ciudad de Barranquilla, Colombia. Además, cuenta con diferentes tiendas en Cartagena, Medellín y Bogotá, esta última se encuentra ubicada en la Av. 82 #12-22.



The background of the image is a dense, textured field of small, green, serrated leaves, likely a type of herb. The leaves are packed closely together, creating a rich, organic pattern. In the bottom right corner, there is a dark, circular object, possibly a piece of fabric or a small container, which is partially obscured by the leaves. The overall color palette is dominated by various shades of green, from light to dark, with the white text providing a high-contrast element.

ECO

ROPA DE SEGUNDA
KUKUPU
LAURA TEXTILES
CÍCLICO

LÓGICA

ROPA DE SEGUNDA MANO

UNA TENDENCIA CON FUERZA

Disminuir el impacto ambiental de la industria textil es posible, usando prendas económicas, auténticas y de calidad.

Redactado por: Valentina Felacio Díaz, Dayan Geraldine Gómez Murillo y Manuela Gómez Osorio

Jonathan Carreazos Bustos, también conocido como **“Pelo Rucho”**, es un joven de 23 años, oriundo de Cartagena, no es un diseñador de profesión, sin embargo, es un apasionado por la moda, sobre todo por las prendas de segunda mano. Desde hace dos años eligió tener este estilo de vida, tiempo que ha invertido en su marca **“De-secho Útil”**; es una propuesta de slow fashion que va más allá de vender ropa, pues pretende crear styling, vestuario para modelos y artistas, basado en prendas usadas seleccionadas por él para darle un valor agregado.

Este movimiento ha sido un proceso de transformación muy grande para él, pues inicialmente quiso comprar en tiendas de ropa usada buscando algo en específico, mas cuando quiso investigar todo sobre la ropa de segunda mano, descubrió cómo esto podía ayudar a mitigar el impacto ambiental, lo cual cambió su vida, pues decidió consumir de manera responsable la ropa que utiliza.

Los beneficios de obtener ropa de segunda mano no solo se limitan al cuidado del medioambiente, sino que también contribuyen a la moda y al estilo personal, pues en lugar de comprar ropa en tiendas de fast fashion donde habrá muchas personas con el mismo diseño, al adquirir prendas usadas garantiza, en varias ocasiones, tener piezas únicas.

“Pelo Rucho” afirma que, aunque las personas cada vez están aprendiendo un poco más y están tomando consciencia, aún hay mucho tabú sobre este tema, pues muchos piensan que en las tiendas de segunda se encuentran prendas sucias o que tienen malas energías. Para él es simplemente cuestión de educación y de informar a las personas sobre esto, pues cuando las personas se instruyen sobre esto, es más fácil derribar ese tipo de pensamientos negativos.

¿Cuál es la diferencia entre fast fashion y moda sostenible?

FAST FASHION

Predomina la cantidad de producción, la cual ignora las consecuencias económicas y ambientales

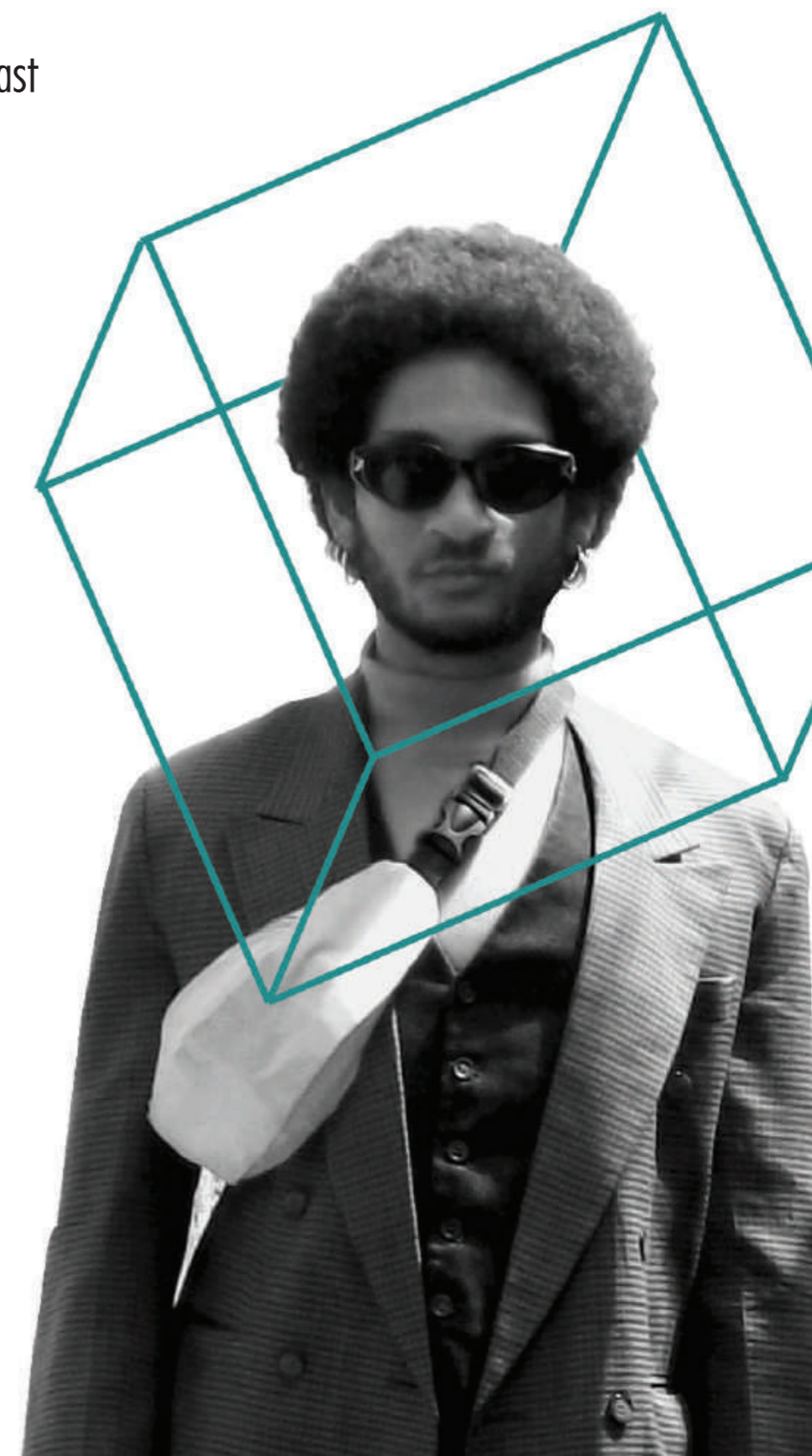
MODA SOSTENIBLE

Anteponer la calidad, teniendo como prioridad el equilibrio que se debe tener entre economía, ecología y responsabilidad social.

Actualmente existen varias maneras de aportar a este movimiento, una de ellas puede ser adquirir ropa de segunda, pues es un buen camino para favorecer la reducción de la contaminación. Además, obtener atuendos 100% sostenibles, garantiza menos desechos y mejores condiciones para los creadores de estas contribuyendo, al mismo tiempo, con la economía circular.

Más allá de una tendencia, en los últimos años la sociedad se ha venido concientizando de la problemática ambiental, creando de esta manera la moda sostenible o slow fashion. Este movimiento, además de tener grandes beneficios, más que reducir sus bienes económicos, se caracteriza por el cuidado del medio ambiente.

Foto tomada por: @geral_gm14 Il Dayan Gómez





TIPS

PARA AMANTES DE LA MODA SOSTENIBLE

-Por Pelo Rucho

1. Hay que buscar por todos lados con PACIENCIA, pues en ocasiones ese tesoro que las personas buscan no está a la vuelta de la esquina.
2. Es importante que los consumidores tengan una CONVERSACIÓN AMENA con la persona a la cual le van a comprar, ya que esto va a permitir al final tengan más descuento o que sea más fácil la interacción con ella.
3. Que los clientes compren cosas que realmente consideren que vayan a funcionar, que estén encaminadas con lo que cada persona tiene en el closet, que sepan con qué pueden combinarlo, pues así será mayor el valor que se le da a la prenda; además, las formas en que se utilizan están prendas tendrán más variedad, "porque de nada sirve comprar ropa para tenerla guardada"

Sin duda, la moda sostenible aún tiene un largo camino que recorrer, no solo en la búsqueda de tejidos e insumos más naturales, libres de productos tóxicos, sino también en la creación de un comercio justo y una conciencia real sobre el reciclaje.



KUKUPU



MODA
CON
SENTIDO

Esta marca busca concientizar a las personas sobre el impacto ambiental que tiene la industria textil

Redactado por: Andrea Camila Marttá Vanegas y Fabiana Valentina Ruiz Moncada

Kukupu es una comunidad que incentiva la moda sostenible, el mercado de segunda mano y el consumo responsable; a cargo de este proyecto se encuentra Ángela Sarmiento, una bogotana que le apuesta a la confección de prendas conscientes con el planeta, cuyo propósito es propiciar espacios para enviar un mensaje de cambio y transformación.

El nombre de la marca significa “mariposa” en idioma sudanés, el cual empezó siendo un blog, donde hablaba de los efectos negativos que conllevan la industria textil, después de eso se convirtió en un proyecto que se encuentra vigente hasta el día de hoy.

Ángela ha creado y participado en diversos eventos tales como, cursos de moda circular y de reparación, el primer hackathon de moda sostenible en Colombia, ferias de trueques y confección de prendas con residual textil. El evento más reciente en el que participó fue el Open San Felipe, que es considerado el distrito artístico de la ciudad de Bogotá, en ésta última edición se realizó un desfile de moda sostenible para mostrar sus propuestas al público.

Lo que caracteriza principalmente a la marca es que los procesos que manejan se centran en hacer recuperación textil de algunas de las prendas que llevan de trueques, donaciones o retazos, a partir de estos intervienen y crean nuevas prendas.



De igual forma, Kukupu es una vitrina para marcas que están haciendo producción limpia con fibras naturales, tintes orgánicos y residual textil; cada una de estas marcas tiene un sello diferencial que al mismo tiempo es amigable con el medio ambiente, la mayoría se distinguen porque manejan prendas atemporales, con patronaje Zero, técnicas de bordado y estampado en prendas y accesorios, hechos a partir de retazos o artículos de bisutería y joyería en desuso; cabe señalar que gran parte de estos productos son elaborados por mujeres que son discriminadas de alguna forma, pues no se les reconocen sus valores o capacidades, o también por ser madres cabezas de familia.

El tipo de prendas que maneja cada marca es muy diverso, puesto que van desde ruanas en algodón orgánico hasta camisetas con tintes naturales y kimonos hechos a partir de residual textil.

A parte de brindar el espacio de marcas anteriormente mencionado, cuenta igualmente con uno de segunda mano, cuya intención es alargar el ciclo de vida de las prendas y evitar su desecho prematuro. Por último, se encuentra el trueque. Ésta es una dinámica, que consiste en llevar máximo cinco prendas, por cada una te dan una ficha y esta se puede canjear por lo que quieran en el espacio que siempre está habilitado de trueque o en cualquiera de los eventos que realiza Kukupu.

De acuerdo con Ángela “la idea de hacer el trueque es enseñarles a las personas el desapego hacia lo material y lograr darles un uso o propósito a aquellas prendas que tenemos guardadas desde hace tiempo, también quitarles el valor sentimental o económico, es decir, tú puedes traer una camisa y te llevas una chaqueta”.

Fotos tomadas por:
@valenruizm // Valentina Ruiz



El concepto de “moda con sentido” va más de allá de que cuente con un propósito, pues si tú te pones ropa de segunda mano, o alguna prenda que esté hecha con algodón orgánico, tintes naturales, entre otros; significa que estás siendo consciente de lo que te pones y esto se ve reflejado en lo que la marca quiere resaltar. Es por esto que para Kukupu es evidente el impacto que causa la moda, no solo con el medio ambiente, sino también en el ámbito social.

En definitiva, el hecho de involucrarse con moda sostenible busca generar una transformación en la forma en que la sociedad está consumiendo moda actualmente, de igual manera hace una invitación a ser más respetuoso con el medio ambiente, a buscar el bien común y a entender que hoy por hoy estamos atravesando por una transición en el mundo en la que tratamos de consumir y producir de una manera diferente.



RESPONSABILIDAD

CALIDAD Y ESTILO

RESPONSABILIDAD

EN LA INDUSTRIA TEXTIL

Redactado por Kelly Borbón, Alejandra Mercado y Dana Vallejo

Las personas dejan de percibir la moda de forma superficial y banal, para así apreciar la historia que cada prenda tiene para contar.

Laura Áñez, Diseñadora Industrial enfocada en el Diseño Textil de la Universidad de los Andes, se ha encargado de darle otra cara al mundo de la moda, centrándose en el trabajo manual y creando diseños a base de fibras naturales que se caracterizan por ser atemporales, versátiles y funcionales.

En el 2013 viajó a Montreal para tomar distintos cursos de creación textil, donde aprendió la técnica de tejido de punto en máquina manual, aspecto que, al regresar a Colombia en el 2015, decidió aprovechar para consolidar su marca "Laura Áñez Textiles", con el objetivo de crear piezas únicas y tejidas artesanalmente; sus productos se encuentran basados en conceptos de diseño sostenible y economía circular, minimizando el impacto en el medio ambiente durante las etapas de producción.

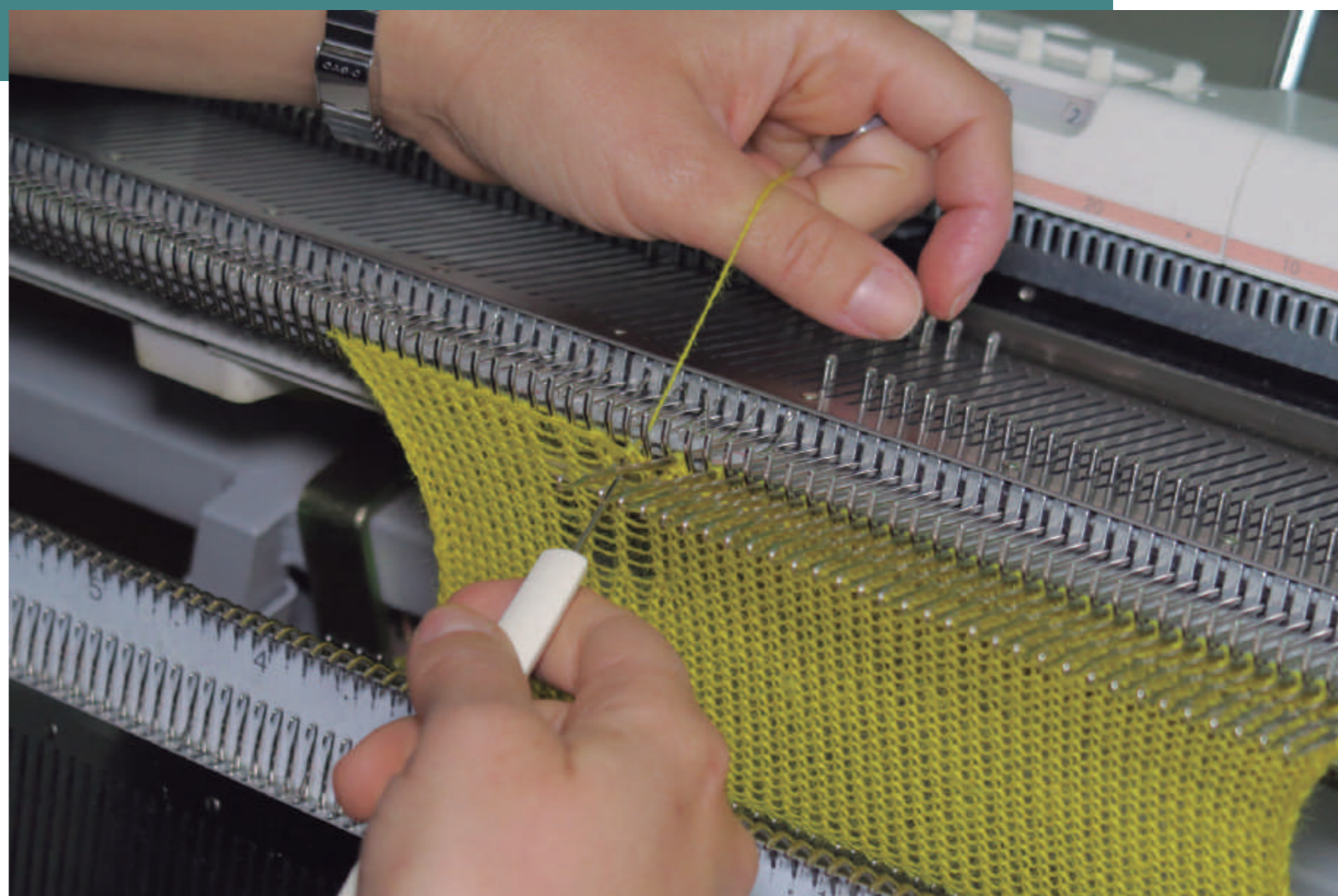
Fotos tomadas de:
@textileslauraanez II
Laura Áñez



El desarrollo creativo, de elección y fabricación de su marca, inició al descubrir nuevas fibras naturales que se adapten a las necesidades de cada prenda y/o accesorio, proceso que llevó un largo tiempo de investigación y búsqueda de materiales.

Empezó explorando en Colombia, pero fue complejo ya que el mercado era muy reducido y no había muchas opciones, lo cual la hizo mirar hacia nuevos horizontes descubriendo fibras a nivel de Latinoamérica, encontrando la alpaca, el mamífero de pelo rizado, muy largo y fino; su pelaje es utilizado para crear fibras textiles con conciencia, esto es hecho por una corporación de campesinos bolivianos, convirtiéndose esta en su materia prima principal, sin dejar atrás la posibilidad de combinar la anterior mencionada con algodón orgánico peruano y seda que es hecha por campesinos en Colombia.

Estos materiales naturales aportan tanto las propiedades básicas de los mismos como el brillo, ligereza y sutileza, al igual que los componentes ya finales en las prendas, como la suavidad, durabilidad y finura.





El proceso de fabricación inicia con la elaboración de los moldes digitalmente y los gráficos, patrones de diseño, de las prendas mediante un software, que luego es convertido en puntos, como pequeños pixeles, que permiten guiar a las personas encargadas del tejido, de cómo y qué diseño se llevará a cabo en la prenda a confeccionar.

Una vez aprobado, se procede con la elaboración de la totalidad del producto, uno a uno de manera manual, combinando algunas técnicas en máquinas de telar donde la materia prima principal es el hilo en cono de alpaca y en algunas ocasiones combinado con seda o algodón.

Este proceso se lleva a cabo en primera medida por mujeres quienes tienen la destreza de manipular tejidos de excelente calidad y acorde a los principios de la marca, destacando siempre el producto artesanal.

A pesar de que la marca se ha enfrentado a muchas dificultades en el mercado mantiene su política social, ambiental y de valores, sensibilizando a sus clientes sobre el consumo responsable, estimando el trabajo manual, apreciando el valor agregado en cada prenda, brindando buena calidad en sus materias primas y haciendo que sea un producto que dure para toda la vida.

El mundo de la moda es conocido por el gran impacto negativo que tiene sobre el medio ambiente, pero iniciativas como esta crean compromiso en el consumidor, promoviendo conciencia y responsabilidad con el entorno, “entre más apoyemos marcas conscientes, obligamos a las otras a tener prácticas responsables” afirma Laura, pero teniendo en cuenta que para lograr un cambio en las grandes empresas se debe comenzar por el consumidor.

Laura Áñez Textiles ofrece sus productos en la Casa de Creadores Discrepante, ubicado en la Calle 85 #12 -89, de lunes a sábado, entre las 11:00a.m. hasta las 8:00 p.m.

EL RETO DE GENERAR UN IMPACTO SOSTENIBLE

La industria textil siempre ha tenido un efecto negativo en el medio ambiente, pero existe una solución que implica residuos textiles y botellas PET

Redactado por Kelly Borbón, Alejandra Mercado y Dana Vallejo

Cíclico es una marca comprometida con el planeta, pues es consciente del daño que el mundo de la moda ocasiona, por tal motivo, brinda al público, tanto a empresas, como eventos y marcas, productos ecológicos personalizados y 100% reciclados.

La decisión fue tomada después de haber trabajado en el mundo del retail, donde pudieron percibir el desperdicio que genera la tendencia del Fast Fashion; fue en dicho momento en el que comenzaron a cuestionarse si era posible volver a darle vida útil a todos los textiles que ya no eran apreciados por el consumidor, encontrando así un método amigable con el medio ambiente.

Todos los procesos derivados de la cadena de producción de Cíclico son basados en el ahorro, conservación y cuidado del ambiente, esto por medio de la transformación de materias primas reutilizadas, el cual consiste en la recolección de botellas de plástico PET y los retazos sobrantes de las mesas de corte, elementos considerados desechos en la industria textil.

Fotos tomadas por: @ciclicol Il Cíclico

Sin embargo, Cíclico lo ve como una oportunidad de fabricación, donde luego los retazos textiles son clasificados por colores, buscando que el uso de agua y químicos se vea reducido o incluso sea nulo omitiendo la fase de tinturado, haciendo que realmente se aprecie el producto final por el tono generado del retal y a su vez por la reducción de sustancias contaminantes.

Tampoco sólo fabrica las telas como materia prima, si no también le da una utilidad a las mismas por medio de líneas de ropa y algunos accesorios. Dentro de su amplio catálogo de diseño se pueden apreciar tulas en las que por cada

una se reciclan cuatro botellas de plástico y 150 gramos de retales de confección.

Esto los llevó a tener grandes resultados positivos durante el año 2018 entre las cuales se resalta el reciclaje de 6.256 botellas de plástico y 275 kilogramos de sobrantes de telas, reduciendo en gran magnitud el deterioro ambiental.

Esta marca cuenta con colaboraciones de VICI MARE, ya que entienden la responsabilidad de concientizar sobre proteger el planeta, así que las prendas están elaboradas con Nylon ecológico, con la finalidad de reducir el impacto ambiental de la industria textil.





Decidieron utilizar telas de la marca ECONYL con el objetivo de brindar la mejor calidad posible sin dejar a un lado los efectos climáticos que este tiene. Estas telas son fabricadas con el nylon de la pesca encontrado en el mar, ayudando así a combatir el problema de polución y contaminación de los océanos.



El apoyo a iniciativas como estas que le apuestan al cambio y a la reconstrucción del entorno climático, son fundamentales ya que se abre la puerta a nuevos mercados, creando compromiso en las personas con la naturaleza y así promoviendo un pensamiento donde la ropa que se usa y sus accesorios no sólo luzcan bien sino también estén ayudando a una causa e impulsando un mensaje.



En Bogotá calle 82 #14A -17 se encuentra ubicada una oficina de muestras de diferentes textiles que manejan con el proceso anteriormente mencionado; se debe agendar cita previa 3188710983.

PERSONAJES

DANIELA DURÁN
ANA BARRAGÁN
FABIÁN RODRIGUEZ





DANIELA DURÁN

UNA MUJER QUE EMPRENDE EN LA MODA COLOMBIANA

Redactado por Paula Daniela Vargas, Paula Catalina Matallana y Diana Milena Gutiérrez

Fundadora de la marca DURH habla de su trayectoria en la industria

El emprendimiento en Colombia ha venido transformándose, sin embargo, para las mujeres asumir este reto no ha sido una tarea fácil, el hecho de tomar riesgos, lanzarse al mercado desarrollando una idea de negocio o materializar un sueño es complejo, no basta con tener una visión clara del detalle o un enfoque en el diseño, sino también son necesarias las técnicas propias que se utilizan para comercializar productos o creaciones, además es preciso conocer e ir más allá de lo que es la indumentaria a través de la reinención en la moda.

Daniela Durán es una mujer de 26 años que nació en Maicao, un pequeño pueblo de la Guajira en Colombia, que decidió superar sus miedos para lanzar su marca al mercado y poder emprender. Ella se considera extrovertida, amante de la moda, el color y el brillo, además se define como creativa, aventurera e innovadora, quien dedica la mayor parte de su tiempo al trabajo y a la familia.

BARBO

Sus primeros acercamientos con la moda empezaron al cursar segundo de primaria, donde dibujó a su mamá con un vestido, su profesora al ver lo que había hecho le comentó que tenía talento para el diseño, desde ahí encontró su vocación y su pasión. Fue ese tipo de momentos que guiaron sus pasos para elegir el diseño de moda como su carrera y profesión.

Inició su formación académica en el Arturo Tejada Cano, Escuela de Diseño & Mercadeo, la cual finalizó en el año 2013; posteriormente ingresó al Instituto Europeo de Diseño donde realizó un curso en Product Manager en el 2014, lo que la impulsó a lanzar su marca, DURH; finalmente, se graduó de la Institución Universitaria Politécnica Grancolombiano como profesional en diseño de moda en el año 2015.

DURH proviene de una idea que se originó cuando estaba en el colegio, enfocada desde entonces inició con la combinación de sus apellidos "Duran Hernández", para darle identidad a su proyecto. Actualmente la marca esta asociada con los términos «esfuerzo», «pasión» y «dedicación», ideales que representa a partir de parámetros que vive en su día a día como diseñadora, para ella esta es la clave del éxito.

Ha participado en tres oportunidades en la Semana de la Moda en Barranquilla en los años 2014, 2015 y 2017; además su marca estuvo presente en Colombiamoda y en la Feria Atelier.

Lo que encuentra atractivo en su profesión es la capacidad de contar historias, se inspira especialmente en los viajes que ha realizado; asimismo, cuenta que en cada colección se materializan las anécdotas de algún viaje que emprendió y también de lo que quiere transmitir. Por medio de DURH busca reflejar una mujer con elegancia y clase, sin dejar de lado el estilo casual chic.

Para Daniela la moda es cíclica, por eso el termino **reinención**, es decir, todo vuelve con toques temporales, con el fin de encontrar la relación entre pasado y presente; por medio de su trabajo asume este papel, reinventa a través de sus colecciones. Recuerda una colección en especial que se llamó "**Do It**" cuyo punto de inspiración fueron los años 70's, donde usó detalles de esta época, como mangas grandes, cuadros, apliques simétricos y colores neutros.

Relata que el mayor impacto que tienen como marca es devolverle a la mujer esa seguridad al momento de vestir, tienen clientes de todas las tallas y realizan prendas que se adaptan a todo tipo de cuerpo. En muchas ocasiones, las grandes marcas ofrecen productos que vienen limitados por tallas o proporciones, lo que DURH ofrece es personalización, ayudar a encontrar las prendas que se acomoden a cualquier persona.



Concluye hablando de su experiencia frente a la situación actual del país

“es complicado ser empresaria, en realidad hay que trabajar muchísimo, ser muy fuerte para avanzar, no es lo mismo crear moda que seguir moda, hay una gran diferencia entre el pensar y el hacer, sin embargo, por más difícil que sea el camino debemos entender que las recompensas serán mayores”.

Para ella este no es un camino fácil al ser una industria tan competitiva, pero de algo si está segura y es que este recorrido es divertido, puesto que el sector moda es por naturaleza emprendedor, especialmente por las oportunidades constantes de crecer, igualmente de ir reinventando la moda, manteniendo la esencia propia de una marca, para que así sea duradera, exitosa y reconocida en el mercado nacional e internacional.

DURH se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá, en la localidad de Suba, específicamente en la Calle 122 No. 45ª – 65.

MÁSCARAS, UN ELEMENTO TRANSFORMADOR DE LA IDENTIDAD

Redactado por Camila Pulido, Daniel Patiño y Camila García.

Accesorios de moda a partir de la experimentación de técnicas

Ana Barragán, diseñadora industrial y creadora de Ana Barragán Design, da vida a su marca en el 2016 con la mezcla de técnicas artesanales e industriales, las cuales aprendió tanto en su carrera como en la vida. Decide utilizar las máscaras como un elemento transformador, el cual le atribuye a cada persona que las use una forma de expresar su personalidad o álter ego, en diferentes escenarios como: fiestas, teatro, pasarelas, carnavales, festivales y producciones audiovisuales; afirma que este “sea ese elemento que nos permite ser más de lo que somos en el día a día”.



El objetivo de Ana Barragán Design es ser una empresa que tenga impacto social, en la cual se muestre las habilidades de las personas que componen la empresa.

Su mayor inspiración son las texturas y las formas, donde ella no solo se limita a desarrollar un boceto, si no que decide dejarse llevar por los materiales y colores, los cuales va aplicando sobre el rostro o cabeza como si este fuese su lienzo. En cuanto a las formas que aplica a cada máscara, tocado y antifaz, realiza una previa investigación donde observa tendencias, escenarios culturales o rituales africanos, siendo este una fuente más de inspiración en su arte.

Para la marca no solo era importante realizar un excelente trabajo, sino que también apostarle a la sostenibilidad, la cual va dirigida hacia los materiales que usan en la elaboración de sus productos, manejando desperdicios de la industria de la moda y del calzado, los cuales son utilizados como materia prima de algunos de los accesorios. Además, estos diseños son pensados en que no sean elementos que se puedan desechar fácilmente, pues de acuerdo a la elaboración y diseño, hace que cada pieza perdure, sea reutilizable, evitando ser artículos de un solo uso; asimismo, afirma que “no quiero que sea una pieza que se pueda desechar rápidamente”.



Respecto a su equipo de trabajo, la elaboración del producto cuenta con la colaboración de dos personas especializadas en la industria de la litografía, y dos más encargadas de la comunicación y administración de la empresa. Sin embargo, la producción y la mano de obra, en su gran mayoría, está hecha por Ana Barragán.

Actualmente tiene como meta ayudar en el desarrollo de la construcción de las personalidades de los clientes, para enaltecer y empoderar su ser.

“la marca te permita ser más de lo que eres cada día” afirma Ana.



MODA SIN GÉNERO

Las etiquetas se quedan atrás, Fabián Rodríguez reinventa la moda femenina y masculina

Redactado por: Valentina Rincón, Laura Riaño, Leandra Molina y Angie Avellaneda

Pensar que alguien no puede ingresar en el mundo de la moda por su corta edad es estar completamente equivocado, y más si esa persona quiere transformar el pensamiento de los demás frente a la identidad de género en la ropa. Este es el caso de Fabián Camilo Rodríguez, un joven colombiano de 18 años, estudiante de diseño de moda, que nació en el municipio de Tunja, quien a los 17 años tomó la decisión de vivir en Bogotá para estudiar lo que más le apasionaba.

Al inicio, este joven diseñador no veía un futuro frente a la moda, en sus planes estaba estudiar derecho, mas fue a los 15 años donde empezó hacer sus bocetos, diseñar e incluso investigar sobre todo lo que con lleva a estar en este medio. Más adelante su profesora de inglés, Sonia Torres, le pidió que le realizara un vestido, lo cual lo impulsó más a estudiar la carrera que tanto le llamaba la atención. Él tenía claro que lo correcto era educarse, por ello decidió entrar a formarse en el Arturo Tejada Cano, Escuela de Diseño & Mercadeo, en la cual actualmente cursa cuarto semestre; además, sabía que para entrar en este ámbito laboral debía rodearse de personas que estuvieran en ese campo, arriesgarse y tener confianza en sí mismo.

A partir de ese momento Fabián empezó a crecer, evolucionar y reinventarse constantemente, al igual que con sus diseños, aquellos que se caracteriza por tener un estilo sofisticado con toques vanguardistas. Desde el inicio tenía claro que no quería que su ropa tuviese género pues su prototipo de persona correcta para vestir no tiene barreras, ve potencial en cada factor diferencial que tiene cada uno; busca que hombres y mujeres rompan los códigos que representan la antigua sociedad, donde la verdadera libertad sea independiente de preguntas de género. Para él, el uso del vestido debe ser tan natural tanto para el género masculino como para el femenino, así como el permiso que se le ha otorgado en ellas al usar un esmoquin.



Fotos tomadas por:
@alokevinimos // Carlos López



FABIÁN RODRÍGUEZ



“la moda está en todo lugar”

Por otro lado, Fabián ha trabajado con Alexander Yepes, *stylist* de celebridades, director de la revista Trendy y director de Iris Model Agency en Colombia, colabora en cierta parte con la agencia e incluso lo vistió para Colombiamoda; de igual manera, para dicha feria de moda vistió a Celin Giraldo, una bloguera de moda. Asimismo, ha realizado *styling* con su marca para unas fotografías con la actriz Maritza Rodríguez, y trabajó con Dave Castiblanco para las fotos de su siguiente colección.

No es un diseñador conceptual, si no que le gusta hacer ropa que realmente sea usable, hacer que la gente se enamore de su estilo, de su concepción tan particular. Las personas se han

En sus diseños muestra sus raíces, sus pensamientos y su propósito, que son más que una división, una unión, pues “el sexo es biológico. El género es cultural” (Eugenides, Middlesex, 2002). Fabián decidió crear su marca a partir de las bases de igualdad por experiencias propias, ofreciendo comodidad a esos compradores que no categorizan sus gustos en prendas femeninas o masculinas al momento de hacer una compra, su reto está en superar prejuicios que muchos tienen sobre el uso de estas, pues si te gusta debería dar igual.

Además, él incita al consumidor a romper las reglas y a cuestionar todo aquello que utiliza a diario; le gusta observar todo para entender a las personas, “la moda lo es todo, Coco Chanel decía que se encuentra en cualquier lugar, yo me fijo en cada persona que encuentro en la calle, el transporte público, en la cotidianidad puedo encontrar inspiración, incluso en el más mínimo detalle”, afirma Fabián.

En el ámbito social su amiga y colega Iwona González, diseñadora de zapatos, habla de él como una persona especial, leal y que siempre está pendiente de sus allegados sin importar las circunstancias; a nivel profesional lo respeta como diseñador, es limpio y muy competente con su trabajo, considera que a pesar de su corta edad es muy centrado, sabe que cuando se propone una meta o tiene un proyecto en mente persiste hasta cumplirlo o hacerlo realidad. Se siente afortunada de tenerlo como amigo, es un apoyo tanto laboral como personal en su vida.

encasillado en una moda muy conformista, unos yéndose a los extremos, algunos trash, siendo esta una forma de escapar de la realidad, una cultura irreverente y extravagante, y otros llevando un estilo sencillo y depurado. Piensa que la moda bogotana da pasos pequeños, pero que en estos últimos tiempos cada vez más va desarrollándose; también opina que no hay que clasificarse en algo sino estar en constante evolución, teniendo en cuenta que no es dejar de lado nuestras raíces, pero siempre reinventar, estar creando mezclas con culturas de otros países. Se ha inspirado en la moda europea y asiática pues considera que son los pilares de esta gran industria y no se pueden dejar a un lado.



En cuanto al futuro prefiere no adelantarse mucho a él, está trabajando en el lanzamiento de su próxima colección, se enfoca en sacar un buen producto que lo identifique como diseñador y como marca. Tiene claro que seguirá basándose en mantener su esencia, no pretende crear riquezas, tampoco una fama falsa, sino imponer un estilo propio, quiere realmente dejar un legado a futuras generaciones.

Referencias bibliográficas

Eugenides, J. (2002). Middlesex. Estados Unidos: Anagrama.

COMUNIDAD

SADOMASOQUISMO
REGGAE
HIPPIE
QUEER
DRAG QUEEN



Fotos tomadas por: @visual_cream // Nicolás Monroy

SADOMASOQUISMO

UNA PRÁCTICA SEXUAL QUE HA LLEGADO A LAS PRINCIPALES PASARELAS

El sado no solo hace parte de la intimidad, pues con el paso del tiempo se ha convertido en moda para la cotidianidad

Redactado por: Valentina Felacio Díaz, Dayan Geraldine Gómez Murillo y Manuela Gómez Osorio.

Referencias bibliográficas

- Castro, D. (2017) La reapropiación estética de los elementos sadomasoquistas en el rave. Colombia. Vice.
 Musa Argentina. (2017) Del minimalismo de Victoria Beckham al sadomasoquismo de Philipp Plein: esto pasa en la semana de la moda en Nueva York. Argentina. Musa.
 Rangel, L. (2010). El sadomasoquismo: una estructura circular. En-claves del pensamiento, 4(8), 29-43.

El sadomasoquismo es una práctica sexual que se ha vuelto tendencia, sobre todo en personas que buscan tener nuevas experiencias, para alejarse de la monotonía; además, es una forma de placer a través del dolor y en ocasiones también de la humillación. De acuerdo con Rangel (2010) “surgió en el siglo XVIII, cuando algunos prostíbulos comenzaron a especializarse en tener mujeres para dominar a los hombres”. Su pionero fue el Marqués de Sade, un francés, filósofo y escritor de novelas terroríficas donde contaban los peores casos de violencia. Él pasó a la historia convirtiéndose en un referente de excitación producida por causar dolor a otra persona; gracias a él, se conoce el término sadismo, el cual se consideraba un trastorno mental, lo que hizo que terminara en la cárcel.

El masoquismo y el sadismo son las parafilias más conocidas en la sociedad; sin embargo, se debe tener en cuenta la diferencia entre estas dos prácticas. Los masoquistas relacionan el placer sexual con el dolor, la crueldad o el sufrimiento; a ellos les excita recibir golpes, latigazos, ser esclavizados y ser asfixiados; esta categoría suele ser muy peligrosa, no cualquiera debería realizarla a menos que tenga conocimientos previos además de mucha precaución. Por otro lado, el sadismo se basa en experimentar placer erótico al provocar dolor físico o humillación en la pareja.

El sadomasoquismo, es un placer que socialmente suele ser prohibido o mal visto, mas para muchas parejas es muy común realizarlo; actualmente existen grupos informativos sobre esta práctica, además los sex shop se encuentran llenos de diferentes artículos para que estas personas disfruten esta actividad, sin dejar de lado que tiene que ser un acto responsable.

Hoy en día es común ver personas con prendas de cuero, látex, transparencias, mallas o accesorios como chokers y cadenas, artículos muy representativos del sado, pero es importante mencionar que no todos lo usan para evocar esta práctica, es más, muchos ni siquiera conocen la historia ni el significado real de esta indumentaria, en varios casos solo lo utilizan pues está de moda.



Los chokers son un accesorio que es utilizado como una gargantilla, de plástico, tela o hilo, que en los últimos años han estado en furor, tanto hombres como mujeres, hacen uso de este; es uno de los accesorios representativos del sadomasoquismo, suele tener variedad de diseños, son rudos, pero con estilo. En el mundo del BDSM su empleo es muy representativo, pues suele indicar sumisión y humillación erótica, por eso las personas que realizan esta práctica lo usan por puro fetichismo, ya que este elemento les genera placer.

Los principales elementos que se usan en el sadomasoquismo o BDSM, suelen ser objetos fetiche como las esposas, botas, arneses, tacones altos, corsets, medias oscuras o de mallas, prendas de cuero o látex. Así es como esta práctica se enriquece con materiales que se utilizan para poder infligir dolor y sentir placer, algunos de estos artículos de vestir, son comunes hoy en día, tanto por hombre como por mujeres, pues estas prendas le dan el toque sexy al look final.



Gianni Versace, diseñador de moda Italiano quien fundó la marca Versace, fue uno de los primeros representantes de las reconocidas casas de la moda en llevar la estética del BDSM a los ojos públicos; en el 92 realizó una colección inspirada en el fenómeno underground llamada Miss S&M a las pasarelas. Junto a ello, Daniel Castro hace un análisis sobre el uso reciente de la fast fashion junto con el sado, expresa que “Paco Rabanne retomó la iconografía sado con su colección de primavera 2013 inspirada en la colección de Gianni Versace o cuando Diesel lanzó su colección de otoño 2014 a través de un video lleno de imaginarios de porno alemán sado” (2017).

Otro de los diseñadores que ha tomado como referencia el sadomasoquismo para exhibir en sus pasarelas es el alemán Philipp Plein, quien exhibió su colección “Good Gone Bad” basada en prendas elaboradas con materiales como cuero, tachas y tiras, acompañados por botas altas; también mostró artículos con estampados de princesas de Disney luciendo mordazas, espigas y tipos de amarres clásicos en la práctica del sado.



“El sadomasoquismo debe ser un acto responsable”



@knl.style

El sado tomó fuerza después de la segunda guerra mundial ya que se dio un poco más la liberación por parte de la comunidad gay. A parte, algunos de los hombres que participaron en la guerra llegaron con fetiches de dominación. Con la entrada de la época de los 60 se da la liberación sexual lo que permite eliminar la barrera de lo que está y no está permitido hacer, desde ahí, los fetiches sexuales y el sadomasoquismo no se vieron como un tabú. Daniela Castro (2017) afirma que con la llegada de los 80's nace la fuerza del heavy metal, las prendas usadas para el sado se convierten en un patrón de moda para los oyentes del género. Rob Halford fue el primero en adoptar esta moda para él, su banda y por supuesto sus seguidores ya que lo que quería transmitir era firmeza, un aspecto dominante y la rudeza que caracteriza su género musical.

En los últimos años se ha ido fortaleciendo la tendencia de usar prendas o accesorios representativos del sadomasoquismo, las marcas y diseñadores cada vez más lo implementan en sus colecciones. Esta práctica suele estar muy relacionada con la forma de vestir de los años 80's y 90's, por esto, hay que tener en cuenta que la moda es cíclica, lo que hace que las prendas que en años atrás estuvieron en furor, en algún momento de la actualidad se volverán a usar, lo que ocurre actualmente.

En Bogotá se pueden encontrar tiendas que ofrecen este tipo de prendas, como knl.style un negocio virtual que vende accesorios y ropa con el estilo sado; su creadora trata de salirse de lo convencional realizando determinadas colecciones con tonos saturados o pasteles sin dejar de lado el negro característico, por otro lado sus modelos muy variados, tanto en tamaño como en color de piel, haciendo referencia a que sus productos están diseñados para cualquier tipo de persona.

AL RITMO DEL REBBAE

Redactado por Gina Katerin Bojaca, Daniela Santana Salamanca y Luisa Fernanda Sáenz

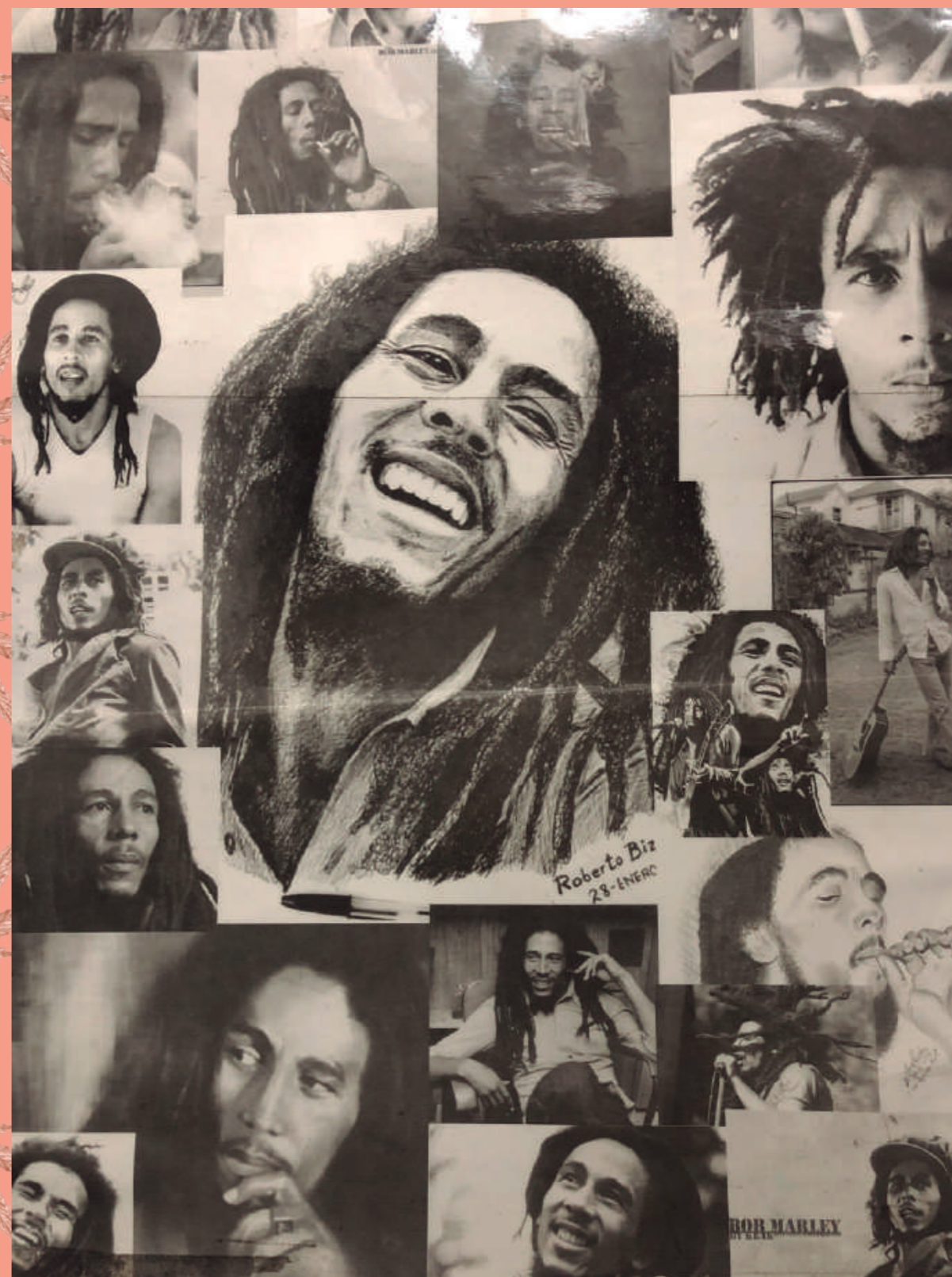
Actualmente el principal desafío de la cultura jamaicana es mantener sus tradiciones y estilo en Bogotá

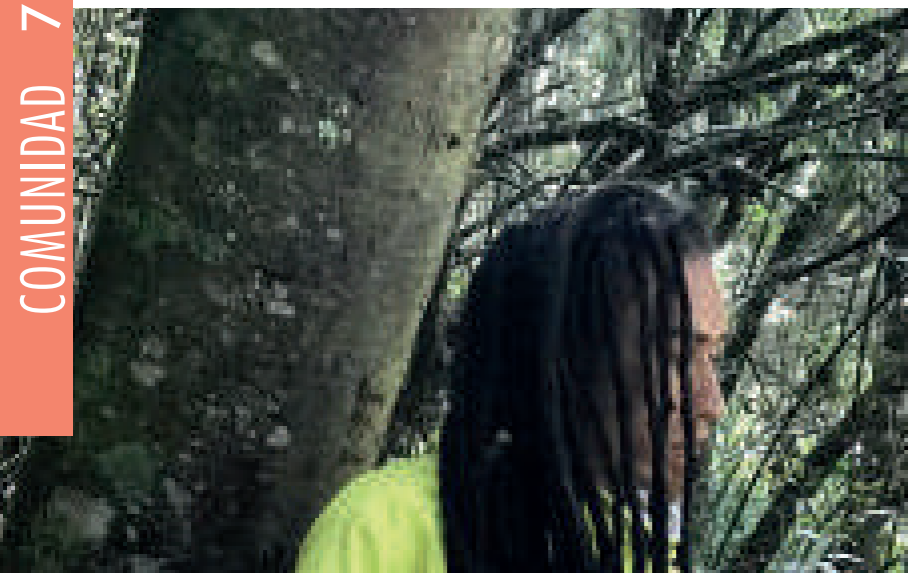
El movimiento rastafari inició en los años de los 60's en Jamaica por seguidores de Marcus Garvey, nombrado Rey en África del Negus y Ras Tafari Makonnen como emperador de Etiopía. Es una cultura que no se considera una religión sino más como una forma de vida, cuya fe escoge su dogma valorando la historia africana.

Su mayor reconocimiento se dio en los 70's por personajes como Bob Marley y Jimmy Cliff con sus alusivas canciones de amor, protesta, espiritualidad y mensajes afro-céntricos, siendo estas fuente de inspiración para miles de personas en búsqueda de reivindicaciones sociales, políticas y raciales; ellos fueron quienes lo popularizaron, "esta cultura surgió entre la población negra de clase trabajadora en Jamaica que van en defensa de la supremacía negra que se interpreta del bien sobre el mal, representando el negro como el color del bien que no guarda relación con el color de la piel" (Giovannetti, 2001, pág. 22).

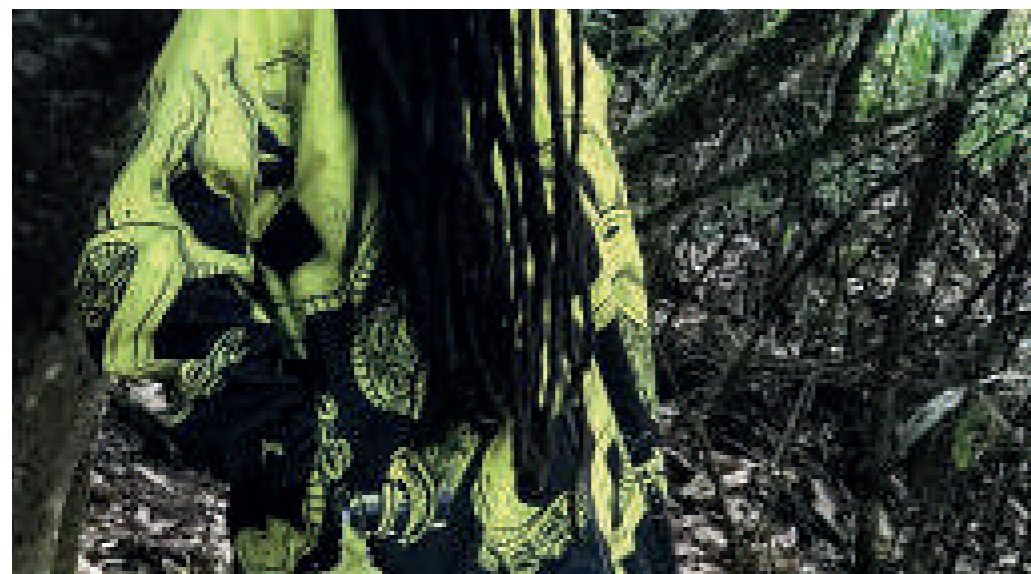
Los colores de la bandera rasta como son el verde, amarillo y rojo, tienen un significado especial para ellos donde el verde simboliza la vegetación, el amarillo alude la riqueza y el rojo es la sangre derramada por los africanos. Para ellos el león que lleva su bandera en el medio es Judah que representa a África como el emperador. La mayoría de las personas que pertenecen a esta cultura implementan estos colores en sus tejidos, en las prendas de vestir o en sus accesorios.

El estilo característico de la cultura rastafari son los dreadlocks, pues es una manera de defender su identidad y creencias, al tiempo en hacer referencia a la melena del león, ropas cómodas elaboradas en fibras naturales, pantalones anchos, camisetas largas y gorros tejidos a mano. Toda su vestimenta muestra los colores de la tierra madre Etiopía a los que se les tiene un gran simbolismo, usan como color base el negro que si bien no forma parte del color de la bandera se utiliza para representar el color del pueblo africano.





En Colombia la mayor parte de rastafari se encuentra en la Costa Atlántica y en San Andrés por su numerosa población de afrodescendientes. Sin embargo, en la capital se puede identificar muchas personas que siguen este movimiento por su vestimenta, especialmente en el centro de la ciudad.



Fotos tomadas por: @ginabojaca_ || Gina Botaca

Desde hace siete años Diana Fernanda forma parte de la cultura reggae, siendo motivada por el mensaje que infunde la música hablando de la naturaleza y amor para así estar en armonía, pues durante esa época se encontraba atravesando varias dificultades. Comenta que una de las frases para ella es más importante es “amor a nuestro entorno y el agradecimiento por el día a día”, pues la motiva promover la buena energía, la forma de ver y vivir la vida, especialmente con su esposo, pues fue él quien le mostró la cultura reggae.

Juntos realizar dreadlocks y crean artesanías con el fin de poder crear su propio negocio comercial con esta temática, permitiéndoles también a varios de sus amigos llevar los artículos elaborados por ellos, para así ofrecerle al público accesorios influenciados por esta cultura hechos a mano.

“Zeta”, otro integrante de esta cultura desde hace 10 años, comenzó como un simple gusto hacia la forma de llevar el pelo en dreadlocks, pero tiempo después los valores que transmitía la cultura lo fueron envolviendo hasta llegar a ser parte de esta; él dice que “el amor, la paz y un buen porro destacan esta forma de vida”, por tal no quiere generar ni sentir aspectos negativos, sino compartir la importancia de un ser feliz con uno mismo, “esta cultura me ha enseñado valores y agradecimiento por lo que el entorno me regala”.



En el movimiento se encuentra varias religiones entre ellas el Boboshanti “Bobo significa gente negra, refiriéndose a África como la casa espiritual del Rasta. Shanti se refiere a antiguas tribus de guerreros religiosos africanos, este movimiento fundado en 1958 en Jamaica, por el Rey Emmanuel Charles “Cristo Negro”.”(Gansinger, 2017, pag.18). Una de las causas por las que más luchan es por reunir a los africanos con su tierra natal y abandonar el contacto con la sociedad occidental, los hombres llevan túnicas y turbantes; en el caso de las mujeres, ellas usan faldas largas, al igual que los turbantes, con el fin de cubrir todo el cabello.



**“Amor a nuestro entorno
y el agradecimiento por el
día a día”**

Actualmente, Diana Fernanda reinventa su estilo dándole un aspecto indígena, utilizando ruanas de diferentes colores reflejando la parte ancestral de Colombia, los dreadlocks pues con esto comunica la parte espiritual, ya que de acuerdo con la cultura en el cabello se llevan los pensamientos y emociones caracterizándose por la buena energía. Por otro lado “Zeta” también se caracteriza por los dreadlocks, más con su vestimenta solamente quiere transmitir comodidad y el sentirse bien con el mismo, utiliza accesorios como manillas con los colores representativos para no dejar a un lado el simbolismo rastafari.

Finalmente, los amantes de esta cultura cuentan con diversos lugares de concentración como La Casita Root, Casa de Babylon, Mama Afrik, Roots Reggae y El Congo; otro punto de encuentro es la Biblioteca Negra, ubicada en el barrio Restrepo, donde hacen reuniones, charlas para educar sobre la cultura, escuchar reggae, leer apartados de la biblia, además de fumar marihuana, una hierba asociadas con la parte religiosa para rituales que elevan el pensamiento logrando una íntima comunión con Jah.

Redactado por Gina Katerin Bojaca, Daniela Santana Salamanca y Luisa Fernanda Sáenz

Referencias bibliográficas

Giovanetti, J. (2001). Sonidos de condena. Editorial S. XXI

Martin A. M. Gansinger, (2017). Radical religious thought in black popular music.

Recuperado de <https://bit.ly/2MCB28r>

REINVENTANDO — LA CULTURA — HIPPIE EN BOGOTÁ

Redactado por Gina Katerin Bojaca, Luisa Fernanda Sáenz y Daniela Santana Salamanca

Las tradiciones de la tribu urbana más legendaria se ha ido desapareciendo poco a poco en la sociedad

El movimiento Hippie surgió en los 60's en la costa este de los Estados Unidos y expandiéndose hacia Europa, emergiendo con una tendencia ideológica de solidaridad, que se expandió por el mundo entero, mostrando valores de la anarquía no violenta, revolución sexual, preocupación por el medio ambiente y el rechazo al estatus capitalista (Mora Más, 2018, p.10).

Los hippies se caracterizan por la frase “haz el amor y no la guerra”, donde se resumen sus posturas pacíficas para lograr una sociedad mejor, defendiendo sus ideas sin acudir a la violencia. Esta cultura comparte una clara conciencia de respeto hacia el medio ambiente, se podría decir que son la primera tribu que adopta el ecologismo como principio central en su diario vivir. Asimismo, “cientos de jóvenes soñadores propusieron construir una nueva cultura aparte de la sociedad establecida, muchos de ellos en búsqueda de la espiritualidad se fundaron en versiones seculares de una sociedad mejor” (The 60s communes, 1999), forjando así sus valores y creencias, con el fin de tener un mundo mejor, aspectos que hoy en día siguen estando presente en su cultura.



En Bogotá, la cultura coge vuelo en las décadas de los 60's y 70's, acentuándose en el barrio Chapinero, destacando artistas del género musical, como Tania Moreno, una de las mujeres que lideraron al movimiento desde las calles de este sector y que experimentó de primera mano los conciertos, la vida en las comunas hippies, la cotidianidad del parque de la 60, hoy conocido como el Parque de los Hippies, y las calles empinadas del barrio la Macarena. Aunque poco a poco se fueron perdiendo muchas de estas costumbres, hoy en día se están retomando algunas de sus tradiciones e ideologías.



Ese es el caso de Daniela Ruiz y David Andrés Peña, dos jóvenes estudiantes de Ingeniería Forestal que han reinventado aspectos de la cultura hippie para implementarlos en su diario vivir. Se describen como personas analíticas y serenas, que buscan mantener un vínculo con la naturaleza, implementando algunas herramientas del Damburro, “es un calabazo seco, en cuyo interior se guardapolvo de la hoja de coca” (Wills, 2017), usado para fortalecer el pensamiento del hombre y así no caer en distracciones o tentaciones “frotan el madero contra el poporo hasta que nuevamente sacan más polvo y repiten una y otra vez todo el proceso” (Wills, 2017). De esta manera logran mantener la concentración para que las palabras fluyan y sean más puras, sin embargo, las mujeres no consumen la hoja de coca, ya que tienen las palabras más dulces por naturaleza.

Son miembros de la cultura urbana de los hippies por principios comunitarios, ecológicos, de libre expresión, amor y gratitud a la vida. David Peña ha crecido con una familia que le ha inculcado estas creencias, lo que también motivó la decisión de su carrera universitaria, la cual genera un vínculo con el campo donde vivió su infancia, representando sus principios y deseos de prevalecer en esta cultura, reinventándola como Neomuisca “es la relación de la memoria indígena y el territorio que se interpretan y transforman mediante narrativas de recomposición cultural étnica de las mismas comunidades muiscas contemporáneas” (Gómez Montañez, 2017)



Para esta pareja las religiones impuestas por la sociedad no son las adecuadas para sus creencias, por esta razón implementan en sus vidas una doctrina sin nombre, donde Dios está representado en forma de naturaleza, en el cuidado de las plantas, piedras, lagunas, ríos y mares, siendo toda una misma energía; esta es la forma como retribuyen a la Madre Naturaleza lo que les ha brindado, acompañada de cantos y bailes que actúan en manera de agradecimiento, “las piedras sirven como el sistema de pago por todo lo que el hombre ha tomado de la naturaleza”, explica Daniela Ruiz, quien tiene una gran creencia por las piedras y sus energías.

En cuanto a su estilo, han realizado algunos cambios frente al de la cultura hippie, el cual era caracterizado por ser descomplicado, llevando cabello largo a modo de protesta y ropa cómoda con detalles coloridos elaborados por ellos mismos. Sin embargo, David Peña decidió retomar el estilo de su abuelo, usando camisa y pantalón como prendas básicas, una mochila la cual según sus creencias representa el útero de la madre como el planeta tierra, pues en dicho accesorio se encuentra todo lo que se necesita; también hace uso de una ruana por ser un elemento tradicional de la cultura colombiana; con respecto al uso de zapatos dice que “si pudiera andar descalzo lo haría pues el ser humano es un sistema eléctrico y al tener goma en los zapatos nos aísla de la conexión que tenemos con la tierra”, expresa David; finalmente, también usa un sombrero con plumas que indican su estado de ánimo y el de las personas.

Referencias Bibliográficas

- Gomez Montañez, P. (2017). Territorios y memoria Muiscas. Bogotá D.C. Recuperado de <http://bit.ly/2VKwukv>
 Mora Más, P. (2018). Movimiento de contracultura: movimiento hippie. Castellon. <http://bit.ly/31j6ftk>
 Wills, S. (2017). La vida con el poporo. Pacífista. Recuperado de <http://bit.ly/2VJLnDr>

Por otro lado, Daniela Ruiz dice que su estilo “depende más del lugar donde asista y el amor propio que me tenga, pero sí en cambio voy a acampar uso pantalones anchos, coloridos y cómodos aún así quiero transmitir mi esencia por medio de accesorios llamativos portando siempre las piedras que son fundamentales en mi vida diaria”.

Esta pareja cuenta con un punto de encuentro que está situado en la sede de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, un domo al que llaman RAMENA donde nace, crece y se cuida lo esencial brindado por la madre naturaleza. De esta manera comparten lo aprendido en clase o experiencias de vida; también suelen reunirse en la noche para realizar cantos y círculos de palabra, reuniendo los diferentes talentos que cada uno posee. Asimismo, organizan pequeños viajes hacia algunos pueblos cercanos a Bogotá, donde se encuentran piedras antiguas que cuentan historias como Las piedras del Tunjo en Facatativá, Las Piedras del Chivo Negro en Bojacá, y El Parque Arqueológico Canoas ubicado en el Charquito en Soacha.

Para ellos dos frases los representan, la primera es “escucha bien, mira bien, aprende bien, pues existirá un momento en el que tú tendrás que enseñar a las personas que vienen atrás”, y la segunda, es siempre “tener presente que en cualquier lugar soy herramienta”, de esta manera conservan la esencia de la cultura hippie en sus vidas.

LA IDENTIDAD

DE LAS SEXUALIDADES

PERIFÉRICAS

La reinención social y cultural modifican la comunidad queer

Redactado por Laura Riaño, Valentina Rincón, Leandra Molina y Angie Avellaneda

“La personalidad comienza donde las comparaciones terminan”

- Karl Lagerfeld

La palabra inglesa *queer* no tiene traducción al español, pero se derivan varios significados que se le han otorgado a lo largo de la historia como «raro», «extraño» o «diferente». A pesar de que se considera que el término es muy actual, del último siglo, sigue siendo característico de lo extraordinario o poco común tanto del presente como del pasado. Se escuchó por primera vez en el año 1770, donde aparece la figura de “macaroni” designada para los hombres que se encontraban obsesionados por la moda y se comportaban de forma amanerada, luciendo peinados rizados y maquillaje extravagante, mientras que a las mujeres se les conocía como “sofistas”, en esa época no existía el término “lesbianas”. (Mérida, 2002).



Fotos tomadas por: @alexasinomas II Alex Londoño

Sin embargo, la teoría de la comunidad *queer* se creó gracias a la inexistencia de una rama social en la que estas personas se identificaran, trascendiendo los valores tradicionales y las normas establecidas en los ideales eurocentristas, alejando así el imaginario de la sexualidad o aspecto físico normal. Entonces, “*queer* refleja la naturaleza subversiva y transgresora de una mujer que se desprende de la costumbre de la femineidad subordinada; de una mujer masculina; de un hombre afeminado o con una sensibilidad contraria a la tipología dominante” (Fonseca y Quintero, 2009, p. 46).

Las sexualidades periféricas intentan cambiar el sentido de la sexualidad socialmente aceptada, dejando a un lado la clasificación de género y preferencias que se tienen de forma convencional. La comunidad *queer* quiere dar voz a estos individuos que han sido callados por la homofobia, el racismo y el androcentrismo, donde se presentan desde los

aspectos laborales, educativos o familiares, estableciendo así una resistencia e igualmente un motivo de orgullo, de tal forma que se puedan mostrar tal cual son con cualquier persona.

Para Felipe Ramírez, estudiante de derecho y comunicación social de 23 años, pertenecer a la comunidad *queer* es un modo de poder expresar lo que siente, la libertad y la confianza que ha obtenido al momento de lucir andrógino; lo caracterizan por querer imponer un factor diferencial ante lo impuesto por la sociedad siendo masculino o femenino; “El apoyo de los familiares y los papás es muy importante para uno crecer como persona es el principal fundamento para uno poder desarrollar su personalidad”, Comenta Felipe en cuanto al apoyo que recibe.

Por otra parte, el estudiante de diseño y mercadeo de moda Daniel Patiño, le suma la reinvencción de la moda a la comunidad, piensa que los estereotipos de vestimenta en cuanto a la utilización de prendas femeninas en un hombre o la apariencia masculina que puede llegar a tener una mujer se han normalizado, con la evolución de los pensamientos inculcados a cada persona por su propia evolución, ha hecho una aceptación más amplia de las prácticas que para las personas *queer* son habituales y antes no eran bien acogidas por quienes no pertenecían a ella.

Los dos señalan que en Bogotá aún no hay un libre pensamiento ante este estilo de vida, más sienten que ha evolucionado un poco en cuanto al concepto. Aun así, existen eventos y lugares que los representan, uno de ellos es El Festival KIUR BOGOTÁ el cual incluye actividades de cine y arte; un colectivo cultural llamado BULTO llevado a cabo en la ciudad de Bogotá; como el bar Kaput en el cual se realiza el evento “La Moda de lo Abstracto” llevando en sí un desfile abierto a todo público. Por otro lado, el primer sitio que hizo visible la rumba de la comunidad en Bogotá fue Zona Franca, el cual era del mismo creador del actual bar conocido como Theatron, lugar donde la discriminación no hace parte del espectáculo y le da paso a la libre expresión.

Actualmente los *queer* son difíciles de identificar pues el término aún no es muy conocido por la sociedad, incluso puede llegar a no ser entendido por las personas que lo usan debido a la transformación del significado de esta palabra con los años. Las mujeres *queer* últimamente son complicadas de detectar debido a que la moda femenina ha avanzado más rápido que la masculina, logrando así que todas puedan llegar a adoptar prendas andróginas a en su armario, al contrario de los hombres, más fáciles de identificar, ya que de alguna u otra manera su aspecto físico tiende a demostrar un poco esa feminidad que los caracteriza.

Por lo que se refiere a la moda *queer* no existen muchas marcas que tengan la libertad de vender sus prendas a personas que no están dentro de su segmento de mercado, incluso hoy en día la primera marca registrada *queer* en Colombia se llama PAPI BOYS, la cual invita a la libre expresión, aunque está dirigida a los hombres, mujeres también se sienten identificada con ella debido a su versatilidad y entienden que no es una marca que tenga algún prejuicio.

“Característicos por su libertad,
las prendas utilizadas por los
queer no tienen género”



Materiales como las mayas los identifica, lo cual no quiere decir que no puedan utilizar algún otro, todo lo contrario, juegan con diversos tonos y no temen a combinarlos de una forma distinta a lo convencional, sus outfits están acompañados siempre de algún accesorio que los pueda identificar.

Se espera que este término llegue a evolucionar, a tal punto en el que esto sea normalizado y aceptado por todos, tanto en la vida cotidiana como en la moda sin ser categorizados dentro de unas siglas, transformando los pensamientos conservadores actuales, eliminando las etiquetas, sin que deba existir el género, ni sexo para así demostrar que todos somos iguales.

Referencias bibliográficas

Fonseca, C y Quintero, M. (2009). La Teoría Queer.
 Mérida R. (2002). Sexualidades transgresoras: una antología de estudios queer.

DRAG QUEEN,

UN ESCAPE DE VIDA Y ALIENTO PARA EL SER

Redactado por Camila Andrea García, Camila Pulido Galvis y Daniel Felipe Patiño

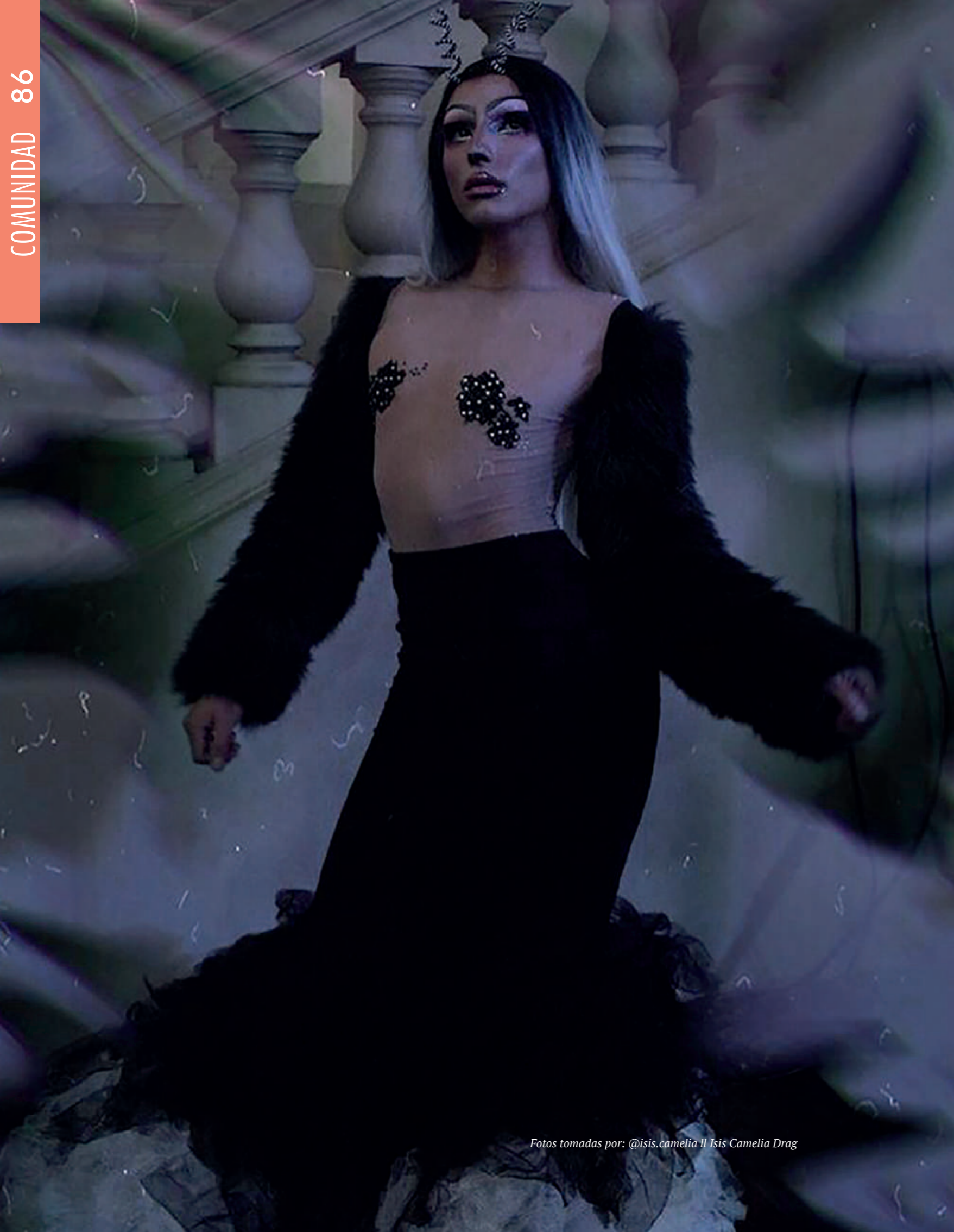
En un momento crítico en su vida, Juan Viera encontró en Veraluna Drag un camino alterno a su realidad

Juan Viera es un bogotano que encontró en el mundo de los Drags una manera de poder expresar muchas cosas que posiblemente no realizaría en su diario vivir. Partiendo de su orientación sexual y los altibajos que vivió desde su infancia, los cuales jugaron en su momento con su estabilidad emocional, generaron episodios de depresión, junto con problemas que lo hicieron tocar fondo. Sin embargo, gracias al programa Paul's Drag Race, pionero en la visibilización del colectivo drag y trans, Juan encontró una fuente de inspiración que, acompañada y alimentada por sus ganas de solucionar sus problemas emocionales, permitió el surgimiento de Veraluna.

Sin duda Juan exterioriza todo lo que conlleva ser quien es ahora, partiendo de lo que fue su nombre Drag, lo que lo inspiró, el motivo de su elección, los factores externos que lo llevaron a hacerlo, la motivación en el moldeamiento de su apariencia física, el por qué de su estilo de maquillaje, la forma en que expresa por medio de su actuación y su corporalidad el mensaje que busca transmitir, la manera en cómo irradia la personalidad del personaje y las características que lo hacen diferenciarse de su creación.

Para él todo esto ha sido un gran proceso de autoconfianza, que se ha ido afianzando con el tiempo, forjándose a sí mismo como una reestructuración de visualización y proyección en un cuerpo masculino con una personalidad femenina, capaz de poseer una identidad ajena a su ser. Ha tenido que afrontar situaciones en las cuales debía reconocer su rostro e identificar cuáles eran las proporciones adecuadas para buscar un balance en maquillaje, estudiar qué clase de prendas favorecen su cuerpo, la forma en cómo se expresaría y se comportaría en público, la manera de presentar su show, las personas con quien se relacionaría, entre muchos otros factores que han sido determinantes para formar un criterio estructurado a su personaje.

Veraluna nace con el fin de encontrar una identidad que le brindará seguridad, pues de acuerdo con él “cada que lo hago me siento libre y puedo alzar mi voz”. Asimismo, expresa que ha sido una de las mejores decisiones que ha tomado en su vida, pues con Veraluna ha logrado abrirse y darse a conocer como su verdadero ser.



Fotos tomadas por: @isis.camelia || Isis Camelia Drag

El nombre de su nombre Drag tiene asociaciones influenciadas por la cultura del medio oriente, especialmente arraigada al anime, cosplay, comics y demás estéticas similares, que también se relacionan con su estética tanto corporal como facial, pues “siempre me gustó mucho el anime y juntando varias ideas surgió Veraluna”, explicó Juan, aspectos que su público disfruta en cada evento al que asiste.

Afirma que aún la sociedad está en un proceso de evolución tardío, que ha visto y experimentado la violencia de la mano de la discriminación de algunos individuos, no solo por la identidad de género, sino también por la forma de expresarse, por ser de una raza o etnia específica, entre otras. Por ello, Juan invita a que cada uno acepte las diferencias de los demás, a rechazar el odio que se fomenta, y entre todos construir una sociedad abierta a los cambios, que acepte a cada persona, para así generar entornos seguros para los vulnerables.

El arte del Drag Queen, también conocido como transformismo, describe a un individuo que se apropia y actúa a la usanza del estereotipo de una mujer con rasgos extremadamente exagerados, con un propósito primordialmente histriónico que se burla de los cánones tradicionales de la identidad y los roles de género. Viene re-tumbando en el imaginario de la sociedad desde el siglo XVIII cuando solo era idealizado de forma teatral, caracterizando un personaje (Navarro, 2016).

Para muchos de los que se apropian de esta forma de expresión buscan por medio de una personalidad externa a su verdadero ser, para poder escapar de su realidad y cotidianidad, creando desde ceros un imaginario de alguien irreal, moldeándolo a su semejanza; para otros, el Drag también busca una manera amplia satisfacer las necesidades de cada uno, bien sea siendo una forma de empleo o de entretenimiento, lo cual lo hacen transmitiendo mensajes de empoderamiento, sus posiciones tanto políticas como sociales, conductas en escenas teatrales, pedagógicas y hasta la realización de shows nocturnos generan espacios adaptados a esta clase de eventos.

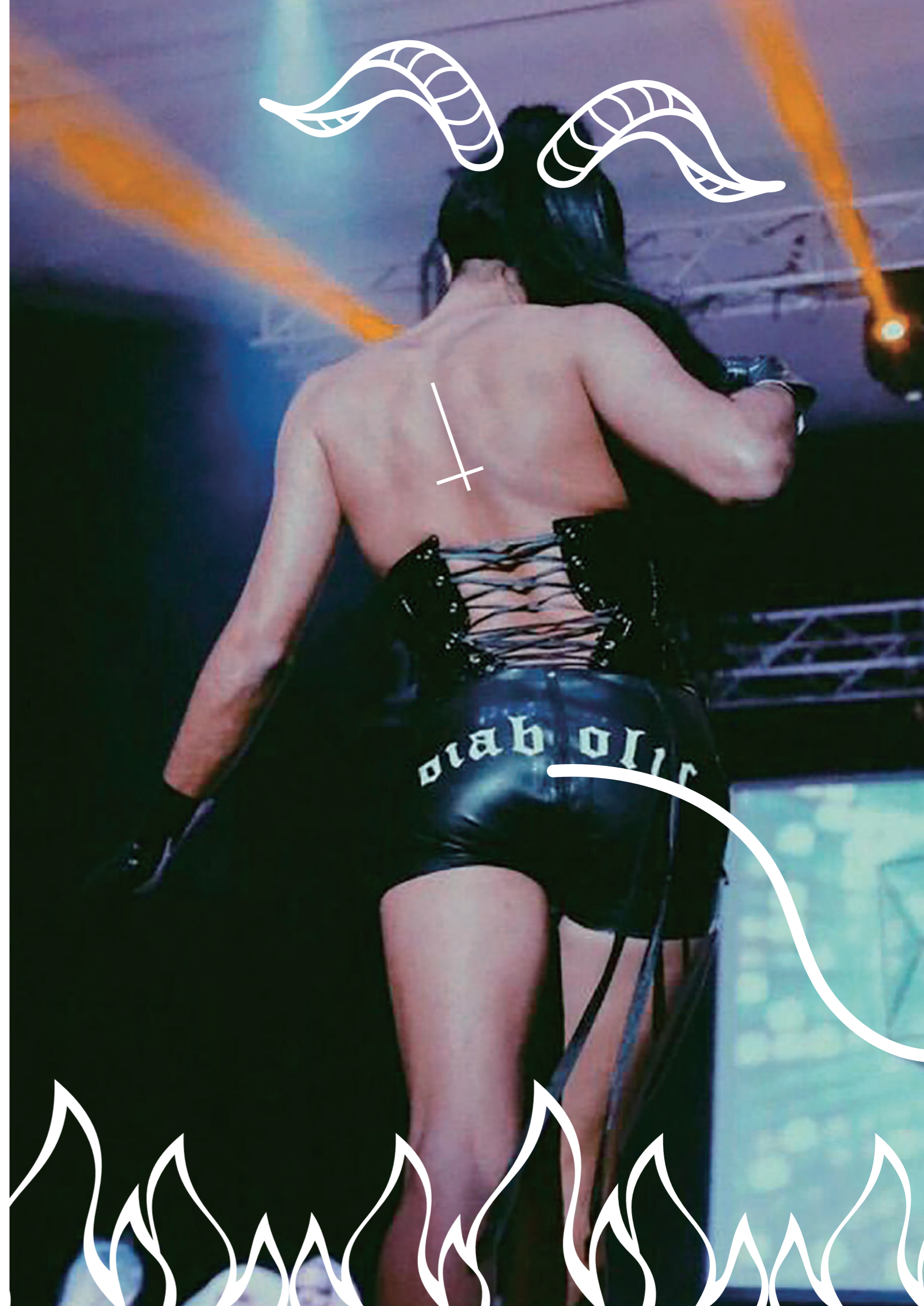
Así como Veraluna, actualmente encontramos muchos personajes con ideales similares a este, que buscan un escape de sus vidas reales, encontrando de esta ma-

nera una forma de visibilizarse en diversos campos, para así poder sumar su voz de una manera atractiva o novedosa para la sociedad, logrando un alto impacto en su mensaje, siendo esta una de las tantas formas de utilización del Drag local con un fin indispensable en la formación de conciencia, evolución, transformación y aceptación.

En Bogotá, el arte Drag, o transformismo artístico, en los últimos años ha tenido un gran crecimiento, lo cual conlleva a la aceptación y normalización de espacios dedicados a las personas que lo realizan, aquellas que están en la búsqueda de sobresalir cada uno con su sello personal, su propio personaje, buscando así algo que ofrecerle a la sociedad, o en su defecto a su público, con un impacto subjetivo.

Referencias bibliográficas

Rupp, V. T. (22 de septiembre de 2008). tandfonline.com. Recuperado de <https://bit.ly/2JhAAeH>



DESCUBRE

JOYA
MADRE TIERRA
BA-HUE
PANADERÍA RUSA



LA MARCA DE JOHANA LONDOÑO QUE OFRECE UN ESTILO ÚNICO



Redactado por: Andrea Camila Marttá
y Fabiana Valentina Ruiz

**“Es importante escuchar,
complementar y plantear soluciones
de diseño con necesidades personalizadas”**

-Johana Londoño

Johana Londoño es la creadora y diseñadora de la tienda de ropa Joya, aunque las chaquetas son el producto estrella de la marca, también vende camisas, pantalones, sudaderas, canguros, botas, parches y pines, cuya principal característica es la calidad de sus materiales, los cuales otorgan un estilo único, permitiendo reflejar la personalidad de quien los use.

La búsqueda de materiales es sin duda algo importante, pues Johana usa en su mayoría insumos nacionales y funcionales a la hora de combinar sus colores y texturas, dando ese toque diferencial que le da singularidad a sus productos.

Esta marca está dirigida sobre todo a cantantes, actores y artistas en general. Además, no todos los compradores son de la ciudad de Bogotá, algunos vienen de otras ciudades como Cali o Medellín, quienes buscan artículos auténticos que ayudan a plasmar su identidad.

De acuerdo con la diseñadora, parte de la inspiración de Joya es lo que ella vive, lo cual refleja en lo que hace, es decir, las épocas por las que ha pasado a lo largo de su vida, como lo son el rock y el punk, convirtiéndose en una clara evidencia en la mezcla de sus diseños y materiales, siendo esto la esencia de la marca.

La tienda se encuentra ubicada en la localidad de Chapinero, en la Calle 48 #9-48 segundo piso, de lunes a sábado de 10:00 a.m. a 8:30 p.m, siempre y cuando se agende una cita previa. Junto a ello, la marca se da a conocer a través de redes sociales como Facebook e Instagram como @todaunajoya, también participa en ferias, inauguraciones de tiendas de tatuajes o eventos de arte, donde se puede apreciar y conseguir sus productos.



UN IMPULSO PARA EL EMPRENDIMIENTO COLOMBIANO

Redactado por: Daniela Rojas Acosta, Laura Natalia Espitia y María Paula Gómez

El trabajo de nuevos creadores es apoyado por MADE IN_ concept store, una tienda que se enfoca en el valor del esfuerzo nacional

Natalia Guerra Molina y Laura Rodríguez Crismatt son las creadoras de MADE IN_ concept store, un proyecto que empezó como una feria que apoyaba a los nuevos emprendedores colombianos a mostrar sus trabajos, luego de un tiempo decidieron llevar a cabo una tienda bajo el mismo concepto y a esto se unió Diego Garzón, un publicista egresado de la Universidad Central.

El emprendimiento colombiano era poco valorado desde la perspectiva de este proyecto, siendo esto una problemática para los nuevos creadores, junto a esta situación también se veía involucrada la competencia de marcas multinacionales, sus precios elevados y baja calidad. En base a esto nació la idea de crear una tienda multi-marca, donde se encontrará solo talento colombiano. Inicialmente surgió con pocas marcas, las cuales pertenecían a personas cercanas que confiaron en el proyecto; actualmente cuentan con 25, dónde se encuentran productos para el hogar, joyería y moda de alta calidad con un buen precio. Cada uno de los emprendimientos que hacen parte de MADE IN concept store, cuentan con un gran valor agregado que caracteriza y diferencia a este lugar.

Fotos tomadas por:
@corazondepalo_ || Daniela Rojas

Diego Garzón, es uno de los encargados de la tienda, empezó con proyectos personales los cuales fueron un fracaso, pero después de esto la vida lo fue encaminando en el entorno comercial. Trabajó para la multinacional española INDITEX S.A, en marcas como Zara y Stradivarius en Bogotá, luego se relacionó con el mercado colombiano, fue parte de la marca Little Ramonas ejerciendo su cargo como gerente comercial y mercadeo. Desarrolló una pasión por el ámbito económico y comunicativo, de esta manera encontró un equilibrio para proponerse estrategias adecuándolas al área comercial.

Tiempo después se involucro con el proyecto de MADE IN_ concept store, donde ayudó en el crecimiento de la tienda y es el alma de ésta, transmitiendo una energía agradable a las personas que llegan.

La reinención de la marca se basa en una constante evolución social, cambiando el pensamiento de las personas para concientizarlas más sobre el trabajo colombiano y el valor que este tiene. Así llegan al público produciendo un mensaje sobre la moda como un empoderamiento, expresión y transformación personal. Este emprendimiento ha sido bien recibido por la sociedad generando buenos cambios en la forma de compra del consumidor, optando por adquirir slow fashion.



El crecimiento de MADE IN_ concept store ha sido bastante positivo en el año 2019, seguirán trabajando muy fuerte para el crecimiento de la tienda, de tal forma que puedan ubicarse en un lugar más amplio y así seccionar el lugar para que los nuevos clientes se relacionen a fondo con cada una de las marcas.

En la actualidad, la tienda tiene 25 marcas al servicio del público, entre ellas se encuentran: Dos Latinas, Ana Barragán, La Playa, Laguna, La palacios, Libertina y Neutra. Desean que más emprendedores se unan a este proyecto para desarrollar más consciencia en las personas y crear un movimiento a favor del trabajo colombiano. Su punto de venta se encuentra en la calle 69 # 11 a- 27, Quinta Camacho, atendiendo de lunes a sábado de 11:30 AM a 08:00 PM, obteniendo una experiencia de compra encantadora junto a la compañía de unas adorables mascotas y la comodidad de un atento servicio.

Hello
Gorgeous

CAMINO HACIA LA REINVENCIÓN ECOLÓGICA

Redactado por:
Valentina Rincón, Laura Riaño, Leandra Molina y Angie Avellaneda



La diseñadora Ivón González a través de los zapatos y no solo de las prendas, abre una válvula de oxígeno, para que el diseño pueda respirar un nuevo aire.

Fotos tomadas por: @alokevinimos // Carlos López

Una emprendedora que busca crear conciencia sobre todas las temáticas que incluye la moda sostenible; esta bogotana creó su propia marca actualmente conocida como YW by Ywona en el 2018 tan solo con 31 años, aunque en sus planes no estaba estudiar diseño de moda, la vida le ha demostrado lo grandioso que puede llegar a ser escoger esta carrera.

Inicialmente se fue a estudiar medicina en Buenos Aires, pero lo que no esperaba era que en su camino se le atravesaría una nueva carrera; al año de haber llegado a esta ciudad y cambiar sus planes decide entrar a estudiar diseño en la Escuela Argentina de Moda junto con producción de moda en la Escuela Adrián Fagetti, obteniendo así sus dos títulos.

Después de nueve años de vivir en otro país regresó a Colombia con la ilusión de encontrar referentes similares de moda a los que estaba acostumbrada, especialmente en el calzado, pero al darse cuenta de que esto no era así vio la necesidad de crear su propia marca, donde empezó a reinventar, evolucionar y a crear diseños que se caracterizaran por tener un estilo único. Sabía que el diseño de zapatos era totalmente distinto al de prendas, tanto el proceso creativo, su patronaje, incluso en la realización del mismo. Se dio cuenta de esto gracias a quien la orientó, el señor Cesar Bernate el cual le hizo notar que estudiar de nuevo era parte de este proceso, “la parte creativa ya está, pero hace falta la técnica”, reconoce la diseñadora.

Esta marca siempre ha tenido ideales ambientalistas, en lo cual han trabajado desde el inicio, pero solo hasta las últimas colecciones se ha podido implementar fuertemente; los proveedores que maneja están certificados con adecuados procesos de tratamiento en las materias primas, para ella es igual de importante tener a sus trabajadores en buenas condiciones, con los pagos que exige la ley dignificando lo que hacen; está intentando consolidar la marca en la Cámara de Comercio como 100% sostenible pero admite que es algo difícil de lograr en Colombia más no imposible y espera más adelante poder lograrlo teniendo un producto amigable con el ambiente.

YW by Ywona se reinventa a través de la vanguardia en tratamientos, materiales y diseño, convirtiéndola en un talento prometedor para la industria nacional. No se rige por las tendencias, sino que se basa en lo que pasa en el momento, apoyándose en lo que lee a nivel social, económico, ambientalmente, entre otros temas de interés. “La moda es la manera en la que se pueden expresar los gustos a través del arte, así como un artista puede pintar un cuadro, para mí la moda es eso, una forma de expresar lo que realmente sentimos”, Ivón busca tener una marca que se acomode a diferentes gustos alternativos que identifican a sus consumidores.

Actualmente junto a su colega y amigo Fabian Rodríguez, diseñador de moda, hizo el lanzamiento de la última colección llamada Red Empire, él comenta que es una diseñadora excelente, una persona relajada, amable, y sociable, aunque hasta ahora está empezando, tiene claro que en un futuro su marca será exitosa, tanto Ivón como su marca están en constante evolución, espera que crezca a nivel profesional, logrando así una mayor visibilidad.

Ywona no está sola en este proyecto, en conjunto con su esposo quien es CEO, encargado de la parte comercial y administrativa de la marca, poco a poco quieren enfocarla en apoyar a la gente, algo en lo que puedan aportar socialmente, poder ayudar a fundaciones o causas sociales. Con YW by Ywona quieren crear una gran comunidad, no solo hacer que el cliente se fidelice con el producto si no buscar un énfasis en ser parte de la esencia que está generando beneficios en algún sector. Espera donar calzado a colegios vulnerables, pero sabe que tiene que pasar por filtros, quiere que sus clientes no solo se enamoren de los zapatos que van a ponerse sino el trasfondo que hay en ella.

Por ahora ofrece sus diseños a través de redes sociales, en Instagram como @yw.bywona, se hace conocer en gran medida por las personas, hace colaboraciones con diferentes influencers como Camidoll y Camila Andrea, incluso con otras marcas que la ayuden a crecer en el medio.

A futuro se visualiza posicionando su marca, haciéndola aún más sostenible en la utilización de algunos materiales, apoyando a fundaciones que tengan una misión importante. Esta artista continuará sus estudios en marroquinería y calzado en diferentes instituciones con el propósito de seguir desarrollando sus productos, cumpliendo todos los objetivos que tiene en mente, que le aporten para así ir aprendiendo a mejorar además persistiendo con la visión de transformarse en una marca social y cultural.



Fotos tomadas por:
@alokevinimos // Carlos López

ARTÍCULOS Y PRENDAS CON INFLUENCIAS DE UNA ÉPOCA

La Panadería Rusa, una tienda versátil que cuenta historias a través de la moda

Redactado por: Paula Matallana, Paula Vargas y Diana Gutiérrez

En el corazón de Chapinero, en la ciudad de Bogotá, se encuentran varias tiendas de diseño independiente que le apuestan a productos diferentes de excelente calidad y perdurabilidad, es aquí donde encontramos a La Panadería Rusa, un lugar cuyo valor agregado es transportar en el tiempo a sus consumidores ofreciendo una experiencia única, por medio de una ambientación inspirada en la terminación de la segunda guerra mundial. Esta es considerada una de las épocas más oscuras e impactantes de la historia universal, hubo cambios de gran transición y fue la moda la que revolucionó la indumentaria a través del tiempo.

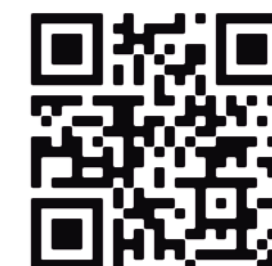
En este periodo se adoptaron elementos referentes a las fuerzas armadas en la Guerra Civil, las cuales recibieron el nombre de Ejército Rojo de Obreros. Por lo tanto, nace la tendencia militar, caracterizada por incorporar el traje sastre, chaquetas de hombros rectos con cinturón, además, en complemento los accesorios utilizados fueron remplazados por máscaras de gas, bolsos de correa larga que cruzaban al cuerpo, lo que permitía una mayor movilidad. La moda pasó de ser una forma de representar un estatus social en específico, a ser un método de expresión, frente a lo que se vivía en esa época, se dio un valor significativo al vestuario, apreciando la utilidad de las prendas, más allá del diseño.



Fotos tomadas por:
@diana_eme_ | Diana Gutiérrez



Cuenta con tienda online aquí:



Esta fue la estética que retomó La Panadería Rusa, que desde sus inicios se caracterizó por importar prendas desde Europa del Este, según cuenta Iván Herreño uno de los cinco fundadores de este proyecto, el nombre surgió porque la primera vez que importaron productos desde Rusia llegaron gorras y artículos de panadería.

Ellos buscan crear impacto dentro de la sociedad generando moda por medio de la reinención, extrayendo estos elementos claves de la vestimenta militar, transformándolos de acuerdo con las tendencias de la actualidad. Sus accesorios son en la mayoría importados desde Polonia, dentro de ellos se encuentran máscaras de gas, mochilas para motociclistas, gorros soviéticos, pines, prendedores, uniformes, panfletos, gafas, libros, música, Vodka, entre otros, todos hacen homenaje a los militares en épocas de guerra.

Dentro de la tienda también se encuentra ROBOTO, una marca colombiana dedicada a la confección y comercialización de prendas más casuales, aseguran que es la forma en la que aportan un granito de arena a la sociedad, porque en su planta de producción solo aceptan a madres cabeza de familia. Maneja una línea urbana sobria tanto para hombres, como para mujeres, cuenta además con una línea de accesorios en las que predominan los taches, el cuero y las calaveras.

La tienda lleva 10 años en el mercado, cuenta con un punto de venta en la ciudad de Medellín en la Carrera 34 # 8a-09 y en Bogotá, ubicado en la Carrera 7 # 54a-51

CIUDAD FREAK, DISEÑO URBANO INDEPENDIENTE

Redactado por Dayan Geraldine Gómez, Valentina Felacio y Manuela Gómez.

La marca de artículos elaborados y manufacturados en Colombia

Ciudad freak es una tienda que nace en Bogotá, fundada por Diana Gaitán, quien inició este proceso desde hace 15 años cuando estaba estudiando diseño gráfico en la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, donde creaba prendas como chaquetas y backpacks; fue tal éxito que obtuvo con estas piezas, y las ventas que estaba realizando, que poco a poco fue constituyendo la marca.

Se definen como una marca que diseña productos de calidad para ser usados por todos, elaborados con amor y mucha creatividad; también, como una marca inclusiva que quiere unificar los géneros, razas, creencias y nacionalidades. Junto a ello, se caracterizan por ofrecer prendas creadas de manera consciente, duraderas y que sean versátiles, pues su target son personas de 18 a 50 años, gente arriesgada, que sientan simpatía por el arte y las propuestas diferentes.

Fotos tomadas por:
@ciudadfreak // Diana Gaitán

Entre la gran variedad de productos que ofrecen, se puede encontrar buzos en tejido de punto, camisetas con diferentes tipos de estampados como frases o ilustraciones, calcetines, morrales y bolsos elaborados en sintético, gafas, bitácoras de dibujo, cartucheras, fundas de protección para elementos tecnológicos, billeteras, canguros o riñoneras, gorros y gorras.

De las innovaciones que ha tenido la tienda son las colaboraciones con artistas al momento de realizar prendas para ofrecer a su público, haciendo de cierta forma un reconocimiento a estos personajes y a su trabajo. Además, sus proyectos han sido reinventar prendas como chaquetas utilizadas en la época de los 80's, tomando como inspiración ciertos referentes- estéticas para mezclarlas con tendencias futuristas y materiales inteligentes.

Actualmente, Ciudad Freak está enfocada a apuntarle al mercado on-line ofreciendo prendas que varían en un rango de precios entre los \$20.000 a los \$200.000 pesos colombianos. Se encuentra ubicada en la carrera séptima con calle 54ª en la ciudad de Bogotá.





